

# **Publikumsbefragung elektronische Medien 2022**

Im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation – BAKOM

Dr. Benjamin Fretwurst  
Lisa Vogel  
Prof. Dr. Heinz Bonfadelli

Zürich, März 2023



#### Quellenangabe

Fretwurst, Benjamin/ Vogel, Lisa/ Bonfadelli, Heinz (2022): *Publikumsbefragung elektronische Medien 2022*.

[www.iakom.ch/Bericht\\_PeM\\_2022/Publikum-elek-Medien-2022.pdf](http://www.iakom.ch/Bericht_PeM_2022/Publikum-elek-Medien-2022.pdf).

#### Umsetzung

Infografik von Marianne Guhl, [www.marysigne.com](http://www.marysigne.com).

#### Kontakt

Benjamin Fretwurst  
IaKom – Institut für angewandte Kommunikationsforschung  
Zürichbergstrasse 124  
CH – 8044 Zürich  
[fretwurst@iakom.ch](mailto:fretwurst@iakom.ch)



# Inhalt

<b>Management Summary</b>	<b>1</b>
<b>1. Hintergrund</b>	<b>5</b>
1.1. Normativer Hintergrund . . . . .	5
1.2. Forschungsstand . . . . .	8
1.3. Zusammenfassung der Publikumsbefragung 2021 . . . . .	10
<b>2. Methode</b>	<b>11</b>
2.1. Onlinebefragung – CAWI . . . . .	11
2.2. Der Fragebogen . . . . .	11
2.3. Stichprobe und Gewichtung . . . . .	12
2.4. Methodensteckbrief . . . . .	15
<b>3. Mediene Ausstattung</b>	<b>17</b>
3.1. Im eigenen Haushalt . . . . .	17
3.2. Am Arbeitsplatz . . . . .	19
3.3. Unterwegs und mobil . . . . .	19
<b>4. Mediennutzung</b>	<b>23</b>
4.1. Mediennutzung je Woche . . . . .	23
4.1.1. TV-Nutzung . . . . .	23
4.1.2. Radionutzung . . . . .	24
4.1.3. Zeitungsnutzung . . . . .	25
4.1.4. Onlinenutzung . . . . .	25
4.2. Nutzungsdauer . . . . .	26
4.3. Mediennutzung im Internet . . . . .	27
4.3.1. Allgemein . . . . .	27
4.3.2. Internetradio . . . . .	27
4.3.3. Online-TV & Mediatheken . . . . .	28
4.3.4. Streamingdienste . . . . .	28
4.4. Nutzungsmotive . . . . .	29
4.4.1. Radio . . . . .	30
4.4.2. TV . . . . .	30
4.5. Prioritäten bei der Informationssuche . . . . .	30
4.5.1. Schweiz . . . . .	31
4.5.2. Region . . . . .	32
4.5.3. Ausland . . . . .	32
<b>5. Bewertung des Medienangebots</b>	<b>33</b>
5.1. Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf . . . . .	34
5.2. Bewertung der Fernsehsender . . . . .	35
5.2.1. Bewertung der SRG-Fernsehsender . . . . .	35
5.2.2. Bewertung der Regionalfernsehsender . . . . .	39
5.3. Bewertung der Radioprogramme . . . . .	43
5.3.1. Bewertung der SRG-Radiosender . . . . .	43

5.3.2.	Bewertung der Lokalradiosender . . . . .	48
5.4.	Bewertung der Onlinenachrichtenseiten bzw. -apps . . . . .	51
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassung und Fazit</b>	<b>53</b>
<b>7.</b>	<b>Literatur</b>	<b>57</b>
<b>A.</b>	<b>Tabellen</b>	<b>61</b>
A.1.	Erläuterungen zu den Tabellen . . . . .	61
A.1.1.	Kennwerte in den Tabellenzeilen . . . . .	61
A.1.2.	Definition der Aufrissgruppen . . . . .	61
A.2.	Medienausstattung . . . . .	63
A.2.1.	Zu Hause . . . . .	63
A.2.2.	Am Arbeitsplatz . . . . .	66
A.2.3.	Unterwegs und Mobil . . . . .	69
A.3.	Prioritäten bei der Informationssuche . . . . .	72
A.3.1.	Über die Schweiz . . . . .	72
A.3.2.	Über die eigene Region . . . . .	73
A.3.3.	Über das Ausland . . . . .	74
A.4.	Mediennutzung . . . . .	75
A.4.1.	Fernsehen . . . . .	75
A.4.2.	Radio . . . . .	77
A.4.3.	Presse . . . . .	79
A.4.4.	Online . . . . .	80
A.4.5.	Klassische Medien online . . . . .	81
A.4.6.	Nutzungsdauer . . . . .	84
A.4.7.	Nutzungsmotive . . . . .	87
A.5.	Medienbewertung . . . . .	89
A.5.1.	Professionalität . . . . .	89
A.5.2.	Informationsgehalt . . . . .	94
A.5.3.	Lokal-regionale Berichterstattung . . . . .	99
A.5.4.	Ausgewogenheit . . . . .	104
A.5.5.	Glaubwürdigkeit . . . . .	109
A.5.6.	Unterhaltsamkeit . . . . .	114
A.5.7.	Gesamtzufriedenheit . . . . .	119
A.6.	Politisches Interesse . . . . .	124
A.7.	Soziodemographie . . . . .	125
<b>B.</b>	<b>Methodischer Anhang</b>	<b>137</b>
B.1.	Grundgesamtheit und Stichprobendefinition . . . . .	137
B.2.	Ablauf der Befragung . . . . .	138
B.3.	Ausschöpfung . . . . .	138
B.4.	Antwortdauer . . . . .	139
B.5.	Befragungsstandard . . . . .	139
B.6.	Gewichtung . . . . .	139
B.7.	Fragebogen . . . . .	144
B.8.	TV-Versorgungsgebiete mit Karten . . . . .	155
B.9.	UKW-Versorgungsgebiete mit Karten . . . . .	156

## Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

### Tabellenverzeichnis

2.1	Stratifizierungsgewichte und Designgewichte . . . . .	14
2.2	Methodensteckbrief . . . . .	15
4.1	Nutzung je Woche . . . . .	24
4.2	Durchschnittliche Nutzungsdauer in Minuten . . . . .	27
4.3	Nutzung je Woche . . . . .	27
4.4	Medienprioritäten bei der Informationssuche . . . . .	31
5.1	Medienbewertungen 2022 . . . . .	33
5.2	Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf . . . . .	35
5.3	Bewertung SRG-TV im Jahresvergleich . . . . .	37
5.4	Bewertung des privaten Regional-TV im Zeitverlauf . . . . .	40
5.5	Bewertung der SRG-Radiosender im Zeitverlauf . . . . .	45
5.6	Bewertung der Lokalradiosender im Zeitverlauf . . . . .	48
A.1	Medienbesitz Haushalt – Zusammenfassung . . . . .	63
A.2	Medienbesitz Haushalt – Fernsehgerät . . . . .	63
A.3	Medienbesitz Haushalt – Radiogerät . . . . .	64
A.4	Medienbesitz Haushalt – Zeitungsabonnement . . . . .	64
A.5	Medienbesitz Haushalt – Festnetztelefon . . . . .	65
A.6	Medienbesitz Haushalt – Computer oder Notebook . . . . .	65
A.7	Medienbesitz Arbeitsplatz – Zusammenfassung . . . . .	66
A.8	Medienbesitz Arbeitsplatz – Fernsehgerät . . . . .	66
A.9	Medienbesitz Arbeitsplatz – Radiogerät . . . . .	67
A.10	Medienbesitz Arbeitsplatz – Zeitungsabonnement . . . . .	67
A.11	Medienbesitz Arbeitsplatz – Festnetztelefon . . . . .	68
A.12	Medienbesitz Arbeitsplatz – Computer oder Notebook . . . . .	68
A.13	Medienbesitz Zusammenfassung – unterwegs und mobil . . . . .	69
A.14	Medienbesitz unterwegs – Radiogerät . . . . .	69
A.15	Medienbesitz unterwegs – Notebook . . . . .	70
A.16	Medienbesitz – Smartphone . . . . .	70
A.17	Medienbesitz – Tablet . . . . .	71
A.18	Medienbesitz übrige – Nachrichtenapps . . . . .	71
A.19	Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über die Schweiz . . . . .	72
A.20	Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über die eigene Region . . . . .	73
A.21	Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über das Ausland . . . . .	74
A.22	Kanal-Nutzung – Fernsehen generell . . . . .	75
A.23	Kanal-Nutzung – Programme des Schweizer Fernsehens . . . . .	76
A.24	Kanal-Nutzung – Schweizer Regionalfernsehprogramme . . . . .	76
A.25	Kanal-Nutzung – Ausländische Fernsehprogramme . . . . .	77
A.26	Kanal-Nutzung – Radio generell . . . . .	77
A.27	Kanal-Nutzung – Programme des Schweizer Radios . . . . .	78
A.28	Kanal-Nutzung – Schweizer Lokalradios . . . . .	78
A.29	Kanal-Nutzung – Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen) . . . . .	79
A.30	Kanal-Nutzung – Gratis-Pendlerzeitungen . . . . .	79
A.31	Kanal-Nutzung – Das Internet . . . . .	80

A.32	Kanal-Nutzung – Online-Nachrichtenseiten oder Nachrichtenapps . . . . .	80
A.33	Nutzung Internet . . . . .	81
A.34	Internetnutzung – Radio live über das Internet hören . . . . .	81
A.35	Internetnutzung – Fernsehen live über das Internet sehen . . . . .	82
A.36	Internetnutzung – Fernsehsendungen über Mediatheken . . . . .	82
A.37	Internetnutzung – Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand) . . . . .	83
A.38	Medienkonsum in Minuten pro Tag – Zusammenfassung . . . . .	84
A.39	Medienkonsum – TV-Gerät . . . . .	84
A.40	Medienkonsum – Radio-Gerät . . . . .	85
A.41	Medienkonsum – Zeitung . . . . .	85
A.42	Medienkonsum – Online . . . . .	86
A.43	Motivation für die Mediennutzung – Radio . . . . .	87
A.44	Motivation für die Mediennutzung – Fernsehen . . . . .	87
A.45	Motivation für die Mediennutzung – Online . . . . .	88
A.46	Professionalität – Schweizer Fernsehen . . . . .	89
A.47	Professionalität – Regional-TV . . . . .	90
A.48	Professionalität – Radio SRG . . . . .	91
A.49	Professionalität – Lokalradio . . . . .	92
A.50	Professionalität – Online-Nachrichtenseite . . . . .	93
A.51	Informationsgehalt – Schweizer Fernsehen . . . . .	94
A.52	Informationsgehalt – Regional-TV . . . . .	95
A.53	Informationsgehalt – Radio SRG . . . . .	96
A.54	Informationsgehalt – Lokalradio . . . . .	97
A.55	Informationsgehalt – Online-Nachrichtenseite . . . . .	98
A.56	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Schweizer Fernsehen . . . . .	99
A.57	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Regional-TV . . . . .	100
A.58	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Radio SRG . . . . .	101
A.59	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Lokalradio . . . . .	102
A.60	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Online-Nachrichtenseite . . . . .	103
A.61	Ausgewogenheit – Schweizer Fernsehen . . . . .	104
A.62	Ausgewogenheit – Regional-TV . . . . .	105
A.63	Ausgewogenheit – Radio SRG . . . . .	106
A.64	Ausgewogenheit – Lokalradio . . . . .	107
A.65	Ausgewogenheit – Online-Nachrichtenseite . . . . .	108
A.66	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Schweizer Fernsehen . . . . .	109
A.67	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Regional-TV . . . . .	110
A.68	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Radio SRG . . . . .	111
A.69	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Lokalradio . . . . .	112
A.70	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Online-Nachrichtenseite . . . . .	113
A.71	Unterhaltsamkeit – Schweizer Fernsehen . . . . .	114
A.72	Unterhaltsamkeit – Regional-TV . . . . .	115
A.73	Unterhaltsamkeit – Lokalradio . . . . .	117
A.74	Unterhaltsamkeit – Online-Nachrichtenseite . . . . .	118
A.75	Zufriedenheit mit dem Schweizer Fernsehen . . . . .	119
A.76	Zufriedenheit mit dem Programm Regional-TV . . . . .	120
A.77	Zufriedenheit mit dem Radio SRG . . . . .	121
A.78	Zufriedenheit mit dem Lokalradio . . . . .	122

A.79	Zufriedenheit mit den Online-Nachrichtenseiten . . . . .	123
A.80	Interesse am aktuellen Geschehen . . . . .	124
A.81	Personen im Haushalt . . . . .	125
A.82	Erwerbstätigkeit . . . . .	125
A.83	Bildung . . . . .	126
A.84	Sprache . . . . .	126
A.85	Geschlecht . . . . .	127
A.86	Altersgruppen . . . . .	127
A.87	Sprachregion . . . . .	128
A.88	Kommunikationsräume . . . . .	129
A.89	Nationalität – Zusammenfassung . . . . .	130
A.90	Nationalität – Schweiz . . . . .	130
A.91	Nationalität – Deutschland . . . . .	131
A.92	Nationalität – Frankreich . . . . .	131
A.93	Nationalität – Italien . . . . .	132
A.94	Nationalität – Österreich . . . . .	132
A.95	Nationalität – Spanien . . . . .	133
A.96	Nationalität – Portugal . . . . .	133
A.97	Nationalität – Türkei . . . . .	134
A.98	Nationalität – Serbien . . . . .	134
A.99	Nationalität – Kroatien . . . . .	135
A.100	Nationalität – Kosovo . . . . .	135
A.101	Nationalität – Andere . . . . .	136
A.102	Befragungsmodus . . . . .	136
B.1	SRPH-Bestellung . . . . .	137
B.2	Soll-Ist . . . . .	137
B.3	Ausschöpfung . . . . .	138
B.4	Ausschöpfung nach Altersgruppen . . . . .	139
B.5	Stratifizierungsgewichte und Designgewichte . . . . .	141

## Abbildungsverzeichnis

3.1.	Medienausstattung zu Hause . . . . .	18
3.2.	Medienausstattung am Arbeitsplatz . . . . .	19
3.3.	Medienausstattung mobil und unterwegs . . . . .	20
4.1.	Nutzungsmotive . . . . .	29
5.1.	Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf . . . . .	35
5.2.	Bewertung der Fernsehprogramme . . . . .	36
5.3.	Gesamtzufriedenheit mit SRG-TV nach Versorgungsgebieten . . . . .	39
5.4.	Gesamtzufriedenheit mit Regionalfernsehprogrammen nach Versorgungsgebieten . . . . .	44
5.5.	Bewertung . . . . .	44
5.6.	Gesamtzufriedenheit mit SRG-Radio nach Versorgungsgebieten . . . . .	47
5.7.	Gesamtzufriedenheit mit Lokalradios nach Versorgungsgebieten . . . . .	50
5.8.	Gesamtzufriedenheit mit Onlineangeboten nach TV-Versorgungsgebieten . . . . .	52



## Management Summary

Der Bericht fasst die Ergebnisse der **Studie «Publikumsbefragung elektronische Medien 2022»** zusammen. Erfragt wurden die Medienausstattung und -nutzung sowie die Prioritäten für Informationen über das Geschehen in der Schweiz, in der Region der Befragten und im Ausland. Kernstück der Studie sind die Qualitätsbewertungen bezüglich der von den Befragten am meisten genutzten Radio- und Fernseh- sowie Onlineangebote der SRG und privater Anbieter. Auf Basis des SRPH-Stichprobenrahmens des BfS wurde eine effektive **Stichprobe von 3795 Fällen** aus der Schweizer Wohnbevölkerung aller Sprachregionen gezogen. Schwerpunkt dieses Berichtes sind die Vergleiche zu den letzten beiden «Corona-Jahren» und 2019 mit der letzten Erhebung vor der Corona-Pandemie. Eine Onlineversion des Berichtes findet sich unter [https://www.iakom.ch/Bericht\\_PeM\\_2022/](https://www.iakom.ch/Bericht_PeM_2022/) und die zugehörigen interaktiven Tabellen unter <https://shiny.iakom.ch/pem22> (neu mit den Vergleichszahlen für die letzten vier Jahre).

**Während die Haushaltsausstattung mit klassischen Medien weiterhin leicht abnimmt, pendelt sich der Personenanteil mit News-Apps auf dem Niveau von vor Corona ein.** Der Anteil Haushalte mit Fernsehgeräten ist von 2019 noch 92 Prozent im Jahr 2021 auf 89 Prozent gesunken und liegt in diesem Jahr bei 88 Prozent. Der Anteil der Haushalte mit Radiogerät (57%) ist im Vorjahresvergleich um 5 Prozentpunkte und der Haushaltsanteil mit Zeitungsabonnement (37%) um 3 Prozentpunkte gesunken. Je grösser das Interesse an Politik bei den Befragten war, desto eher verfügen die Haushalte über Zeitungsabonnemente und desto seltener über Fernsehgeräte. Während bei den jüngeren Befragten die Smartphoneausstattung bei 99 Prozent gesättigt ist, hat sie bei den älteren Befragten im Vorjahresvergleich nochmals von 86 Prozent auf 89 Prozent zugenommen. Die Installation von News-Apps (aktuell 64%) hatte im Sommer des Coronajahrs 2020 seinen Höchststand (67%), sank 2021 auf 62 Prozent und liegt jetzt auf demselben Niveau wie vor der Pandemie 2019 bei 64 Prozent.

**Die Nutzung ist bei den klassischen Medien nochmals leicht zurückgegangen, was durch die gestiegene Nutzung von Onlinenachrichten und News-Apps nicht voll kompensiert wird.** Der Anteil derer, die die TV-Angebote der SRG mehrmals pro Woche oder häufiger nutzen (56%) ist im Vergleich zu 2021 (58%) nochmals etwas gesunken. Diese Nutzergruppe war 2020 deutlich (66%) und auch vor der Pandemie 2019 signifikant grösser (62%). Der entsprechende Anteil bei den Regionalfernsehprogrammen ist im Vorjahresvergleich identisch (29%) und im Vergleich zu 2019 (31%) nur leicht gesunken. Der Anteil derer, die mehrmals pro Woche oder häufiger online gehen (92%) ist im Vergleich mit 2021 stabil und im Vergleich zu 2019 (88%) gestiegen. Allerdings nutzen aktuell 49 Prozent «(fast) täglich» Onlinenachrichtenseiten oder Nachrichtenapps, während es 2019: 41 Prozent, 2020: 46 Prozent und 2021: 52 Prozent waren. Die meisten Menschen in der Schweiz wenden sich den Medienangeboten zu, sowohl um sich unterhalten zu lassen, als auch um Informationen zu erhalten (Radio: 44%, TV: 51%). 2022 gaben allerdings mehr Befragte als 2020 und 2019 als Nutzungsmotivation allein «Unterhaltung» an (beim Radio 10% mehr als 2019, beim Fernsehen 12% mehr als 2019). Der Anteil derer, die sich primär informieren lassen wollen ist von 2019 auf 2022 beim Radio ungefähr gleich geblieben.

