

Analyse des SRG Online-Angebotes

Jahresbericht 2020

**Eine Untersuchung der Publicom AG
im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation**

Stefan Thommen
Raphael Eichenberger

© Publicom AG, CH-8802 Zürich, Juni 2021

Management Summary

Die SRG muss, gemäss Art. 18 Abs. 2 der Konzession, in ihren Online-Angeboten bestimmte Bedingungen einhalten. Hauptzielsetzung der **Analyse des SRG Online-Angebotes** im Jahr 2020 ist die Überprüfung, wie die SRG mit ihren Online-Angeboten **srf.ch**, **rts.ch** und **rsi.ch** den **Auftrag** der Konzession umsetzt. Ausserdem gibt die Studie einen Einblick in die **Angebotsstruktur** der SRG Online-Auftritte.

Die Überprüfung beantwortet im Wesentlichen, wie von SRF, RTS und RSI im Jahr 2020 der inhaltliche und zeitliche **Sendungsbezug** hergestellt wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. b), wie bei nicht sendungsbezogenen Beiträgen die **Längenbeschränkung** der Texte eingehalten wird (Abs. 2 Bst. c) und wie das Kriterium der **A/AV-Verknüpfung** eingehalten wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. d). Zusätzlich wird dargelegt, inwieweit **externe Links** aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f).

Der methodische Ansatz von Publicom ist als **laufende Vollerhebung** sämtlicher Online-Inhalte der SRG des Jahres 2020 angelegt und liefert damit eine maximal repräsentative Datenbasis zur Überprüfung der Konzessionskonformität. Unter Zuhilfenahme eines halb-automatisierten Forschungssystems mit spezifischen Analyse-Algorithmen und systematischen Qualitätssicherungsmassnahmen, werden die erforderlichen Indikatoren ermittelt. Die Beurteilung des Ausmasses der **Konzessionskonformität** folgt der Auslegungspraxis des BAKOM. Publicom weist die Resultate nach Vorgabe der Auftraggeberin aus und hat keine Deutungshoheit über die Erfüllung des Auftrags durch die SRG.

Methodisch basiert die Untersuchung auf einer **Inhaltsanalyse** (redaktionelle Analyse) und einer **Linkanalyse**. Für die Datenbeschaffung, -erhebung und Qualitätssicherung hat Publicom ein projektspezifisches Softwarepaket bereitgestellt, bestehend aus einem **Webcrawler**, der in den Online-Angeboten der SRG stündlich neu publizierte oder veränderte Inhalte extrahiert und nach Vorgabe des Codebuchs indexiert, einem **Lektorats-Tool** (für manuelle Codierungen) und einem Qualitätssicherungs-Dashboard (v.a. laufende Reliabilitätstests).

Die redaktionelle Analyse umfasst gut **238'000 Online-Beiträge** und gut 128'000 Sendungsbezüge, die hinsichtlich der Erfüllung des Konzessionsauftrags geprüft wurden. Es zeigt sich, dass die Online-Angebote der SRG das Kriterium der **Längenbeschränkung** im Newsportal **fast immer einhalten**, also bei Textbeiträgen über 1'000 Zeichen einen zeitlich und thematisch nahen Sendungsbezug integrieren: Insgesamt 98% aller Textbeiträge aus den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales sind konform mit der Konzessionsvorgabe Art. 18 Abs. 2 Bst. c, und nur 2% überschreiten die Grenze von 1'000 Zeichen, ohne einen konformen

Sendungsbezug auszuweisen. Der Anteil an konformen Newsportal-Textbeiträgen ist bei RTS sowie RSI mit jeweils 97% nur unwesentlich tiefer als bei SRF mit 98%.

Das **Kriterium der A/AV-Verknüpfung** in 75% aller Textbeiträge, die nicht älter als 30 Tage sind (Art. 18 Abs. 2 Bst. d), wird in den drei Online-Angeboten der SRG mit durchschnittlich 91% **deutlich übertroffen**. Sowohl SRF (durchschnittlich 94%), als auch RTS (91%) und RSI (86%) erfüllen die Konzessionsvorgabe über alle 12 Monate des Jahres 2020. Auch wenn das Angebot der italienischen Schweiz einen leichten Rückstand auf die anderen beiden Portale ausweist, liegt RSI mehr als 10% über dem in der Konzession festgelegten Kriterium.

Für die Linkanalyse hat Publicom, zwecks Überprüfung des **Kommerzialisierungspotenzials**, in den SRG-Auftritten gut **53'000 externe Links** von **1'243 Domains** identifiziert. Diese elektronischen Verbindungen wurden nach ihrer Verbindungshäufigkeit und nach fünf funktionalen Kategorien klassiert: Links auf Drittanbieter mit **direktem Werbebezug** (bspw. Adserver) wurden **keine gefunden**. Diese hätten ein ausserordentlich hohes Kommerzialisierungspotenzial und wären vom weitgehenden Werbe- und Sponsoringverbot der SRG sanktioniert.

In der zweiten, kritischen Kategorie befinden sich externe Links auf **E-Shops**, von denen Publicom gut 2'000 identifiziert hat, die sich auf 37 Domains verteilen. Der grösste Teil entfällt auf exlibris.ch, der Betreiberin des SRF-Shops. Da der SRG der Verkauf eigener Sendungen und Produkte ausdrücklich gestattet ist, sind diese Verlinkungen unbedenklich. Ein manifester Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial ist die Einbindung der SRG in die Partnersysteme von Drittanbietern, sobald diese in der URL des Links mit einer sogenannten Affiliate-ID erkennbar sind. Hinweise auf ein solches Partnersystem gibt es im Jahr 2020 in keinem der drei untersuchten SRG-Online-Angebote.

Die anderen drei Link-Kategorien, technische Dienste mit und ohne Inhalte, sowie Links zu Inhalten Dritter haben ein deutlich geringeres Kommerzialisierungspotenzial, und sie geben auch keinen Anlass zu Diskussionen bezüglich der Konzessionskonformität.

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	2
1. Auftrag und Methode.....	6
1.1. Ausgangslage und Auftrag	6
1.2. Rechtliche Anforderungen und Fragestellungen	6
1.3. Beurteilung der Konzessionskonformität	7
1.4. Gliederung Jahresbericht	8
1.5. Methodik	9
1.5.1. Untersuchungsanlage und Vorgehen	9
1.5.2. Instrumentarium und Technologie.....	11
1.5.3. Untersuchungseinheiten und Erhebungsumfang	11
1.5.4. Reliabilität der Codierentscheidungen	14
2. Strukturanalyse der SRG Online-Angebote	16
2.1. Aufkommen	16
2.1.1. Beiträge	16
2.1.2. Sendungsbezüge.....	18
2.1.3. Externe Links und Domains.....	19
2.2. Formale Strukturmerkmale	20
2.2.1. Grundstruktur.....	20
2.2.2. Newsportal	22
2.2.3. Sendungsbezüge.....	26
2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale.....	27
3. Konzessionskonformität.....	30
3.1. Längenbeschränkung im Newsportal (Art. 18 Abs. 2 Bst. c).....	30
3.2. A/AV-Verknüpfung (Art. 18 Abs. 2 Bst. d)	33

4. Linkanalyse (Art. 18 Abs. 2 Bst. f)	35
4.1. Angebote mit Werbebezug	38
4.2. Links zu E-Shops.....	38
4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte.....	43
4.4. Technisch integrierte Inhalte.....	44
4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter	46
Anhang: Glossar	51

1. Auftrag und Methode

1.1. Ausgangslage und Auftrag

Die schweizerische Bundesverfassung richtet an das Rundfunksystem einen **Leistungsauftrag**¹, der auf nationaler bzw. sprachregionaler Ebene durch die SRG SSR (SRG), auf lokaler Ebene durch private Veranstalter sichergestellt wird. Das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG), die Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) und die **Konzession** konkretisieren den Leistungsauftrag für die SRG.²

Wie viele europäische Länder reguliert die Schweiz auch die **Online-Aktivitäten** der öffentlichen Rundfunkanbieterin. Die SRG darf, gemäss Art. 18 Abs. 2 der Konzession, Online-Angebote nur unter bestimmten Bedingungen verbreiten (vgl. Kapitel 1.2). Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) hat die Publicom AG beauftragt, eine **Analyse des SRG Online-Angebotes im Jahr 2020** durchzuführen. Hauptzielsetzung der Analyse ist die Überprüfung, wie die SRG mit ihren Online-Angeboten den **Auftrag** der Konzession umsetzt. Ausserdem gibt die Studie einen Einblick in die **Angebotsstruktur** der SRG Online-Auftritte.

1.2. Rechtliche Anforderungen und Fragestellungen

Die vorliegende Studie ermittelt primär die **Konformität** der Online-Angebote der SRG-Unternehmenseinheiten der **Deutschen, Französischen und Italienischen Schweiz**³ mit den Bestimmungen aus Art. 18 Abs. 2 der SRG-Konzession, die am 29. August 2018 in Kraft gesetzt wurden:

Art. 18 Übriges publizistisches Angebot

² Für Online-Angebote gelten folgende Grundsätze:

- a. Den Schwerpunkt bilden Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte.
- b. Online-Inhalte mit Sendungsbezug weisen einen zeitlich und thematisch direkten Bezug zu redaktionell aufbereiteten Sendungen oder Teilen von Sendungen auf. Textbeiträge enthalten die Information, auf welche Sendung sie sich beziehen.
- c. Bei Online-Inhalten ohne Sendungsbezug sind Textbeiträge in den Sparten Nachrichten, Sport und Regionales oder Lokales auf höchstens 1000 Zeichen beschränkt. Diese Einschränkung gilt nicht für das Online-Angebot in rätoromanischer Sprache.
- d. 75 Prozent der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage, sind mit Audio-inhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft.

¹ Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999, Art. 93 Radio und Fernsehen.

² Konzession SRG vom 29. August 2018 (Stand 1. März 2020).

³ rtr.ch, der Online-Auftritt der rätoromanischen Schweiz, ist nicht Gegenstand der vorliegenden Analyse. Mit dem Bundesrats-Beschluss vom 29. Januar 2020 wurde RTR von der Bestimmung zur Längenbeschränkung der Texte ausgenommen (vgl. Art. 18. Abs. 2 Bst. c).

- e. Spiele und Publikumsforen werden nur angeboten, wenn sie einen zeitlich und thematisch direkten Bezug zu einer Sendung haben. Marktplätze dürfen nicht angeboten werden.
- f. Links zu Online-Angeboten Dritter werden ausschliesslich nach redaktionellen Kriterien vorgenommen und dürfen nicht kommerzialisiert werden.
- g. Eigenwerbung ist erlaubt, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dient. Die Nennung von publizistischen Partnerinnen und Partnern bei Ko-produktionen gilt nicht als Sponsoring. Eigenständige Angebote, die Basiswissen vermitteln und sich zeitlich und thematisch direkt auf eine bildende Sendung beziehen, können gesponsert werden und Werbung enthalten, sofern die Sendung in Zusammenarbeit mit nicht gewinnorientierten Dritten hergestellt wird. Die Werbe- und Sponsoringbestimmungen des RTVG und der RTVV gelten sinngemäss.

Das BAKOM interessiert dabei insbesondere

1. wie der inhaltliche und zeitliche **Sendungsbezug** hergestellt wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. b);
2. wie bei nicht sendungsbezogenen Inhalten die **Längenbeschränkung der Texte** eingehalten wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. c);
3. wie das Kriterium der **A/AV-Verknüpfung** eingehalten wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. d);
4. inwieweit **Links** aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f).

1.3. Beurteilung der Konzessionskonformität

Publicom verantwortet die Beschaffung, Erhebung sowie Aufbereitung der Datenbasis zwecks Überprüfung des Auftrags gemäss Art. 18 Absatz 2 der SRG-Konzession. Das Forschungssystem bedient sich eines methodischen und technischen Instrumentariums (vgl. Kapitel 1.5), das darauf angelegt ist, eine möglichst breite und belastbare **Analysegrundlage für die Konformitätsprüfung** zur Verfügung zu stellen: Die laufende Vollerhebung sämtlicher Online-Inhalte der drei SRG-Angebote des Jahres 2020 liefert eine maximal repräsentative Datenbasis, woraus Publicom, unter Zuhilfenahme spezifischer Analyse-Algorithmen und systematischer Qualitätssicherungsmassnahmen, alle erforderlichen **Indikatoren** für die Überprüfung des regulatorischen Auftrags ermittelt.

Auf Basis dieser neutralen Indikatoren wird letztlich die Beurteilung des Ausmasses der **Konzessionskonformität** vorgenommen. Diese konzessionsrechtliche Bewertung **folgt ausschliesslich der Auslegungspraxis des BAKOM**. Die Regulierungsbehörde definiert die Bedingungen, unter welchen ein Online-Beitrag als konform oder als nicht konform mit einer bestimmten Konzessionsvorgaben zu gelten hat. Publicom setzt die Vorgaben der Auftraggeberin um und weist die entsprechenden Resultate aus, sie hat aber **keinerlei Deutungshoheit über die rechtliche Erfüllung** des Auftrags durch die SRG.

1.4. Gliederung Jahresbericht

Die Analyse überprüft die Konformität des SRG Online-Angebots mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 (vgl. Kapitel 1.2). Der vorliegende Schlussbericht zur Untersuchungsperiode des Jahres 2020 ist folgendermassen gegliedert:

Nach der vorgängigen, kurzen Einleitung mit der **Problemstellung** (Ausgangslage, Auftrag, Fragestellungen und rechtliche Anforderungen für die Analyse des SRG Online-Angebots in Kapitel 1.1 bis 1.3) widmet sich das nachfolgende Kapitel 1.5 der angewandten Methodik bzw. den zentralen **Untersuchungskonzepten**: Als erstes wird das forschersiche **Vorgehen** (Kapitel 1.5.1) und das eingesetzte **Instrumentarium** erläutert (Kapitel 1.5.2), anschliessend folgen einige klärende Angaben zu **Untersuchungseinheiten** und **Erhebungsumfang** (Kapitel 1.5.3) und schliesslich ein **Reliabilitätsnachweis** (Kapitel 1.5.4).

Für ein besseres Verständnis und die Definition des Untersuchungsgegenstands findet sich im Anhang ein **Glossar mit den wichtigsten Begriffen** der Studie (ab Seite 59, am Ende des Dokuments).

Der zweite Teil des Berichts legt die **Studienergebnisse** in drei Abschnitten dar:

Zuerst liefert das **Kapitel 2** ab Seite 16 eine **deskriptive Strukturanalyse**, die der Illustration des Aufbaus und von Charakteristika der drei Online-Auftritte der SRG dient. Das Unterkapitel 2.1 beziffert das **Aufkommen** für die drei Untersuchungseinheiten – zuerst der Online-Beiträge (Kapitel 2.1.1), dann zu den Sendungsbezügen (Kapitel 2.1.2) und schliesslich der externen Links (Kapitel 2.1.3). Kapitel 2.2 beschreibt die **formalen Strukturmerkmale** der SRG-Auftritte insgesamt (Kapitel 2.2.1), im Newsportal (Kapitel 2.2.2) und von Sendungsbezügen (Kapitel 2.2.3). Kapitel 2.3 gibt schliesslich einen Einblick in **inhaltliche Strukturmerkmale** (inhaltliche Bereiche und Themenfelder).

Kapitel 3 liefert ab Seite 30 die Hauptbefunde zur **Konformität** mit zwei Bestimmungen der SRG-Konzession: Als erstes wird in Kapitel 3.1 die Vorgabe der **Längenbeschränkung im Newsportal** (Art. 18 Abs. 2 Bst. c) überprüft. Anschliessend wird in Kapitel 3.2 das **Kriterium der A/AV-Verknüpfung** (Art. 18 Abs. 2 Bst. d) analysiert.

Kapitel 4 umfasst ab Seite 35 die **Linkanalyse** und legt dar, inwieweit externe Links aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f). Dabei werden elektronische Verbindungen anhand von vier Kategorien untersucht: Angebote mit **Werbebezug** (Kapitel 4.1), Links zu **E-Shops** (Kapitel 4.2), **technische Dienstleistungen ohne Inhalte** (Kapitel 4.3), **technisch integrierte Inhalte** (Kapitel 4.4) und letztlich klickbare **Links zu Inhalten Dritter** (Kapitel 4.5).

1.5. Methodik

1.5.1. Untersuchungsanlage und Vorgehen

Zur Analyse des SRG Online-Angebots im Jahr 2020 kommt eine **computergestützte Form der quantitativen Inhaltsanalyse** zur Anwendung. Dabei bedient sich die von Publicom entwickelte Methodik nicht allein automatisierter Kategorisierungen, sondern sie integriert computergestützte und manuelle Arbeitsschritte, unter Anwendung eines einheitlichen Codebuchs und nach wissenschaftlichen Grundsätzen, in gemeinsame Codierprozesse.

Aufgrund der spezifischen Problematik von Web-Analysen (Dynamik und Flüchtigkeit der Inhalte, hohes Datenaufkommen) begegnen statische, stichprobenbasierte Ansätze grossen methodischen Hürden (vgl. Kapitel 1.5.3). Folglich ist die Untersuchung als **laufende Vollerhebung der Grundgesamtheit** angelegt. Dies ermöglicht die Analyse **sämtlicher Online-Inhalte**, welche die SRG 2020 publiziert hat. Stichproben werden nur zu Qualitätssicherungszwecken gezogen.

Unterschieden wird dabei eine **redaktionelle Analyse**, welche die Punkte 1 bis 4 der Forschungsfragen bearbeitet⁴ und auf der Untersuchungseinheit einzelner Online-Beiträge basiert, und für Punkt 5 eine **Linkanalyse**⁵, die externe Verlinkungen untersucht. Die Analyseprozesse sind in eine integrierte Forschungsanlage eingebunden (vgl. Abbildung 1, nächste Seite):

Im ersten Schritt bestimmt das System **automatisch** die angeforderten Ausprägungen aller Untersuchungsvariablen. Für diese Indexierung bedient sich die Software spezifischer Algorithmen, die auf den Operationalisierungen des projektspezifischen Codebuchs basieren. Sämtliche Kategorisierungen bewertet das System anschliessend mithilfe hinterlegter Regelwerke hinsichtlich ihrer Validität, bzw. der Wahrscheinlichkeit, dass die computerbasierten Codierentscheidungen auch tatsächlich zutreffend sind.

Unklare Fälle gelangen an das Lektorat zur **manuellen Nachcodierung**. Dort werden sie durch projektspezifische Lektoren mittels festgelegter **Qualitätssicherungsrouitinen** (bzw. "Kopfarbeit") – anhand desselben Codebuchs – geprüft, austariert und ergänzt. Im gesamten Datenstamm werden zudem systematisch Stichproben und auffällige Befunde überprüft. Zentrales Mess- und Steuerungsinstrument für den integrierten Forschungsprozess sind institutionalisierte **Reliabilitätstests**. Werden in den Such- oder Analyse-Algorithmen Fehler bzw. Lücken entdeckt, nimmt die Projektleitung die notwendigen Anpassungen vor. Die Analysequalität steht damit in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

⁴ Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Art. 18 Abs. 2 Bst. e der SRG-Konzession, vgl. Kapitel 1.2

⁵ Art. 18 Abs. 2 Bst.f der SRG-Konzession, vgl. Kapitel 1.2

Abbildung 1: Integriertes System für Analyse SRG Online-Angebot – schematische Projektanlage



Für die Messung von Strukturkriterien⁶, wie sie im vorliegenden Fall grösstenteils gefordert ist, liefert das computergestützte Verfahren **perfekt reliable**⁷ und – dank wirkungsvollen Qualitätssicherungsmassnahmen – auch **hoch valide** Forschungsergebnisse (vgl. Kapitel 1.5.4).

⁶ z.B. die Identifikation von Audio- bzw. audiovisuellen Inhalten oder die Zeichenzählung in Texten.

⁷ Codiererbedingte Fehler (wie z.B. Ermüdungseffekte) können grösstenteils ausgeschlossen werden.

1.5.2. Instrumentarium und Technologie

Als übergreifende Grundlage für die automatischen und manuellen Codierprozesse wurden die Forschungsfragen zunächst in Variablen und Ausprägungen (Kategorien) übersetzt und in einem **Codebuch** festgelegt. Diese Operationalisierung knüpft an bei den Anforderungen für Online-Angebote im Artikel 18 Abs. 2 der SRG-Konzession (Stand 1. März 2020) und den dazugehörigen Erläuterungen.⁸

Für die Datenbeschaffung, -erhebung und Qualitätssicherung hat Publicom, in Zusammenarbeit mit der Partnerfirma Eurospider Information Technology AG, ein projektspezifisches Softwarepaket bereitgestellt. Dieses umfasst im Kern einen **Webcrawler**, der **stündlich** die Online-Angebote der SRG nach vorgegebenen Kriterien absucht, um neu publizierte oder veränderte Inhalte auszufiltern, zu sichern und nach Vorgabe des Codebuchs zu indexieren. Integrale Bestandteile der Software sind ausserdem ein **Lektorats-Tool** (Datenerfassung für manuelle Codierung) und ein **Qualitätssicherungs-Dashboard** (v.a. laufende Reliabilitätstests). Das integrierte System vermeidet Datenbrüche, minimiert Fehlcodierungen (durch automatische Plausibilitätschecks), es erleichtert Nachcodierungen und liefert eine lückenlose Dokumentation sämtlicher Aktivitäten (Nachvollziehbarkeit).

1.5.3. Untersuchungseinheiten und Erhebungsumfang

Analyseeinheiten

Primäre Untersuchungseinheiten der redaktionellen Analyse sind (aus Nutzersicht) inhaltlich zusammengehörige **Online-Beiträge** auf einzelnen Webseiten (mit eigener URL). Zur Untersuchungseinheit "Beitrag" gehört der vom Betrachter direkt wahrnehmbare Inhalt, der meist in den hauptsächlichen Contentbereich der Webseiten eingepflegt ist, mit allen integrierten Elementen (Text, Audio, Video, Bild, Grafik, Verlinkungen usw.).⁹

In Zusammenhang mit den Beiträgen wird zusätzlich die (Sub-)Analyseeinheit "**Sendungsbezug**" erhoben und nach spezifischen Kriterien untersucht. Als Sendungsbezüge gelten Hinweise in textlicher Form und/oder durch Integration bzw. Verlinkung von Audio- oder audiovisuellen (A/AV-) Inhalten, die auf "*redaktionell aufbereitete Sendungen oder Sendeteile*" (Art. 18 Abs. 2 Bst. b) verweisen. Dabei handelt es sich weitgehend um Sendungen, die in den TV- oder Radio-

⁸ Konzession für die SRG SSR: Erläuternder Bericht (UVEK, 29. August 2018)

⁹ Zur Untersuchungseinheit Online-Beitrag nicht zugehörig sind mögliche zusätzliche Inhalte, die über Links auf weiteren Webseiten zugänglich sind, zudem Leser-Kommentare und andere nutzergenerierte Inhalte sowie alle übrigen, meist funktionalen oder übergeordneten Elemente auf der jeweiligen Webseite (u.a. Navigationsbereiche und standardisierte Teasing-Elemente).

programmen der SRG ausgestrahlt werden.¹⁰ Im Bezug soll eine existierende Sendung¹¹ genannt werden, die eine zeitliche und thematische Nähe zum betreffenden Beitrag aufweist.

Untersuchungseinheiten der Linkanalyse sind **externe Verlinkungen**, d.h. elektronische Verbindungen (URLs), die von den SRG-Angeboten auf Webseiten Dritter führen bzw. Inhalte oder Technologien von Drittanbietern in die SRG-Auftritte integrieren.

Der Webcrawler extrahiert die Untersuchungseinheiten "Beitrag" und "externer Link" aus dem Quelltext der jeweiligen Websites. Je nach eingesetzter Technologie und gewählter Präsentationsform bestehen grosse Unterschiede zwischen einzelnen Sprachangeboten, oder auch zwischen Bereichen desselben Angebots. Ausserdem können jederzeit neue Formen oder Technologien auftauchen. Deshalb wurde pro SRG-Auftritt ein **spezifisches Regelwerk** für die Identifikation und Aufbereitung der Datenbasis aufgesetzt und kontinuierlich gepflegt.

Untersuchtes Online-Angebot

Die Analysen umfassen die SRG-Online-Angebote von drei Sprachregionen:

- > **sf.ch** (Deutsche Schweiz)
- > **rts.ch** (Französische Schweiz)
- > **rsi.ch** (Italienische Schweiz)

Vollerhebung des SRG Online-Angebots

Die medienpezifischen Eigenheiten des Internets stellen grosse **methodische Herausforderungen** an Inhaltsanalysen – insbesondere bei der Bestimmung der Analysebasis: Die **Dynamik** des Webs bringt eine sich stets verändernde Grundgesamtheit mit sich, weshalb deren statische Definition (Stichprobe) immer nur eine **Momentaufnahme** sein kann, die für kurze Zeit verfügbar war (z.B. an einem Stichtag) und schnell an Aktualität verliert. Zusätzlich muss bei jeder Ziehung einer Codierungsgrundlage aus meist äusserst heterogenen und sehr **umfangreichen Webangeboten** die Frage nach der notwendigen **Stichprobengrösse** beantwortet werden. Um eine hohe Repräsentativität zu garantieren, die Verzerrungen der Ergebnisse möglichst vermeidet, benötigt man Kenntnisse über die aus Forschungssicht relevanten Verteilungen in der Grundgesamtheit, die (im besten Fall) nur mit grossem Aufwand zu generieren wären. Im vorliegenden Forschungsprojekt

¹⁰ Unter festgelegten Bedingungen sind auch Bezüge zu Internet-Livestreams aus den SRG-Angeboten und zu Radio- oder TV-Programmen der SRG zugelassen.

¹¹ Zu diesem Zweck hat Publicom eine Liste aller Sendungen der Radio- und TV-Programme der SRG erstellt und laufend aktualisiert. Das Verzeichnis umfasst fast 700 Einträge mit zulässigen Sendungen für die Bezugnahme (Whitelist). Hinzu kommt eine Blacklist mit rund 40 Einträgen. Die Sendungsnennungen in den Bezügen werden mit diesen Listen abgeglichen und je nach Befund als konform (Whitelist) oder nicht konform (Blacklist) kategorisiert.

müsste für eine adäquat geschichtete Zufallsstichprobe über das gesamte SRG-Angebot wohl eine Fallzahl in den Tausenden gewählt werden.

Die Publicom-Untersuchungsanlage begegnet diesen webspezifischen Hürden mit einer **laufenden Vollerhebung** aller Beiträge, Sendungsbezüge und externen Links, die zwischen dem **1. Januar und 31. Dezember 2020** auf den Online-Angeboten der SRG publiziert wurden. Daraus resultiert eine umfassende Analysegrundlage für die Konformitätsbeurteilung (Online-Angebot auf srf.ch, rts.ch und rsi.ch der gesamten Untersuchungsperiode 2020):

- > **Online-Beiträge:** N= 238'238
- > **Sendungsbezüge:** N= 128'104
- > **Externe Links:** N= 53'454

Diese laufende Vollerhebung aller relevanten Inhalte bringt grosse methodische Vorteile: Sie liefert valide Befunde für die **Grundgesamtheit**, strukturelle Verzerrungen durch zu kleine oder ungünstig gewichtete Stichproben können gänzlich ausgeschlossen werden. Hinzu kommt der Vorteil der **laufenden Datenbeschaffung**, welche die dynamischen Webinhalte nahe an ihrem tatsächlichen Nutzungszeitpunkt erfasst und hinsichtlich Konzessionskonformität kategorisiert.¹² Daraus resultieren jederzeit aktuelle Ergebnisse, für das gesamte Kalenderjahr oder beliebige andere Zeiträume.¹³ Das grosse Defizit überholter, unvollständiger Befunde aus statischen Stichtagserhebungen fällt ebenfalls weg.

Wie bereits dargelegt, werden Online-Inhalte durch ihre **Dynamik** charakterisiert. Dies betrifft nicht nur die Grundgesamtheit, sondern auch jede einzelne Untersuchungseinheit. Denn Webseiten sind – im Gegensatz zu einer gedruckten Tageszeitung – infinit, d.h. sie können nach der Publikation jederzeit korrigiert, ergänzt oder auch gelöscht werden. Um den Eigenheiten redaktioneller Publikationsprozesse im Web besser zu entsprechen, speichert das System für die Analyse der SRG Online-Angebote deshalb von jedem Beitrag **zwei Versionen** zu unterschiedlichen Zeitpunkten – einerseits den "Anfangszustand" beim erstmaligen Crawling des Beitrags und

¹² Dies ermöglicht u.a. die differenzierte Beurteilung der – von der Konzession in Art. 18 Abs. 2 Bst. c geforderten – zeitlichen Nähe von Sendungsbezügen in Online-Beiträgen.

¹³ So kann bspw. die – in der Konzession in Art. 18 Abs. 2 Bst. d konstituierte – 30 Tage-Periode für A/AV-Verknüpfungen anhand jedes beliebigen Kalendertags überprüft werden.

andererseits seine "Endversion", um 2 Uhr morgens am übernächsten Tag.¹⁴ Beide Versionen bilden die Grundlage für die Analysen, insbesondere zur Beurteilung der Konzessionskonformität.¹⁵

1.5.4. Reliabilität der Codierentscheidungen

Wie bereits beschrieben (vgl. Kapitel 1.5.1), wurden die vom System automatisch veranlagten Codierentscheidungen laufend mittels Qualitätssicherungsroutrinen überprüft und verbessert. Zentrales Instrument sind dabei institutionalisierte **Tests der Intracoder-Reliabilität** zwischen Mensch und Maschine.

Abgesehen von diesen Massnahmen in den laufenden Forschungsprozessen wurde ein zusätzlicher Intracoder-**Reliabilitätstest** durchgeführt, auf der Grundlage einer unabhängigen, geschichteten Stichprobe¹⁶ von **1'260 Beiträgen** aus den drei Online-Angeboten (SRF: N=512; RTS: N=296; RSI: N=452). Zu diesem Zweck wurde die Übereinstimmung der Codierentscheidungen zwischen Mensch und Maschine auf 12 zentralen Erhebungsdimensionen sowie Teil- und Konformitätsindikatoren überprüft und auf den drei Ebenen Beitrag, Sendebzueg und Konzessionskonformität¹⁷ ausgewiesen.

Die Beitragsebene umfasst drei (formale) Erhebungsdimensionen und einen Teilindikator (vgl. Tabelle 1). Die Überprüfung der Übereinstimmung hinsichtlich Sendungsbezügen schliesst sieben Variablen mit ein (eine Erhebungsdimension und sechs Teilindikatoren, vgl. Tabelle 2). Und der Reliabilitätstest auf Konformitätsebene weist schliesslich die Übereinstimmung für die beiden zentralen Hauptindikatoren aus (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 1: Reliabilitätskoeffizienten – Beiträge

Basis: Stichprobe von 1260 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=514), RTS (N=298) und RSI (N=452)

Online-Angebot	A/AV eingebunden	Zeichengrenze	Textbeitrag	Textbeitrag in Newsportal (TI)	Durchschnittliche Übereinstimmung
SRF	99%	100%	100%	100%	100%
RTS	100%	100%	100%	99%	99%
RSI	100%	100%	100%	100%	100%

Publicom 2021

¹⁴ Die Nachvollziehbarkeit von Befunden, die sich auf den Anfangszustand eines Beitrags beziehen, kann in Einzelfällen beeinträchtigt sein. Publicom schätzt, dass sich diese Unschärfe im tiefen einstelligen Prozentbereich bewegt.

¹⁵ Dies ermöglicht die Überprüfung von Beitragsrevisionen – z.B. den Zeitpunkt des Überschreitens der 1000 Zeichen-Grenze (gem. Art. 18 Abs. 2 Bst. c) und eine allfällige nachträgliche Ergänzung von Sendungsbezügen inkl. zeitlicher Nähe zum Aktualisierungszeitpunkt.

¹⁶ Gewichtet nach Gesamtaufkommen im redaktionellen Angebot der Portale (ohne Play).

¹⁷ Konformität nach Art. 18 Abs. 2 Bst. c (Längenbeschränkung im Newsportal) und Art. 18 Abs. 2 Bst. d (Kriterium der A/AV-Verknüpfung).

Tabelle 2: Reliabilitätskoeffizienten – Sendungsbezüge

Basis: Stichprobe von 1260 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=514), RTS (N=298) und RSI (N=452)

Online-Angebot	Sendungsnennung	Konformität Sendung (TI)	Konformität Datumsnennung (TI)	Konformität Zeitnennung (TI)
SRF	90%	92%	94%	89%
RTS	95%	96%	95%	89%
RSI	95%	100%	100%	100%

Online-Angebot	Konformität Bezugsdeklaration (TI)	Konformität zeitliche Nähe (TI)	Konformität Sendungsbezug (TI)	Durchschnittliche Übereinstimmung
SRF	89%	88%	84%	89%
RTS	91%	84%	85%	90%
RSI	100%	98%	98%	99%

Publicom 2021

Tabelle 3: Reliabilitätskoeffizienten – Konzessionskonformität nach Art. 18 Abs. 2 Bst. c und Bst. d

Basis: Stichprobe von 1260 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=514), RTS (N=298) und RSI (N=452)

Online-Angebot	Längenbeschränkung (Hauptindikator Art. 18 Abs. 2 Bst. c)	A/AV-Verknüpfung (Hauptindikator Art. 18 Abs. 2 Bst. d)
SRF	88%	99%
RTS	88%	98%
RSI	98%	98%

Publicom 2021

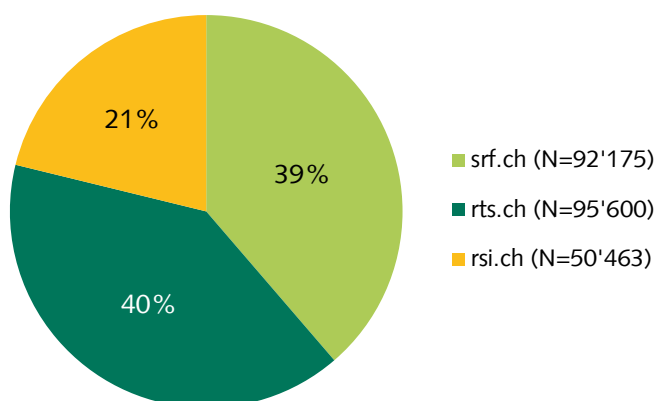
2. Strukturanalyse der SRG Online-Angebote

2.1. Aufkommen

2.1.1. Beiträge

Aus den Online-Aktivitäten der SRG-Auftritte der Deutschen, Französischen und Italienischen Schweiz resultierten im Untersuchungsjahr 2020 insgesamt mehr als **238'000 Beiträge** mit eigenständigem Inhalt (N=238'238, vgl. Abbildung 2).¹⁸ Die umfangreichste Publikationstätigkeit entfaltete der französischsprachige Auftritt (rts.ch), mit knapp 96'000 Online-Beiträgen bzw. einem Anteil von 40%. Mit einem Volumen von gut 92'000 Beiträgen liegt das Angebot der Deutschen Schweiz fast gleichauf (srf.ch, 39%). Ein weiteres gutes Fünftel, bzw. gut 50'000 Beiträge, stammen aus der italienischen Schweiz (rsi.ch, 21%). Somit haben die drei Online-Angebote der SRG an **jedem Tag** des Jahres 2020 durchschnittlich rund **650 neue Beiträge** publiziert (SRF: 253, RTS: 262, RSI: 138). Das mittlere monatliche Aufkommen liegt bei insgesamt knapp 19'900 neuen Beiträgen (SRF: 7'681, RTS: 7'967, RSI: 4'205).

Abbildung 2: Beitragsaufkommen – nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge (N=238'238), 1.1. bis 31.12.2020



Publicom 2021

Die drei Portale starten in den ersten Monaten des Jahres 2020 mit regen Publikationsaktivitäten (vgl. Abbildung 3). **Mitte Jahr** erfolgt jeweils ein merklicher **Rückgang** des Beitragsaufkommens – zuerst bei srf.ch im Mai und Juni und kurz danach in besonderem Ausmass bei rts.ch (zwischen Juni und Juli). RSI verzeichnet ab Juni nur einen langsamen Rückgang, der sich im August etwas akzentuiert. Im späteren Jahresverlauf stabilisiert sich die Publikationstätigkeit der drei Angebote auf tieferem Niveau. Inwiefern diese insgesamt deutliche Abnahme in der speziellen

¹⁸ Nach Elimination von Duplikaten, weitgehenden Similiken, Broken Links und technischen Artefakten.

Gesamtsituation wegen der Corona-Pandemie begründet ist, oder ob (auch) andere Ursachen dahinterstehen, kann an dieser Stelle nicht abschliessend geklärt werden.

Abbildung 3: Monatliches Beitragsaufkommen mit Play – nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge (N=238'238)

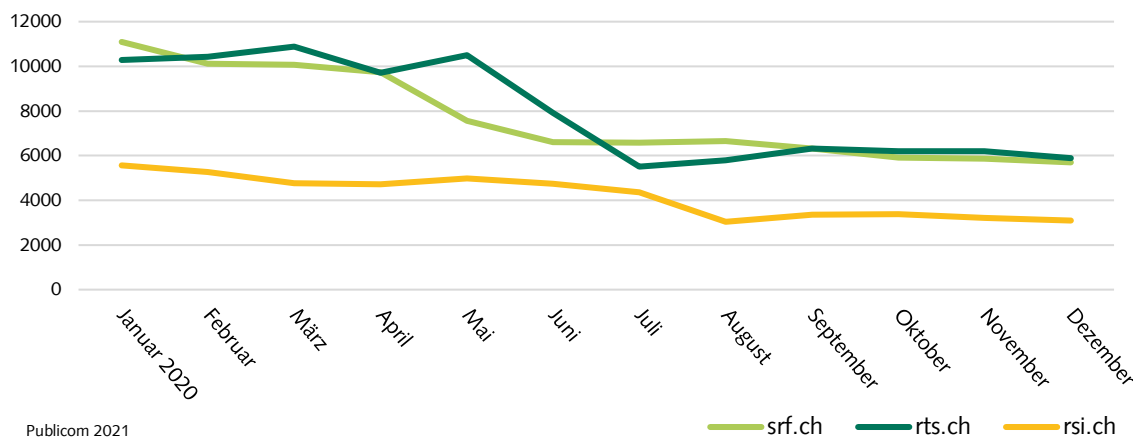
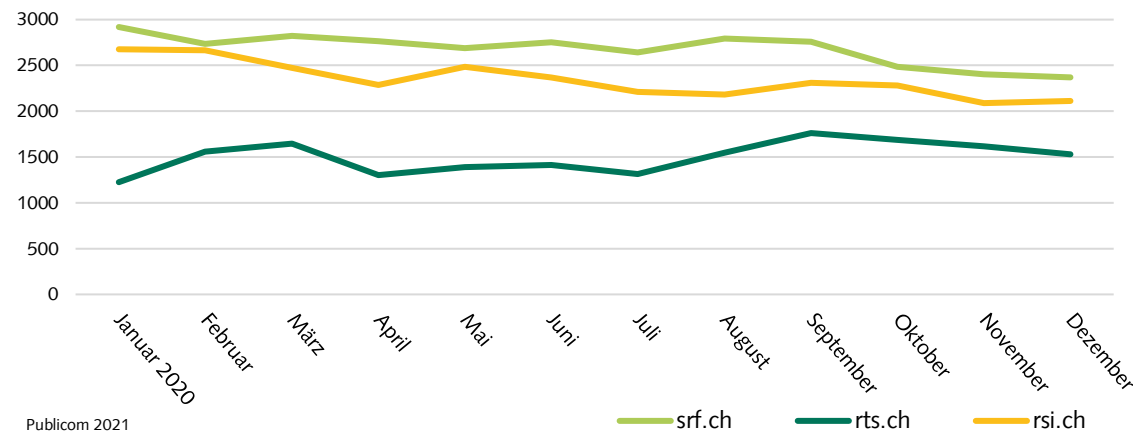


Abbildung 4: Monatliches Beitragsaufkommen ohne Play – nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge ohne Play (N=78'246)



Es zeigt sich jedoch, dass sich dieser sommerliche Einbruch fast nur auf die "**Play**-Portale"¹⁹ konzentriert und dagegen das übrige, meist redaktionelle Online-Angebot davon viel weniger betroffen ist (vgl. Abbildung 4) – auch wenn srf.ch und rsi.ch, über das ganze Jahr gesehen, ebenfalls leichte Abnahmen des Beitragsaufkommens ohne Play verzeichnen. Insgesamt haben die drei

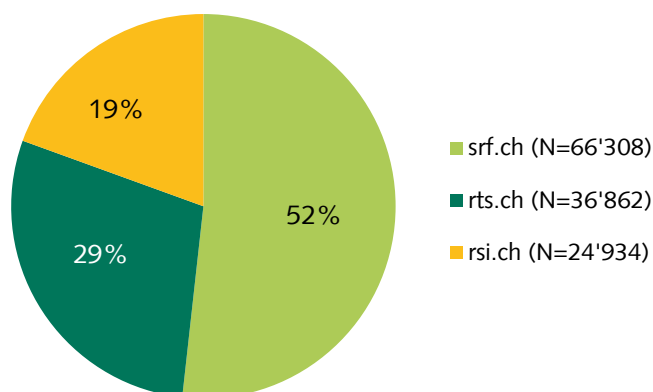
¹⁹ Mit "Play" wird das Audio- und Video-Medienarchiv der SRG-Angebote bezeichnet.