**Die Medienbewertungen sind bei allen Medien eher leicht gesunken.** Die Medienbewertungen stammen jeweils von denen, die diese Programme am häufigsten nutzen. Im Jahr 2019 haben die Fernsehangebote von der Schweizer Bevölkerung besondere Rückendeckung in der Debatte um den Service public erhalten. Diese sehr guten Bewertungen wurden im ersten Sommer der Pandemie gehalten und sinken seit 2021. Die Regionalfernsehprogramme wurden 2020 über die meisten Kategorien hinweg überdurchschnittlich gut bewertet. Die Werte liegen in diesem Jahr etwas darunter. Die SRG-Radiosender wurden 2019 und 2020 (abgesehen vom Lokalbezug, der nicht zu ihrem

Auftrag gehört) besonders gut bewertet. Im Vergleich dazu hat sich eine leichte Relativierung eingestellt. Die Lokalradiosender in all ihrer Vielfalt wurden im Schnitt über die Jahre hinweg ähnlich bewertet. Im letzten Jahr 2021 waren die Werte im Rahmen der Schwankungen besser als 2020 und in diesem Jahr wieder auf dem Durchschnittsniveau.

Konkreter liegt bei den **Fernsehangeboten der SRG** die «Gesamtzufriedenheit» (Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut») bei einem Durchschnittswert von 3,8, nachdem sie von 2019 (4,0) und 2020 (3,9) im Jahr 2021 auf den Wert 3,8 gesunken ist, der auch in diesem Jahr gemessen wurde. Für ihre «Glaubwürdigkeit» (4,1) und «Professionalität» (4,1) der SRG-TV-Angebote wurden wieder die höchsten Werte vergeben. Die «Ausgewogenheit» (3,6) wurde etwas kritischer gesehen als 2021 (3,7) und 2019/20 (3,8). Im Vergleich zu 2020 liegen die Bewertungen für die (nur alle zwei Jahre abgefragten) Bewertungskategorien «Informationsgehalt», «Lokalbezug» und «Unterhaltsamkeit» jeweils um 0,1 tiefer.

Die **Regionalfernsehprogramme** erreichen in der «Gesamtzufriedenheit» eine 3,5, nachdem sie die letzten vier Jahre bei 3,6 lag. Im Schnitt ist die Bewertung ihrer «Glaubwürdigkeit», «Informationsgehalt» und «Unterhaltsamkeit» je um 0,1 Skalenpunkte gesunken. Der «Lokalbezug» wurde als besondere Qualität der Regional-TV-Programme wieder mit einer 4,0 bewertet. «Professionalität» (3,5) und «Ausgewogenheit» (3,4) wurden ebenfalls wie im Vorjahr bewertet.

In der «Gesamtzufriedenheit» halten die **SRG-Radioprogramme** mit 3,9 wieder den Spitzenplatz, wobei sie von 2021 (4,0) leicht abgesunken sind. Die «Professionalität» der SRG-Radios wird nach wie vor mit 4,1 sehr hoch bewertet, aber die Bewertungen ihrer «Glaubwürdigkeit» (4,0) und «Ausgewogenheit» (3,7) sind jeweils im Vorjahresvergleich um einen und im Vergleich zu 2019 um 0,2 Skalenpunkte gesunken.

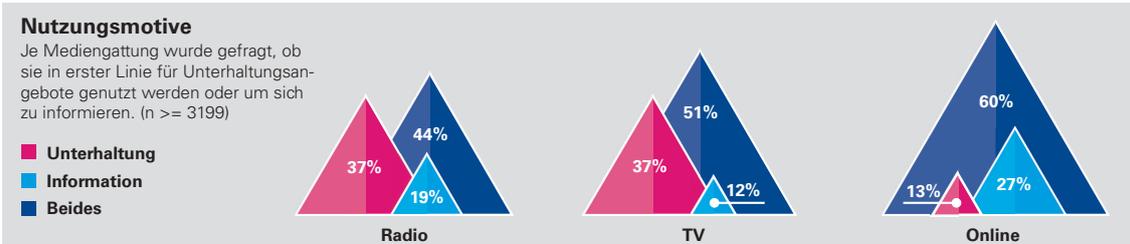
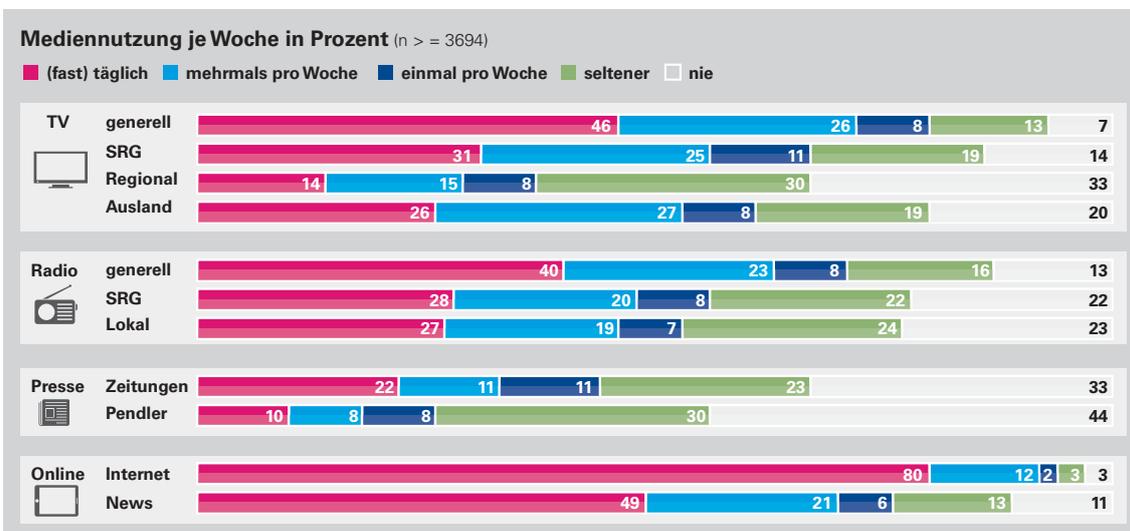
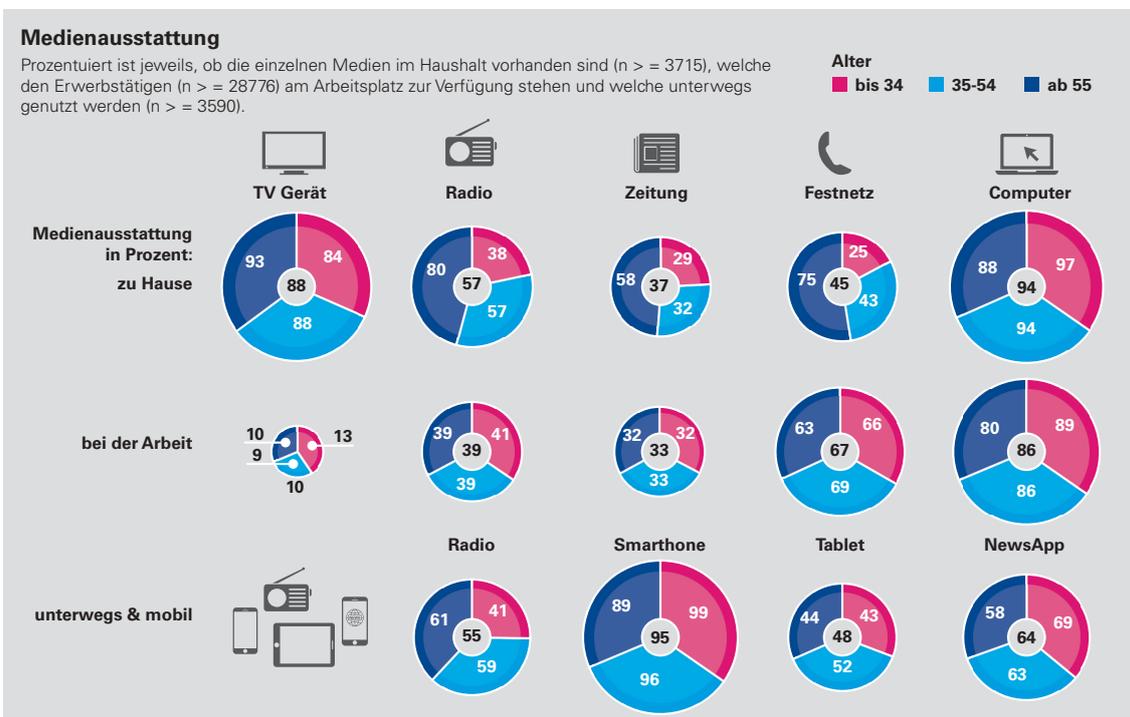
Nachdem die **Lokalradiosender** ihre Bewertungen im Jahr 2021 etwas steigern konnten, liegen die Bewertungen in diesem Jahr wieder auf dem Niveau von 2020. Ausgenommen ist die «Glaubwürdigkeit», die bei den Lokalradiosendern auch im Vergleich zu 2020 um 0,1 gesunken ist (3,7) und damit den schwächsten Wert seit 2021 aufweist. Parallel zu den Regionalfernsehprogrammen schneidet auch bei den Lokalradiosendern der «Lokalbezug» mit einer Bewertung von 3,8 am besten ab und bildet damit die Grundlage für die ebenfalls relativ hohe «Gesamtzufriedenheit» von 3,8. Eher niedrige Werte erreichen die Lokalradiosender in den Kategorien «Informationsgehalt» (3,4) und «Ausgewogenheit» (3,5). Die Bewertung ihrer «Professionalität» schwankt im Durchschnitt bei den Lokalradiosendern in den letzten Jahren um 3,7 und 3,8 und liegt in diesem Jahr wieder bei 3,7.

Die **Qualität von Online-Nachrichtenseiten und -Apps** wurde in den Kategorien «Professionalität» (3,7), «Informationsgehalt» (3,7), «Ausgewogenheit» (3,5), «Glaubwürdigkeit» (3,6) und der «Gesamtzufriedenheit» (3,7) kritisch und sehr ähnlich wie in den letzten Jahren bewertet.

**FAZIT** Die Nutzung und Bewertung von informationsbezogenen Medien und Medieninhalten ist weiter leicht gesunken oder pendelt sich auf dem Niveau von 2019 ein. Die leichte Zunahme bei den Onlinenachrichten und News-Apps kompensiert diesen Rückgang nicht vollständig. Die Rückgänge sind auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass in der Coronakrise die Mediennutzung höher war und die Debatte um den Service Public in den Jahren vor Corona zu besonders hohen Bewertungen durch die Nutzer:innen der SRG-Angebote geführt hatte.

## Grafischer Überblick 2022

Die effektive Stichprobe liegt bei n = 3795. Die Fragen wurden nicht immer von allen beantwortet. In den Anmerkungen ist jeweils angegeben, auf welcher Fallzahl die Auswertungen exakt beziehungsweise mindestens beruhen.



### Medienprioritäten bei der Informationssuche

Es wurde offen gefragt, welche Medien bei der Informationssuche über die Schweiz, das regionale Geschehen und über das Ausland genutzt werden. Die Anteile sind Prozente der Fälle.

- Ausland Online
- Online CH
- SRG TV
- Print
- SRG Online
- SRG Radio
- Ausland Medien
- Private Radio
- Private Online
- Private TV

über die Schweiz (n = 3579)



über die Region (n = 3410)



über das Ausland (n = 3410)



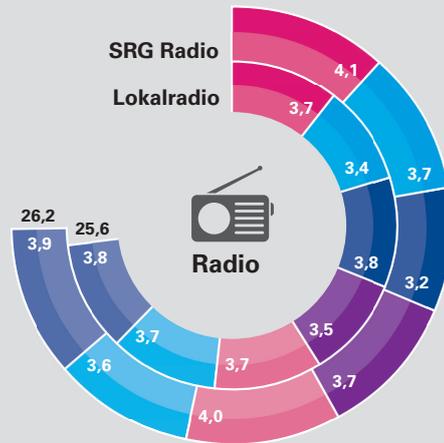
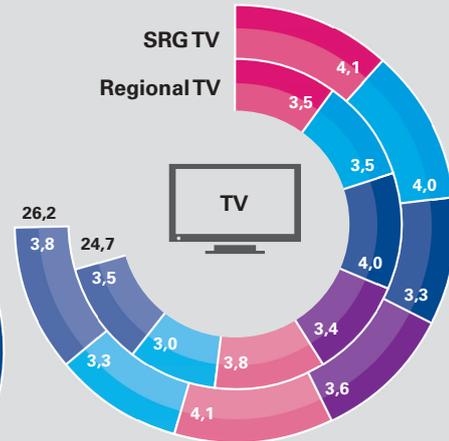
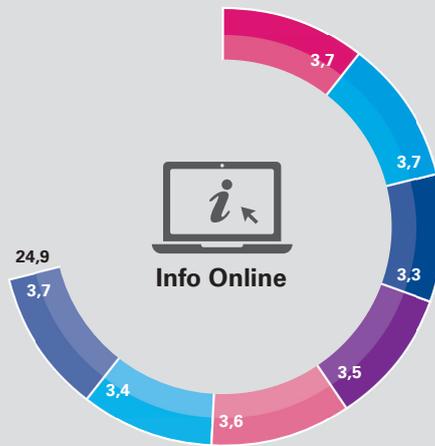
### Ringdiagramme der Bewertung

Die Ringdiagramme fassen die Bewertungen nach Mediengattungen und Anbietergruppen zusammen. Die Befragten wurden gebeten, auf einer Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut» zu antworten. Die Ringdiagramme wären geschlossen, wenn alle Kategorien im Durchschnitt 5 erreicht hätten. Die Summe der Bewertungen ist am Ende der Teilkreise vermerkt.

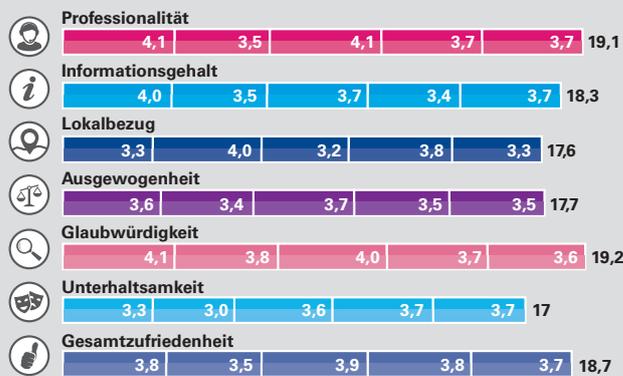
#### Kategorien

- Professionalität
- Informationsgehalt
- Lokalbezug
- Ausgewogenheit
- Glaubwürdigkeit
- Unterhaltsamkeit
- Gesamtzufriedenheit

Daten: IaKom 2022, N: 1400-2916.  
Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)



#### Bewertung Gesamt (von 25)



### Gesamtzufriedenheit über die letzten 10 Jahre



## 1. Hintergrund

Seit 2009 gibt das Bakom die kontinuierliche Publikumsbefragung zur Qualität der elektronischen Medien in Auftrag und ergänzt damit die Qualitätsmessung der Medieninhalte, die ebenfalls kontinuierlich mit Hilfe von Inhaltsanalysen erhoben werden (Brändli et al. 2019; Grossenbacher et al. 2019; Trebbe et al. 2020; Glaab-Seuken und Vlašić 2021, 2022; Thommen, Eichenberger, und Sasso 2021a, 2021b, 2021b; Thommen und Eichenberger 2021; fög 2022; Spittka et al. 2022). Die vorgelegte Studie ist 2019 vom Bakom beauftragt worden. Sie ist dem Qualitätsmonitoring bezüglich der privaten, aber auch der öffentlich lizenzierten – sprich SRG – Fernseh- und Radioanbieter gewidmet, die über die klassischen Empfangswege und online für die Schweiz verbreitet werden. Neben den regelmässigen Inhaltsanalysen zum Programmangebot, ist die Qualitätsbewertung aus der Sicht des Publikums normativ aus demokratietheoretischer Sicht hoch relevant, da die Akzeptanz der Information über die politischen und gesellschaftlichen Prozesse in einer Mediendemokratie eine zentrale Voraussetzung für die demokratische Teilhabe darstellen. Die Mediennutzer:innen sollen professionell gemachte, vielfältige, ausgewogene, und unterhaltsame Angebote aus dem breiten Medienangebot für sich auswählen können. Nur so lange die Menschen in einer Mediendemokratie das Gefühl haben, richtig und umfassend informiert zu werden, kann die mediale Anbindung der Bevölkerung an das politische System funktionieren. Das Vertrauen in die Medienangebote als Bindemittel einer Gesellschaft spielt zunehmend eine grössere Rolle, da es – unabhängig von der tatsächlichen Medienqualität – durch medienfeindliche Bewegungen und Ausseneinflüsse belastet ist.