SRG-Angebote im Jahr 2020 ausserhalb der Play-Portale gut 78'000 "redaktionelle"²⁰ Online-Beiträge veröffentlicht, was einem Tagesdurchschnitt von gut 210 Publikationen entspricht (vgl. Abbildung 4). Über die gesamte Periode liegt der Auftritt der **Deutschen Schweiz** (SRF) mit durchschnittlich 88 täglichen Beiträgen knapp vor RSI mit 77, während RTS ausserhalb des Play-Portals ein Tagesvolumen von 49 Beiträgen erreicht.

2.1.2. Sendungsbezüge

Als Grundlage für die Untersuchung der Konzessionsvorgaben gemäss Absatz Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c (vgl. Kapitel 1.2), hat Publicom aus dem redaktionellen Angebot der drei SRG-Auftritte im Jahr 2020 insgesamt gut **128'000 Sendungsbezüge** extrahiert (vgl. Abbildung 5). Davon stammt etwas mehr als die Hälfte von SRF, knapp 30 Prozent entfällt auf RTS, und ein knappes Fünftel der Sendungsbezüge wurde von RSI gesetzt.

Abbildung 5: Aufkommen Sendungsbezüge – nach Online-Auftritt
Basis: alle Sendungsbezüge (N=128'104), 1.1. bis 31.12.2020



Publicom 2021

Nimmt man das redaktionelle Online-Angebot der SRG (ohne Play) als Basis, wurden im Jahr 2020 demnach pro publizierten Beitrag durchschnittlich gut **1.6 Sendungsbezüge** hergestellt. Eine grössere Bezugsdichte haben die Auftritte von **SRF** und **RTS**, mit jeweils knapp **2.1 Bezügen pro Beitrag**. Ein deutlich geringeres Verhältnis weist RSI aus, mit nur knapp gut 0.9 Sendungsbezügen pro redaktionellen Online-Beitrag.

²⁰ Als "redaktionell" wird in diesem Zusammenhang jeder Online-Beitrag verstanden, den die SRG ausserhalb des Medienarchivs Play publiziert. Neben Inhalten aus der Redaktion (News, Hintergründe usw.) gehören dazu u.a. auch Informationen zu Programmen, Sendungen und zur Organisation.

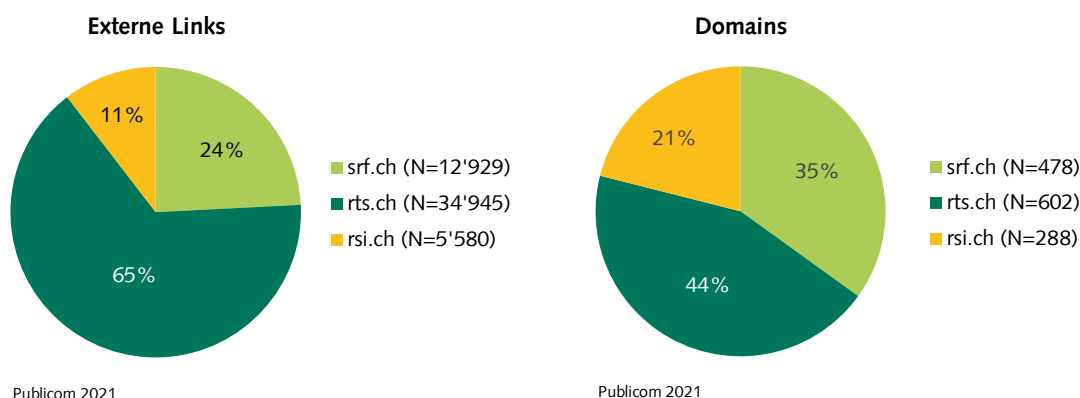
Es ist zu beachten, dass es sich bei den extrahierten Fundstellen um alle formal und inhaltlich erkennbaren **Versuche** handelt, in einem redaktionellen Online-Bericht einen Bezug zu einer Sendung der SRG herzustellen. Auf welche Art diese Sendungsbezüge in den Online-Auftritten hergestellt werden, und inwiefern sie im Sinne der SRG-Konzession als konform gelten oder nicht, das zeigen die nachfolgenden Analysen (v.a. Kapitel 2.2.3 und 3.1).

2.1.3. Externe Links und Domains

Für die Überprüfung, inwieweit **elektronische Verbindungen** aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f), hat Publicom aus den drei Angeboten der SRG im Jahr 2020 gut **53'400 Links** extrahiert, die vom Inhaltsbereich der Online-Beiträge zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (vgl. Abbildung 6). Diese Links verweisen auf **1'243 Internet-Domains**, wovon 125 auf mehreren SRG-Auftritten vorkommen (brutto 1'368 Domains). Somit entfallen im Durchschnitt auf jede Domain 42 externe Links.

Abbildung 6: Aufkommen externer Links und Domains – nach Online-Auftritt

Basis: alle externen Links und verlinkten Domains (N=53'454 bzw. N=1'368), 1.1. bis 31.12.2020



Das Angebot von **RTS** ist für ganze 65% aller gefundenen Links und 44% der Domains verantwortlich (Abbildung 6). Bei 34'945 Verbindungen auf 602 Domains liegt die durchschnittliche Verlinkungshäufigkeit in der Französischen Schweiz bei 58 Links pro Drittangebot. **SRF** setzt am zweithäufigsten externen Link (24%, N=12'929), die auf vergleichsweise viele Domains verweisen (35%, N=478), was einem Durchschnitt von nur 27 Links pro Domain entspricht. **RSI** steht bei 11% aller Verlinkungen (N=5'580) für ganze 21% der extrahierten Domains (N=292) und setzt damit lediglich 19 Verbindungen pro Anbieter.

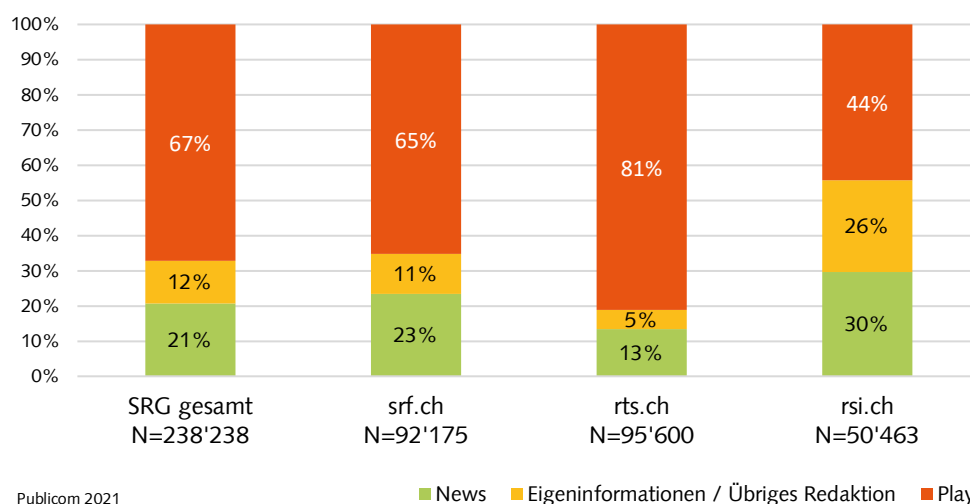
2.2. Formale Strukturmerkmale

2.2.1. Grundstruktur

Wie bereits erwähnt, bestehen die Online-Auftritte der SRG jeweils aus **zwei strukturell getrennten Hauptbereichen**, die sich formal, technisch und inhaltlich stark unterscheiden: Einerseits eine hierarchische Website **Blog**-Stil, primär für die Publikation multimedialer **redaktioneller Inhalte**, die über eine thematische Hauptnavigation zugänglich sind, und andererseits das **Medienportal "Play"**, zum Abspielen von Audio- und audiovisuellem Content aus dem Archiv der SRG. Bei ersterem wird unterschieden zwischen Newsbeiträgen einerseits sowie Eigeninformationen und übrigen redaktionellen Inhalte andererseits (vgl. Abbildung 7). Von regulatorischem Belang sind vor allem die **News**, also Informationen und Hintergründe zum Geschehen in der Welt, aus der Schweiz und den Regionen.

Abbildung 7: Hauptbereiche der Angebote – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge (N=238'238), 1.1. bis 31.12.2020



Im gesamten SRG Online-Angebot liegt der Schwerpunkt auf den **Play-Portalen**, wo im Jahr 2020 zwei Drittel aller Beiträge publiziert wurden (67%, N=159'992, vgl. Abbildung 7). Im **Angebot ausserhalb der Play Portale**, welches ein Drittel aller Beiträge ausmacht (33%, N=78'246), entfällt der grössere Teil auf **News**²¹ (21%, N=49'422). Die restlichen 12% machen SRG-Eigeninformationen und das übrige Angebot aus (N=28'824). Unter den SRG-Eigeninformationen finden sich grossmehrheitlich Inhalte zu Sendungen (Portraits, Übersichtsseiten, Archive, Vorschauen usw.), zu Programmen (z.B. Radio SRF 1 oder RTS Un) oder zu Themen- bzw. Fachbereichen (z.B. RTS "Kids" oder SRF "Dok"). Beiträge mit Unternehmensinformationen (Bereiche

²¹ Eine strukturelle Analyse der Newsportale folgt in Kapitel 2.2.2.

"Über SRF", "À propos de la RTS" oder "Chi siamo") machen 2020 nur knapp ein halbes Prozent der Eigeninformationen aus. Zum übrigen Angebot gehören schliesslich auch alle redaktionellen Beiträge ohne Newsgehalt.²²

Im Vergleich der Online-Auftritte der drei SRG-Unternehmenseinheiten zeigen sich einige **strukturelle Unterschiede**: Bei RTS und SRF liegt das Hauptgewicht auf Play, mit 81% bzw. 65% aller Beiträge, während die Newsportale – v.a. bei RTS mit 13% (SRF: 23%) – einen vergleichsweise geringen Anteil aufweisen. Am wenigsten oft wurden 2020 Eigeninformationen und übrige redaktionelle Inhalte publiziert, insbesondere bei RTS mit nur 5% (SRF: 13%). Etwas gleichmässiger stellt sich die Verteilung bei RSI dar, wo News mit 30% und vor allem auch Eigeninformationen/Übriges (26%) ein grösseres Gewicht erhalten. Demgegenüber hat bei RSI das Play-Portal mit 44% eine geringere Bedeutung als auf rts.ch oder srf.ch.

Die Anforderungen der SRG-Konzession erfordern sowohl in Art. 18 Abs. 2 Bst. c (Längenbeschränkung der Texte) als auch in Art. 18 Abs. 2 Bst. d (Kriterium für A/AV-Verknüpfungen) eine Analyse auf der Grundlage von **Textbeiträgen** (vgl. Kapitel 1.2). Dabei gilt jeder redaktionelle Online-Beitrag mit mehr als 100 Zeichen in Lead und Fliesstext als Textbeitrag. Nicht darunter fallen alle Beiträge in den Play-Portalen, Übersichtsseiten, redaktionelle Beiträge mit einer Textmenge von maximal 100 Zeichen und User generierte Inhalte.

Das untersuchte redaktionelle Angebot (alle Beiträge ohne Play) besteht im Jahr 2020 zu **88%** aus **Textbeiträgen** (N=68'927, vgl. Abbildung 8). Die drei sprachregionalen SRG-Auftritte liegen innerhalb einer Spanne zwischen 96% (SRF) und 77% (RSI). Auch in absoluten Zahlen publizierte SRF die meisten Textbeiträge (N=30'853), gefolgt von RSI (N=21'716) und RTS (N=16'358).

Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. a der SRG-Konzession sollen "**Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte**" den Schwerpunkt der Online-Angebote bilden (vgl. Kapitel 1.2). Die Analyse zeigt, dass die SRG **dieser Vorgabe im Jahr 2020 gerecht** wird (vgl. Abbildung 9): In hohen 96% des untersuchten Gesamtangebots, bzw. in fast 228'000 Beiträgen, ist mindestens ein A/AV-Element integriert.²³ Die deutsche und die französische Schweiz (beides Auftritte mit umfangreichem Play-Portal, vgl. Abbildung 7) liegen bei 97% bzw. 96%, und auch RSI liegt mit 92% nur wenig darunter.

²² Darunter zählt beispielsweise ein Beitrag über das Leben und Wirken von Leonardo Da Vinci, ohne massgebliche Bezugnahme auf ein aktuelles Ereignis (z.B. eine Ausstellung).

²³ D.h. Audioelemente oder Videos werden auf der Webseite entweder direkt oder nach maximal einem Klick abgespielt. Die integrierten A/AV-Inhalte müssen nicht von der SRG stammen.

Abbildung 8: Textbeiträge im redaktionellen Angebot – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=78'246), 1.1. bis 31.12.2020

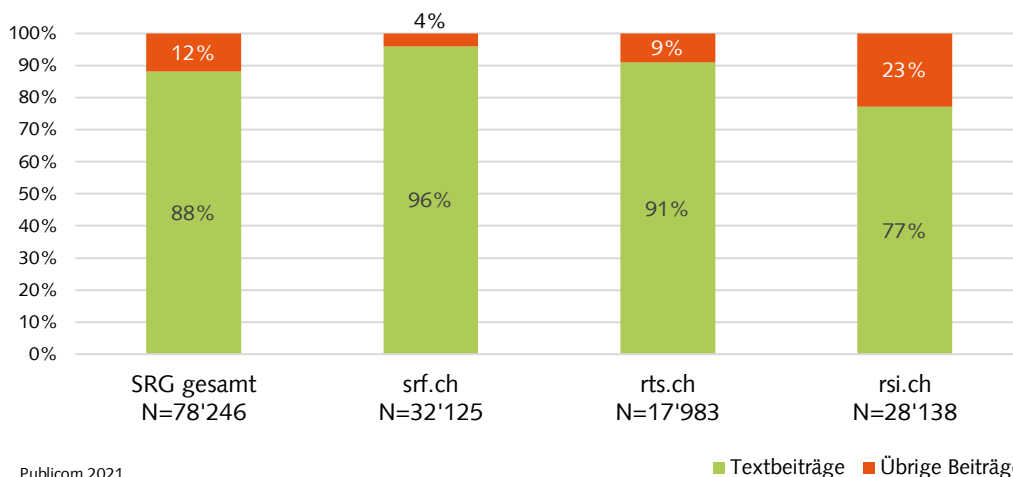
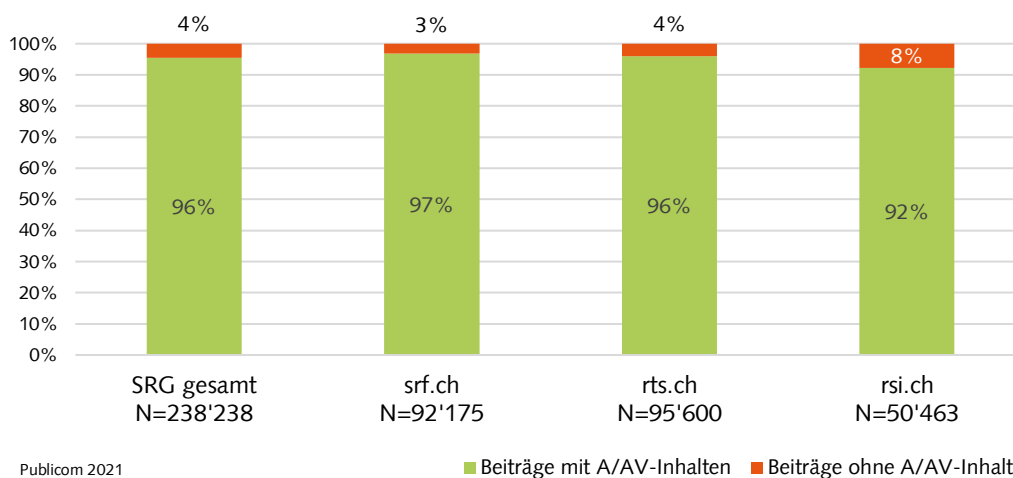


Abbildung 9: Beiträge mit und ohne A/AV-Inhalte – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge (N=238'238), 1.1. bis 31.12.2020



2.2.2. Newsportal

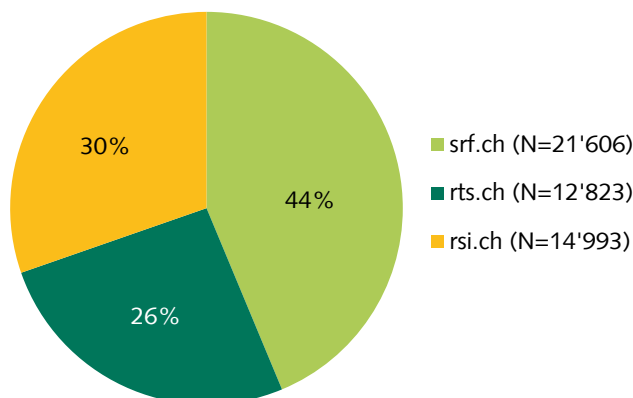
Die SRG betreibt auf ihren Web-Angeboten einen intensiven **aktualitätsorientierten Online-Journalismus**. Die Berichterstattung greift internationale, nationale und regionale Ereignisse auf und verarbeitet sie in multimediale Online-Beiträge. Dieses redaktionelle Informationsangebot prägt die sprachregionalen Auftritte durch eine hohe Visibilität (auf der Startseite) sowie Zugänglichkeit (über die Hauptnavigation). Und mit fast 1.4 Mio. täglichen Besuchern auf srf.ch, rts.ch und rsi.ch finden die Angebote auch eine grosse Beachtung in der Schweizer Öffentlichkeit (NET-Matrix-Profile 2020-2, Unique User per Day).

Diese Aktivitäten sind konzessionsrechtlich statthaft, falls bestimmte Bedingungen berücksichtigt werden (vgl. Kapitel Kapitel 1.2). So sind, gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession, nicht sendungsbezogene "Textbeiträge in den Sparten **News, Sport und Regionales/Lokales** auf höchstens **1'000 Zeichen** beschränkt".