Für die Frage nach der Qualität der Medien ist zentral, was mit Qualität gemeint ist. Der vorliegende Bericht folgt dem Qualitätsbegriff nach ISO 9001. Dort ist definiert: «Qualität ist der Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale Anforderungen erfüllt.» Die Anforderungen an die Medien werden wirtschaftlich gestellt, kommen vom Publikum, sind rechtlich festgelegt und können wissenschaftlich abgeleitet werden. Die Anforderungen an die Qualitätsdimensionen der Medien können in Konflikt geraten, wenn beispielsweise wirtschaftliche Interessen der normativ erwünschten Informationsqualität widersprechen. In Teilbereichen der Qualitätsbewertung kann es zu schaukelnden Abwägungen kommen, wenn zum Beispiel eine hohe Akzeptanz des Medienangebotes beim Publikum demokratietheoretisch erwünscht ist, diese aber von den Medien eher durch Inhalte (Unterhaltung) erreicht wird, die in der reinen Bewertung der Angebotsqualität zu niedrigeren Bewertungen führt. Da das BAKOM im Medienbereich die Rahmenbedingungen des Mediensystems im Sinne demokratischer Meinungs- und Willensbildung sicherstellen soll, liegt das besondere Augenmerk des Unterkapitels 1.1 auf dem normativen Hintergrund der Medienbewertung durch das Publikum. Im zweiten Unterkapitel 1.2 wird der Forschungsstand zur Medienqualität aus Publikums-sicht aufgearbeitet und im dritten Unterkapitel 1.3 werden die wichtigsten Ergebnisse der Publikumsbefragung 2021 zusammengefasst.

### 1.1. Normativer Hintergrund

Die Untersuchung der Medienqualität aus der Sicht des Publikums muss aus den Anforderungen abgeleitet werden, die das Publikum selbst und rechtliche Normen für die Medienleistungen formuliert haben. Die «Massenmedien» ermöglichen in Mediendemokratien, dass politisches Handeln im gesellschaftlichen und politischen System abgestimmt wird. Die Medien erfüllen also Aufgaben für eine demokratische Gesellschaft, die auf informierte demokratische Willensbildung und Beteiligung an demokratischen Entscheidungsprozessen angewiesen ist (Luhmann 2015). Neuberger sieht die Funktion des Journalismus dabei in der Herstellung von Öffentlichkeit als «Reflektionsinstanz» demokratischer Herrschaftsform (Neuberger 2019, S. 434). Aus diesem Funktionsanspruch kann ein

gesellschaftlicher Auftrag an die Medien abgeleitet werden. Insofern fängt die Herleitung der Qualitätskriterien vor ihrer juristischen Fixierung in Form des rechtlichen Auftrags an (Schefer und Cueni 2020) und kann mit diesem abgeglichen werden (Neuberger 2019). Die moderne Demokratie fordert eine freie Willensbildung des Wahlvolkes und damit die freie, vielfältige und ausgewogene Information der Wähler:innen (Schulz 2015). Das politische System einer Demokratie funktioniert dabei über Wahlen, Legitimation politischer Entscheidungen und Entscheidungsträger:innen in der Öffentlichkeit (Bonfadelli et al. 2008; Schefer und Cueni 2020) und durch Meinungsumfragen, über die wiederum medial informiert wird (Noelle-Neumann und Petersen 2005). Stark et al. stellen fest: «Die Sicherstellung einer hohen Qualität von Nachrichtenmedien gehört zu den drängendsten und herausforderndsten Aufgaben, denen sich die Medienbranche aktuell zu stellen hat. Denn die durch den digitalen Strukturwandel ausgelösten Veränderungen der Medienlandschaft haben das Potenzial, Medienqualität nachhaltig zu gefährden.» (2021, S. 430)

Inbesondere in der direkten Demokratie der Schweiz muss daher für hochwertige Informationen gesorgt sein (Neuberger 2020). Aus der Medienwirkungsforschung ist zwar bekannt, dass nicht von der Qualität der Inhalte auf die Wirkung geschlossen werden kann – also auch nicht auf die Informiertheit der Bürger:innen durch Information (Hasebrink 2018) –, aber die Qualität der Medien ist die notwendige Voraussetzung im Sinne eines Potentials für informierte Bürger:innen (Hasebrink et al. 2021). In diesem Sinne ist die tatsächliche Informiertheit der Bürger:innen unerheblich. Diese Perspektive ist normativ-rechtlich verankert, da «Wahlfreiheit» auch bedeutet, dass das Wahlrecht unabhängig von der Informiertheit der Wahlberechtigten besteht (Schefer und Cueni 2020). Zwar muss nur sichergestellt sein, dass Wahlberechtigte sich frei informieren *können*, aber für das Funktionieren und die Stabilität einer Demokratie ist entscheidend, inwiefern die Bürger:innen (Wahlberechtigte und nicht Wahlberechtigte) dem System vertrauen und sich am politischen Willensbildungsprozess beteiligen und damit zu einer «Mediennutzung als realisiertes kommunikatives Potential» kommen (Hasebrink et al. 2021, S. 451). Dazu gehört auch, dass die Bürger:innen ein grundsätzliches Vertrauen haben, sich hinreichend und frei über Entscheidungen, politisches Handeln und insbesondere den politischen Diskurs informieren zu können. Das Publikum muss also den Medien vertrauen, die Vielfalt als ausreichend bewerten und sich nicht beeinflusst fühlen, also die Berichterstattung als ausgewogen empfinden.

Da Medien als «vierte Gewalt» auch den Staat kontrollieren und daher von ihm unabhängig sein müssen, kann der Staat die Information über sein Handeln nicht selbst übernehmen. Der Staat delegiert diese Aufgabe daher an Medien und stellt durch stützende Regulierung sicher (v.a. durch Rundfunk im öffentlichen Auftrag), dass die Schweizer Bürger:innen die Möglichkeit haben, sich aus frei zugänglichen Quellen zu informieren. In der Bundesverfassung leitet sich daraus ein konkreter Leistungsauftrag ab:

Artikel 93 Absatz 2: «Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.» (Bundesverfassung vom 18. April 1999; Stand am 1. Januar 2020)

Scheufele (2011) weist darauf hin, dass die Qualitätsperspektive aus Sicht des Publikums zwei Merkmale vereint, bei denen es um Makro- und Mikrowirkungen auf das Publikum geht. Das bedeutet, dass die Funktion und Wirkung der Medien auf der Mikroebene auf Individuen bezogen sind, aber im Ergebnis für einen gesellschaftlichen Zusammenhalt auf der Makroebene ausschlaggebend sind. Dabei sind die Funktion und Wirkung nicht einfach als Summe gesellschaftsbildender Prozess. Die vorliegende Studie hat das Ziel, beide Aspekte zu untersuchen und auszuweisen. Das geschieht

auf dem Mikrolevel durch die Einzelbefragungen der Rezipient:innen und durch die Auswertung auf der Aggregatebene statistischer Zusammenfassungen sowie der Deutung der Datenlage auf der Makroebene, also ihre Bedeutung für die Gesamtgesellschaft. Es geht demnach um die Qualitätsbewertung aus der Sicht des Publikums im Rahmen des Regulierungsauftrags des BAKOM. Die Rezipient:innen wurden darum gebeten, die von ihnen genutzten Medien anhand mehrerer Qualitätskriterien zu bewerten, die aus den Konzessionsvorgaben des BAKOMs abgeleitet wurden. Die Anforderungen mit Zuständigkeit durch das BAKOM sind «Professionalität» (fög 2020), die im Artikel 93 explizit angesprochene «Vielfalt» und «Unterhaltung» sowie die implizit geforderte «Ausgewogenheit» («angemessen zum Ausdruck»). Die «Glaubwürdigkeit» als Qualitätsmerkmal ist ein Ziel, das sich daraus ergibt, dass die Ereignisse sachgerecht und angemessen dargestellt werden.

Das BAKOM greift stützend in das Mediensystem und die Medienqualität ein, indem es Konzessionen mit Leistungsauftrag vergibt und die Veranstalter an dem, für das Konzessionsgebiet bestimmten, Abgabenanteil beteiligt (BAKOM 2018, S. 4f). Da insbesondere die Produktion von Fernsehen ressourcenaufwendig ist und als Informationsquelle frei zugänglich sein soll, ist der Eingriff des BAKOM als Gewährleistung zu werten und nicht als Beschränkung der Meinungsvielfalt. In der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag sind die Ziele konkreter formuliert:

Der verfassungsrechtliche Leistungsauftrag gemäss Artikel 93 Absatz 2 der Bundesverfassung vom 12. Dezember 1998 (BV) fordert ein Rundfunksystem, das zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung sowie zur Unterhaltung beiträgt. Dabei sollen die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone berücksichtigt werden. Radio und Fernsehen haben schliesslich die Ereignisse sachgerecht darzustellen und die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck zu bringen. (BAKOM 2007, S. 2)

In den letzten Jahren wurde international und in der Schweiz der «Public Value» des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besonders stark diskutiert (Buess und Reimann 2016; Gonser 2018; Hasebrink 2018; Mitschka 2019; Hasebrink et al. 2021), da durch die Entwicklung des Internets die Informationsverbreitung mit Bewegtbildern deutlich vielfältiger geworden ist als es zuvor vom klassischen Fernsehkanal gewährleistet werden konnte. Im Wesentlichen leitet sich aus dem «Public Value»-Ansatz eine Forderung nach einem Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ab, der gemeinwohlorientiert ist. Da mediale Informationen aus demokratietheoretischen Gründen einen ideellen Wert über den wirtschaftlichen Profit hinaus besitzen, ist ihre Verbreitung aus nicht-wirtschaftlichen Gründen erwünscht. Insofern stellen Radio und Fernsehen ein meritorisches Gut dar, wobei dem Public Service eine Sonderrolle zukommt, die zu erweiterten Anforderungen an die öffentlich-rechtlichen Medieninhalte führen. In der Schweiz erfüllt nicht nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch die SRG einen Public Value, sondern aufgeteilt die SRG und die privaten Anbieter zusammen. Die Umsetzung dieses verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages erfolgt dabei auf zwei Ebenen: Die SRG soll den Service public auf nationaler beziehungsweise sprachregionaler Ebene sicherstellen. Demgegenüber soll der Service public auf lokaler Ebene durch private Veranstalter gewährleistet werden.

In der Rechtsauslegung und -formulierung des Bundesrates und Parlaments hat die SRG eine Sonderrolle, die seit 2019 nochmals gestärkt wurde. Hintergrund dieses besonderen Auftrags ist: «Dass alle Sprachregionen mit gleichwertigen Radio- und Fernsehangeboten versorgt werden und insbesondere der Fernsehbereich mit den finanziell stärkeren Veranstaltern des benachbarten Auslands konkurrieren kann, sind Kernanliegen des RTVG.» (Bundesrat 2016, S. 11) In der Konzession für die SRG steht daher zur Programmqualität:

#### Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

<sup>1</sup> Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus Online-Beiträgen.

<sup>2</sup> Es orientiert sich am Gemeinwohl und bietet dem Publikum eine verlässliche Orientierung in Staat und Gesellschaft.

<sup>5</sup> Sie trägt mit ihrem publizistischen Angebot den unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums Rechnung und strebt eine hohe Akzeptanz und Reputation bei den verschiedenen Ansprech- und Zielgruppen an.

#### Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

<sup>1</sup> Das publizistische Angebot der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Es zeichnet sich aus durch Relevanz, Professionalität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit.

(Schweizerische Eidgenossenschaft 2018, S. 5545f)

Art. 3 Absatz 1 macht deutlich, dass die SRG den Auftrag hat, nicht nur ein klassisches Radio- und Fernsehprogramm anzubieten, sondern auch Online-Beiträge. In Absatz 2 des Konzessionsauftrags wird der besondere Beitrag zum Gemeinwohl, also dem «Public Value», als Auftrag formuliert. In Artikel 3 Absatz 5 wird die Publikumsorientierung deutlich und die darüber hinausgehenden Ansprüche unterschiedlicher Stakeholder:innen. Aus Art. 4 Abs. 1 ergibt sich das allgemeine Gebot einer hohen Qualität insgesamt und wird konkretisiert durch die aufgeführten Qualitätsansprüche «Relevanz», «Professionalität», «Unabhängigkeit» (Ausgewogenheit), «Vielfalt» und «Zugänglichkeit».

Aus den normativen Ansprüchen an die Medien folgt, dass die Einhaltung der Qualitätsstandards regelmässig empirisch überprüft werden muss. Im Sinne der staatlichen Neutralität ist es notwendig, dass diese Überprüfung an unabhängige Institutionen vergeben wird. Unter anderem im Art. 4 sind Vorgaben für die Qualitätsüberprüfung der SRG-Sender festgelegt:

#### Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

<sup>3</sup> Sie veröffentlicht die Standards, überprüft sie regelmässig unter Berücksichtigung der anerkannten medienwissenschaftlichen Erkenntnisse und der besten in- und ausländischen publizistischen Praxis.

<sup>4</sup> Sie lässt regelmässig Qualitätskontrollen durch externe Sachverständige mit der entsprechenden beruflichen Qualifikation und Erfahrung durchführen und informiert die Öffentlichkeit über die Ergebnisse.

<sup>5</sup> Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) lässt Stichproben des publizistischen Angebots regelmässig durch qualifizierte Institutionen analysieren und veröffentlicht die Ergebnisse.

## 1.2. Forschungsstand

Die Einhaltung des Leistungsauftrags beziehungsweise Qualitätsanspruchs an die Schweizer Medien wird von unterschiedlichen wissenschaftlichen Studien begleitet. Theoretische Studien bestimmen die Qualität demokratischer Öffentlichkeit normativ (Neuberger 2020; Schefer und Cueni 2020) und insbesondere die demokratiethoretischen Bedingungen einer multilingualen nationalen Öffentlichkeit (Stojanović 2022). Die strukturelle Basis wird mit Hilfe von Strukturanalysen erfasst (Bonfadelli 2006; Studer et al. 2014; Puppis und Schweizer 2016; Thommen et al. 2018; Goldmedia 2019; Puppis und Pedrazzi 2021). Das BAKOM gibt seit vielen Jahren Studien im jährlichen oder zweijährlichen Rhythmus in Auftrag, um die Inhaltsqualität der Medien zu messen (Brändli et al. 2019;

Grossenbacher et al. 2019; Trebbe et al. 2020; Glaab-Seuken und Vlašić 2021, 2022; Thommen, Eichenberger, und Sasso 2021a, 2021b, 2021b; Thommen und Eichenberger 2021; fög 2022; Spittka et al. 2022).<sup>1</sup> Mit den Studien zur strukturellen und wirtschaftlichen Situation der Medien in der Schweiz und den inhaltsbezogenen Qualitätsstudien wird gemessen, wie es um das Potential der Medien bestellt ist, die die Schweizer:innen nutzen, um sich zu informieren und unterhalten zu lassen.

Die Mediennutzung als ein Indikator für die (passive) Teilhabe am öffentlichen Diskurs wurde für das Jahr 2021 in einer Vertiefungsstudie durch das «Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft – fög» erfasst (fög 2022). Dort stellen Eisenegger und Vogler insbesondere eine «News-Deprivation» (fög 2022, S. 9) bei Jugendlichen fest. In einer bevölkerungsweiten Befragung kommt auch Reiss zu einem ähnlichen Ergebnis (Reiss 2022). Auch wenn der überwiegende Teil (94%) der Jugendlichen Smartphones für die Informationssuche nutze, sei eine Unterversorgung mit News bei jungen Erwachsenen feststellbar (fög 2022, S. 35).

Die Messung von Qualität in der Perspektive von Medieninhalten ist elementar mit der Messung der Qualität aus der Publikumperspektive verbunden, auch wenn sie anderen Logiken und Kriterien folgt (Bachmann et al. 2022). Um der Perspektive des Qualitätsanspruches von Seiten des Publikums Rechnung zu tragen, hat das BAKOM schon 2008 auf Antrag von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli einer regelmässigen Publikumsbefragung zugestimmt (Bonfadelli und Fretwurst 2009). Diese Erhebung erfasst seitdem regelmässig die Bewertung der Medien, die die Rezipient:innen in der Schweiz für ihre Informationssuche und Unterhaltung wählen.

Diese Messung von Qualität stellt darauf ab, dass die Rezipient:innen jeweils die von ihnen individuell genutzten Medien bewerten, statt pauschale (Vor-)Urteile über das gesamte Medienangebot zu fällen. Insofern geht die individuelle Nutzungsperspektive auf der Mikroebene in die Erhebung ein. Diese wird in den Untersuchungen im Aggregat wiedergegeben, also als Wirkung von Akzeptanz auf der Makroebene. Da hier der Vergleich von Qualitätskriterien auf der Versorgungsebene untersucht wird, entsprechen die Ausweisungen der Bewertungskriterien dem dualen (wenn nicht trialen) Rundfunksystem der Schweiz.<sup>2</sup> Von den befragten Personen werden daher die normativen Qualitätskriterien für die Fernseh- und Radioangebote der SRG sowie der privaten Regionalfernsehanbieter und Lokalradiosender und die Leistungen der Onlineinformationsdienste bewertet.

Diese subjektiven Bewertungen der Medienleistungen durch die Schweizer Mediennutzer:innen werden seit 2009 kontinuierlich im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM erhoben (Bonfadelli und Fretwurst 2009, 2010, 2012, 2013; Fretwurst und Bonfadelli 2015; Fretwurst et al. 2016, 2017, 2018, 2020, 2021). Die Publikumsbefragung hatte von Anfang an zum primären Gegenstand, wie die Befragten die von ihnen präferierten elektronischen Medienangebote bewerten. Als Basis der Medienbewertung ist also die Mediennutzung konzeptionell verankert. Nicht davon zu trennen ist die Erhebung der Medienausstattung der Befragten in ihren Haushalten. Die Studie selbst ist ebenfalls vom Wandel der Kommunikationstechnik abhängig: Über die Jahre hat sich nicht nur die Kommunikationstechnik entwickelt, sondern auch ihre Nutzung und die Ausstattung mit Kommunikationstechnik. Im Zuge dessen ist die Ausstattung mit Festnetztelefonen zurückgegangen und der Zugang sowie die Nutzung von Onlinetechnik ist inzwischen grösser und breiter verteilt als Festnetztelefonie.

Seit 2019 wird die Publikumsbefragung als Onlineerhebung umgesetzt (Fretwurst et al. 2020). Die Entwicklung hält an und ist durch die «Coronakrise» und ihren Digitalisierungsschub noch ver-

<sup>1</sup> siehe auch <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien.html>

<sup>2</sup> Da es bei der Publikumsbefragung nicht um einzelne «Mediabrand» geht, ist der Ansatz ein anderer als der markenorientierte Erhebungsansatz der Publicom-Studie «MediaBrands» (Publicom 2020). Die vorliegende Studie untersucht die Zufriedenheit mit dem Medienangebot in der Schweiz, das durch die SRG und privaten Veranstalter zur Verfügung steht.

stärkt worden. Daher wird die Studienform der Onlineerhebung als beste Erhebungsmethode fortgesetzt.

### 1.3. Zusammenfassung der Publikumsbefragung 2021

In der «Publikumsbefragung elektronische Medien 2021» (Fretwurst et al. 2021) wurden die Medienausstattung, Mediennutzung und Medienbewertung der Bevölkerung in der Schweiz für das Jahr 2021 erhoben. Die Medienausstattung war im Vergleich zu 2020 in allen Bereichen zurückgegangen, bis auf Smartphones und Tablets. Der Anteil der Haushalte mit Fernsehgerät hat signifikant abgenommen. Die Jüngeren geben noch seltener an, dass sie auf ein TV-Gerät Zugriff haben als die Älteren. Radiogeräte hatten knapp zwei Drittel der Befragten im Haushalt. Der Anteil ist um acht Prozentpunkte zurückgegangen. Die Verfügbarkeit von Zeitungen hatte im Vergleich zu 2020 um sieben Prozentpunkte abgenommen. Bei den Jüngsten war der Anteil Personen mit verfügbaren Computern um zwei Prozentpunkte zurückgegangen und bei den über 55-jährigen um einen hoch. Der Besitz von Smartphones ist nochmals um vier Prozentpunkte gestiegen, was vor allem auf einen Anstieg bei den älteren Befragten zurückzuführen war. Die Installation von News-Apps hatte im Vergleich zum ersten Coronajahr 2020 wieder etwas abgenommen.

Eine zentrale Feststellung der Publikumsbefragung im letzten Jahr war eine gewisse Informationsmüdigkeit nach dem ersten Krisenjahr 2020. Nachdem die tägliche Nutzung der SRG-TV-Angebote 2020 auf 40 Prozent gestiegen war (von 36%), war sie im Jahr 2021 auf 31% gesunken. Knapp zwei Drittel nutzten Regionalfernsehangebote, aber die Hälfte davon nur selten. Der Anteil derer, die täglich online gehen (81%), war um vier Prozentpunkte gestiegen und die tägliche Nutzung von News-Seiten/-Apps war um sechs gestiegen. Für den überwiegenden Teil der Befragten war Unterhaltung und Information gleich wichtig. Nachdem 2020 die Zuwendung zu Medien häufiger mit Informationszielen begründet wurde als vor Corona, hatten im letzten Jahr deutlich mehr Menschen als 2020 und 2019 angegeben, dass sie primär Unterhaltung suchen.

Die Befragten hatten den von ihnen am häufigsten genutzten elektronischen Medien insgesamt positive Bewertungen gegeben, was ein stabiles Bild der Medienbewertung zeichnet. Die «Gesamtzufriedenheit» mit den Fernsehangeboten der SRG lag allerdings unter der von 2020 und 2019. Für die «Glaubwürdigkeit» dieser Sendergruppe und ihre «Professionalität» wurden wieder die höchsten Werte vergeben, aber tiefere als im Vorjahr und vor der Krise 2019. Auch die «Ausgewogenheit» wurde etwas kritischer gesehen. Die auf Lokalinformationen spezialisierten Regionalfernsehprogramme werden mit positiven, aber schlechteren Bewertungen bedacht als die übrigen Angebotsgruppen, die mehr Unterhaltung bieten (was immer zu höheren Gesamtbewertungen führt). Die privaten Regionalfernsehprogramme wurden zwischen 2019 bis 2021 auf konstantem Niveau bewertet, wobei die Bewertung der «Professionalität» etwas zurückgegangen war. In der «Gesamtzufriedenheit» hielten die SRG-Radioprogramme wieder den Spitzenplatz. Sie wurden genauso gut wie 2020 bewertet und bezüglich «Ausgewogenheit» sogar besser. Die Lokalradiosender wurden 2021 bezüglich «Professionalität», «Ausgewogenheit» und der «Gesamtzufriedenheit» besser bewertet als im Vorjahr und in der «Glaubwürdigkeit» genauso gut. Wie im Vorjahr wurden die Nachrichtenleistungen «Online» in den Kategorien «Professionalität», «Ausgewogenheit» und der «Gesamtzufriedenheit» kritisch, aber stabil bewertet. In der Bewertung der «Glaubwürdigkeit» haben sie leicht dazugewonnen.

## 2. Methode

Im Folgenden werden die Untersuchungsanlage und die Befragungsmethode der Studie «Publikumsbefragung elektronische Medien 2022» erläutert. Zusammen haben die repräsentativ gezogene Onlinebefragung in Kombination mit einer CATI-Ergänzungsbefragung eine Nettofallzahl von 4375 erreicht. Gefragt wurde zu den Themen:

1. Medienausstattung in den Haushalten,
2. Mediennutzung,
3. Medienprioritäten bezüglich Informationen auf unterschiedlichen Regionalebenen,
4. Politikinteresse und
5. als Kernstück nach der Bewertung der genutzten elektronischen Medien.

Der Fragebogen ist im Anhang B.7 ab Seite 144 dokumentiert.

### 2.1. Onlinebefragung – CAWI

Seit 2019 wird die Stichprobe über den inzwischen etablierten Stichprobenrahmen für Personen und Haushalte (SRPH) gezogen und postalisch zu einer Onlinebefragung eingeladen. Insgesamt ist davon auszugehen, dass Onlinebefragungen (CAWI) weniger reaktiv sind, also validere Daten hervorbringen.<sup>3</sup> Im Jahr 2022 wurde dieselbe Methode angewendet wie im Jahr 2019, 2020, und 2021. Die Vergleiche im Bericht konzentrieren sich auf diese Erhebungsjahre. Auch mit den Jahren vor 2019 sind Vergleiche zulässig, da erwartete Verschiebungen im Jahr 2019 nicht eingetreten sind und relevante Mode-Effekte nicht nachgewiesen werden konnten.

### 2.2. Der Fragebogen

Der Fragebogen ist das Messinstrument dieser Studie (siehe Anhang B.7 auf Seite 144). Er liegt in zwei Modi und drei Sprachen vor. Die zwei Modi sind die Onlinebefragung und die Telefonbefragung. Jeweils sind die Fragebögen vom Deutschen ins Französische und Italienische übersetzt worden. In der rätoromanischen Schweiz wurde ebenfalls befragt, aber in einer der drei anderen Landessprachen.

Mit dem Ziel, Erklärungen für unterschiedliche Nutzung durch das Schweizer Medienpublikum zu finden, sollte 1. die Zugänglichkeit verschiedener Medien im Haushalt, unterwegs und am Arbeitsplatz separat erfasst werden. Als Grundlage für die detaillierte Mediennutzungsabfrage wird dann 2. die Motivation für die Nutzung elektronischer Medien nach Medientypen (elektronische Medien allgemein, Radio, TV und Online-Medien) unterschieden. Dann werden die Nutzer:innen gefragt, ob sie die Medien eher mit dem Ziel der Unterhaltung oder für Informationen nutzen. Vor diesem Hintergrund kann dann 3. die Häufigkeit und 4. die Dauer der Nutzung verschiedener Medien und Inhalte erfasst werden. 5. wird die Nutzung von Radio und Fernsehen über das Internet und Streamingangebote erhoben. Immer in Bezug auf die Informationssuche über das Geschehen in verschiedenen räumlichen Kontexten werden dann in 6. die Prioritäten bei der Informationssuche über das Geschehen in der *Region* der Befragten, in der *Schweiz* und im *Ausland* abgefragt. Die Bewertung selbst erfolgt 7. entlang der Qualitätskriterien, wie sie in den Konzessionen für die öffentlichen Rundfunksender der SRG und der Privaten festgelegt sind:

<sup>3</sup>In Analysen zum Effekt des Befragungsmodus konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen der CAWI- und CATI-Befragung festgestellt werden, die nicht durch die unterschiedlichen Stichprobenzusammensetzungen erklärt werden konnten. Es hat sich damit gezeigt, dass der Befragungsmodus keinen Einfluss auf die Ergebnisse hatte.

- a) der *Professionalität* des Gesamtprogramms der genannten Sender
- b) dem *Informationsgehalt* der Beiträge aus Politik, Wirtschaft Kultur, Gesellschaft und Sport
- c) dem Stellenwert der *lokal-regionalen* Berichterstattung
- d) der *Ausgewogenheit* in Bezug auf Themen und Meinungen
- e) der *Glaubwürdigkeit* der Berichterstattung
- f) der *Gesamtzufriedenheit* mit den verschiedenen Sendern

Als Kontrollvariable wurde gesondert erhoben, inwiefern sich die Zuhörer:innen und Zuschauer:innen für Politik 8. im Allgemeinen sowie 9. für das aktuelle politische Geschehen interessieren. Abschliessend wurden soziodemographische Merkmale erfasst.

### 2.3. Stichprobe und Gewichtung

Auf Basis des BFS-Stichprobenrahmen-Personen-Haushaltserhebungen (SRPH) wurde eine Brutto-stichprobe von 10088 Haushalten gezogen (siehe Tabelle B.1 auf Seite 137). Diese Haushalte wurden angeschrieben und darum gebeten, dass die Person den Fragebogen ausfüllt, die als letztes Geburtstag hatte (Last-Birthday-Verfahren) und mindestens 15 Jahre alt war. Teilgenommen haben 4375 Personen und bilden damit die ungewichtete Nettostichprobe. Die Ausschöpfungsrate beträgt somit 43%. Die immer grösseren Schwierigkeiten der Befragung von jüngeren Personen haben sich durch den Moduswechsel nahezu aufgelöst. Trotz der besseren Annäherung an die demographische Verteilung hat es Non-Response-Verzerrungen gegeben, die eine Gewichtung notwendig gemacht haben. Unabhängig davon war durch die disproportionale Stichprobe der Kommunikationsräume eine Designgewichtung notwendig (Kish 1995). Durch die Gewichtung nach Geschlecht sowie Bildung nach Alter (kombiniert Quote) sind die Non-Response-Fehler korrigiert worden. Durch die Gewichtung nach Kommunikationsräumen wurde zusätzlich das disproportionale Design angepasst. Nach der notwendigen Gewichtung lag die Stichprobeneffizienz bei 87 Prozent, was zu einer effektiven Stichprobe von 3795 Fällen geführt hat.

Die Teilstichproben in den Kommunikationsräumen wurden disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräumen und Metropolen in der Stichprobenziehung proportional abbilden wollen, wären in kleinen Regionalräumen zu wenige Personen befragt worden, um sinnvolle Auswertungen machen zu können. Aus statistischer Sicht sind proportionale Stichproben nicht notwendig und wären daher auch bei der Adress-Bestellung aus dem SRPH-Panels nicht genehmigt worden (Alt und Bien 1994; Gabler 1994). Die echten Proportionen zwischen den Regionen wurden durch die Designgewichte «wiederhergestellt». Dabei wurden die überproportional häufig befragten Personen aus bevölkerungsschwachen Regionen heruntergewichtet und die unterproportional anvisierten bevölkerungsstarken Regionen hochgewichtet. Abgesehen von den Kommunikationsräumen sind die soziodemographischen Merkmale nicht stratifiziert worden und in der Onlinebefragung der Selbstauswahl überlassen. Da das Antwortverhalten (Response) in den Alters- und Bildungsgruppen, sowie nach Geschlecht unterschiedlich ist, hat sich auch in dieser Stichprobe ein gewisser None-Response-Bias eingestellt. Diese Abweichungen der Geschlechter-, Bildungs- und Altersverteilung wurden ebenfalls durch Gewichtung (Poststratifizierung) korrigiert.

In der Tabelle 2.1 auf Seite 14 sind Angaben zur gewichteten Verteilung und den Gewichten vermerkt. Die ungewichteten Anteile geben die tatsächliche Verteilung in der realisierten Stichprobe wieder. In der Spalte «gew.» stehen die Anteile nach der Gewichtung. Da die Gewichtung entsprechend den realen Verteilungen durchgeführt wurde (mittels Raking), entsprechen die gewichteten Anteile exakt den Vorgaben nach Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BFS). Die gewichteten

Fallzahlen sind dahinter notiert. Die Gewichtungstatistiken dokumentieren das Mittel, das Minimum, Maximum und das 5-Prozent-Perzentil, sowie das 95-Prozent-Perzentil. Am Mittelwert lässt sich ablesen, ob die Gruppe im Schnitt eher hoch ( $>1$ ) oder runtergewichtet ( $<1$ ) wurde. Das Minimum gibt an, welches der kleinste Gewichtungsfaktor in der Gruppe war und das Maximum entsprechend das grösste Gewicht. An den Perzentilen kann man ablesen, wie viel Prozent der Fälle ein Gewicht kleiner bzw. grösser dem notierten Gewicht hatten.

Tabelle 2.1: Stratifizierungsgewichte und Designgewichte

Quote	Verteilung in Prozent			n	Gewichte				
	ungew.	BfS	gew.		Min	Mittel	Max	5%	95%
<b>Geschlecht</b>									
Frau	50.76	51.00	51.00	2204	0.25	1.04	3.98	0.27	2.60
Mann	49.24	49.00	49.00	2118	0.25	0.97	3.77	0.26	2.38
<b>Alter und Bildung</b>									
25-34 Sek I	1.48	10.00	10.10	437	0.25	0.41	0.99	0.26	0.69
25-34 Sek II	8.54	1.00	1.01	44	0.26	0.68	1.79	0.30	1.24
25-34 Tertiär	11.68	8.00	8.08	349	0.32	0.95	2.68	0.36	1.84
25-34 kB	1.30	11.00	11.11	480	0.26	0.95	2.24	0.33	1.99
35-44 Sek I	1.30	1.00	1.01	44	0.25	0.78	1.92	0.31	1.31
35-44 Sek II	4.35	3.00	3.03	131	0.75	2.34	3.92	0.91	3.79
35-44 Tertiär	6.39	9.00	9.09	393	0.75	2.09	3.92	0.93	3.72
35-44 kB	1.04	12.00	12.12	524	0.57	1.90	3.74	0.78	3.64
45-54 Sek I	1.43	2.00	2.02	87	0.57	1.94	3.77	0.73	3.67
45-54 Sek II	5.41	2.00	2.02	87	0.43	1.41	3.62	0.49	2.11
45-54 Tertiär	5.34	8.00	8.08	349	0.47	1.49	3.98	0.59	2.72
45-54 kB	1.16	8.00	8.08	349	0.45	1.51	3.80	0.53	2.65
55-64 Sek I	1.85	1.00	1.01	44	0.29	0.87	2.15	0.34	1.73
55-64 Sek II	6.13	2.00	2.02	87	0.37	1.09	2.74	0.45	1.93
55-64 Tertiär	4.05	6.00	6.06	262	0.31	0.99	2.64	0.39	1.84
55-64 kB	1.11	4.00	4.04	175	0.28	1.00	2.37	0.36	2.10
65+ Sek I	2.24	1.00	1.01	44	0.32	0.91	2.17	0.42	1.45
65+ Sek II	6.02	2.00	2.02	87	0.26	0.90	2.23	0.36	1.98
65+ Tertiär	3.73	5.00	5.05	218	0.28	0.84	2.11	0.35	1.44
65+ kB	0.79	2.00	2.02	87	0.25	0.54	1.26	0.26	1.12
< 24	24.66	1.00	1.01	44	0.48	1.28	3.30	0.48	2.30
<b>Kommunikationsräume</b>									
Zürich	4.79	10.55	11.95	453	0.77	2.19	3.98	0.77	3.74
Zürich Winterthur/SH	5.32	7.72	8.38	318	0.26	1.38	3.75	0.26	2.94
Basel	4.03	6.13	6.64	252	0.37	1.45	3.92	0.37	3.48
Bern	5.62	6.62	7.02	266	0.18	1.10	3.11	0.18	2.44
Genf	4.79	6.71	7.28	276	0.27	1.33	3.77	0.27	2.87
Lausanne-Lavaux	3.91	4.91	5.25	199	0.19	1.18	3.20	0.19	2.51
St. Gallen	3.77	5.92	6.49	246	0.36	1.51	3.86	0.36	3.32
Luzern-Innerschweiz	4.47	5.51	5.88	223	0.20	1.16	3.23	0.20	2.53
Aarau	2.80	3.04	3.20	121	0.16	1.00	2.60	0.16	2.30
Berner Seeland	2.80	2.01	1.77	67	0.07	0.56	1.93	0.07	1.47
Bündnerland	4.16	3.24	2.98	113	0.08	0.63	2.05	0.08	1.60
Innerschweiz	3.08	1.62	1.15	44	0.07	0.33	1.32	0.07	1.03
Berner Oberland	3.54	2.54	2.27	86	0.07	0.56	1.49	0.07	1.38
Bern Jura-Neuchâtel	4.58	3.74	3.56	135	0.09	0.68	2.24	0.09	1.70
Bas-Valais	3.61	3.52	3.55	135	0.10	0.86	2.29	0.10	2.03
Oberwallis	2.59	1.01	0.51	19	0.07	0.17	0.72	0.07	0.47
Ticino	4.07	4.37	4.57	173	0.16	0.98	2.91	0.16	2.28
Freiburg/Fribourg	5.95	4.35	3.90	148	0.07	0.58	1.71	0.07	1.51
Vaud	3.54	1.53	0.91	35	0.06	0.23	1.05	0.07	0.68
Mittelland	2.87	1.76	1.41	54	0.07	0.43	1.30	0.07	1.15
Glarus	2.73	1.97	1.75	66	0.07	0.56	1.87	0.07	1.49
Fricktal	2.85	1.39	0.92	35	0.07	0.29	1.31	0.07	0.97
Solothurn	4.40	3.68	3.52	134	0.10	0.70	2.33	0.10	1.78
Baden	3.79	2.77	2.50	95	0.07	0.58	1.89	0.07	1.44
Schaffhausen	2.78	0.95	0.42	16	0.06	0.13	0.71	0.06	0.33
Thurgau	3.17	2.44	2.23	85	0.09	0.62	1.92	0.09	1.65

## 2.4. Methodensteckbrief

Tabelle 2.2: Methodensteckbrief

Kategorie	Publikum elektronischer Medien 2022
Projektverantwortung	IaKom
Auftraggebende	Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Befragungsinstitut	DemoSCOPE
Gewichtung, Aufbereitung, Auswertungen	IaKom
Erhebung	Online (CAWI) und ergänzend Telefoninterviews (CATI) in Adligenswil und Genf
Stichprobenverfahren	Zufallsstichprobe aus dem SRPH-Stichprobenrahmen des BFS nach Kommunikationsräumen
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch und Italienisch
Stichprobengebiet	26 Kommunikationsräume, wie folgt gegliedert: 4 Metropolen: Zürich, Basel, Bern, Genève 9 urbane Regionen: St. Gallen, Zürich Land, Aarau, Luzern, Fribourg, Freiburg, Berner Mittelland, Baden, Schaffhausen 13 rurale Regionen: Graubünden, Innerschweiz, Berner Oberland, Berner Seeland, Jura bernois, Lavaux, Valais bas, Oberwallis, Ticino, Vaud, Mittelland, Glarus, Fricktal
Zielpersonen	Alter ab 15
Stichprobe	Einfache Haushaltsstichprobe und im Haushalt nach der Geburtstagsmethode ebenfalls per Zufall
Interviewdauer (Median)	11.2 Minuten
Gerätenutzung	58% der Onlineinterviews wurden auf einem Smartphone gemacht.
Gewichtung	Geschlecht, Lokalräume, Bildung in Alterskohorten
Feldzeit	14. März bis 17. Mai 2022
Ausschöpfung	43 % (4375 Interviews bei 10088 verwendeten Adressen)
Effektiv gewichtete Interviews	Total 3795, davon 252 auf Italienisch, 931 auf Französisch und 2612 auf Deutsch



### 3. Medienausstattung

Die Medienausstattung ist 2022 im Vergleich zum Vorjahr nochmals etwas zurückgegangen. Vor allem die jüngeren Befragten haben seltener die Ausstattung mit klassischen Medien bestätigt. Der Rückgang in der Medienausstattung kann mehrere Gründe haben: Es kann 1. einfach daran liegen, dass Menschen ihre Mediengeräte in den Keller bringen, abschaffen beziehungsweise Abonnemente nicht verlängern oder kündigen. 2. kann es auch sein, dass Kohorteneffekte die Verteilung bestimmen, dass also jüngere Befragte in das Alter kommen, in dem sie von der vorliegenden Studie befragt werden, wobei sie sich die abgefragten Medien nie angeschafft haben. Es kann 3. auch sein, dass ältere Befragte nicht mehr in die Stichprobe gelangen, die zuvor noch über eine breite Ausstattung mit klassischen Mediengeräten verfügten. Nicht auszuschliessen ist 4. ein Stichprobeneffekt, also ein Zufallsfehler, der bei den gegebenen Fallzahlen allerdings sehr unwahrscheinlich ist beziehungsweise nur sehr gering ausfallen kann. Mit grosser Wahrscheinlichkeit sind es mehrere der aufgeführten Gründe.