Alle drei SRG-Auftritte pflegen einen strukturell eigenständigen Bereich "**News**" (bzw. "Info" bei RTS), der laufend aktualisiert wird. Dieser bildet, zusammen mit anderen Ressorts wie bspw. **Sport** und **Kultur**²⁴, die Basis für die zu analysierenden Newsportale. Als konzessionsrelevant gelten allerdings nur **Online-Beiträge mit Newsgehalt**, die Informationen über ein aktuelles Ereignis enthalten.²⁵

Der Einfachheit halber wird hier die Gesamtheit der konzessionsrelevanten, aktualitätsbezogenen Beiträge als "**Newsportal**" bezeichnet. In der Folge werden nun die strukturelle Hauptcharakteristika der drei Newsportale dargelegt:

Abbildung 10: Aufkommen in Newsportalen – nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge im Newsportal (N=49'422), 1.1. bis 31.12.2020



Publicom 2021

Im Jahr 2020 wurden in den **Newsportalen** der SRG insgesamt gegen **50'000 Online-Beiträge** publiziert (N=49'422, Abbildung 10). Mit knapp 22'000 Beiträgen, bzw. einem Anteil von 44%, entfaltete **SRF** die intensivsten Publikationsaktivitäten der drei Newsportale. Der italienischsprachige Auftritt (rsi.ch) liegt mit einem Volumen von knapp 15'000 Beiträgen bzw. 30% nur wenig vor RTS, wo 2020 knapp 13'000 Newsbeiträge (26%) veröffentlicht wurden. In den

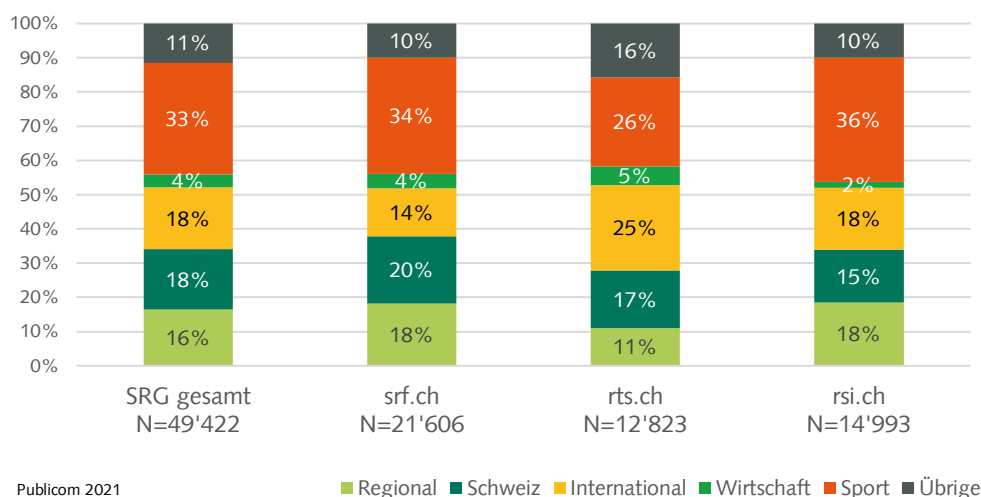
²⁴ Bei RSI kommen noch die Hauptrubriken "Scienza" und "Musica" hinzu.

²⁵ Dies trifft auf die grosse Mehrheit aller Online-Beiträge in den besprochenen Ressorts zu. Beiträge ohne Newsgehalt, die Informationen ohne Bezug zu einem aktuellen Ereignis enthalten, sind am ehesten noch im Ressort Kultur anzutreffen.

Newsportalen der SRG sind 2020 somit **täglich** im Durchschnitt **135 neue Beiträge**²⁶ erschienen (bzw. monatlich gut 4'100).

Die Strukturanalyse orientiert sich an den Hauptrubriken der SRG-Angebote: Insgesamt erhält die Unterrubrik "**Sport**" das grösste Gewicht, mit einem bemerkenswert hohen Anteil von 33% aller Beiträge in den drei SRG-Newsportalen (vgl. Abbildung 11).²⁷ Jeweils 18% aller Online-Beiträge des Newsbereichs entfallen auf "**International**" und "**Schweiz**", und weitere 16% wurden in der Rubrik "**Regional**" publiziert. Eine deutlich geringere Resonanz erhält der Bereich "**Wirtschaft**" (4%). Die restlichen 11% sind in meist kleineren (Spezial-) Rubriken zu finden, die sich je nach Auftritt unterscheiden können.²⁸

Abbildung 11: Struktur in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge im Newsportal (N=49'422), 1.1. bis 31.12.2020



Im Vergleich der drei SRG-Auftritte offenbaren sich einige strukturelle Unterschiede: Das Newsportal von **SRF** legt den Fokus auf **Sport** und auch die **nationale** und die **regionale** Berichterstattung sind leicht übervertreten, wogegen Internationalem etwas weniger Beachtung geschenkt wird.

²⁶ SRF: durchschnittlich 59 Newsportal-Beiträge pro Tag, RSI: 41 pro Tag, RTS: 35 pro Tag.

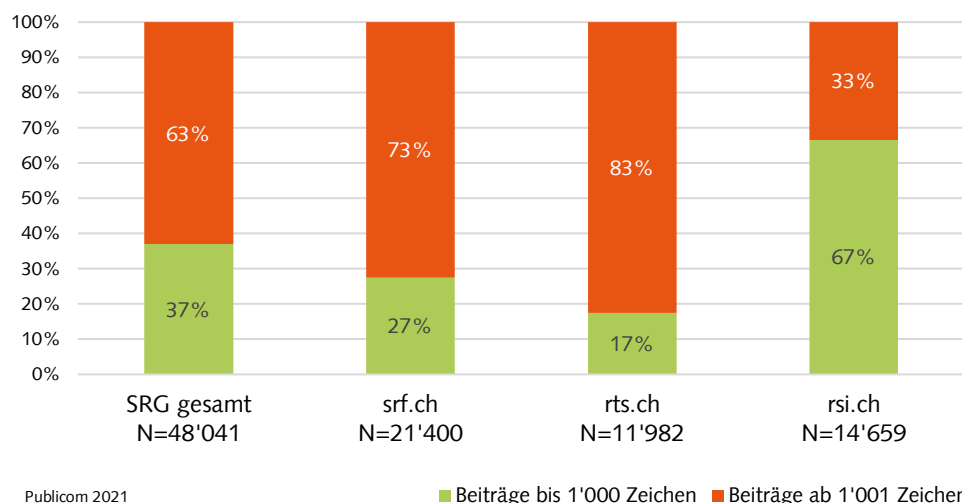
²⁷ Dieser hohe Anteil musste im Corona-Jahr, angesichts des stark reduzierten Sportgeschehens, nicht unbedingt erwartet werden. Aufgrund der Situation, die es der SRG praktisch verunmöglichte "*Online-Sportbeiträge mit einem zeitlich und thematisch direkten Sendungsbezug zu produzieren*", setzte das Bakom für die Sportberichterstattung, zwischen dem 15. März und dem 30. September 2020, den Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession (Längenbeschränkung der Texte) ausser Kraft.

²⁸ Kultur belegt den grössten Anteil unter den übrigen Ressorts.

In der französischen Schweiz hat der **Sport** ein vergleichsweise geringes Gewicht (vgl. Abbildung 11). Er liegt nur knapp vor der **internationalen** Berichterstattung, die bei **RTS** deutlich überrepräsentiert ist. Ausserdem sind die übrigen Rubriken²⁹ stark vertreten, während Regionales deutlich weniger Resonanz findet. Im Portalvergleich zeigt **RSI** den deutlichsten Schwerpunkt beim Sport, wogegen die Bereiche Wirtschaft und Schweiz untervertreten sind.

Textbeiträge **ohne Sendungsbezug** dürfen im Newsportal einen Umfang von **1'000 Zeichen nicht überschreiten** (SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. c, vgl. Kapitel 1.2). Zur Überprüfung dieser Vorgabe hat Publicom im Webcrawler einen **Zähler** integriert, der die Anzahl Zeichen in Lead und Fliesstext extrahiert (ohne Leerschläge).³⁰

Abbildung 12: Zeichenbegrenzung in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=48'041), 1.1. bis 31.12.2020



Betrachtet man nun die Anteile von Textbeiträgen in Newsportalen, welche die **Zeichengrenze überschreiten**, so zeigen sich grosse Differenzen zwischen den SRG-Auftritten (Abbildung 12): Im nationalen Mittel übertreffen 63% der Textbeiträge im Newsportal den Konzessions-Schwellenwert von 1'000 Zeichen. Bei **RTS** (83%) und **SRF** (73%) ist eine Tendenz zu **langen Berichten** auszumachen. Demgegenüber ist das **RSI**-Newsportal von **Kurzberichten** geprägt, mit lediglich einem Drittel Textbeiträge über der Zeichengrenze.

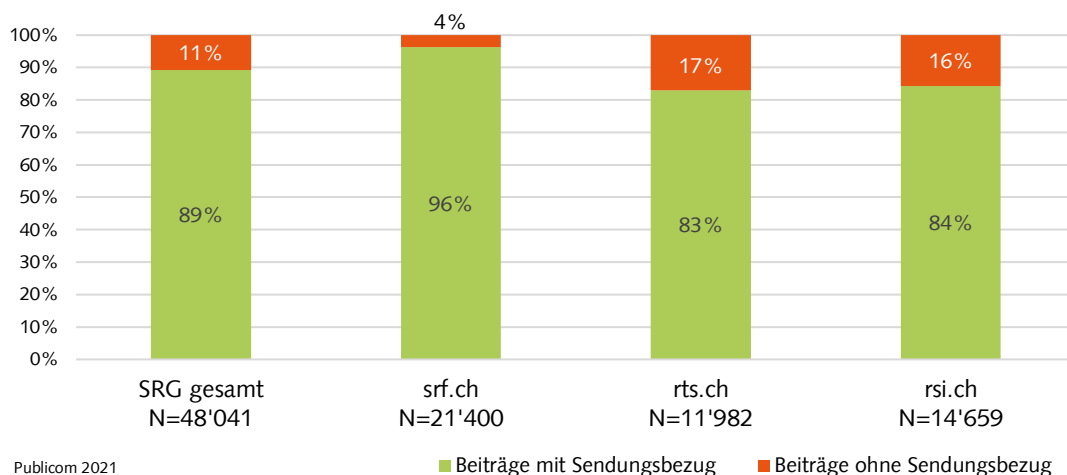
²⁹ Im RTS-Newsportal finden sich überdurchschnittlich viele Beiträge aus den Bereichen Kultur (und, etwas weniger ausgeprägt, auch Wissenschaft/Technik).

³⁰ Weitere Textelemente wie bspw. Headline, Zwischentitel, Bildlegenden oder Quotes werden nicht mitgezählt.

2.2.3. Sendungsbezüge

Die SRG-Konzession unterscheidet zwischen Online-Inhalten **mit und ohne Sendungsbezug**. Beide Varianten sind zulässig, wenn die Anforderungen von Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c (vgl. Kapitel 1.2) erfüllt sind. Abbildung 13 zeigt, wie gross die Anteile von Textbeiträgen mit und ohne Sendungsbezug in den SRG-Newsportalen sind:

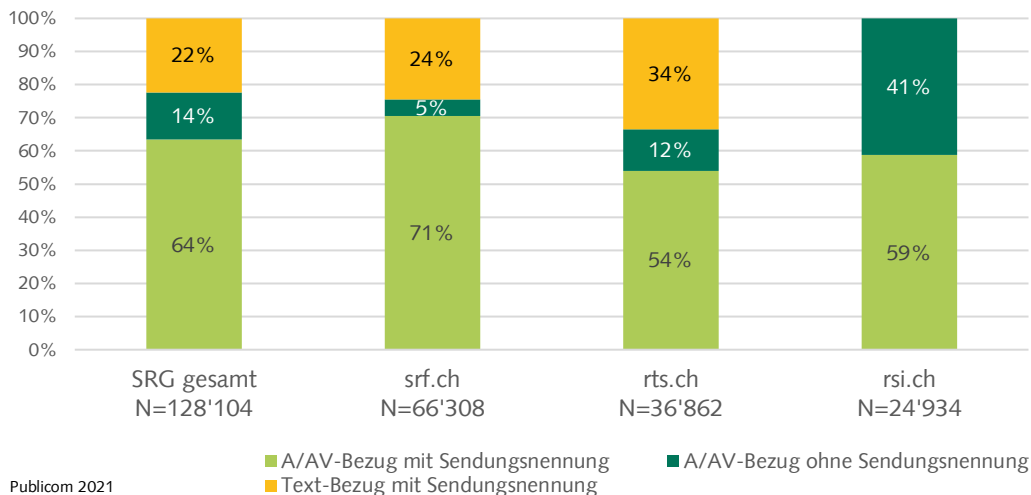
Abbildung 13: Sendungsbezüge in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=48'041), 1.1. bis 31.12.2020



Mit einem Anteil von **89%** überwiegen im Jahr 2020 klar die sendungsbezogenen Textbeiträge (Abbildung 13). Im **SRF-Newsportal** finden sich nur sehr wenige Textbeiträge ohne Bezug, ganze **96%** beinhalten mindestens einen Hinweis auf eine ausgestrahlte Sendung. Auch **RSI** und **RTS** haben in mehr als vier von fünf Online-Beiträgen Sendungsbezüge integriert (84% bzw. 83% mit Bezug) – was beim italienischsprachigen Angebot, angesichts des geringen Anteils von 33% Textbeiträgen über der Zeichengrenze (vgl. Abbildung 12), nicht unbedingt erwartet werden musste.

Grundsätzlich ist es der SRG freigestellt, ob der Bezug zu einer Sendung in rein **textlicher Form** vorgenommen wird oder durch die Integration der jeweiligen Sendung als abspielbare **Audio-** oder **Video-**Datei. Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b der SRG-Konzession müssen Textbeiträge allerdings die Information enthalten, auf welche **Sendung** sie sich beziehen. Publicom hat in den drei untersuchten Online-Angeboten der SRG im Jahr 2020 insgesamt gut 128'000 Sendungsbezüge identifiziert. Abbildung 14 zeigt, wie die SRG diese Sendungsbezüge hergestellt hat. Dabei wird zwischen Textbezügen und Audio- bzw. audiovisuellen Formen (A/AV) unterschieden und zusätzlich angegeben, ob in A/AV-Bezügen eine Sendung genannt wird:

Abbildung 14: Herstellung von Sendungsbezügen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Sendungsbezüge (N=128'104), 1.1. bis 31.12.2020



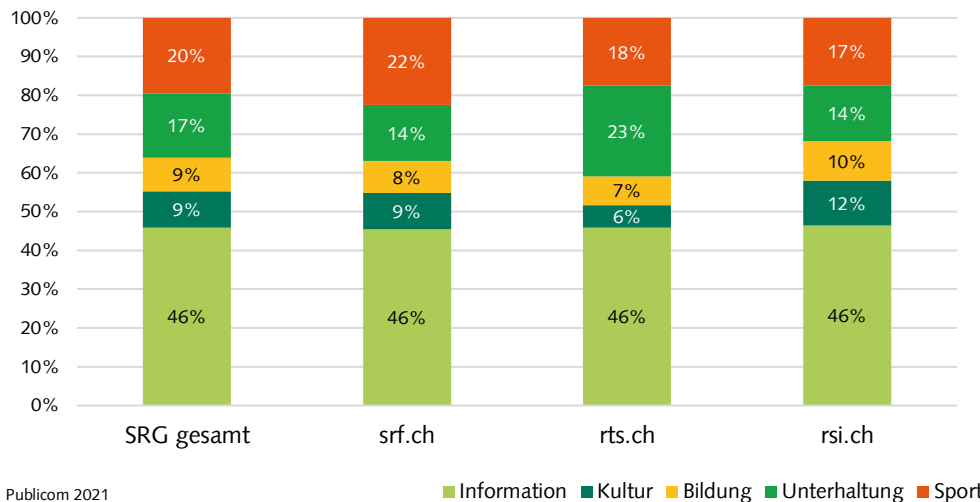
Mit einem Anteil von rund **78%** prägen insgesamt die **multimedialen A/AV-Bezüge** das SRG-Angebot (Abbildung 14). Davon deklarieren 64% den Namen der Sendung, auf die sie sich beziehen. Die restlichen **22%** der Sendungsbezüge werden in **textlicher Form** hergestellt.

In den Auftritten von **SRF** und **RTS** finden sich alle drei Formen von Sendungsbezügen. Allerdings ist der Anteil von Textbezügen im französischsprachigen Angebot mit einem guten Drittel deutlich höher als auf srf.ch (24%). Bei SRF wird in 95% aller Bezüge die jeweils betroffene Sendung genannt, bei RTS liegt dieser Anteil bei 88%. In der italienischen Schweiz (**RSI**) werden dagegen ausschliesslich **A/AV-Bezüge** hergestellt.

2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale

Die Analyse der SRG Online-Angebote übernimmt die Bereiche des publizistischen Angebots, die im 2. Abschnitt der SRG-Konzession (Art. 6 bis Art. 10) vorgegeben sind. Entsprechend wurde das redaktionelle Angebot nach den dort festgelegten Kategorien **Information**, **Kultur**, **Bildung**, **Unterhaltung** und **Sport** anhand von Stichproben manuell überprüft, kategorisiert und hochgerechnet:

Abbildung 15: Struktur nach Bereichen des publizistischen Angebots – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=78'246, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.2020



Im gesamten redaktionellen Online-Angebot der SRG nimmt **Information** mit 46% den grössten Anteil ein (vgl. Abbildung 15). An zweiter Stelle folgt der **Sport** mit 20%, dicht gefolgt von **Unterhaltung** mit 17%. **Kultur** und **Bildung** haben mit jeweils 9% den geringsten Anteil.

Der Vergleich der drei regionalen Auftritte ergibt nur geringfügige Abweichungen: Während die Information überall mit exakt 46% zu Buche schlägt, ist im redaktionellen Angebot von **RTS** die **Unterhaltung** überdurchschnittlich vertreten (auf Kosten des Sports und der Kultur).³¹ SRF hat den höchsten Sportanteil, und bei **RSI** finden im Portalvergleich **Kultur** mit 12% und **Bildung** (10%) eine etwas grössere Resonanz.

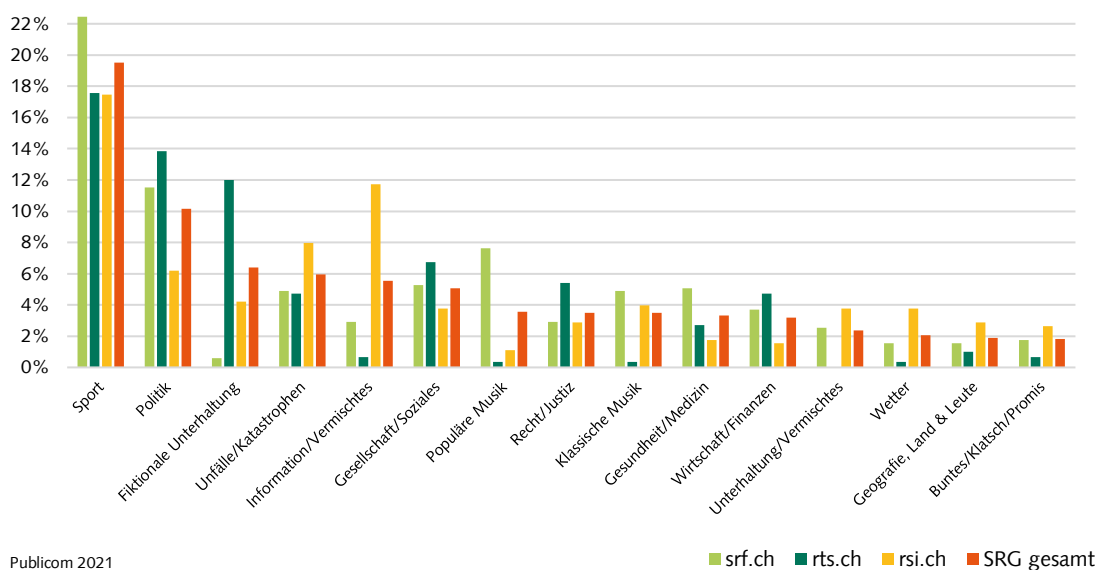
Die inhaltlichen Kategorien basieren auf einer Analyse nach **Themenbereichen**, die Publicom im redaktionellen Angebot vorgenommen hat (vgl. Abbildung 16). Der Bereich **Sport** ist das klar häufigste Thema im redaktionellen Online-Angebot, mit einem Anteil von insgesamt 20%.

Daneben zeigt sich der Schwerpunkt auf **Information**, in den drei SRG-Auftritten stammen 8 der 15 stärksten Themen des Jahres 2020 aus diesem Bereich: **Politik** ist, mit beträchtlichem Rückstand auf Sport, der zweitstärkste Aspekt (10%). Nochmals deutlich dahinter rangieren **Unfälle/Katastrophen** und **Information/Vermischtes** (je 6%), dicht gefolgt von **Gesellschaft/Soziales** mit einem Anteil von 5%. Ebenfalls zum Bereich Information zählen Recht/Justiz, Gesundheit/Medizin und Wirtschaft/Finanzen mit jeweils 3%, sowie das Wetter mit 2%. Als stärkster Aspekt aus

³¹ Ausserhalb des Newsportals finden sich bei rts.ch vergleichsweise viele Vorschauen, Portraits und Verweise auf Sendungen (v.a. Serien, Filme, Radioprogramm)

dem **Unterhaltungsbereich** klassiert sich **Fiktionale Unterhaltung** (Beiträge zu Serien, Filmen usw.) auf Rang 3 mit 6%. Weiter hinten finden sich Populäre Musik (4%), danach Unterhaltung/Vermischtes sowie Buntes/Klatsch/Promis (je 2%). Die häufigsten Themen der Kategorien **Kultur** (Klassische Musik, 3%) und **Bildung** (Geografie, Land & Leute, 2%) rangieren auf Position 9 bzw. 14.

Abbildung 16: Struktur nach Themenbereichen – Top 15 insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=78'246, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.2020



Publicom 2021

In der Themenagenda von **SRF** akzentuieren sich die Schwerpunkte auf **Sport** und **Politik**, und auch Populäre Musik, Klassische Musik, Gesellschaft/Soziales, Gesundheit/Medizin sowie Wirtschaft/Finanzen werden im Deutschschweizer Angebot vergleichsweise häufig thematisiert (vgl. Abbildung 16). **RTS** setzt noch stärker auf die Karte **Politik**, auffallend sind zudem die Aspekte **Fiktionale Unterhaltung**³², Gesellschaft/Soziales, Recht/Justiz und Wirtschaft/Finanzen. Im redaktionellen Angebot von **RSI** sind **Unfälle/Katastrophen** und vor allem **Information/Vermischtes** überdurchschnittlich vertreten.³³ Ähnliches gilt für Klassische Musik und die letzten vier Themen der Rangliste in Abbildung 16.

³² Sendungs- und Programmbeschreibungen haben bei RTS ein grosses Gewicht.

³³ Ersteres ist wohl eine Folge der intensiven und agenturnahen Publikationspraxis mit Kurzberichten, beim zweiten Thema fallen Archiv-Seiten mit einzelnen Ausgaben von thematisch gemischten Nachrichtenmagazinen ins Gewicht, die bei RSI besonders häufig vorkommen.

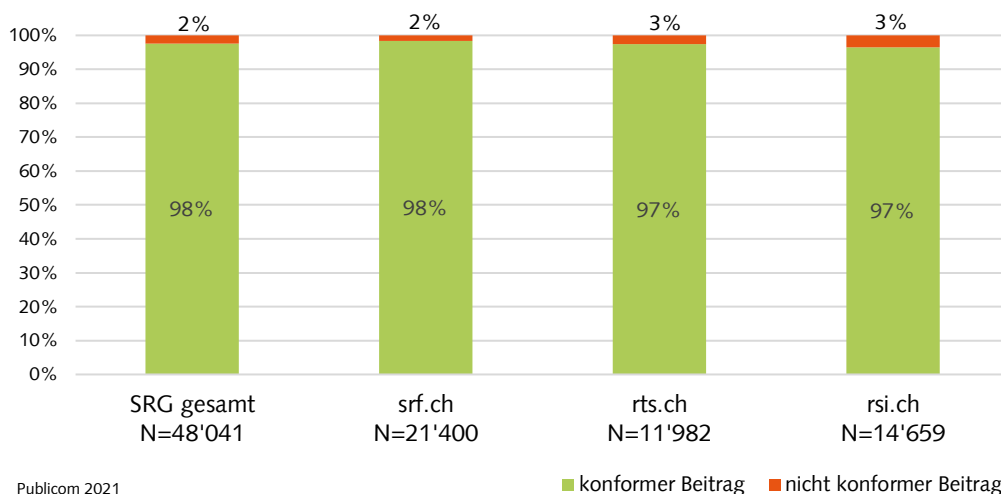
3. Konzessionskonformität

3.1. Längenbeschränkung im Newportal (Art. 18 Abs. 2 Bst. c)

Die Konzession der SRG legt fest, dass Textbeiträge im Newportal auf höchstens 1'000 Zeichen beschränkt sind, wenn sie keinen Sendungsbezug aufweisen.³⁴ Newportal-Textbeiträge **über 1'000 Zeichen** müssen einen **konformen Sendungsbezug** beinhalten (Art. 18 Abs. 2 Bst. c, vgl. Kapitel 1.2). Dafür muss der Online-Inhalt eine **zeitliche** und **thematische Nähe** zur korrespondierenden Sendung aufweisen und die betroffene **Sendung nennen** (Art. 18 Abs. 2 Bst. b).³⁵

In den drei Newportalen der SRG erfüllen im Jahr 2020 insgesamt hohe **98%** aller Beiträge die genannten Anforderungen und sind **konform** mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. c (N=46'883, vgl. Abbildung 12). Davon bewegen sich rund 37% unterhalb der Grenze von 1'000 Zeichen (N=17'738) und 61% liegen darüber (N=29'145). Gut **2%** der Textbeiträge in den drei SRG-Newportalen umfassen mehr als 1'000 Zeichen, erfüllen gleichzeitig nicht alle Konzessionsanforderungen und gelten deshalb als **nicht konform** (N=1'158).

Abbildung 17: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. c: Längenbeschränkung im Newportal – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newportal (N=48'041), 1.1. bis 31.12.2020



Mit knapp **2%** findet sich der kleinste Anteil **nicht konformer** Textbeiträge im Newportal von **SRF** (N=342, Abbildung 17). Die **98% konformen** Textbeiträge (N=21'058) liegen zu einem guten Viertel unter (N=5'880) und zu knapp drei Vierteln über der Zeichengrenze (N=15'178). In

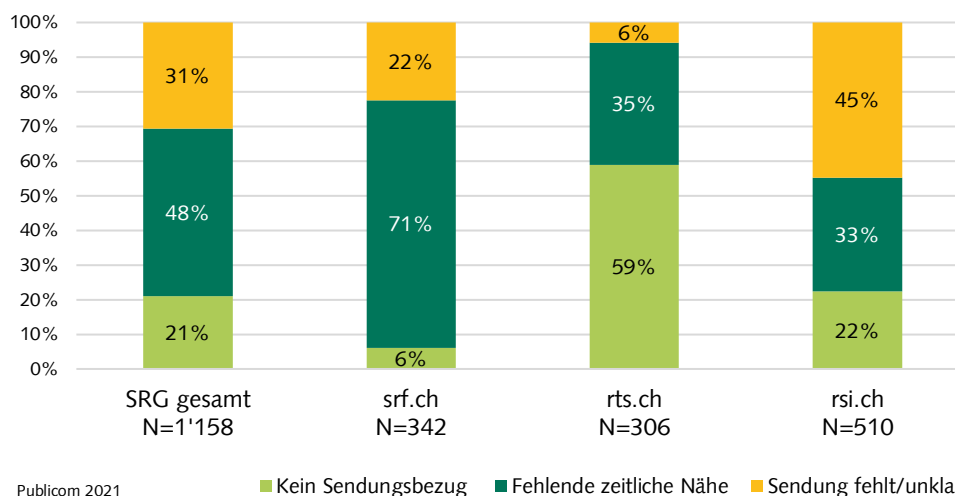
³⁴ Von der Regelung ausgenommen ist das Online-Angebot in rätoromanischer Sprache.

³⁵ Dabei gilt auch die Nennung eines Programms als konforme Sendungsnennung (z.B. "Radio SRF 1").

dieser grossen Anzahl längerer Texte gelingt es SRF demnach, konforme Sendungsbezüge herzustellen. Abbildung 17 zeigt, dass der Anteil **nicht konformer** Textbeiträge auch im Newsportal von **RTS** mit knapp **3%** (N=306) nur geringfügig höher ist wie bei SRF. Daneben umfasst das RTS-Newsportal **97% konforme** Beiträge (N=11'676), wovon ein knappes Fünftel unter der Zeichengrenze (N=2'095) und gute vier Fünftel darüber liegen (N=9'581). Und auch im Newsportal von **RSI** sind im Jahr 2020 knapp **97%** der Textbeiträge **konform** (N=14'149), während gut **3%** nicht allen Anforderungen der SRG-Konzession gerecht werden (N=510, vgl. Abbildung 17). Die ausgeprägtere Tendenz zu Kurzberichten zeigt sich in der italienischen Schweiz darin, dass fast 70% der konformen Textbeiträge unterhalb der Zeichengrenze liegen (N=9'763), und nur 31% in den regulatorisch relevanten Bereich über 1'000 Zeichen fallen (N=4'386).

Zwecks Ermittlung der Konzessionskonformität ist in den Newsportalen der SRG-Auftritte zu prüfen, ob Textbeiträge über 1'000 Zeichen einen **Sendungsbezug** beinhalten. Ist (mindestens) ein Sendungsbezug vorhanden, wird zusätzlich untersucht, ob eine zulässige **Sendung**³⁶ nachvollziehbar deklariert ist. Trifft dies zu, wird letztlich noch die **zeitliche** und **thematische Nähe** zum Online-Beitrag geklärt.

Abbildung 18: Nicht konforme Sendungsbezüge in längeren Textbeiträgen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Nicht konforme Textbeiträge über 1'000 Zeichen im Newsportal (N=1'158), 1.1. bis 31.12.2020



Wie soeben dargelegt, verstossen im Jahr 2020 lediglich gut 2% aller Textbeiträge der untersuchten drei SRG-Newsportale gegen die Anforderungen aus Art. 18 Abs. 2 Bst. c bzw. Art. 18 Abs. 2 Bst. b der Konzession. In dieser Gruppe nicht konformer Online-Beiträge wird, über alle drei

³⁶ Mit Eintrag auf der "Whitelist" im Sendungsverzeichnis (vgl. Kapitel 1.5.3).

Portale gesehen, bei knapp der **Hälfte** aller Textbeiträge (48%), und damit am häufigsten, ein Verstoss gegen die zeitliche Nähe festgestellt (N=529, vgl. Abbildung 18).³⁷ Bei einem Grossteil der Verletzungen des Kriteriums der zeitlichen Nähe handelt es sich um Online-Beiträge (häufig bei SRF), die **mehr als 35 Minuten vor der Ausstrahlung** der Sendung im Bezug publiziert wurden.³⁸ Im kleineren Rest waren meist die **Zeitangaben** unvollständig, irreführend oder gar nicht vorhanden, so dass keine zeitliche Nähe ermittelt werden konnte (insbesondere bei RSI). Verstösse gegen die thematische Nähe sind für die Beurteilung der Konzessionskonformität kaum einmal ausschlaggebend.

Bei einem weiteren knappen **Drittel** (31%) aller nicht konformen Newsportal-Textbeiträge beruht der Konzessionsverstoss auf einer **unzureichenden Sendungsnennung** (N=435, vgl. Abbildung 18). Entweder wird im Bezug keine Sendung genannt, eine genannte Sendung ist nicht zulässig (Blacklist, vgl. Kap. 1.5.3) oder es ist keine Sendung identifizierbar. Und schliesslich wurde bei einem guten **Fünftel** (21%) aller strittigen Beiträge **kein Sendungsbezug** gefunden – oder eine Fundstelle war nicht ausreichend als Sendungsbezug erkennbar (N=194)³⁹.

Betrachtet man die einzelnen Online-Auftritte der Unternehmenseinheiten, werden einige Unterschiede ersichtlich (vgl. Abbildung 18): So sind Verstösse gegen die **zeitliche Nähe** auf **srf.ch** klar am häufigsten (71%). Dies liegt grösstenteils daran, dass die Online-Beiträge zu früh publiziert wurden (mehr als 35 Minuten vor der Ausstrahlung der Sendung im Bezug). Eine unzureichende Sendungsnennung wird nur bei 22% der nicht konformen Inhalte von SRF festgestellt, und längere Textbeiträge ohne Sendungsbezug kommen kaum einmal vor (6%).

Anders sieht es bei **RTS** aus, wo 59% aller strittigen Beiträge einen **Sendungsbezug vermissen** lassen (häufig aus dem Bereich Sport). Die zeitliche Nähe ist dagegen nur in einem guten Drittel ein Problem (35%), und unzureichende Sendungsnennungen sind kaum auffindbar (6%).

Die letztgenannte Vorstossform ist dagegen im Newsportal von **RSI** am häufigsten zu finden, wo 45% aller nicht konformen Beiträge eine **unzulässige Sendungsdeklaration** enthalten.⁴⁰ Ein

³⁷ Verstossen innerhalb eines Beitrags mehrere Bezüge gegen die Konzessionsbestimmungen, wird in der Regel der erste nicht konforme Sendungsbezug ausgewiesen (vertikal, vom Seitenanfang ausgehend). Innerhalb eines Sendungsbezugs ist jeweils der "Hauptverstoss" in der genannten hierarchischen Reihenfolge dargestellt (Sendungsnennung vor zeitlicher Nähe). Mehrfachverstösse und Verstösse gegen mehrere Kriterien innerhalb eines Sendungsbezugs werden nicht abgebildet.

³⁸ Der zweite Fall strittiger zeitlicher Nähe, dass sich ein Online-Beitrag auf eine Sendung bezieht, deren Ausstrahlungszeitpunkt schon zu weit in der Vergangenheit liegt (10 Tage oder mehr), kommt äusserst selten vor.

³⁹ Bei der fortlaufenden Analyse ist es möglich, dass neue Sendungsformate nicht als Sendungsbezug erkannt werden. Im Normalfall werden diese rückwirkend korrigiert. In Einzelfällen kann es vorkommen, dass nicht oder zu spät entdeckte neue Sendungen fälschlicherweise als nicht konform eingestuft werden (bspw. "Extérieur nuit" auf RTS).

⁴⁰ Auch bei RSI häufig im Bereich Sport sowie bei Bezügen zu Newssendungen, die mehrmals am Tag ausgestrahlt werden.

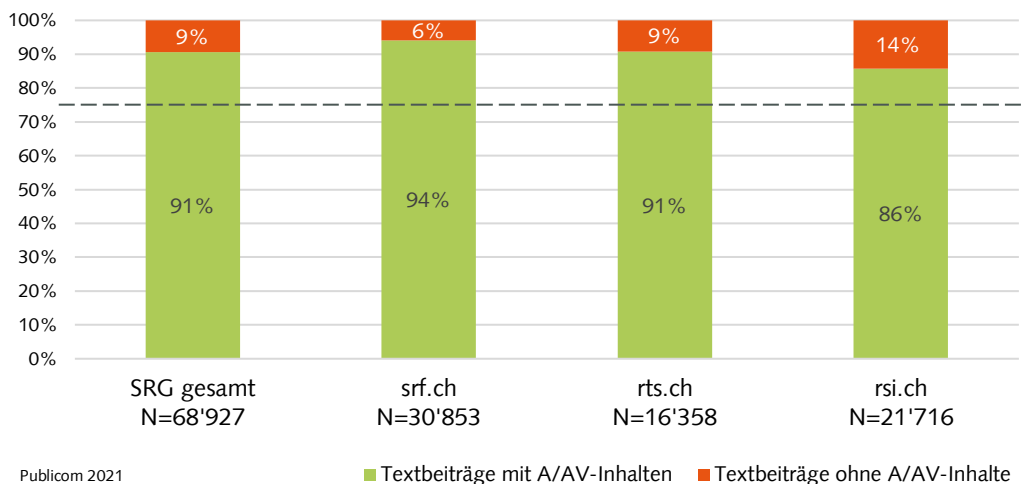
Drittel der Verstösse betrifft die zeitliche Nähe, und bei 22% der nicht konformen längeren Textbeiträge ist kein Sendungsbezug vorhanden.

3.2. A/AV-Verknüpfung (Art. 18 Abs. 2 Bst. d)

Die erste Vorgabe im 2. Absatz von Artikel 18 der SRG-Konzession legt fest, dass "Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte" den Schwerpunkt der Online-Angebote bilden müssen (Art. 18 Abs. 2 Bst. a, vgl. Kapitel 1.2). Dieser Grundsatz wird in Art. 18 Abs. 2 Bst. d konkretisiert: **75%** aller Textbeiträge der **letzten 30 Tage** müssen **mit Audioinhalten** oder **audiovisuellen Inhalten verknüpft** sein.

In Abbildung 9 (Seite 22) wurde bereits dargelegt, dass in 96% des gesamten SRG Online-Angebots mindestens ein A/AV-Element integriert ist. Für die Überprüfung nach Art. 18 Abs. 2 Bst. d der SRG-Konzession stellt sich nun die Frage nach dem Anteil an **Textbeiträgen** mit integrierten A/AV-Inhalten (vgl. Abbildung 19):

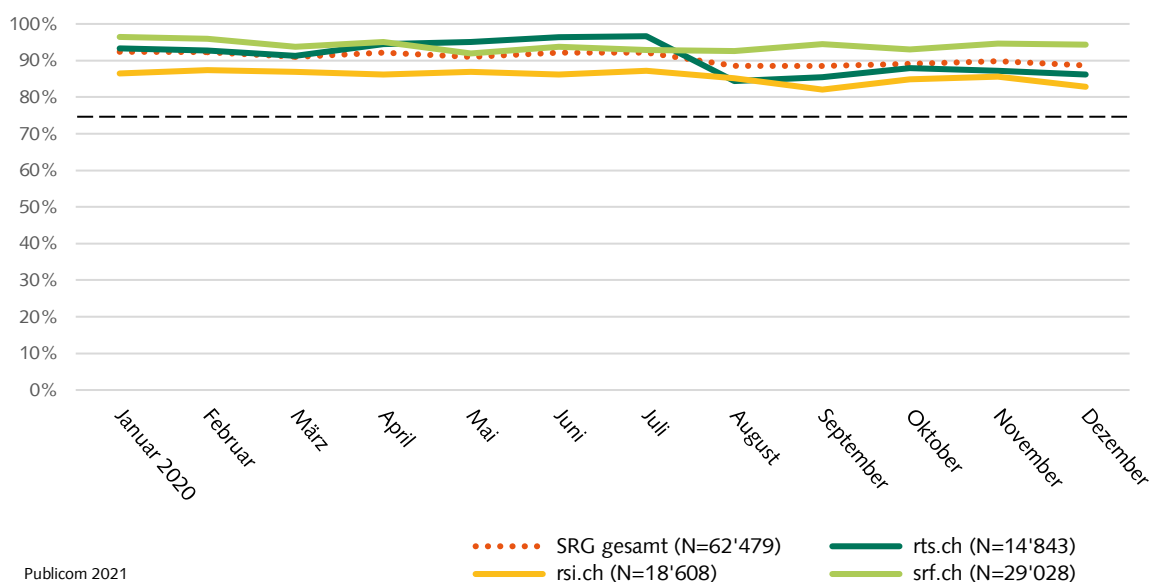
Abbildung 19: Textbeiträge mit und ohne A/AV-Inhalte – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Textbeiträge (N=68'927), 1.1. bis 31.12.2020



Im Jahr 2020 sind in den drei SRG Online-Angeboten insgesamt **91%** aller Textbeiträge mit A/AV-Inhalten verknüpft (N=62'479), womit der in der Konzession geforderte Wert von 75%, über das ganze Jahr gesehen, bei weitem **übertroffen** wird. Der **SRF**-Auftritt weist mit 94% (N=29'028) einen leicht überdurchschnittlichen Anteil aus. **RSI** liegt mit **86%** (N=18'608) zwar etwas unter dem SRG-Mittel, aber ebenfalls deutlich über der regulatorischen Vorgabe. **RTS** liegt dazwischen, mit **91%** (N=14'843).