#### 3.1. Im eigenen Haushalt

Die untenstehende Abbildung (3.1 auf der nächsten Seite) zeigt, dass sich der Anteil an Haushalten mit TV-Gerät zum Vorjahr (89%) kaum unterscheidet und mit 88 Prozent nach wie vor sehr hoch ist. Auch die Verteilung nach Altersgruppe unterscheidet sich nur wenig von der im Jahr 2021, wobei Personen ab 55 Jahren am häufigsten über ein TV-Gerät im Haushalt verfügen. Der Anteil ist in dieser Altersgruppe im Vergleich zum Vorjahr (96%) jedoch um drei Prozentpunkte zurückgegangen und liegt nun bei 93 Prozent. Dieser Rückgang ist damit zu erklären, dass sich die Alterskohorten jedes Jahr verschieben. Das heisst, in diesem Jahr sind Menschen «nachgerückt» die im letzten Jahr noch 54 Jahre alt waren. Dass ältere Personen ihre Fernsehgeräte abschaffen und das Medium wechseln ist seltener. Was die geographischen Unterschiede betrifft, finden sich in der Deutschschweiz und der Romandie weniger Haushalte mit TV-Gerät und weniger häufig mehrere TV-Geräte pro Haushalt als das in der italienischen Schweiz der Fall ist. Dieser Zusammenhang war auch in vergangenen Jahren zu finden und deutet auf kulturelle Unterschiede im Zusammenleben von Familien hin. Einen Zusammenhang mit der Bildung ist insofern zu beobachten, als dass Befragte mit tieferem Bildungsniveau (32%) signifikant öfter mehrere TV-Geräte im Haushalt haben als Personen mit höherer Bildung (21%). Dagegen scheint die Ausstattung mit TV-Geräten nicht mit dem Politikinteresse zusammenzuhängen.

Obwohl die Ausstattung mit TV-Geräten diejenige mit Radio und Zeitung wie in den Vorjahren deutlich übersteigt, sind Computer noch häufiger zu finden. Computer haben die Fernsehgeräte nicht verdrängt: Die Entwicklung der Geräte hat dazu geführt, dass auch Fernsehgeräte grösser und smarter sind und für den eher passiven Konsum im Grossformat angeschafft werden, während Computer eher für *aktive* Interaktion im Sinne von Arbeit, *aktiver* Informationssuche und Konsumverhalten bestimmt sind und gekauft werden. Für die Entwicklung der Anteile ist entscheidend, ob die Kohorte der aktuell jüngeren Befragten in späteren Lebensphasen noch Fernsehgeräte anschafft und die Unterschiede in den Ausstattungen mit Fernsehgeräten kein reiner Kohorteneffekt sind, sondern auch von Altersphasen abhängen. Der Anteil mit Computern im eigenen Haushalt ist dabei im Vergleich zum letzten Jahr mit 94 Prozent genau gleich geblieben. Es scheint, als würde die Computerausstattung im eigenen Haushalt seit 2019 (hier 93%) tendenziell stagnieren, jedoch ist bis jetzt keine Abnahme zu beobachten. Die Computerausstattung nach Alter unterscheidet sich insofern zwischen den Altersgruppen, als dass jüngere Personen häufiger mehrere Geräte im privaten Haus-

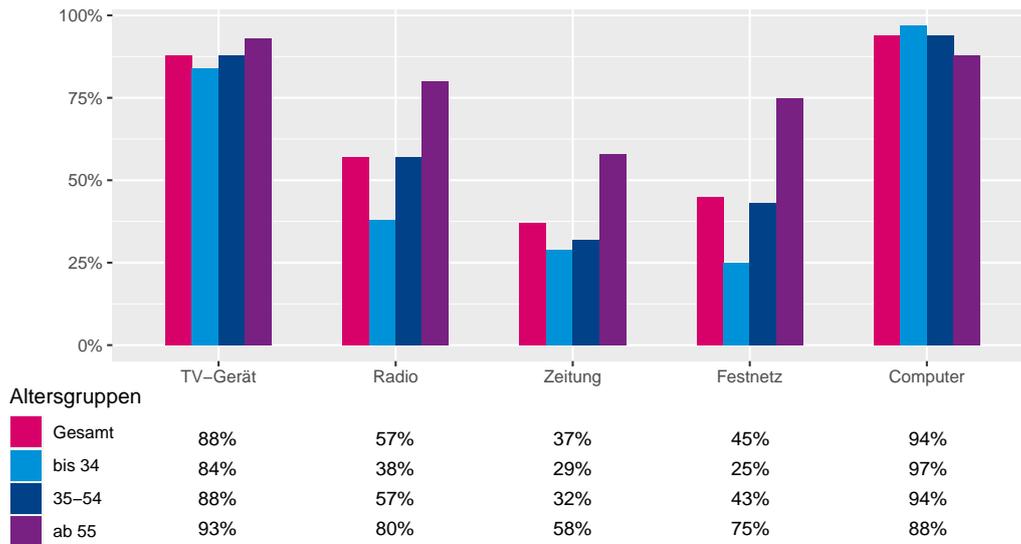


Abbildung 3.1: Medienausstattung zu Hause

halt besitzen als ältere. Dieses Muster findet sich auch in den Vorjahren und deutet damit eher auf einen Alterseffekt als einen Kohorteneffekt hin.

Was die Radiogeräte betrifft, sind ebenso Altersunterschiede zu finden, jedoch besitzen in diesem Fall Personen ab 55 Jahren zu 80 Prozent ein Radiogerät, wogegen es bei den bis 34-Jährigen lediglich 38 Prozentangaben. Gesamthaft ist der Anteil an Haushalten mit Radiogerät im Vergleich zum Jahr 2021 (62%) um fünf Prozentpunkte gesunken und liegt nun bei 57 Prozent. Dieser Unterschied ist vor allen Dingen auf die Befragungsgruppe der 35 bis 54-Jährigen zurückzuführen, welche nur noch zu 57 Prozentangaben, über ein Radiogerät zu verfügen, wohingegen es 2021 noch 65 Prozent waren. Da sich seit 2019 als Trend ein Rückgang in allen Altersgruppen zeigt, kann neben einem Alterseffekt in der geringen Radioausstattung auch von einem Kohorteneffekt ausgegangen werden. Wie im vergangenen Jahr ist kein Bildungseffekt im Zusammenhang mit der Ausstattung mit Radiogeräten zu beobachten, jedoch scheinen Personen mit starkem Politikinteresse häufiger (zu 66%) über Radiogeräte im eigenen Haushalt zu verfügen als Personen, welcheangaben, sich weniger für Politik zu interessieren (zu 50%).

Genau wie die Ausstattung mit Radiogeräten ist auch diejenige mit Zeitungsabonnements zurückgegangen und liegt gesamthaft bei 37 Prozent (2021 noch 40%). Während 2021 bei den ältesten Befragten und bei den Jüngsten die Anteile im Vergleich zum Vorjahr signifikant zurückgegangen waren und in der mittleren Befragtengruppe stabil blieben, ist es nun genau umgekehrt. Bis 34-Jährigen verfügen noch immer zu 29 Prozent über ein Abonnement und ab 55-Jährigen genau wie 2021 zu 58 Prozent. Im Gegensatz dazu sind es bei den Befragten der Altersgruppe 53 bis 54 nur noch 32 Prozent, während es im vergangenen Jahr noch 37 Prozent waren. In der Deutschschweiz sind Zeitungsabos häufiger vorhanden (41%) als in der Romandie und italienischen Schweiz (jeweils 27%). Das politische Interesse sowie die Bildung scheinen hier einen Einfluss zu haben. So besitzen Personen mit höherer Bildung (41%) und starkem politischem Interesse (56%) häufiger ein Zeitungsabo als Personen mit tieferer Bildung (27%) und geringem politischem Interesse (24%), wobei diese beiden Variablen wohl korreliert sind.

### 3.2. Am Arbeitsplatz

Die Ausstattung mit TV-Geräten am Arbeitsplatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Das gilt für alle befragten Altersgruppen, wobei sich die Anteile 2021 zwischen 9 bis 11 Prozent bewegten und in diesem Jahr von 9 bis 13 Prozent reichen (siehe Abbildung 3.2 auf dieser Seite). Es gibt weder starke regionale Unterschiede, noch hat Bildung einen erkennbaren Einfluss.

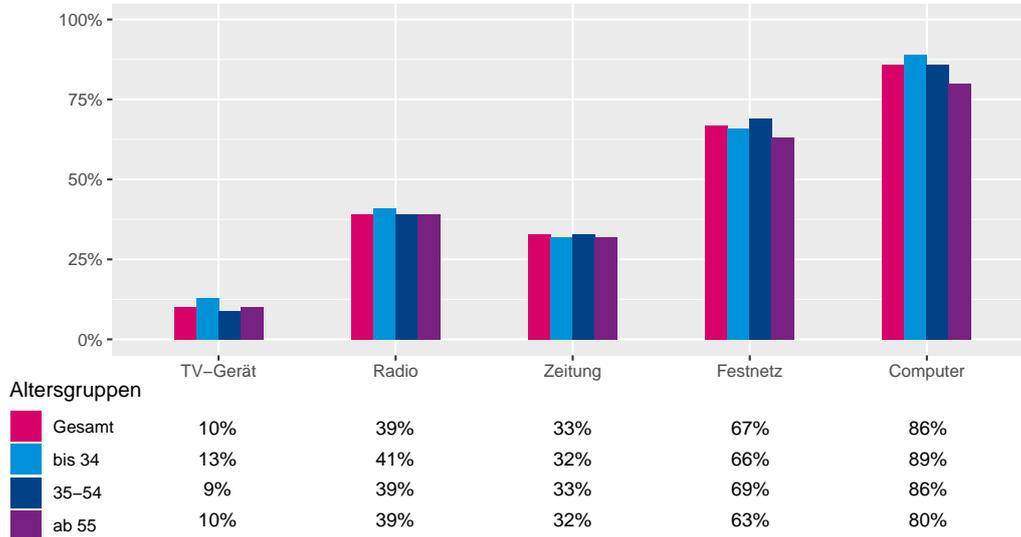


Abbildung 3.2: Medienausstattung am Arbeitsplatz

Wie im vergangenen Jahr ist die Ausstattung mit Radiogeräten etwas höher (knapp 40%) und fällt in der Deutschschweiz und der italienischen Schweiz mit 43 Prozent, respektive 45 Prozent deutlich höher aus als in der Romandie, wo der Anteil bei 28 Prozent liegt. Ferner gaben Personen mit tiefer (48%) und mittlerer (53%) Bildung signifikant häufiger an, über ein Radiogerät zu verfügen, als Personen mit hoher Bildung (26%). Ein ähnliches Bild zeigt sich im Bezug auf das Politikinteresse.

Während vom Jahr 2020 zum Jahr 2021 noch ein deutlicher Rückgang in der Ausstattung mit Zeitungsabonnements im Arbeitskontext zu beobachten war (von 38% auf 34%), ist der Anteil in diesem Jahr mit 33 Prozent im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben. Genau wie im Jahr 2021 sind bei Befragten mit höherem Bildungsabschluss an ihren Arbeitsplätzen mit 37 Prozent deutlich häufiger Zeitungsabonnements vorhanden als bei denen mit tieferem Bildungsstand (24%).

Die Ausstattung mit Festnetztelefon ist von 70 Prozent auf 67 Prozent gesunken, wohingegen die Ausstattung mit Computern mit 86 Prozent genau gleich hoch ist wie in den Jahren 2021 und 2020. Allerdings ist in der ältesten Altersgruppe der Anteil Befragter mit Computergerät am Arbeitsplatz um fünf Prozentpunkte zurückgegangen und in bei den Jüngsten etwas gestiegen.

### 3.3. Unterwegs und mobil

Im Gegensatz zur Ausstattung mit Radiogeräten im eigenen Haushalt ist der Anteil mobiler Radiogeräte im Vergleich zum Vorjahr (56%) mit 55 Prozent stabil geblieben. Dabei ist der Anteil bei den jüngsten Befragten um zwei Prozentpunkte zurückgegangen und hat bei den Ältesten um einen Prozentpunkt zugenommen (siehe Abbildung 3.3 auf der nächsten Seite).

Die mobile Nutzung von Notebooks ist mit 32 Prozent exakt gleich geblieben und ist mit 41 Prozent bei jüngeren Befragten häufiger als bei Älteren (24%), wie das auch 2021 schon der Fall war. Notebooks werden deutlich häufiger von Personen mit hoher Bildung (45%) als von Personen mit tiefer

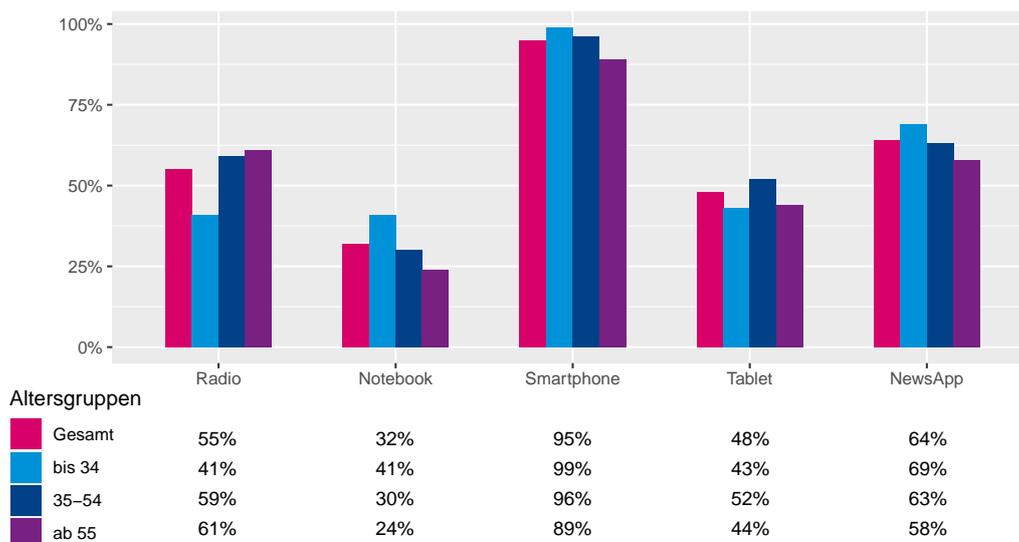


Abbildung 3.3: Medienausstattung mobil und unterwegs

Bildung (18%) unterwegs genutzt und auch hohes Politikinteresse scheint in einem Zusammenhang zur Notebokausrüstung unterwegs zu stehen. Die Zahlen sind auch im Vergleich zum Jahr 2019 nahezu gleich geblieben, obwohl in den Coronajahren viele Angestellte mit Notebooks ausgestattet wurden, um im Homeoffice arbeiten zu können. Offenbar werden die Geräte aber nicht häufiger im Sinne einer mobilen Nutzung verwendet.

Der Gesamtanteil an Smartphones ist mit 95 Prozent im Vergleich zu 2021 genau gleich geblieben, wobei Personen ab 55 Jahren häufiger als im letzten Jahr (2021: 86%) angaben, unterwegs über ein Smartphone zu verfügen (2022: 89%). Wie im letzten Jahr, findet sich ein deutlicher Bildungsunterschied (98% bei «hoch» und 89% bei «tief»), jedoch kein Unterschied bei verschiedenen Ausprägungen im Politikinteresse.

Im Vergleich zu Smartphones werden Tablets deutlich weniger oft mobil verwendet, wobei sie noch immer häufiger zu finden sind als Notebooks. Der Anteil hat sich vom letzten Jahr zu diesem mit 48 Prozent nicht nennenswert verändert (2022 noch 49%). Allerdings hat der Anteil in der ältesten Befragungsgruppe von 48 Prozent um 4 Prozentpunkt auf 44 Prozent abgenommen. Noch immer ist die Tabletausrüstung unterwegs bei der mittleren Befragungsgruppe am höchsten (52%). Ausserdem gehen höhere Bildung und höheres Politikinteresse – genau wie im Vorjahr – eher mit der mobilen Nutzung eines Tablet einher.

Im Jahr 2022 gaben 64% der Befragten an, News-Apps auf ihren mobilen Geräten installiert zu haben. Konkret waren es bei der jüngsten Befragungsgruppe 69 Prozent, bei der mittleren 63 Prozent und bei den ab 55-Jährigen 58 Prozent. Die regionalen Unterschiede sind nicht besonders gross, jedoch sind in der Deutschschweiz Nachrichtenapps mit 65 Prozent am häufigsten. Es zeigen sich deutliche Unterschiede, was die verschiedenen Bildungsstufen angeht. So gaben Personen mit tiefer Bildung lediglich zu 50 Prozent an, Nachrichten-Apps installiert zu haben, wohingegen es bei der Gruppe mit dem höchsten Bildungsabschluss knapp 70 Prozent waren. Ein ähnliches Muster findet sich im Bezug auf das Politikinteresse insofern, als dass Personen, welche sich stark für Politik interessieren, signifikant häufiger angaben, auf ihren mobilen Geräten über News-Apps zu verfügen. Der Gesamtanteil an Personen, welche angaben, News-Apps zu nutzen, hat sich im Vergleich zum letzten Jahr kaum verändert (2021 noch 65%). Während das Informationsbedürfnis im Pandemiejahr

2020 besonders gross war (67%), herrscht nun wieder ein ähnliches Niveau wie vor der Pandemie im Jahr 2019, wo ebenfalls 64 Prozent angaben, Nachrichten-Apps zu nutzen.



## 4. Mediennutzung

Im Begriff der «Mediennutzung» steckt der Begriff der «Medien» genauso, wie im Begriff der «Medienausstattung». Deshalb lohnt es sich, die Unterschiede in der Verwendung des Medienbegriffs an dieser Stelle etwas näher zu beleuchten. Im Kapitel 3 zur «Medienausstattung» ging es vor allem um Medientechnik, die sich im letzten Jahrhundert noch gut in unterschiedlichen Geräten ausgedrückt hat (Fernsehen, Radio, Zeitung). Mit der Digitalisierung der Medien hat eine Konversion der Technik stattgefunden, die heute die Abgrenzung der Medien nach ihrer Technik erschwert. So können heute verschiedenste Medienangebote über dieselben Geräte und über verschiedene Geräte hinweg genutzt werden – Fernsehen über das Smartphone und News-Websites auf Desktopcomputern, Notebooks, Smartphones, Tablets oder Smart-TV. Bei der Mediennutzung stehen gleichzeitig die technischen Verbreitungswege (TV, Radio usw.), aber auch die Nutzung verschiedener Anbieter im Fokus, wie zum Beispiel die Angebote der SRG, der privaten Anbieter.

Es liegt nahe, die Bewertung der Qualität von Medienangeboten an ihrer Nutzung festzumachen. Das geht auf die «Rational-Choice»-Theorie zurück, nach der Zuschauer:innen, Hörer:innen und Leser:innen die aus ihrer Perspektive besten Angebote nutzen würden (kritisch dazu Webster und Trevino 1995). An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Mediennutzung durch die Rezipient:innen viele verschiedene Gründe haben kann, die nicht zwingend zu einer optimalen Mediennutzung im Sinne der Qualitätskriterien führen. Rezipient:innen wählen teilweise aus Gewohnheit und in Unkenntnis von (besseren) Alternativen, weil andere die gleichen Medien nutzen oder es werden Angebote aus Gratifikationserwartungen gewählt, die primär auf Unterhaltung ausgerichtet sind. Die Menschen erwarten Verschiedenes von den Medien, wenn sie sich ihnen zuwenden. Im «Nutzen- und Belohnungsansatz» («Uses and Gratifications Approach») wird davon ausgegangen, dass Menschen ihre Erwartungen während der Mediennutzung anhand der erhaltenen «Belohnungen» anpassen (vgl. Palmgreen 1984). Welche Nutzenerwartung als Motiv hinter einer Nutzung steht, kann anhand der Nutzung nicht abgelesen werden. Ein wichtiges Motiv der Nutzung von Informationsangeboten ist sicher die Nutzenerwartung der Rezipient:innen, professionell, ausgewogen, glaubwürdig und insgesamt gut informiert zu werden. Die weniger qualitätsbezogenen Nutzungsgründe führen allerdings dazu, dass die tatsächlich genutzten Medien im Anschluss bewertet werden und nicht zu 100 Prozent die mit den aus normativer Sicht optimalen Informationsangeboten aus normativer Sicht. Diese Gesichtspunkte gilt es zu berücksichtigen, wenn im Folgenden die Mediennutzung der Schweizer:innen dargestellt wird und auch, wenn es im darauffolgenden Kapitel 5 um die Medienbewertungen geht.

### 4.1. Mediennutzung je Woche

#### 4.1.1. TV-Nutzung

Die Nutzung von TV-Angeboten unterscheidet sich kaum vom vergangenen Jahr und ist mit gesamt- haft 93 Prozent noch immer sehr hoch (siehe Tabelle 4.1 auf der nächsten Seite). Konkret gaben 13 Prozent an, nur selten fernzusehen, 8 Prozent sehen einmal die Woche fern und 26 Prozent gaben an, mehrmals pro Woche fernzusehen. 46 Prozent der Befragten gaben an, täglich oder fast täglich TV-Programme zu nutzen. Das entspricht einer Abnahme von 2 Prozentpunkten im Vergleich zum letzten Jahr und einer Abnahme von 7 Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2020. Damit gaben deutlich weniger Personen an, täglich fernzusehen als noch während der Pandemie (2020: 53%) und sogar weniger als vor der «Coronakrise» (2019: 51%). Der Anteil an Befragten, die angaben, nie fernzusehen, hat allerdings über die Jahre nicht merklich zugenommen. Es hat also nicht die grund-

sätzliche Nutzung abgenommen, sondern nur die Häufigkeit. Der Anteil derer, die angaben einmal (7-8%) oder mehrmals (25-27%) die Woche fernzusehen, ist über die Jahre etwa gleich geblieben.

Tabelle 4.1: Nutzung je Woche

Nutzung	TV				Radio			Presse		Online	
	Generell	SRG	Regional	Ausland	Generell	SRG	Lokal	Zeitung	Gratis	Internet	News
nie	7%	14%	33%	20%	13%	22%	23%	33%	44%	3%	11%
seltener	13%	19%	30%	19%	16%	22%	24%	23%	30%	3%	13%
einmal pro Woche	8%	11%	8%	8%	8%	8%	7%	11%	8%	2%	6%
mehrmals/Woche	26%	25%	15%	27%	23%	20%	19%	11%	8%	12%	21%
(fast) täglich	46%	31%	14%	26%	40%	28%	27%	22%	10%	80%	49%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%	±1.6%
Befragte	3794	3794	3794	3794	3795	3794	3794	3795	3794	3794	3795
Fehlende Angaben	30	63	100	74	51	94	81	101	94	47	80
Valide Angaben	3764	3731	3694	3720	3744	3700	3713	3694	3700	3747	3715

Die **TV-Angebote der SRG** wurden in diesem Jahr von 31 Prozent täglich oder fast täglich genutzt, also von gleich vielen wie 2021 (31%). Im Vergleich zum Pandemiejahr 2020, liegt der Unterschied bei 9 Prozentpunkten, und im Vergleich zum Jahr 2019 sind es 5 Prozentpunkte weniger. An diesen Zahlen wird deutlich, dass die Angebote der SRG vor allem in Krisenzeiten verstärkt nachgefragt werden. Offenbar empfinden die Menschen in der Schweiz die Informationen der SRG als besonders verlässlich. In diesem Jahr gaben 14 Prozent an, SRG Programme nie zu nutzen, was 1 Prozentpunkt mehr ist als im vergangenen Jahr, und 3 Prozentpunkte weniger als im Jahr 2019. Das Nutzungsniveau der SRG TV-Programme liegt also nachhaltig über dem vor der «Coronakrise».

In diesem Jahr gaben 14 Prozent an, «täglich» oder «fast täglich» **Regionalfernsehsender** zu sehen, 15 Prozent «mehrmals die Woche» und 8 Prozent «einmal pro Woche». Das entspricht recht genau dem Bild von letztem Jahr, ausser, dass 2021 noch 30 Prozent angaben, nie Regionalsender zu sehen und es dieses Jahr etwas mehr, nämlich 33 Prozent waren. Der Anteil der Nichtnutzer:innen sinkt demnach, wohingegen die Nutzung von «seltener» bis «fast täglich oder täglich» stabiler ist.

Was die **ausländischen TV-Programme** betrifft, so sehen sich diese insgesamt 80 Prozent der Befragten an. Dies entspricht einem kontinuierlichen Rückgang von 2019: 85 Prozent, 2020: 84 Prozent und 2021: 82 Prozent. Befragte aus den Regionen der Romandie und der italienischen Schweiz gaben jeweils zu 30 Prozent an, «(fast) täglich» ausländisches Fernsehen zu schauen, wohingegen es in der Deutschschweiz nur 24 Prozent waren. Das deutet darauf hin, dass es einen Spillovereffekt aus den Nachbarländern Frankreich und Italien gibt, der in der Deutschschweiz etwas schwächer ausfällt. Ausländische Fernsehsender werden von der ältesten Befragungsgruppe (43%) signifikant häufiger täglich oder fast täglich genutzt als von der jüngsten (13%). Ebenso gaben Personen mit starkem Politikinteresse (33%) häufiger an, täglich oder fast täglich ausländische Sender zu nutzen, als Personen mit geringem Politikinteresse (24%).

#### 4.1.2. Radionutzung

In diesem Jahr gaben 87 Prozent der Befragten an, Radioangebote zu nutzen, wobei 8 Prozent einmal pro Woche Radio hören, 23 Prozent mehrmals die Woche und 40 Prozent (fast) täglich (siehe Tabelle 4.1 auf dieser Seite). SRG Radioangebote und Lokalradioangebote werden dabei fast gleich häufig genutzt (SRG: 88%, Lokal: 87%). Personen mit tiefer und mittlerer Bildung gaben etwas häufiger an,

(fast) täglich Radio zu hören, als Personen mit hoher Bildung und Personen mit mittlerem oder starkem Politikinteresse nutzen Radioangebote häufiger (fast) täglich als Personen, die sich weniger für Politik interessieren. Der Anteil der Personen, der einmal pro Woche (8%) und mehrmals pro Woche (23%) Radio hören ist im Vergleich zum Vorjahr genau gleich geblieben. Der Abnahmetrend der täglichen Radionutzung setzt sich fort. So gaben in diesem Jahr 40 Prozent an, täglich Radio zu hören, wohingegen es 2021: 42 Prozent, 2020: 47 Prozent und 2019: 48 Prozent waren. Dabei betrifft der Rückgang der täglichen Nutzung eher SRG-Radiosender als Lokalradiosender. 2019 und 2020 nutzen Schweizer:innen noch zu 34 Prozent SRG-Radioangebote, wohingegen es nun noch 28 Prozent nutzten. Bei den Lokalradiosendern, ist der Anteil seit 2020 stabil bei 27 Prozent.

### 4.1.3. Zeitungsnutzung

Im Folgenden wird die Nutzung der Schweizer Presse beschrieben, wobei die Begriffe «Zeitung» und «Gratiszeitung»<sup>4</sup> zur Verwendung kommen. Der Begriff «Zeitung» bezeichnet hier jegliche Abonnement- und Kaufzeitungen, also alle Zeitungen ausser Gratiszeitungen. Bei der Zeitungsnutzung setzt sich die Abnahme der Nutzung fort, welche sich schon in den letzten Jahren abzeichnete. Tageszeitungen werden von 22 Prozent der Befragten (fast) täglich gelesen, wohingegen es im Vorjahr noch 23 Prozent waren und 2019: 30 Prozent.

Die tägliche Nutzung von Gratiszeitungen ist bei zehn Prozent stabil (siehe Tabelle 4.1 auf der vorherigen Seite), während die Gesamtzahl der Nichtnutzer:innen von Gratiszeitungen in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen hat (2019: 32%, 2022: 44%). Während der Anteil der täglichen Zeitungsnutzung bei 23 Prozent liegt, besteht ein signifikanter Unterschied zwischen unterschiedlichen Altersgruppen, wobei von den bis 34-Jährigen acht Prozent angaben, täglich Zeitung zu lesen und von den ab 55-Jährigen 45 Prozent.<sup>5</sup> Dieser Unterschied findet sich auch bei Gratiszeitungen, wenngleich weniger stark ausgeprägt. Ähnlich gestaltet sich der Zusammenhang zum Politikinteresse. Personen mit starkem Politikinteresse gaben zu 37 Prozent an, täglich Zeitung zu lesen, wohingegen es bei Personen mit geringem Politikinteresse nur elf Prozent waren. Bei den Gratiszeitungen findet sich ein solcher Zusammenhang nicht, dafür lesen Personen mit tiefer Bildung (12%) etwas häufiger Gratiszeitungen als Personen mit hoher Bildung (8%).

### 4.1.4. Onlinenutzung

Der Anteil der Online-Nutzung von Medien und News-Apps ist mit 97 Prozent, respektive 89 Prozent sehr hoch (siehe Tabelle 4.1 auf der vorherigen Seite). 80 Prozent der Befragten gaben an, das Internet täglich zu nutzen und knapp 50 Prozent nutzen News-Apps. Was die Internetnutzung betrifft, finden sich deutliche Altersunterschiede: Von den bis 34-Jährigen gab lediglich ein Prozent an, das Internet nie zu nutzen, wohingegen es bei den ab 55-Jährigen knapp zehn Prozent waren. Noch deutlicher ist der Unterschied in der täglichen Nutzung, in welcher die beiden Altersgruppen 21 Prozentpunkte auseinander liegen (bis 34: 87% und 55+: 66%). Dieser Altersunterschied in der Nichtnutzung findet sich ebenso bei den Nachrichten-Apps, nicht jedoch der Altersunterschied in

<sup>4</sup> Als Gratis- oder Pendlerzeitung werden in der Schweiz kostenlose Tageszeitungen verstanden. Nachdem 2018 die Pendlerzeitung «Blick am Abend» eingestellt wurde, wird inzwischen primär die Tageszeitung «20 Minuten» mit diesem Begriff verbunden. «20 Minuten» war und ist die auflagenstärkste Tageszeitung in der Schweiz und wird nicht nur als Papierzeitung an Bahnhöfen und in Verkehrsmitteln verteilt, sondern auch als Onlinezeitung und als App. Das erklärt auch, warum die Anteile der «Gratiszeitungen» auch im Lockdown nicht deutlicher zurückgegangen sind.

<sup>5</sup> Das liegt zum einen daran, dass von den jüngeren Befragten tatsächlich deutlich weniger täglich Zeitung lesen und zum anderen besteht in der Kohorte der älteren Befragten ein stärkeres Gefühl der sozialen Erwünschtheit bezüglich dem Lesen von Zeitungen.

der täglichen Nutzung. Personen mit hoher Bildung (91%) nutzen das Internet häufiger täglich als Personen mit tieferem Bildungsabschluss (64%). Auch dieser Unterschied ist bei der Nutzung von Nachrichten-Apps zu beobachten. Darüber hinaus ist hier auch ein Zusammenhang mit dem Politikinteresse festzustellen, wobei Personen mit hohem Politikinteresse zu 64 Prozent angaben, täglich News-Apps zu nutzen und Personen mit geringem Politikinteresse zu 39 Prozent.

Obwohl in den letzten Jahren ein Anstieg in der Nutzung des Internets und von Nachrichten-Apps zu verzeichnen war, hat dieser sich in diesem Jahr nicht fortgesetzt. Die tägliche Nutzung des Internets hat im Vergleich zum letzten Jahr um 1 Prozentpunkt abgenommen und die der News-Apps um 3 Prozentpunkte. Der Prozentsatz derer, die News-Apps nie nutzen hat um zwei Prozentpunkte zugenommen, während er in den Vorjahren abgenommen hatte. Ob sich, nach einem linearen Anstieg in der Nutzung des Internets und von Nachrichten-Apps nun eine Stagnation oder Abnahme abzeichnet, werden die nächsten Jahre zeigen.

## 4.2. Nutzungsdauer

Die Nutzungsdauer wurde für die generelle Fernsehnutzung, Radionutzung, Zeitungsnutzung und Onlinenutzung erfragt. Die Zahlen beruhen auf der Selbstauskunft der Befragten. Für das Fernsehen liegen die Durchschnittsminuten sehr deutlich unter den Zahlen, die von der automatisierten Reichweitenforschung erfasst werden. Der von Kantar-Media im Auftrag der Mediapulse gemessenen durchschnittliche Tageskonsum von Fernsehinhalten liegt recht stabil bei 200 Minuten (Mediapulse 2022). Selbst wenn man die 27 Prozent zeitversetzten Fernsehkonsum nicht berücksichtigt (an die nicht alle Befragten denken), bleiben im Durchschnitt immer noch fast zweieinhalb Stunden Fernsehkonsum pro Tag. In der Befragung wird die TV-Nutzungsdauer deutlich unterschätzt, weil die Selbsteinschätzung oft schon verzerrt ist und die Auskunft an Fremde zusätzlich von sozialer Erwünschtheit beeinflusst wird. Im Ergebnis geben die Befragten der vorliegenden Studie im Durchschnitt 80 Minuten Fernsehkonsum pro Tag an, also mehr als eine Stunde weniger als von der Reichweitenforschung gemessen (siehe Tabelle 4.2 auf der nächsten Seite). Beim Radio sind die Verzerrungen durch Selbsteinschätzung und soziale Erwünschtheit nicht so stark, weil die Radionutzung in der sozialen Erwünschtheit weniger negativ belegt ist. Mediapulse gibt an, dass mit der Radiouhr bei Radionutzer:innen pro Tag im Schnitt 105 Minuten gemessen werden (Mediapulse 2022). Durch die Befragung der vorliegenden Studie wurden pro Person im Durchschnitt 89 Minuten gemessen. Interessant und interpretierbar sind insbesondere die Unterschiede in den Zuwendungszeiten über die Jahre und verschiedenen Nutzer:innengruppen.