Zusätzlich legt die SRG-Konzession fest, dass der Grenzwert von 75% Textbeiträgen mit A/AV-Inhalten stets über eine Periode von **30 Tagen** einzuhalten ist. Dies bedeutet, dass die SRG-Angebote das Kriterium der A/AV-Verknüpfung in Textbeiträgen an jedem Kalendertag eines Jahres für die zurückliegenden 30 Tage zu erfüllen haben. Diesen Nachweis kann die vorliegende Untersuchung dank der laufenden Vollerhebung erbringen. Für eine bessere Lesbarkeit beschränkt sich die folgende Darstellung auf **zwölf Stichtage** im Jahr 2020 (am Ersten jedes Monats) und weist jeweils den Anteil Textbeiträge mit integrierten A/AV-Inhalten für die vergangenen 30 Tage aus (Abbildung 20):

Abbildung 20: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. d: A/AV-Verknüpfungen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Textbeiträge (N=68'927), 1.1. bis 31.12.2020



Die drei **SRF**-Angebote liegen an jedem Stichtag über dem geforderten Grenzwert von 75%, sie sind **über das ganze Jahr 2020 konform** mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. d (vgl. Abbildung 20).

Im Auftritt der **deutschen Schweiz** ist der Anteil von Textbeiträgen, die mit A/AV-Inhalten verknüpft sind, von Januar bis Dezember 2020 sehr **konstant**. Mit einer Spanne von 92% (Mai) bis 96% (Januar, Februar) liegt SRF jeweils rund 20% über der Konzessionsvorgabe.

RTS steigert sich, nach sehr starkem Jahresbeginn, bis im Juli auf **rekordverdächtige 97%**. Im August erfolgt ein **merklicher Rückgang** auf 84%, und der Anteil an A/AV-Textbeiträgen bleibt bis Ende Jahr gut 10% über der geforderten Marke.

Das Webangebot der **italienischsprachigen Schweiz** weist übers Jahr ebenfalls einen recht konstanten Anteil an Textbeiträgen mit A/AV-Integration aus. Dieser liegt, mit einer Spanne zwischen 84% (September) und 87% (Februar, März, Mai, Juli), zwar etwas hinter den beiden anderen Portalen zurück, übertrifft aber stets und deutlich die Konzessionsvorgabe.

4. Linkanalyse (Art. 18 Abs. 2 Bst. f)

Die SRG-Konzession legt in Art. 18 Abs. 2 Bst. f fest, dass **externe Links** ausschliesslich aus publizistischen und **nicht aus kommerziellen Gründen** vorgenommen werden dürfen (vgl. Kapitel 1.2). Gestützt auf Art. 14 Abs. 3 RTVG und Art. 23 RTVV sind **Werbung** und **Sponsoring** im Online-Angebot der SRG **unzulässig**, wobei Ausnahmen bei bestimmten Werbeformen und beim Produktverkauf gelten (vgl. Kapitel 4.1 und 4.2).

Zwecks Überprüfung des Konzessionskriteriums gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. f hat Publicom zuerst alle **elektronischen Verbindungen**⁴¹ extrahiert, die im Jahr 2020 von den Online-Beiträgen der SRG zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (N=53'454, vgl. Abbildung 6). Dabei wurden aus technischen und methodischen Gründen nur Links untersucht, die vom Inhalts-Hauptbereich des jeweiligen Online-Beitrags abgehen.⁴² Aus dieser Grundgesamtheit wurden sämtliche verlinkten **Domains** identifiziert (N=1'243, ohne Mehrfachzählungen) und nach ihrer **Verbindungshäufigkeit** klassiert.

Als Grundlage für die Beurteilung des **Kommerzialisierungspotenzials** hat Publicom schliesslich pro Online-Auftritt der SRG eine **Stichprobe** der 80 bis 100 meistverlinkten Domains gezogen und diese nach ihrer **Funktionalität** untersucht. Die funktionale Kategorie eines verlinkten Angebots gibt Hinweise zum grundlegenden kommerziellen Potenzial, das mit zunehmender Verbindungshäufigkeit anwächst.⁴³ Zu diesem Zweck werden die verlinkten Domains in **fünf funktionale Kategorien** eingeteilt, die sich hinsichtlich ihres Kommerzialisierungspotenzials unterscheiden:⁴⁴

1. Angebote mit Werbebezug

⁴¹ Dabei handelt es sich einerseits um klickbare Links, über die ein externes Angebot erreicht wird, und andererseits um Inhalte und Technologien von Drittanbietern, die mittels Verlinkung im SRG Online-Angebot integriert sind.

⁴² Diese Verbindungen können zuverlässig aus dem Quellcode der jeweiligen Webseite extrahiert werden. Alle anderen Links – z.B. im Header, Footer oder Seitenframes der jeweiligen Webseiten – werden vom Crawler nicht systematisch erfasst. Diese Bereiche sind unabhängig von den einzelnen Online-Beiträgen und können jederzeit geändert werden.

⁴³ So hat bspw. der hundertfach verlinkte E-Shop ein klar grösseres Kommerzialisierungspotenzial als ein redaktioneller Blog, zu dem nur wenige Verbindungen existieren.

⁴⁴ Dabei handelt es sich um dasselbe Kategoriensystem, das bereits in der Vorgängerstudie der Universität Zürich zur Anwendung kam: <https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/Medienforschung/srg-online-beobachtung-2015-ergebnisbericht.pdf>

2. Links zu E-Shops
3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte
4. Technisch integrierte Inhalte
5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter

Eine Darstellung und Diskussion der Ergebnisse der Linkanalysen in den einzelnen Kategorien liefern die Kapitel 4.1 bis 4.5. Tabelle 4 zeigt für jeden der drei Online-Auftritte der SRG eine Übersicht der **20 meistverlinkten Domains**:

Unter den 20 meistverlinkten Domains der Online-Auftritte ist kaum ein Eintrag vorhanden, der einen Verdacht auf unzulässige Kommerzialisierung aufkommen lassen würde (vgl. Tabelle 4). Ein Grossteil (35 der 60 Einträge) sind technische Dienste. Einerseits sind in jedem SRG-Angebot acht bis zehn Domains mit **technisch integrierten Inhalten** (Kat. 4, vgl. Kapitel 4.4) aufgeführt. Dabei handelt es sich besonders häufig um Inhalte bzw. Postings aus sozialen Medien (z.B. *twitter.com*, *t.co*, *instagram.com*, *youtube.com*, *open.spotify.com*), die in Online-Beiträgen eingebettet sind. Ebenfalls oft werden Informationsdienste mit Corona-Daten (z.B. *coronavirus.jhu.edu* oder *corona-data.ch*) oder Kartendienste (z.B. *arcgis.com*, *google.com*) verlinkt. Andererseits finden sich jeweils zwei bis fünf Domains mit **technischen Diensten ohne Inhalte** (Kat. 3, vgl. Kapitel 4.3), die in der Regel der technischen Bereitstellung der Webseiten dienen (z.B. *cloudflare.com*, *typography.com*, *datawrapper.net*, *krisp.org*, *list-manage.com*, *cloudfront.net*).

Daneben finden sich in den Top 20 noch jeweils sieben bis neun **Drittanbieter von Inhalten**, die über **klickbare Links** eingebunden sind (Kat. 5, vgl. Kapitel 4.5, bspw. *bag.admin.ch*, *un.org*, *avidexperts.ch*, *us10.campaign-archive.com*, *facebook.com*, *ti.ch* oder *gr.ch*). Die Verbindungshäufigkeit ist in der Kategorie 5 geringer als bei den meisten technischen Diensten.

Es ist zudem auffällig, dass sich unter den Top 20-Domains der SRG-Auftritte **keine Drittanbieter mit Werbebezug** (Kat. 1, vgl. Kapitel 4.1) und auch **kaum Links zu E-Shops** (Kat. 2) befinden – bei Letzteren mit einer Ausnahme im Angebot von SRF (*exlibris.ch*, vgl. Kapitel 4.2). Diese beiden Kategorien bergen das grösste Kommerzialisierungspotenzial, weshalb bei gehäufterem Auftreten eine genauere Prüfung angezeigt ist.

Tabelle 4: Top 20-Domains – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt

Basis: 80-100 meistverlinkte Domains pro Auftritt, 1.1. bis 31.12.2020

SRF	Anzahl	Kat.	RTS	Anzahl	Kat.
twitter.com	6'687	4 (5)	cdnjs.cloudflare.com	16'501	3
exlibris.ch	1'922	2	cloud.typography.com	5'508	3
t.co	1'676	4	cdn-csd.swisstxt.ch	5'497	3
datawrapper.dwcdn.net	414	3	twitter.com	3'128	4 (5)
youtube.com	358	4 (5)	t.co	1'348	4
open.spotify.com	115	4	datawrapper.dwcdn.net	680	3
bag.admin.ch	114	5	youtube.com	382	4 (5)
instagram.com	108	4 (5)	maps.arcgis.com	229	4
google.com	83	4	us10.campaign-achive.com	79	5
nextstrain.org	37	4, 5	instagram.com	71	4 (5)
krisp.org	36	3	facebook.com	62	4 (5)
un.org	28	5	euro.who.int	60	5
webcast.swiss	28	4	us10.list-manage.com	46	3
mx3.ch	27	5	avidexperts.ch	44	5
home.treasury.gov	26	5	js.arcgis.com	45	4
koninklijkhuis.nl	26	5	hopitalrivierachablais.ch	32	4
nos.nl	26	5	jura.ch	20	5
politico.com	25	5	notrehistoire.ch	20	5
sotomo.ch	24	5	ncs-tf.ch	19	5
vs.ch	23	5	bonheur.ch	19	5

RSI	Anzahl	Kat.
datawrapper.dwcdn.net	1'882	3
twitter.com	1'372	4 (5)
t.co	590	4
coronavirus.jhu.edu	295	4
arcgis.com	294	4
corona-data.ch	294	4
facebook.com	70	5 (4)
instagram.com	64	4 (5)
youtube.com	61	4 (5)
ti.ch	57	5
bag.admin.ch	35	5
google.com	33	4
google.ch	25	5
gr.ch	21	5
it.wikipedia.org	20	5
ecdc.eu	15	4
cloudfront.net	14	3
maps.arcgis.com	14	4
admin.ch	13	5
unige.ch	10	5

Kategorien

Kat. 1 = Links mit Werbebezug

Kat. 2 = Links zu E-Shops

Kat. 3 = Techn. Dienste ohne Inhalte

Kat. 4 = Techn. integrierte Inhalte

Kat. 5 = Links zu Dritthalten

4.1. Angebote mit Werbebezug

Für die Online-Angebote der SRG gilt ein weitgehendes **Werbe- und Sponsoringverbot**. Als Ausnahmen gelten gemäss SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. g (gestützt auf Art. 23 Bst. d RTVV) einzig Eigenwerbung, die Nennung publizistischer Partner bei Koproduktionen sowie Werbung oder Sponsoring in eigenständigen Angeboten mit Bezug auf eine bildende Sendung, die mit nicht gewinnorientierten Dritten hergestellt werden (vgl. Kapitel 1.2).

Elektronische Verbindungen auf **Drittanbieter mit direktem Werbebezug** haben ein **hohes Kommerzialisierungspotenzial**. Insbesondere spezialisierte Dienste, die Online-Werbemittel (Banners, Pop-Ups u.ä.) hosten und an die Werbeträger ausliefern, dürften in den SRG-Aufritten nicht verlinkt sein. Publicom hat **alle gefundenen Domains** (N=1'243) nach den URLs bekannter Ad-server (u.a. *247realmedia.de*, *adition.com*, *adition.de*, *adlink.ch*, *adtech.de*, *google.com/admanager*, *google.com/doubleclick*, *doubleclick.com*, *openx.org*) und werbenahen Schlagworten geprüft.

Die Suche war ergebnislos: Im Online-Angebot der SRG wurden im Jahr 2020 **keine externen Links zu Werbedienstleistern** gesetzt. Die qualitative Analyse hat auch keine anderen elektronischen Verbindungen mit Werbebezug gefunden, die (z.B. in Zusammenhang mit Sponsoring) im Lichte des Konzessionsauftrags Fragen aufwerfen würden.⁴⁵

4.2. Links zu E-Shops

Die zweite funktionale Kategorie mit **höherem Kommerzialisierungspotenzial** sind Verlinkungen zu **E-Shops**. Die Betreiber dieser Plattformen, deren Hauptzweck der Produktverkauf ist, sind daran interessiert, dass ihre Shops von stark beachteten Webangeboten verlinkt werden. Aus diesem Grund ist es gängige Praxis, dass Geschäftsbeziehungen durch Provisionssysteme gestärkt werden, den sogenannten Affiliate-Programmen. Dabei erhält der Partner vom E-Shop-Anbieter eine Vergütung, die an Klickraten und/oder Umsatz gebunden ist.

Das Werbe- und Sponsoringverbot legt der SRG grosse Einschränkungen bei der Verlinkung von E-Shops auf. Die Förderung des Produktverkaufs von Dritten und die Beteiligung an Affiliate-Programmen sind grundsätzlich nicht statthaft. Nicht als Werbung gelten einzig **ohne Gegenleistung** erfolgte Hinweise auf **Begleitmaterialien**, die einen inhaltlich direkten Sendungsbezug aufweisen (Art. 11 Abs. 1 lit. c RTVV). Ausserdem darf die SRG **eigene Sendungen** verkaufen und ebenso **Produkte**, die einen Programmbezug aufweisen und der Publikumsbindung dienen. Die

⁴⁵ Ein unbedenkliches Beispiel sind die verlinkten Logos von Partnern der RTS-Sendung Découverte, da sie (als nicht gewinnorientierte publizistische Partner) unter die eingangs genannten Ausnahmeregelungen fallen: <https://www.rts.ch/decouverte/questions-reponses>

Überprüfung der Verlinkungen mit E-Shops hat Publicom wiederum in der **gesamtem Analysebasis** vorgenommen und alle 1'243 Domains nach bekannten Anbietern (z.B. Exlibris, Amazon, Galaxus, Ticketcorner) und dreisprachig nach einschlägigen Suchbegriffen (wie z.B. Shop, Ticket, Buch, Verlag, Game, DVD) abgesucht.

Tabelle 5: Links zu E-Shops – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: alle Domains (N=1'243), 1.1. bis 31.12.2020

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
exlibris.ch	1'922	geneveavenue.ch	17
apps.apple.com	18	gallimard.fr	8
play.google.com	2	editionszoe.ch	4
itunes.apple.com	1	arkhe-editions.com	2
		editionsfavre.com	2
		editions-globe.com	2
		editions-ruedesevres.fr	2
		editions-verdier.fr	2
		helvetiq.com	2
		lajoiedelire.ch	2
		leseditionsnoirsurblanc.fr	2
		seuil.com	2
		air-zermatt.ch	1
		allary-editions.fr	1
		alphil.com	1
		antipodes.ch	1
		apartemusic.com	1
		editions.flammarion.com	1
		editions2024.com	1
		editionsdelolivier.fr	1
		enbas.net	1
		leseditionsdeminuit.fr	1
		mediapop-editions.fr	1

RSI	Anzahl
einaudi.it	5
rome2rio.com	3
zafferanoaltopianonavelli.it	2
edizionicasagrande.com	2
gabrielecapellieditore.com	2
codiceedizioni.it	1
edizionieo.it	1
fazieditore.it	1
minimumfax.com	1
raffaellocortina.it	1

Publicom 2021

Im SRG-Angebot des Jahres 2020 wurden insgesamt **2'020 Verlinkungen** zu **37 Domains** gefunden, die als E-Shops identifiziert wurden (vgl. Tabelle 5).⁴⁶ Damit machen E-Shops nur 4% aller Verlinkungen aus. Der Auftritt von **SRF** vereint die klar grösste Verbindungshäufigkeit (N=1'943). Bei RTS (N=58) und RSI (N=19) werden externe Links zu E-Shops deutlich seltener gefunden. Nur bei einer Domain zeugt die Verbindungshäufigkeit von einer zugrundeliegenden Systematik:

⁴⁶ Als E-Shop gilt ein von SRG-Auftritten verlinktes Drittangebot mit integrierter Transaktions-Funktionalität ("Kaufen"-Button).

exlibris.ch wurde im Angebot von **SRF** gut 1'900-mal verlinkt (N=1'922). Zu allen anderen E-Shops ist die Anzahl elektronischer Verbindungen deutlich geringer. Einzig *apps.apple.com* (N=18), *geneveavenue.ch* (N=17), *gallimard.fr* (N=8), *einaudi.it* (N=5), *editionszoe.ch* (N=4) und *rome2rio.com* (N=3) wurden 2020 von den SRG-Angeboten mehr als 2-mal verlinkt. Zu 30 der 37 E-Shop-Domains wurden zwei oder weniger externe Links gesetzt.

Bei der Beurteilung von elektronischen Verbindungen mit E-Shops hinsichtlich kommerzieller Motive ist zu beachten, dass der angewandten Linkanalyse grosse **Einschränkungen** unterliegen: Das Vorgehen kann sich höchstens dem **Potenzial** für eine Kommerzialisierung von Links annähern. Ohne Einsicht in entsprechende Unterlagen ist es jedoch nicht möglich, die Umsetzung dieses Potenzials in realen Geschäftsbeziehungen nachzuvollziehen oder gar zu beziffern. Insbesondere muss offenbleiben, ob zwischen einem verlinkten E-Shop und der SRG eine (potenziell mögliche) monetäre oder anderweitige Gegenleistung auch tatsächlich erfolgt.

Ein manifester Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial wäre die Einbindung der SRG in die Affiliate- bzw. Partnersysteme von Drittanbietern, sobald diese in der URL des Links mit einer sogenannten **Affiliate-ID**⁴⁷ erkennbar ist. Hinweise auf ein solches Partnersystem gibt es im Jahr 2020 keine. Es konnten zudem keinerlei Verlinkungen zu gängigen Anbietern von Konzerttickets oder sonstigen Veranstaltungen gefunden werden.⁴⁸

Auch hinter den zahlreichen elektronischen Verlinkungen von SRF zu *exlibris.ch* wurden keine Hinweise auf ein Affiliate- bzw. Partnersystem gefunden. Die Migros-Tochtergesellschaft hat mit Abstand die höchste Verbindungshäufigkeit aller Shops im ganzen SRG Online-Angebot (N=1'922). Dies liegt darin begründet, dass das Bestellwesen im **SRF-Shop** an die E-Commerce-Plattform von Exlibris ausgelagert ist. Nach dem Klick auf den "Bestellen"-Button im SRF-Shop gelangt man auf die jeweilige Produkt-Webseite von *exlibris.ch*, wo die Transaktion letztlich abgewickelt wird (und das ganze Exlibris-Angebot zugänglich ist, vgl. Abbildung 21). Da der SRG der Verkauf eigener Sendungen und von Produkten mit Programmbezug ausdrücklich gestattet ist, sind die externen Verlinkungen im SRF-Shop aus Konzessionssicht **unbedenklich**.⁴⁹

Noch vergleichsweise häufig sind E-Shop-Links zu *apps.apple.com*, die auf SRF (N=18) vorkommen (vgl. Tabelle 5). Dabei handelt es sich mehrheitlich um (unbedenkliche) Applikationen oder

⁴⁷ Die Affiliate-ID dient der Identifizierung des Partners und der Messung der Leistungen, die dieser in einem Provisionsprogramm erbringt. Auf dieser Basis werden allfällige Gegenleistungen berechnet und dem Partner zugeschrieben.

⁴⁸ Wie bspw. *ticketcorner.ch*, *starticket.ch* oder *eventfrog.ch*

⁴⁹ Im Unterschied zu SRF wird "La Boutique RTS" von RTS selbst betrieben. Die gesamten Transaktionen findet auf der eigenen Website statt, ohne externe Verlinkungen. RSI betreibt keine eigentlichen E-Commerce-Plattformen. Ausgewählte Eigenproduktionen können per Email oder über ein Kontaktformular bestellt werden.

Podcasts von SRF, die im klassischen iTunes-Musikstore kostenlos zum Download bereitstehen. Das gleiche gilt für die Verlinkungen auf *play.google.com* oder *itunes.apple.com*.⁵⁰

Die Online-Plattform *geneveavenue.ch* wird auf rts.ch 17-mal insgesamt verlinkt. Das Angebot wurde anlässlich des ersten Corona-Lockdowns, mit geschlossenen Läden, zur Unterstützung des Genfer Lokalgewerbes lanciert. Diese Links sind unbedenklich, da die Website selber im Fokus des Geschehens steht und die Online-Beiträge einen direkten Sendungsbezug aufweisen.

Abbildung 21: Link von SRF zu E-Shop exlibris.ch – Beispiel SRF-Shop

The image shows two overlapping screenshots. The background screenshot is from the SRF Shop website, displaying the product page for 'Stärke 6' DVD. The price is CHF 16.90. A green circle highlights the 'Bestellen' button. The foreground screenshot is from the Exlibris website, showing a search bar and navigation menu. A red arrow points from the 'Bestellen' button in the SRF Shop screenshot to the Exlibris website.

<https://www.exlibris.ch/de/filme/film-dvd/unter-strom-die-schweiz-vor-der-energiewende/id/7611719442185>

<https://www.srf.ch/shop/unter-strom-die-schweiz-vor-der-energiewende>

Publicom 2021

Die Mehrheit der 37 E-Shop-Domains, die in den Online-Angeboten der SRG im Jahr 2020 verlinkt wurden, sind **Buchverlage**. Insgesamt wurden, meist im redaktionellen Kontext kultureller oder gesellschaftlicher Berichterstattung, elektronische Verbindungen zu 28 Verlagen gesetzt,

⁵⁰ Unter anderem die Apps SRF News, SRF Meteo und SRF Sport.

wovon 20 allein von RTS stammen. Die Verbindungshäufigkeit ist jedoch vergleichsweise gering. Wie Tabelle 5 zeigt, führen die meisten Verlags-Links vom RTS-Auftritt zu *gallimard.fr* (N=8, vgl. Abbildung 1) sowie *editionszoe.ch* (N=4) und von RSI auf *inaudi.it* (N=5).⁵¹

Abbildung 22: Link von RSI auf E-Shop von *gallimard.fr* – Beispiel für Buchtipps

The screenshot shows a website with a header for 'ma RTS' and 'Gallimard'. The main content area features a video player with the title '"Térébenthine", l'envers du l'art contemporain'. Below the video, there is a section for the book 'Térébenthine' by Carole Fives, including a book cover, a description, and a list of retailers. A green arrow points from a link in the bottom section to the book's page.

ma RTS INFO SPORT CULTURE PLAY RTS RADIO TV PROGRAMME TV MCTED PLUS

RTS Culture

Gallimard

Dans le catalogue Au cœur des livres

Un titre, un auteur, une collection / ISBN OK Recherche avancée

LITTÉRATURE FRANÇAISE LITTÉRATURE ÉTRANGÈRE POLICIER ET SF CONNAISSANCE BEAUX LIVRES GUIDES REVUES Catalogue historique

Accueil > GALLIMARD > Blanche > Térébenthine

ACHETER

LIVRE IMPRIMÉ 16,50 €

Librairie Gallimard - 75
Librairies indépendantes : trouver une librairie
Librairie Delamain - 75
Librairie Dialogues - 29

LIVRE NUMÉRIQUE 11,99 €

Librairie Gallimard - 75
Librairie Delamain - 75
Librairie Dialogues - 29
Librairie Hall du livre - 54
Librairie Le Divan - 75

CAROLE FIVES
Térébenthine
Collection Blanche, Gallimard
Parution : 20-08-2020

«Certains, ou plutôt devrais-je dire certaines, se sont étonnés du peu d'artistes femmes citées dans notre programme d'histoire de l'art. Je leur ai donné carte blanche aujourd'hui. Mesdemoiselles, c'est à vous!»

Quand la narratrice s'inscrit aux Beaux-Arts, au début des années 2000, la peinture est considérée comme morte. Les professeurs découragent les vocations, les galeries n'exposent plus de toiles. Devenir peintre est pourtant son rêve. Celui aussi de Luc et Lucie, avec qui elle forme un groupe quasi clandestin dans les sous-sols de l'école. Un lieu de création en marge, en rupture. Pendant ces années d'apprentissage, leur petit groupe affronte les humiliations et le mépris. L'avenir semble bouché. Mais quelque chose résiste, intensément.

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD/Blanche/Terebenthine>

176 pages, 140 x 205 mm
Achevé d'imprimer : 01-06-2020

Genre : Romans et récits Catégorie : Sous-catégorie : Librairie française > Romans et récits
Époque : XX^e siècle
ISBN : 9782072899908 - GenCode : 9782072899908 - Code distributeur : 003579

AUTOUR DU LIVRE

DANS LES MÉDIAS

« Carole Fives accompagne ses trois héros dans leur combat joyeux, leurs déceptions croissantes, leurs convictions parfois avortées, leurs

Lucie finira par quitter la pratique artistique pour passer du côté de l'enseignement. La narratrice luttera plus longtemps, avant de bifurquer vers l'écriture (comme l'auteure). Et Luc, lui, aura à la fois un destin plus funeste et plus brillant, sur lequel il convient ici de laisser planer le mystère.

<https://www.rts.ch/info/culture/livres/11774957-terebenthine-lenvers-du-decor-de-lart-contemporain.html>

Vous aimez lire? Abonnez-vous à GWERTZ et recevez chaque vendredi cette newsletter consacrée à l'actualité du livre préparée par RTS Culture.

Publié le 24 novembre 2020 à 15:19

Publicom 2021

⁵¹ Bei SRF wurden keine Links auf Verlage gefunden.

Da die externen Links zu Buchverlagen in der Regel einen direkten Sendungsbezug aufweisen, als Hinweise auf Begleitmaterialien gelten und ohne erkennbare Gegenleistung erfolgen, sind sie **konform** mit den Bestimmungen der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. f.

4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte

57% aller externen Links, die im Jahr 2020 in den SRG Online-Angeboten gesetzt wurden, entfallen auf **technische Dienste ohne Inhalte** (vgl. Tabelle 6). Von diesen rund 30'600 elektronischen Verbindungen mehr als neun von zehn auf RTS (92%), 6% auf RSI und die restlichen 2% auf SRF. Dabei werden entweder Dritttechnologien in die Webseiten der SRG integriert, oder es werden externe Dienste für die Distribution von SRG-Inhalten genutzt. Die Links zu diesen Angeboten befinden sich im Quelltext der Webseiten, und sie sind für die Nutzerinnen und Nutzer nur selten sichtbar.

Tabelle 6: Links zu technischen Diensten ohne Inhalte – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 80-100 meistverlinkte Domains, 1.1. bis 31.12.2020

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
datawrapper.dwcdn.net	414	cdnjs.cloudflare.com	16'501
krisp.org	36	cloud.typography.com	5'508
github.com	3	cdn-csd.swisstxt.ch	5'497
		datawrapper.dwcdn.net	680
		us10.list-manage.com	46
		eepurl.com	17
		mailchimp.com	16
		mailchi.mp	8
		s3.eu	6

RSI	Anzahl
datawrapper.dwcdn.net	1'882
cloudfront.net	14

Publicom 2021

Im Vergleich zu den bereits besprochenen Kategorien (Links mit Werbebezug und E-Shop-Links) haben diese Technologien, die rein funktionale oder strukturelle **Bestandteile einer zeitgemässen Website** bereitstellen, ein **geringes Kommerzialisierungspotenzial**.

Es ist darauf hinzuweisen, dass die wohl grösste Gruppe dieser Kategorie, die der **Distribution** von SRG-Inhalten **in soziale Medien** dient, nicht im Hauptinhalts-Bereich der Online-Beiträge eingepflegt ist. Deshalb werden diese Links bzw. Buttons, zum Teilen von SRG-Content in sozialen Medien, von der vorliegenden Analyse nicht erfasst. Hauptmotivation dieser Links ist die Verbreitung publizistischer Inhalte (und der SRG-Marken) in unterschiedlichen Publikumssegmenten. Die Einbettung der Distributionskanäle ist hoch-standardisiert und ermöglicht keine zusätzlichen geschäftlichen Abmachungen. Das Kommerzialisierungspotenzial ist dementsprechend gering.

4.4. Technisch integrierte Inhalte

Tabelle 7: Links zu Anbietern technisch integrierter Inhalte – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 80-100 meistverlinkte Domains, 1.1. bis 31.12.2020

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
twitter.com	6'687	twitter.com	3'128
t.co	1'676	t.co	1'348
youtube.com	358	youtube.com	382
open.spotify.com	115	maps.arcgis.com	229
instagram.com	108	instagram.com	71
google.com	83	js.arcgis.com	45
nextstrain.org	37	hopitalrivierachablais.ch	32
webcast.swiss	28	tiktok.com	17
tiktok.com	20	vimeo.com	8
projects.fivethirtyeight.co	18	player.vimeo.com	6
arcgis.com	17	jobcloud.ch	6
qap.ecdc.eu	16		
onlineexambuilder.com	8		
map_geo.admin.ch	7		
archive.newsletter2go.com	7		
youtu.be	5		
experimental.bfs.admin.ch	4		

RSI	Anzahl
twitter.com	1'372
t.co	590
coronavirus.jhu.edu	295
arcgis.com	294
corona-data.ch	294
instagram.com	64
youtube.com	61
google.com	33
ecdc.eu	15
ktgr.maps.arcgis.com	14
covid19risk.biosci.gatech.edu	5
vimeo.com	4
player.vimeo.com	4
e.infogram.com	4
experimental.bfs.admin.ch	3
search.ch	3
goo.gl/maps	2

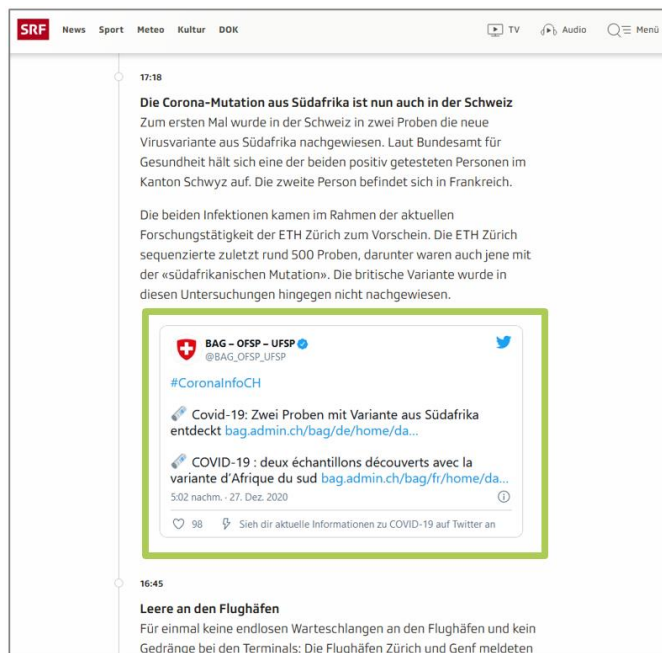
Publicom 2021

Bei Angeboten mit technisch integrierten Inhalten wird, zwecks Integration in eine Website, nicht nur die notwendige **Technologie**, sondern auch der **Content** mitgeliefert. In den Angeboten der SRG hat Publicom im Jahr 2020 gut **17'500 externe Links** zu Anbietern von technisch integrierten Inhalten identifiziert (vgl. Tabelle 7). Mit einem Anteil von 33% sind technisch integrierten

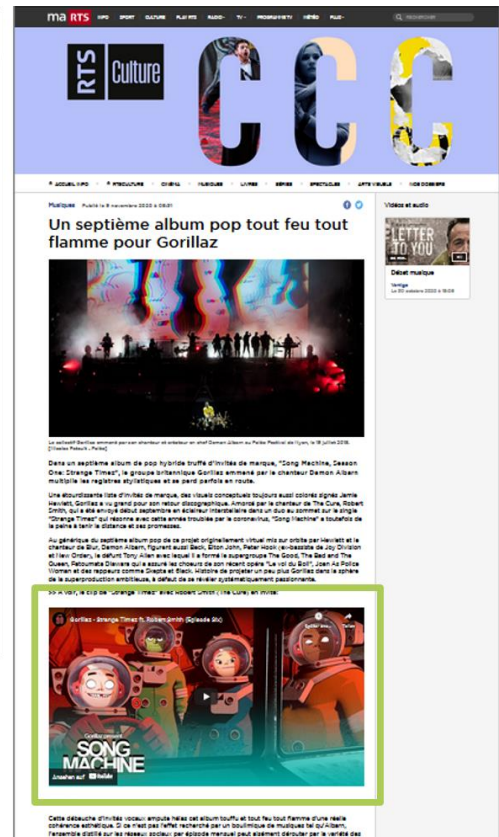
Inhalte die am zweithäufigsten verlinkte Kategorie, nach den technischen Diensten ohne Inhalte (vgl. Kapitel 4.3). Mehr als die Hälfte fällt im Auftritt von SRF an (53%), RTS vereint 30% und RSI noch 17% der technisch integrierten Inhalte.

Mit Abstand am häufigsten werden in allen drei SRG-Auftritten Inhalte von **Twitter** eingebunden (*twitter.com*, *t.co*⁵²): Die Online-Beiträge der SRG wurden im Jahr 2020 mit insgesamt gut 14'800 Tweets angereichert (vgl. Tabelle 7). Ein Grossteil sind Kurznachrichten aus der Welt des Sports, gefolgt von News aus Politik sowie Gesellschaft und Vermischtem (Unfälle, Katastrophen, u.ä.). Das Einbetten von **YouTube**-Videos (N=801, vgl. Abbildung 23) und **Instagram**-Posts (N=243) ist in den Onlineredaktionen der SRG ebenfalls gängige Praxis.

Abbildung 23: Twitter und YouTube – Beispiel für technisch integrierte Inhalte auf SRF und RTS



<https://www.srf.ch/news/schweiz/das-neuste-zur-coronakrise-eidgenoessischer-datenschuetzer-fordert-einheitliche-impf-regeln-3>



<https://www.rts.ch/info/culture/musiques/11727289-un-septieme-album-pop-tout-feu-tout-flamme-pour-gorillaz.html>

Publicom 2021

⁵² *t.co* ist ein Twitter-Dienst zum Kürzen von Links. Diese gekürzten Links eignen sich, um lange URLs in Tweets zu teilen, ohne die maximale Anzahl Zeichen zu überschreiten.

Häufig und auf allen drei Plattformen ist auch der Online-Kartendienst **arcGIS.com** eingebunden (N=585), während *google.com* etwas seltener verwendet wird (N=116). Hoch im Kurs sind 2020 auch Daten- bzw. **Visualisierungsdienste** zur COVID 19-Pandemie wie *coronavirus.jhu.edu* (N=295), *corona-data.ch* (N=294), *nextstrain.org* (N=37), *hopitalrivierachablais.ch* (N=32) oder *ecdc.eu* (N=31). Zudem verlinkt vor allem SRF auf die Plattform *open.spotify.com* (Audio-streaming, N=117).

Alle anderen Anbieter technisch integrierter Inhalte kommen im Jahr 2020 in den Online-Angeboten der SRG höchstens ein paar Dutzend Mal vor. Beispiele dafür sind *tiktok.com* (N=37) oder *vimeo.com* (eine Videoplattform, N=14).

Das **Kommerzialisierungspotenzial** solcher Dienste, deren Einbindung meist hoch standardisiert geschieht, ist eher **gering**. Die Drittanbieter erhalten einen Markenauftritt und eine Verlinkung auf den SRG-Portalen, während letztere im Gegenzug vom zusätzlichen Content profitieren. Weitergehende geschäftliche Vereinbarungen zwischen dem Inhaltsanbieter und dem Websitebetreiber gibt es in der Regel keine. Da die Inhalte von Dritten stammen, ist bei deren Selektion vonseiten der SRG eine **erhöhte Vorsicht** geboten, damit diese keinen unerwünschten (werberischen) Gehalt haben. Diese Sensibilität scheint durchaus vorhanden zu sein, da Publicom im Jahr 2020 keine negativen Beispiele gefunden hat.

4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter

Die letzte Kategorie umfasst **klickbare Links**, die **zu Drittanbietern von Inhalten** führen. Darunter fällt ein buntes Sammelsurium zahlreicher Websites. Mehr als 95% aller 2020 gefundenen Domains sind Drittanbieter von Inhalten, die zumeist nur wenige Male verlinkt sind (vgl. Tabelle 8). Insgesamt hat Publicom 3'370 elektronische Verbindungen dieses Typs identifiziert, womit diese Drittinhalte einen Anteil von 6% am Gesamt-Linkaufkommen haben. 1390 bzw. 41% dieser elektronischen Verbindungen zu Drittanbietern von Inhalten finden sich auf rts.ch und etwa gleich viele auf srf.ch (40%, N=1'356). Auf RSI entfallen 19% der Links zu Drittanbietern von Inhalten (N=624).

Dass die zahlreichen Anbieter, mit wenigen Ausnahmen, nur selten verlinkt sind, ist an sich zwar ein Indikator für ein **geringes Kommerzialisierungspotenzial** jedes einzelnen. Doch darüber hinaus ist eine generelle Bewertung dieser heterogenen Kategorie eher schwierig. Im Folgenden werden ein paar wichtige Gruppen herausgegriffen und diskutiert:

Mehr 150-mal finden sich in den Auftritten der SRG klickbare Links auf **facebook.com** (vgl. Tabelle 8). Einerseits werden eigene Präsenzen auf Facebook verbunden oder Inhalte daraus eingebunden. Auch die Präsenzen von Persönlichkeiten (z.B. Musikern oder Sportlern) oder Facebook-Videos zu aktuellen Themen der Berichterstattung kommen häufig zum Zug. Zudem

werden in den Online-Beiträgen zahlreiche weitere Websites von **anderen Medien** und externen Informationsquellen verlinkt – am häufigsten *wikipedia.org* (N=27), *nos.nl* (öffentlich-rechtlicher Rundfunk der Niederlande, N=26), *politico.com* (N=24), *nature.com* (N=18), *thelancet.com* (N=13), *tagesanzeiger.ch* (n=12), *bbc.com*, *lemonde.fr*, *faz.net*, *tagesschau.de* (alle N=11) sowie *nzz.ch* (N=10).

Zu einer grossen Gruppe verlinkter Domains gehören **Behörden** oder **öffentliche Institutionen**. Im Corona-Jahr 2020 wenig erstaunlich, wird *bag.admin.ch* klar am häufigsten verlinkt (N=162, vgl. Tabelle 8), gefolgt von *who.int* (N=66). Zahlreiche andere Verlinkungen stehen ebenfalls im Zusammenhang mit der COVID 19-Pandemie, bspw. *un.org*, *hs.gov*, *home.treasury.gov*, *swissmedic.ch*, *sciencetaskforce.ch*, *ofsp-coronavirus.ch*, *chuv.ch* oder *ncs-tf.ch*. Zu den weiteren öffentlichen Institutionen gehören Links zu Websites der **Kantone** (v.a. *ti.ch*, *vs.ch*, *zrk.ch*, *zg.ch*, *jura.ch*, *be.ch*, *vd.ch*, *ag.ch* und *ge.ch*), weiteren **Bundesbehörden** und eidgenössischen Institutionen (v.a. *admin.ch*, *parlament.ch*, *sem.admin.ch*, *bfs.admin.ch*, *seco.admin.ch*, *slf.ch*, *meteosuisse.admin.ch*), **Bildungsinstitutionen** (u.a. *zhaw.ch*, *unige.ch*, *unisante.ch*, *atlantische-akademie.de*) und zu Websites **ausländischer** Institutionen (v.a. *koninklijkhuis.nl*, *europarl.eu*, *buildbackbetter.com*, *presidentialtransition.org*, *auswaertiges-amt.de*).

Hinzu kommen zahlreiche Verbindungen zu öffentlichen und privaten **Kampagnen** oder Hilfsangeboten (bspw. *bonheur.ch*, *143.ch*, *147.ch*, *projuventute.ch*, *adicasi.ch*, *dureschnufe.ch*, *hallo-tod.com*, *opferhilfe-schweiz.ch*, *partage.ch*), zu **kulturellen Angeboten** (bspw. *humanrightsfilmfestival.ch*, *mi-s.ch*, *salondulivre.ch*, *osi.swiss*, *creattivati.ch*) oder zu Angeboten aus dem Bereich **Freizeit** und **Tourismus** (u.a. *loisirs.ch*, *regiondentsdumidi.ch*, *borghisvizzera.ch*, *myswitzerland.com*).