Tabelle 4.2: Durchschnittliche Nutzungsdauer in Minuten

Medien	Gesamt	Region			Alter			Bildung			Politik		
		DS	FR	IT	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
TV	84	82	93	83	66	78	114	112	99	65	92	82	77
KI: TV	3	3	8	11	5	4	7	17	4	4	6	4	6
Radio	89	95	68	87	67	88	112	99	118	61	97	91	74
KI: Radio	5	6	10	22	10	7	11	21	9	6	10	8	9
Zeitung	25	27	21	17	16	21	40	26	27	23	19	25	32
KI: Zeitung	1	2	2	3	2	1	3	4	2	2	2	2	2
Online	43	44	38	45	46	44	36	41	42	45	39	39	56
KI: Online	2	2	4	8	4	2	4	8	3	3	3	3	4
Befragte	3794	2612	931	252	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

KI: Das Konfidenzintervall in dem die wahren Werte mit einer 95%-en Wahrscheinlichkeit liegen. Lesebeispiel: Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von Zeitungen liegt in der Stichprobe bei 20 Minuten und mit 95%-er Sicherheit im Bereich von 1.0 Minuten um 20 Minuten, also zwischen 19.0 und 21.0 Minuten.

### 4.3. Mediennutzung im Internet

#### 4.3.1. Allgemein

Die Nutzung von Medien im Internet hat über die Jahre zugenommen. Dieses Jahr gaben 59 Prozent an, Internetradio zu hören, 60% gaben an, Online-TV zu sehen, 55 Prozent nutzten TV-Mediatheken und 69 Prozent Streamingdienste (siehe Tabelle 4.3 auf dieser Seite).

Tabelle 4.3: Nutzung je Woche

Nutzung	Internetradio	Online-TV	TV-Mediathek	Streamingdienste
nie	41%	40%	45%	31%
seltener	24%	31%	29%	17%
einmal pro Woche	7%	9%	9%	11%
mehrmals/Woche	11%	11%	11%	21%
(fast) täglich	17%	9%	6%	20%
Gesamt	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±1.7%	±1.7%	±1.7%
Befragte	3794	3794	3795	3794
Fehlende Angaben	163	184	251	164
Valide Angaben	3631	3610	3544	3630

#### 4.3.2. Internetradio

Von den Befragten gaben 17 Prozent an, (fast) täglich Internetradio zu hören. Dabei ist dies vor allem unter Personen mit starkem Politikinteresse stärker verbreitet. Unter den Nichtnutzer:innen sind Personen zwischen 35-54 Jahren und Personen mit tiefer Bildung am häufigsten vertreten. Ebenso wie die tägliche Nutzung von Internetradio in den vergangenen Jahren zugenommen hat (von 2019 mit 5% auf 2022 mit 17%), so hat sich der Anteil der Nichtnutzer:innen reduziert (von 2019 mit 66% auf 2022 mit 41%).

### 4.3.3. Online-TV & Mediatheken

Online-TV wird von 9 Prozent der Befragten täglich benutzt und von 40 Prozent nie. Ähnlich sieht es bei TV-Mediatheken aus, wobei hier 6 Prozentangaben, diese täglich zu nutzen und 45 Prozent, sie nie zu nutzen. Diese Zahlen sind vergleichbar mit dem Vorjahr, wobei 2021 etwas weniger Personenangaben, TV-Mediatheken täglich zu nutzen (2021: 5%, 2020: 7%). Im Vergleich zu den Jahren 2020 und 2019 scheint es aber eine Zunahme der täglichen Nutzung und eine Abnahme der Nichtnutzer:innen gegeben zu haben. Personen mit starkem Politikinteresse und hoher Bildung gaben weniger oft an, Online-TV und TV-Mediatheken nie zu nutzen als Personen mit geringem Politikinteresse und tieferer Bildung.

### 4.3.4. Streamingdienste

Von den Befragten gaben 20 Prozent an, (fast) täglich Streamingdienste zu nutzen (. Hier finden sich deutliche Altersunterschiede, wobei bis 34-Jährige zu 32 Prozent (fast) täglich und zu 13 Prozent nie Streamingdienste verwenden, und ab 55-Jährige zu 5 Prozent (fast) täglich und zu 59 Prozent nie. Auch nutzen Personen mit höherer Bildung häufiger Streamingangebote. Während sich die tägliche Nutzung vom Jahr 2019 bis zum Jahr 2021 beinahe verfünffacht hat (von 4% auf 19%), hat sie im Vergleich zum Vorjahr lediglich um einen Prozentpunkt zugenommen. Im selben Mass hat die Zahl der Nichtnutzer:innen in den Jahren 2019-2020 stark abgenommen (von 68% bis 32%) und ist in diesem Jahr im Vergleich zum letzten um einen Prozentpunkt gesunken.

TV-Inhalte werden in diesem Jahr (siehe Tabelle 4.2 auf der vorherigen Seite) in gleichem Umfang (84 Minuten pro Tag) genutzt wie im letzten Jahr (83 Minuten pro Tag). Im Vergleich zum Jahr 2020 mit 94 Minuten und auch im Vergleich zu 2019 mit 97 Minuten ist der Rückgang deutlich. Auffällig ist dabei, dass der Rückgang in der Deutschschweiz bemerkenswert ist (von 92 auf 81 Minuten), in der Romandie noch stärker (von 100 Minuten auf 87), aber in der italienischen Schweiz ein Anstieg von 97 Minuten auf 100 Minuten zu verzeichnen ist. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind erheblich. Der Umfang des TV-Konsums liegt in den jüngeren Alterskohorten deutlich tiefer (65 Minuten) als bei den älteren (115 Minuten). Der Rückgang vom letzten auf dieses Jahr zeigt sich allerdings bei allen Altersgruppen ähnlich (um 11 Minuten). Das gleiche Bild zeigt sich bei der Bildung: Dort geben die Befragten mit tieferem Bildungsstand 95 Minuten an, die mittlere Bildungsgruppe 95 Minuten und die höchste Bildungsgruppe im Durchschnitt nur 68 Minuten pro Tag. Die Unterschiede zwischen der höchsten gegenüber den anderen beiden Bildungsgruppen sind signifikant. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist bei den Befragten mit tieferem Bildungsstand stärker (-17 Minuten) als bei der mittleren (-10 Minuten) und der höchsten Bildungsgruppe (-7 Minuten).

Der durchschnittliche Umfang der Radionutzung liegt bei 89 Minuten. Das ist im Vergleich zum Vorjahr (82 Minuten) eine Erholung, aber im Vergleich zu 2019 (104 Minuten) ein erheblicher Rückgang (statistisch signifikant). In der Deutschschweiz war der Rückgang sehr deutlich (von 2019: 114 Minuten, 2020: 110 Minuten, auf 2021: 89 Minuten) und ist mit aktuell 95 Minuten pro Tag wieder etwas höher als im Vorjahr, erreicht aber noch nicht wieder das Niveau von 2019. In der Romandie wurde (2019: 74 Minuten, 2020: 62 Minuten und 2021: 59) und wird mit 68 Minuten pro Tag im Durchschnitt weniger Radio gehört als in der Deutschschweiz, wobei sich derselbe Trend zeigt: Nach einem Rückgang, hören jetzt wieder mehr Romands Radio. In der italienischen Schweiz war der Durchschnitt leicht gestiegen und liegt auch in diesem Jahr (87 Minuten) nochmals um 12 Minuten über dem Durchschnitt von letztem Jahr (75 Minuten, wobei die Unterschiede aufgrund der kleinen Stichprobe nicht signifikant sind). Die Durchschnittszeiten liegen beim Radio in der ältesten Befragtengruppe deutlich höher (112 Minuten) als bei der mittleren Altersgruppe (88 Minuten). Die jüngste Gruppe gibt eine tägliche Zuwendungsdauer von im Schnitt 67 Minuten an.

Die durchschnittliche Dauer des Zeitungskonsums war von knapp einer halben Stunde noch 2019 auf knapp 20 Minuten im letzten Jahr gesunken und ist in diesem Jahr mit im Schnitt 25 Minuten wieder leicht höher angegeben worden, was dem Durchschnitt von 2020 entspricht (24 Minuten). In der Deutschschweiz (27 Minuten) liegt der durchschnittliche zeitliche Nutzungsumfang höher als in der Romandie (21 Minuten) und in der italienischen Schweiz (17 Minuten). Nicht nur die Nutzungshäufigkeit, sondern auch die Zuwendungsdauer zu Zeitungen steigt im Vergleich der Alterskohorten. Die Dauer der Zeitungsnutzung kann klar mit dem politischen Interesse erklärt werden und zeigt keine Zusammenhänge mit dem Bildungsniveau.

Die Dauer der Onlinenutzung liegt insgesamt in diesem Jahr bei 43 Minuten pro Tag. In den letzten drei Jahren haben sich sehr ähnliche Durchschnitte gezeigt, die vom aktuellen Nutzungsumfang nicht signifikant unterscheidbar sind. Bei den jüngsten Befragten liegt die Nutzungsdauer von Onlineinhalten erwartungsgemäss etwas höher (46 Minuten) als bei den ältesten Befragten (36 Minuten), während die mittlere Altersgruppe auch hier in der Mitte liegt (44 Minuten). Diese Unterschiede waren allerdings im Vorjahr noch deutlicher. Mit steigendem Bildungsniveau steigt auch der Umfang der Onlinenutzung leicht an. Befragte mit starkem politischem Interesse geben deutlich mehr Onlinenutzung an (56 Minuten) als die beiden anderen Gruppen (jeweils 39 Minuten). Insgesamt wird es in der Zukunft wichtig sein zu beobachten, ob die Mediennutzungsumfänge bei den klassischen Medien weiter sinken und ob die Onlinenutzung weiterhin stabil bleibt.

#### 4.4. Nutzungsmotive

Der normative Auftrag sowie die wirtschaftliche Basis von modernen Massenmedien bestehen aus einer Mischung von Informationen und Unterhaltungsangeboten. In der vorliegenden Studie wurde gefragt, aus welchen Gründen sich die Nutzer:innen vor allen Dingen den Medien zuwenden. Die meisten Menschen und die meisten Befragten nutzen die Angebote von Radio- und Fernsehsendern und Onlineangebote sowohl zu Unterhaltungszwecken als auch um sich zu informieren (siehe Abbildung 4.1 auf dieser Seite).

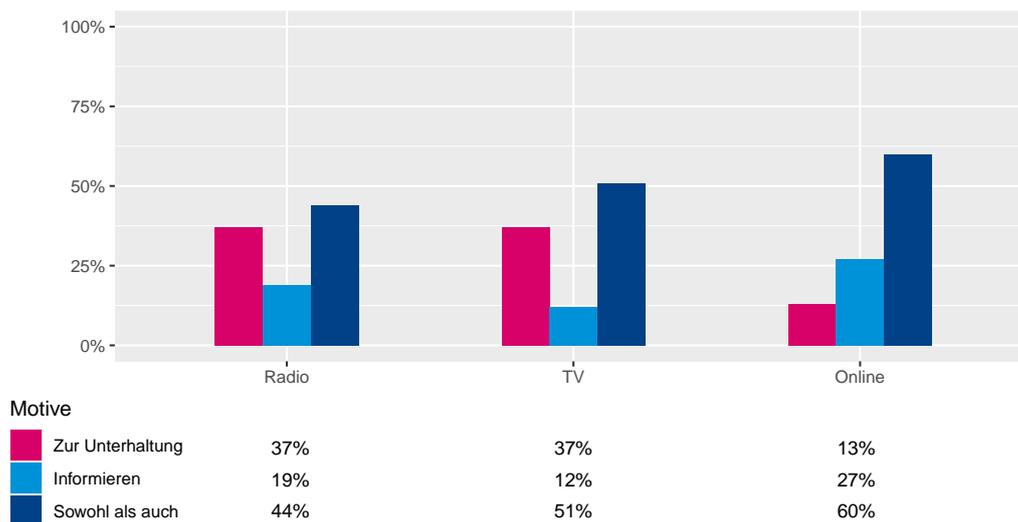


Abbildung 4.1: Nutzungsmotive

#### 4.4.1. Radio

Bei den Nutzungsmotiven der befragten Schweizer:innen hat sich im Vergleich zum Vorjahr praktisch nichts verändert. 37 Prozent gaben an, primär zur Unterhaltung Radio zu hören, 19 Prozent zu Informationszwecken und 44 Prozent stimmten beidem zu. In der Romandie wird das Radio häufiger genutzt, um sich zu informieren als in der italisichen Schweiz und der Deutschschweiz. Personen mit geringem Politikinteresse hören Radio eher zur Unterhaltung (43%) und weniger für Informationen (16%) als Personen mit starkem Interesse für Politik (29%, respektive 28%).

#### 4.4.2. TV

Während vom Jahr 2020 zum Jahr 2021 der Anteil derer, die das Fernsehen zur Unterhaltung nutzen, deutlich gestiegen war, ist er aktuell im Vergleich zum Vorjahr stabil bei 37 Prozent. Auch der Anteil an Befragten, der angab, fernzusehen, um sich zu informieren, ist mit 11 Prozent auf 12 Prozent im Grunde gleich geblieben. Seit 2019 ist der Anteil an Personen, die primär zur Unterhaltung (von 25% auf 37%) oder aber zu Informationszwecken (von 10% auf 12%) fernsehen, gestiegen und der Anteil derjenigen, die beide Gründe angaben, gesunken (von 65% auf 51%). Jüngere Personen gaben deutlich häufiger an, primär zur Unterhaltung fernzusehen (47%) als ältere (24%), welche vor allen Dingen sowohl Unterhaltung als auch Informationszwecke als Motive angeben (63%). Personen mit unterschiedlichen Bildungshintergründen sehen ähnlich häufig zur Unterhaltung fern, jedoch geben Personen mit mittlerer und hoher Bildung häufiger zusätzlich Informationssuche als Nutzungsmotiv an. Befragte mit starkem Politikinteresse nutzen TV weniger oft nur zur Unterhaltung und öfter primär zur Informationssuche als Personen mit geringem Politikinteresse, wo das genau umgekehrt ist.

Das Fernsehen wird primär zu Unterhaltungszwecken eingeschaltet und deutlich seltener, um sich sowohl zu informieren als auch um sich zu unterhalten zu lassen. Wie oben schon bei der Nutzungsdauer ist auch hier die soziale Erwünschtheit zu berücksichtigen, die die Angaben über die Nutzungsmotivation eher in Richtung Informationsnutzung verzerrt. Auch vor der «Coronakrise» hat der überwiegende Teil der Schweizer Bevölkerung Medien mit dem Ziel genutzt, sich zu informieren (exklusiv oder gleichwertig zum Unterhaltungsziel). Das Jahr 2020 war das erste Jahr der «Coronakrise» und von Unsicherheit und einem stärkeren Informationsbedürfnis der Menschen geprägt. Das ist auch in leichten Verschiebungen der primären Nutzungsziele zu erkennen.

Die Radioangebote werden von 37 Prozent der Befragten zuvorderst mit dem Ziel der Unterhaltung eingeschaltet. Das sind deutlich mehr als noch 2020 (dort 23%) und auch mehr als 2019 (27%). Der Anteil der Zuhörer:innen, die sich primär informieren möchten, liegt bei 19 Prozent (wie im letzten Jahr). Demzufolge ist der Anteil derer stark gesunken, die angeben, Radio sowohl zu Unterhaltungszwecken zu hören als auch um sich zu informieren (43%). Das waren 2020: 58 Prozent und 2019: 56.

### 4.5. Prioritäten bei der Informationssuche

Die Zuwendung zu Medien bei der Suche nach Informationen ist ein Indikator für Qualitätserwartungen beim Publikum. In der Publikumsbefragung wurden und werden daher immer die folgenden drei Fragen gestellt (Hervorhebungen auch im Fragebogen):

1. Wenn Sie sich über das Geschehen **in der Schweiz** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

2. Wenn Sie sich über das Geschehen **in Ihrer Region** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?
3. Wenn Sie sich über das Geschehen **im Ausland** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Tabelle 4.4: Medienprioritäten bei der Informationssuche

Medien	Schweiz	Region	Ausland
Ausland Online	22%	18%	32%
Online CH	22%	16%	15%
SRG TV	19%	6%	19%
Print	11%	32%	8%
SRG Online	9%	4%	7%
SRG Radio	7%	4%	2%
Ausland Medien	5%	5%	14%
Private Radio	3%	7%	1%
Private Online	2%	4%	1%
Private TV	1%	4%	1%
Gesamt	100%	100%	100%
Antworten	3579	3410	3410

#### 4.5.1. Schweiz

Mit je 22 Prozent (siehe Tabelle 4.4 auf dieser Seite) werden ausländische und Schweizer Onlineseiten am häufigsten von den Befragten genutzt, um sich über das Geschehen in der Schweiz zu informieren (zum Beispiel «20min.ch», «nzz.ch», «watson.ch», «lemonde.fr», «theguardian.com», aber auch globale Seiten wie «google» oder «facebook»). Ausserdem gilt hier bei der Interpretation zu beachten, dass diese Angaben zu Newsaggregatoren und Social Media offen lassen, welchen Suchergebnissen sich die Menschen zuwenden. Häufig sind es doch wieder die Inhalte, die Schweizer Medien erarbeitet haben, wenn die Suche bei google zum Beispiel auf einen Beitrag der «nzz» verweist oder bei «facebook» Schweizer Medien wie der Blick abonniert sind. An zweiter Stelle stehen mit 19 Prozent die TV Sender der SRG (alle Sprachregionen) und liegen damit nur knapp hinter den online Medien. Am dritthäufigsten verwenden Schweizer:innen Printmedien, um sich über die Schweiz zu informieren. So gaben die Befragten zu 11 Prozent an, Medien wie die «Berner Zeitung», den «Bote der Urschweiz» oder die «Tribune de Genève» zur Informationssuche zu verwenden. Nur wenige Prozentzahlen darunter liegen die Anteile der SRG Online Medien und des SRG Radioangebots mit 9, respektive 7 Prozent. Etwas weniger häufig wurden mit 5 Prozent ausländische Medien genannt (z.B. «das Erste der ARD» aus Deutschland oder die «BBC» aus Grossbritannien). Die privaten elektronischen Medien wurden insgesamt von lediglich 6 Prozent der Befragten an erster Stelle genannt, wenn sie sich über die Schweiz informieren möchten. Demgegenüber wurden die Angebote der SRG insgesamt (TV, Radio und Online) von 35 Prozent der Befragten angegeben. Im Vergleich zum Vorjahr fällt vor allem auf, dass Printmedien wesentlich seltener zur Informationssuche über die Schweiz verwendet werden. So waren es 2021 noch 18 Prozent der Befragten und in diesem Jahr

nur noch 11. Dafür ist der Anteil bei den ausländischen Onlinemedien um 5 Prozentpunkte gestiegen und auch der Anteil der Befragten, die online Angebote der SRG nutzen, ist um 3 Prozentpunkte gestiegen.