Diese klickbaren Links bieten vertiefende Informationen zu Online-Beiträgen der SRG, sie liefern Begleitmaterialien oder dienen als Quellennachweis. Oft handelt es sich um nicht-gewinnorientierte Angebote. Ihr Kommerzialisierungspotenzial ist sehr **gering**.⁵³

Daneben finden sich in allen Auftritten externe Links auf Angebote und Organisationen, mit denen Medienpartnerschaften, inhaltliche Kooperationen oder direkte Beteiligungen der SRG bestehen (N=122). Dazu gehören zum Beispiel *us10.campaign-archive.com*, *mx3.ch* (Plattform für Schweizer Musik), *glueckskette.ch*, *sport-awards.ch*, *avisdexperts.ch* oder *notrehistoire.ch*. Die Nennung publizistischer **Partner** bei Koproduktionen ist der SRG ausdrücklich gestattet, weshalb diese Verbindungen unbedenklich sind.

⁵³ RSI verlinkt zudem 25-mal den Kartendienst von Google Maps. Auch hier kann von einem geringen Kommerzialisierungspotenzial ausgegangen werden.

Verlinkungen zu **Unternehmen** und öffentlich-rechtlichen Gesellschaften bergen grundsätzlich eine grössere Gefahr dahinterliegender kommerzieller Motive. Solche Verbindungen kommen in den Online-Angeboten der SRG selten vor, und sie wurden im Einzelfall geprüft. Bei den Links auf die Schweizerische **Post**, **SBB**, **Astra Zeneca** und zu **Credit Suisse** handelt es sich um rein publizistische Drittinhalte (z.B. Links zu Gebühren-Aufstellung, auf den Online-Fahrplan, zu Bahnverkehrsinformationen bei Störungen, zum Sorgenbarometer 2020 oder zu einer Medienmitteilung betreffend Impfstoff-Entwicklung). Dasselbe gilt für alle anderen Links auf gewinnorientierte Organisationen, die von Publicom geprüft wurden (bspw. *sotomo.ch*, *knie.ch*, *gfs-bern.ch*, *agora-films.net*, *spacecenter.ch*, *universal-music.de*, *lucirahealth.com*).

Tabelle 8: Links zu Inhalten Dritter – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 100 meistverlinkte Domains, 1.1. bis 31.12.2020

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
bag.admin.ch	114	us10.campaign-archive.com	79
un.org	28	facebook.com	62
mx3.ch	27	euro.who.int	60
home.treasury.gov	26	avisdexperts.ch	44
koninklijkhuis.nl	26	jura.ch	20
nos.nl	26	notrehistoire.ch	20
glueckschette.ch	25	ncs-tf.ch	19
politico.com	24	bonheur.ch	19
sotomo.ch	24	vd.ch	14
vs.ch	23	bag.admin.ch	13
zrk.ch	22	admin.ch	13
facebook.com	22	thelancet.com	13
zg.ch	21	fr.wikipedia.org	11
europarl.eu	20	bfs.admin.ch	10
hhs.gov	20	seco.admin.ch	10
eng.brics-russia2020.ru	19	nature.com	10
be.ch	18	ge.ch	10
swissmedic.ch	17	nzz.ch	10
admin.ch	15	blick.ch	9
buildbackbetter.com	14	chuv.ch	9
presidentialtransition.org	14	gcsp.ch	9
ag.ch	12	tagesanzeiger.ch	8
143.ch	11	ne.ch	8
bbc.com	11	letemps.ch	8
lemonde.fr	11	24heures.ch	8
faz.net	11	nobelprize.org	8
tagesschau.de	11	swissmedic.ch	7
147.ch	10	143.ch	7
sbb.ch	9	parlament.ch	7
knie.ch	8	fr.ch	7
newsd.admin.ch	8	bmj.com	7
de.wikipedia.org	8	generalmedia.ch	7
mi-s.ch	8	laliberte.ch	7
parlament.ch	6	litra.ch	7
gfsbern.ch	6	loisirs.ch	7
sem.admin.ch	6	tdg.ch	7
astrazeneca.ch	5	buildbackbetter.com	6
bfs.admin.ch	5	nytimes.com	6
seco.admin.ch	5	clinicaltrials.gov	6

slf.ch	5	meteosuisse.admin.ch	6
sciencetaskforce.ch	5	ofsp-coronavirus.ch	6
projuventute.ch	5	regionentsdumidi.ch	6
tagesanzeiger.ch	4	medrxiv.org	5
zhaw.ch	4	unige.ch	5
post.ch	4	nasa.gov	5
sbk.ch	4	agorafilms.net	5
sports-awards.ch	4	geneve.ch	5
atlantische-akademie.de	4	partage.ch	5
check.bag-coronavirus.ch	4	salondulivre.ch	5
dureschnufe.ch	4	unisante.ch	5
hallo-tod.com	4	vs.ch	4
opferhilfe-schweiz.ch	4	zhaw.ch	4
u25-schweiz.ch	4	edition.cnn.com	4
zh.ch	4	myswitzerland.com	4
ncs-tf.ch	3	royalsocietypublishing.org	4
nature.com	3	cesttropbon.ch	4
nytimes.com	3	croixrougevaudoise.ch	4
theguardian.com	3	epaper.sonntagszeitung.ch	4
recallswiss.admin.ch	3	fmh.ch	4
en.wikipedia.org	3	lausanne.ch	4
aargauerzeitung.ch	3	loopsider.com	4
auswaertiges-amt.de	3		
bag-coronavirus.ch	3		
bazl.admin.ch	3		
beobachter.ch	3		
bsv.admin.ch	3		
caselaw.findlaw.com	3		
eawag.ch	3		
flickr.com	3		
humanrightsfilmfestival.ch	3		
science.sciencemag.org	3		
skppsc.ch	3		
spacecenter.ch	3		
sterbenmitswag.blogspot.co	3		
supremecourt.gov	3		
tanne.ch	3		
unisg.academia.edu	3		
universal-music.de	3		
zischtig.ch	3		

RSI	Anzahl
facebook.com	70
ti.ch	67
bag.admin.ch	35
google.ch	25
gr.ch	21
it.wikipedia.org	20
admin.ch	13
unige.ch	10
bfs.admin.ch	6
zhaw.ch	6
who.int	6
check.ufsp-coronavirus.ch	6
rac1.cat	6
nature.com	5
nytimes.com	5
en.wikipedia.org	5

adicasi.ch	5
kantonsamtsblatt.gr.ch	5
jura.ch	4
unibas.ch	4
ec.eu	4
blogs.worldbank.org	4
lucirahealth.com	4
museum-neuchatel.ch	4
oak-bv.admin.ch	4
credit-suisse.com	3
borghisvizzera.ch	3
meteosvizzera.admin.ch	3
missingchildren.ch	3
osi.swiss	3
wissenschaftsbarometer.ch	3
mx3.ch	2
tcs.ch	2
myswitzerland.com	2
gfsbern.polittrend.ch	2
bk.admin.ch	2
researchgate.net	2
alterszentrum-schwyz.ch	2
archiviodelmoderno.org	2
asroma.com	2
creattivati.ch	2
catena-della-solidarieta.ch	2
egov.lugano.ch	2
erc.eu	2
fiabitalia.it	2
hepatitis-schweiz.ch	2
kath.ch	2
luganolac.ch	2
oasi.ti.ch	2
presseportal.de	2
savehedogs.eu	2
treccani.it	2

Publicom 2021

Anhang: Glossar

Für das bessere Verständnis des Untersuchungsgegenstands sind in der Folge **wichtige Begriffe** der Studie erklärt. In der ersten Spalte findet sich der zu definierende Terminus, in der zweiten Spalte die Erklärung dazu und in der dritten Spalte direkt verwandte Begriffe zum Nachschlagen.

kursiv: Begriff wird im Glossar an anderer Stelle geklärt

A/AV-Bezug	Form eines <i>Sendungsbezugs</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b, Bst. c und Bst. d Konzession SRG oder eines Bezugs zu einem A/AV-Inhalt gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. A und Bst. Konzession SRG Herstellung eines <i>Sendungsbezugs</i> oder Bezug zu einem A/AV-Inhalt mit integriertem, abspielbarem Audio- oder Videoelement.	<i>Textbezug</i>
A/AV-Element A/AV-Inhalt	Multimediales Element von Webseiten Im <i>Online-Beitrag</i> integrierte, mit maximal einem Klick oder abspielbare Audio- oder Videodatei.	
A/AV-Verknüpfung, Kriterium der	Konzessionskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. d 75% der <i>Textbeiträge</i> , die nicht älter als 30 Tage sind, müssen mit <i>A/AV-Inhalten</i> verknüpft sein.	
Blacklist	Konformitätsindikator für <i>Sendungsnennung</i> Teilbereich des <i>Sendungsverzeichnisses</i> . Sendungen der Blacklist gelten als <i>nicht konform</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b SRG-Konzession. Beispiel: <i>Sport-Clip</i>	<i>Whitelist</i>
Eigeninformationen	Teil des <i>redaktionellen Angebots</i> <i>Online-Beiträge</i> , die vor allem Informationen zu Sendungen und zu Programmen enthalten. Beispiel: Über SRF / Führungen	<i>Newsportal redaktionelles Angebot</i>
Externer Link URL	<i>Untersuchungseinheit</i> der <i>Linkanalyse</i> Elektronische Verbindung bzw. eindeutige Internetadresse (URL) in einem <i>Online-Beitrag</i> der SRG, die auf Inhalte oder Dienste Dritter verweist. Dazu gehören klickbare Links zu Dritten und für das Publikum unsichtbare Verbindungen, die dem <i>Quelltext</i> entnommen werden. Beispiel: https://www.admin.ch/ch/d/cf/ko/gremium_10403.html	<i>Domain Online-Beitrag</i>

Domain	<p><i>Untersuchungseinheit der Linkanalyse</i></p> <p>Eindeutige (Haupt-) Adresse einer Website oder eines Webservers im Internet, Teil der URL eines <i>externen Links</i>.</p> <p>Beispiel: admin.ch</p>	<p><i>externer Link</i> <i>URL</i></p>
Inhaltliche Bereich	<p>Inhaltliches Strukturmerkmal gemäss Programmauftrag (Art. 6, 7, 8, 9, 10 der SRG-Konzession)</p> <p>Das redaktionelle Angebot wird anhand der relevanten Kategorien Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport überprüft und kategorisiert.</p>	<p><i>Themenbereich</i></p>
Längenbeschränkung im Newsportal	<p>Konzessionskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c</p> <p><i>Textbeiträge</i> ohne <i>Sendungsbezug</i> sind im Newsportal nur zulässig, wenn sie höchstens 1'000 Zeichen aufweisen. Bei der Zählung wird der Fließtext mit Lead ohne Leerschläge berücksichtigt. <i>Textbeiträge</i> im <i>Newsportal</i> oberhalb der Längenbeschränkung erfordern einen konformen <i>Sendungsbezug</i>.</p>	
Linkanalyse	<p>Überprüfung der <i>Konzessionskonformität</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. f</p> <p>Die Linkanalyse überprüft, ob <i>externe Links</i> aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden. Von der Linkanalyse unterschieden wird die <i>redaktionelle Analyse</i>.</p>	<p><i>Kommerzialisierungspotenzial</i> <i>redaktionelle Analyse</i></p>
Kommerzialisierungspotenzial	<p>Indikator für Konformität in der <i>Linkanalyse</i></p> <p>Das Kommerzialisierungspotenzial sagt aus, in welchem Ausmass die Möglichkeit besteht, dass Links aus kommerziellen Gründen gesetzt wurden.</p> <p>Beispiel: Häufig verlinkte E-Shops haben ein erhöhtes Kommerzialisierungspotenzial</p>	<p><i>Linkanalyse</i></p>
Konform Konzessionskonform	<p>Einhaltung der Bestimmungen der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Bst. f</p> <p><i>Online-Beiträge</i>, <i>Sendungsbezüge</i> und <i>externe Links</i> können konform sein.</p> <p><i>Beispiel: Textbeiträge im Newsportal</i> unter 1'000 Zeichen sind konform gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c (vgl. Längenbeschränkung)</p>	<p><i>nicht konform</i></p>

Konformität Konzessionskonformität	Ausmass der Einhaltung von Bestimmungen der Konzession SRG, meist hinsichtlich Art. 18 Abs. 2 Bst. b, bis Bst. f	<i>konform</i> <i>nicht konform</i>
Medienportal Play Play	Hauptbereich der Online-Angebote der SRG Play umfasst das Audio- und audiovisuelle Archiv der SRG und dient der Suche und Wiedergabe aller enthaltenen A/AV-Elemente.	<i>redaktionelles Angebot</i>
Newsportal	Bestandteil des <i>redaktionellen Angebots</i> Ins Newsportal gehören alle Textbeiträge mit Newscharakter, insbesondere aus den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales.	<i>redaktionelles Angebot</i> <i>Eigeninformationen</i>
Nicht konform	Nichteinhaltung der Bestimmungen der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Bst. f <i>Online-Beiträge, Sendungsbezüge und externe Links</i> können nicht konform sein. <i>Beispiel: Textbeiträge im Newsportal über 1'000 Zeichen ohne konformen Sendungsbezug gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c (vgl. Längenbeschränkung)</i>	<i>konform</i>
Online-Beitrag	<i>Untersuchungseinheit der redaktionellen Analyse</i> Zu einem Online-Beitrag gehört der vom Betrachter direkt wahrnehmbare Inhalt, der meist in den hauptsächlichen Contentbereich der Webseiten eingepflegt ist, mit allen integrierten Elementen (Text, Audio, Video, Bild, Grafik, Verlinkungen usw.). Zur Untersuchungseinheit Online-Beitrag nicht zugehörig sind Leser-Kommentare, andere nutzergenerierte Inhalte und alle übrigen, meist funktionalen oder übergeordneten Elemente auf der jeweiligen Webseite (u.a. Navigationsbereiche und standardisierte Teasing-Elemente). Online-Beiträge verfügen über eine unverkennbare, eindeutige <i>URL</i> (nach Ausschluss von Duplikaten, Similikaten, Broken Links und technischen Artefakten).	<i>Sendungsbezug</i> <i>externer Link</i>
Play	siehe <i>Medienportal Play</i> .	
Quelltext	Programmcode von Websites	

	Für Menschen lesbare, in der Programmiersprache HTML geschriebener Text für die Bereitstellung einer Website.	
Redaktionelle Analyse	<p>Überprüfung der <i>Konzessionskonformität</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Bst. d.</p> <p>Die redaktionelle Analyse überprüft insbesondere die <i>Längenbeschränkung</i> im Newsportal (Art. 18 Abs. 2 Bst. c) und das Kriterium der <i>A/AV-Verknüpfung</i> (Art. 18 Abs. 2 Bst. d). Von der redaktionellen Analyse unterschieden wird die <i>Linkanalyse</i>.</p>	<i>Linkanalyse</i>
Redaktionelles Angebot Redaktioneller Bereich	<p>Hauptbereich der Online-Angebote der SRG.</p> <p>Alle redaktionellen <i>Online-Beiträge</i> mit eigener URL, die sich im hierarchischen SRG-Auftritt im Blog- bzw. Magazin-Stil befinden (und nicht im <i>Medienportal Play</i>). Zum redaktionellen Angebot gehören das <i>Newsportal</i> und die <i>Eigeninformationen</i>.</p>	<i>Medienportal Play</i> <i>Newsportal</i> <i>Eigeninformationen</i>
Sendung	<p>Manifestes Programmelement des Radio- und TV-Angebots der SRG</p> <p>Eine Sendung wird im Radio- oder TV-Programm zu einem bestimmten Zeitpunkt ausgestrahlt und findet sich im <i>Sendungsverzeichnis</i>. In Ausnahmefällen sind auch Internet-Livestreams zugelassen. <i>Sendungsbezüge</i> beinhalten eine nachvollziehbare <i>Sendungsnennung</i>.</p> <p>Beispiel: Kassensturz</p>	
Sendungsbezug	<p>Konformitätskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c der Konzession SRG</p> <p>Hinweise als <i>Textbezug</i> und/oder durch Integration bzw. Verlinkung von <i>A/AV-Inhalten</i>, die auf redaktionell aufbereitete Sendungen oder Sendeteile verweisen. Es handelt es sich dabei um TV- oder Radioprogramme sowie Livestreams die auf den verschiedenen Kanälen der SRG ausgestrahlt werden. Ein <i>konformer</i> Bezug muss eine existierende Sendung nennen und eine zeitliche sowie thematische Nähe zum veröffentlichten Beitrag haben.</p>	<i>A/AV-Bezug</i> <i>Textbezug</i>

Sendungsnennung	<p>Konformitätsindikator in <i>Sendungsbezügen</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b oder Bst. c der Konzession SRG</p> <p>Nachvollziehbare Nennung einer Sendung oder eines Sendungsbestandteiles aus dem Radio- und TV-Programm der SRG (oder von bestimmten Livestreams). Die Sendungsnennung wird anhand des <i>Sendungsverzeichnis</i> hinsichtlich <i>Konformität</i> überprüft.</p>	<p><i>Sendung</i></p> <p><i>Sendungsverzeichnis</i></p>
Sendungsverzeichnis	<p>Grundlage für Überprüfung der <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Liste aller Sendungen der SRG-Programme im Jahr 2020 mit gut 700 Einträgen. Umfasst die konformitätsrelevanten Teilbereiche <i>Whitelist</i> und <i>Blacklist</i>. Die Sendungsnennungen in den Bezügen werden mit diesen Listen abgeglichen und kategorisiert.</p>	<p><i>Sendungsnennung</i></p>
Thematische Nähe	<p>Konformitätskriterium für <i>Sendungsbezüge</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p> <p>Die thematische Nähe eines Bezuges zu einer Sendung ist gegeben, wenn sich der <i>Online-Beitrag</i> auf das gleiche Kommunikationsereignis bezieht wie die Sendung im Bezug.</p>	<p><i>zeitliche Nähe</i></p>
Themenbereich	<p>Untereinheit zur Bestimmung der <i>inhaltlichen Bereiche</i>.</p> <p>Die inhaltlichen Bereiche Information, Kultur, Bildung und Unterhaltung werden anhand der Themenbereiche gebildet.</p> <p>Beispiel: Politik, Wirtschaft/Finanzen, Unfälle/Katastrophen und Sport sind einige Themenbereiche der Kategorie Information.</p>	<p><i>inhaltliche Kategorie</i></p>
Textbeitrag	<p>Konformitätskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b bis Bst. d Konzession SRG</p> <p>Jeder <i>Online-Beitrag</i> mit mehr als 100 Zeichen in Lead und Fliesstext gilt als Textbeitrag.</p>	
Textbezug	<p>Form eines <i>Sendungsbezugs</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p>	<p><i>A/AV-Bezug</i></p>

	<p>Bezugnahme zu einer Sendung in schriftlicher/textlicher Form, ohne Einbindung eines <i>A/AV-Elements</i></p> <p>Beispiel: Sendebezug: Radio SRF 3, Abendbulletin, 14.05.2020, 22:00 Uhr</p>	
URL	vgl. <i>externer Link</i>	
Whitelist	<p>Konformitätsindikator für <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Teilbereich des <i>Sendungsverzeichnisses</i>. Sendungen der <i>Whitelist</i> gelten als <i>konform</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b Konzession SRG.</p> <p>Beispiel: Tagesschau</p>	<i>Blacklist</i>
Zeichengrenze	Siehe Längenbeschränkung	
Zeitliche Nähe	<p>Konformitätskriterium für <i>Sendungsbezüge</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p> <p><i>Online-Beiträge</i> dürfen nicht früher als 35 Minuten vor der Ausstrahlung der bezogenen Sendung publiziert werden. Ausserdem darf die bezogene Sendung nur in Ausnahmefällen älter als 10 Tage sein.</p>	<i>thematische Nähe</i>