#### 4.5.2. Region

Wenn sich die Schweizer:innen «über das Geschehen in ihrer eigenen Region» informieren möchten, nennen die meisten Befragten mit 32 Prozent Printmedien. An zweiter Stelle sind mit deutlich niedrigerem Anteil Onlineangebote aus dem Ausland zu finden. Dementsprechend gaben 18 Prozent der Befragten an, zu «googeln», wenn sie sich über das Geschehen in ihrer Region informieren möchten. Mit grosser Wahrscheinlichkeit stossen sie dabei auf Informationsangebote aus der Schweiz (wie Medienseiten, admin.ch, oder Informationen ihrer Kantone). Die Informationsquellen können bei dieser Rubrik im Wesentlichen den Schweizer Informationsangeboten zugeordnet werden. Internetseiten aus der Schweiz wurden von einem knappen Drittel der Befragten in dieser Kategorie angegeben. Im Vergleich zum Vorjahr fällt auf, dass Schweizer Onlineseiten häufiger für die Informationssuche über die eigene Region verwendet werden und auch die SRG Onlineangebote häufiger genannt wurden (2021 noch 2%, 2022 4%). Dafür ist der Anteil bei den ausländischen Medien im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen (von 10% auf 5%).

#### 4.5.3. Ausland

Wenig überraschend wurden bei der Suche nach Informationen «über das Geschehen im Ausland» am häufigsten (32%) die Onlineangebote aus dem Ausland genannt. Darauf folgen mit 19 Prozent die TV Angebote der SRG und nur vier Prozentpunkte darunter Schweizer Onlineangebote. Ähnlich häufig nannten die Befragten mit 14 Prozent ausländische Medien. Die SRG Angebote werden von den befragten Schweizer:innen gesamthaft zu 28 Prozent an erster Stelle genannt. Die Printmedien werden von 8 Prozent an erster Stelle genannt. Die privaten elektronischen Medien (jeweils zu 1%) werden eher selten für Informationen über das Ausland genutzt. Dieses Jahr gaben die Befragten deutlich häufiger an, ausländische Onlineangebote für die Informationssuche über das Ausland zu nutzen als noch im Jahr davor (23%). Dafür gaben dieses Jahr nur 14 Prozent der Befragten an, ausländische Medien zu nutzen, wohingegen es 2021 noch 22 Prozent waren.

## 5. Bewertung des Medienangebots

Die Kernfunktion der kontinuierlichen Publikumsbefragung ist das Monitoring der Zufriedenheit der schweizer Wohnbevölkerung mit dem genutzten Medienangebot. Diese Befragung erfasst die Medienqualität als Meinung der Befragten, wie sie als Nutzer:innen die «Professionalität», die «Ausgewogenheit» und «Glaubwürdigkeit» einschätzen und wie zufrieden sie insgesamt mit den Angeboten sind, die sie sich aussuchen. Würden diese Bewertungskategorien Journalist:innen vorgelegt, würden sicher andere Ergebnisse herauskommen und wiederum andere, wenn wissenschaftliche Expert:innen die Medien bewerten würden und nochmals andere, wenn Politiker:innen ihre Bewertungen abgeben oder die Bewertungen aus Regulierungssicht vorgenommen würden. Die Relevanz der vorliegenden Publikumsbefragung besteht darin, dass die Bevölkerung in einer Mediendemokratie sich gut, professionell, ausgewogen und glaubwürdig informiert *fühlen* muss, um ihre demokratischen Entscheidungen mit dem *Gefühl* der Informiertheit fällen zu können.

Die Dynamik der Corona-Krise hat auch in der Schweiz den Menschen über die Zeit immer mehr abverlangt. Nach anfänglichem starkem Informationsbedürfnis, hat sich später ein Überdruß eingestellt. Die Zuschauer:innen trennen bei ihren Bewertungen der Medienqualität oft nicht zwischen dem, worüber berichtet wird und der Qualität des Berichtens.

Tabelle 5.1: Medienbewertungen 2022

Bewertungskategorie	SRG-TV	Regional-TV	SRG-Radio	Lokalradio	Online
Professionalität	4.1	3.5	4.1	3.7	3.7
Informationsgehalt	4.0	3.5	3.7	3.4	3.7
Lokalbezug	3.3	4.0	3.2	3.8	3.3
Ausgewogenheit	3.6	3.4	3.7	3.5	3.5
Glaubwürdigkeit	4.1	3.8	4.0	3.7	3.6
Unterhaltsamkeit	3.3	3.0	3.6	3.7	3.4
Gesamtzufriedenheit	3.8	3.5	3.9	3.8	3.7

Bewertet wurden die Medien, die sich die Befragten aus dem Angebot an Medien ausgewählt haben, auf das sie in der Schweiz – beziehungsweise in ihrer Region – zugreifen können. Dabei wurden die Angebote nach Radio und Fernsehen unterschieden und jeweils in zwei Gruppen differenziert: 1. die Sender der SRG und 2. die privaten Anbieter. Die Befragten wurden also gebeten, erstens die von ihnen am häufigsten genutzten SRG-Fernsehsender-Sender, zweitens ihre SRG-Radiosender, drittens von ihnen am häufigsten genutzte Regionalfernsehsender und viertens ihre Lokalradiosender zu bewerten. Ergänzend wurden in diesem Jahr wieder die Onlineangebote bewertet. In den Auswertungen sind die Bewertungen nach diesen fünf Angebotsgruppen zusammengefasst. In jedem Jahr werden die vier Hauptkriterien «Professionalität», «Ausgewogenheit», «Glaubwürdigkeit» und die «Gesamtzufriedenheit» bewertet. Alle zwei Jahre – und so auch 2022 – werden zusätzlich die drei Nebenkategorien «Informationsgehalt», «Lokalbezug» und «Unterhaltsamkeit» abgefragt. Die Bewertungsskala ging jeweils von 1 bis 5, wobei 1 die tiefste und 5 die höchste Bewertung abbildet. Der Mittelpunkt der Skala liegt also bei 2.5. Alle Bewertungen durch das Publikum liegen über diesem Skalenniveau und sind daher im Gesamtschnitt als positiv zu bewerten. Es kommt auf den Vergleich der Angebote und der verschiedenen Bewertungskategorien an. Durchschnittswerte sind relativ robust gegenüber Veränderungen. Das bedeutet, dass selbst klein erscheinende Unterschiede in der ersten Nachkommastelle eine Veränderung abbilden.

Ein Überblick über die Durchschnittswerte jeder Bewertungskategorie für das Jahr 2022 ist in Tabelle 5.1 auf der vorherigen Seite zu finden. Die höchste Gesamtzufriedenheit erreichen dabei die Radiosender der SRG, welche mit einem Wert von 3.9 knapp über den regionalen Radio-Sendern liegen (3.8). Mit letzteren gleich auf liegen die TV-Sender der SRG. Danach folgen mit einem Wert von 3.7 die Onlineangebote und schliesslich die Regionalen TV-Sender, für welche sich in diesem Jahr eine Gesamtzufriedenheit von 3.5 ergeben hat. Ähnlich und besonders hoch bewertet werden die «Professionalität» und «Glaubwürdigkeit» der SRG-Fernseh- und -Radiosender, wobei die TV-Sender hinsichtlich der «Informationsqualität» mit einem Wert von 4.0 noch besser abschneiden als die Radiosender (3.7). Was die «Ausgewogenheit» betrifft werden die SRG-Angebote etwas geringer eingeschätzt und damit ähnlich wie die Lokalradio-, Regional-TV- und Online-Angebote. Das liegt mit daran, dass Massenmedien den kleinsten gemeinsamen Nenner treffen müssen und Zuschauer:innen, deren Meinung sich nicht im Rahmen des (vermuteten) allgemeinen Konsens bewegen, häufiger das Gefühl haben, dass die Medien ihre Meinung nicht ausgewogen in die Berichterstattung einbeziehen.<sup>6</sup>

Die Regionalfernsehsender schneiden bei der «Lokalität» mit einem Wert von 4.0 deutlich besser ab als die SRG- und Online-Angebote und wurden von den Zuschauer:innen auch als relativ glaubwürdig eingestuft (3.8). Lediglich in der «Unterhaltsamkeit» fällt die Bewertungen mit 3.0 eher tief aus und stellt damit den tiefsten Wert überhaupt dar. Die «Professionalität» sowie die «Informationsqualität» liegen jeweils bei 3.5 und die «Ausgewogenheit» mit 3.4 nur knapp dahinter.<sup>7</sup> Ein sehr ähnliches Bild zeigt sich bei den Lokalradiosendern, wobei diese aber als deutlich unterhaltsamer eingeschätzt werden (Lokalradio: 3.7, Lokal-TV: 3.0) und sich damit insgesamt eine etwas höhere Zufriedenheit ergibt als für die Lokal-TV-Sender (Lokalradio: 3.8, Lokal-TV: 3.5).

Die Gesamtzufriedenheit mit den Online-Angeboten liegt bei einem Wert von 3.7, wie auch die «Professionalität» und die «Informationsqualität». Die «Glaubwürdigkeit» wird mit 3.6 etwas geringer eingeschätzt und darunter liegen mit 3.5 die «Ausgewogenheit» und mit 3.3 der Stellenwert des «Lokalitätsbezugs». Damit werden die Online-Angebote im Vergleich zu den SRG-Angeboten und den privaten Fernseh- und Radiosendern als am wenigsten glaubwürdig bewertet. Dies überrascht angesichts des Bewusstseins über Desinformation und «Fake-News» im Internet aber kaum. Tatsächlich hat die steigende Online-Nutzung klassischer journalistischer Medien wohl möglich einen positiven Effekt auf diesen Wert.

### 5.1. Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

In den letzten Jahren lag die Gesamtzufriedenheit über alle Medien hinweg im Schnitt zwischen 3.4 und 4.1 und damit immer deutlich über der Skalenmitte von 3.0 (siehe Abbildung 5.1 auf der nächsten Seite und für die Details Tabelle 5.2 auf der nächsten Seite).

Die Gesamtzufriedenheit mit den SRG-Radio-Sendern ist seit 2011 von 3.9 auf 4.1 gestiegen, danach mit geringen Schwankungen stabil geblieben und seit 2019 bei einem Wert von 4.0 stagniert. In diesem Jahr jedoch ist die Gesamtzufriedenheit auf 3.9 gesunken. Auch die Zufriedenheit mit den Lokal-Radio-Sendern hat im Vergleich zum Vorjahr von 3.9 auf 3.8 abgenommen, wobei seit 2013 ein konstantes Schwanken zwischen diesen zwei Werten zu beobachten ist. Die Werte für die SRG-TV-Sender sind bis 2019 von 3.7 auf 4.0 stetig gestiegen, haben in den Pandemie Jahren 2020 (3.9) und 2021 (3.8) abgenommen und in diesem Jahr ebenfalls bei 3.8. Der Wert der Gesamtzufriedenheit mit den Regional-TV-Sendern ist von 2011 bis 2018 von 3.5 auf 3.6 gestiegen, wo er seither sta-

<sup>6</sup>In der Kommunikationswissenschaft ist das Phänomen als «Hostile Media Effect» bekannt (vgl. Vallone et al. 1985).

<sup>7</sup>Im Vergleich zur SRG haben die vielen regionalen Fernsehsender der Schweiz deutlich weniger Mittel zur Verfügung und zum Beispiel im Vergleich zu den privaten überregionalen Sendern aus Deutschland einen sehr viel kleineren Werbemarkt.

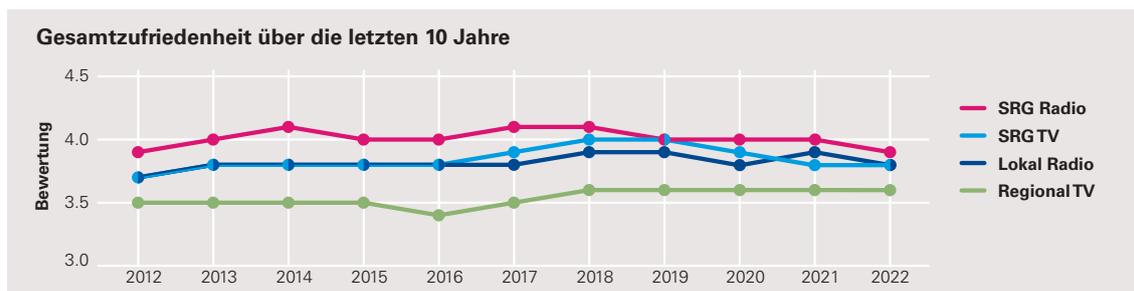


Abbildung 5.1: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

bil geblieben ist und auch dieses Jahr liegt. Die kontinuierlich tieferen Werte der Regionalfernseher in der Schweiz müssen vor dem Hintergrund gesehen werden, dass Unterhaltungsangebote im Durchschnitt zu besseren Gesamtbewertungen führen und die privaten Regionalsender mit Informationen über die Region beauftragt und befasst sind. Insgesamt schneidet das SRG-Radio in der Gesamtzufriedenheit damit am besten ab, SRG-TV-Angebote und Lokal-Radio liegen gleich auf, während die Befragten mit den privaten TV-Sender gesamthaft am wenigsten zufrieden waren.

Tabelle 5.2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

Sender	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SRG TV	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0	3.9	3.8	3.8
Regional TV	3.5	3.5	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6
SRG Radio	3.9	4.0	4.1	4.0	4.0	4.1	4.1	4.0	4.0	4.0	3.9
LokalRadio	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8	3.9	3.8

## 5.2. Bewertung der Fernsehsender

In der Abbildung 5.2 auf der nächsten Seite sind die Bewertungen der Fernsehangebote in einem Ringdiagramm dargestellt. Wären alle sieben Durchschnittsbewertungen beim Höchstwert von 5.0 (in der Summe 35), dann wären die Ringe geschlossen. Der Ring der Regional-TV-Sender ist kürzer (Summe = 24.7), als der der SRG (Summe = 26.2), was daran liegt das die SRG-Angebote durchwegs höher bewertet werden als die Privat-Sender. Allein die Kategorie «Lokalbezug» wird bei den Regional-TV-Sendern mit 4.0 im Durchschnitt besser bewertet als der Lokalbezug der SRG, was dem Konzessionsauftrag entspricht. Die Ringe zeigen auch, dass die Bewertungen etwa bei drei Vierteln (um 26) des möglichen Maximums von 35 liegen und damit klar über der Hälfte (17.5), die eine neutrale Bewertung dargestellt hätte. Die Menschen in der Schweiz sind also mit den Fernsehangeboten insgesamt eher zufrieden. Im Folgenden werden die Bewertungen je Sendergruppe im Detail betrachtet.

### 5.2.1. Bewertung der SRG-Fernsehsender

Die Bewertung der SRG-Sender ist in einem Grossteil aller Kategorien bis vor der «Coronakrise» 2019 langsam gestiegen (siehe Tabelle 5.3 auf Seite 37). Eine Ausnahme bildet der «Lokalbezug», welcher 2012 mit einem Wert von 3.3 höher lag als in den Jahren danach (jeweils 3.2). Im Pandemiejahr 2020 stieg die Einstufung des «Lokalbezugs» allerdings auf 3.4 an, und ist in diesem Jahr wieder auf 3.3 abgesunken. Die Einschätzung der «Professionalität» ist seit dem Jahr 2012 von 4.0 auf 4.2 vor dem

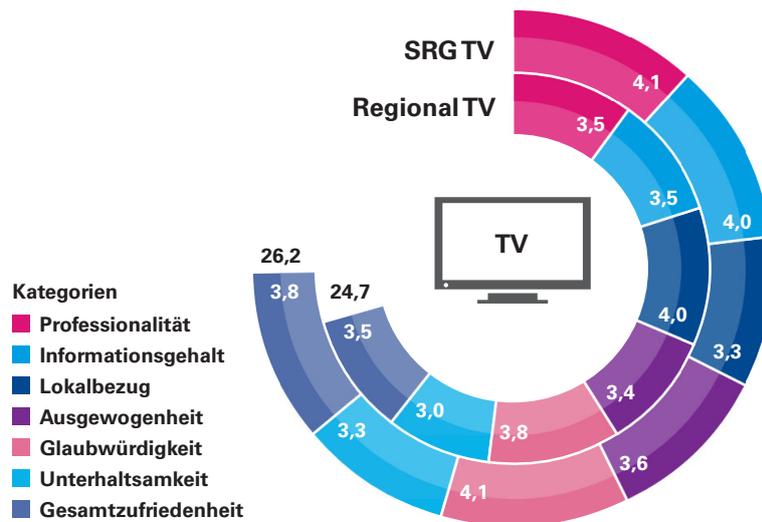


Abbildung 5.2: Bewertung der Fernsehprogramme

Pandemiejahr 2019 gestiegen. Im Pandemiejahr 2020 blieb der Bewertungsschnitt auf diesem Niveau. Im Jahr 2021 sank die Bewertung wieder auf 4.0 und pendelte sich in diesem Jahr auf 4.1 ein. Beim Qualitätsindikator «Informationsgehalt» war ein ähnlicher Verlauf zu beobachten. Demnach lagen die Werte in der Hochzeit der Debatte um den Service public vor und während der Pandemie etwas höher (2018 und 2020: 4.1) und in diesem Jahr wieder auf dem Vorniveau (4.0). Die «Ausgewogenheit» der SRG-TV-Sender schwankte von 2012 bis 2017 zwischen den Werten 3.7 und 3.6, stieg danach auf 3.8 und blieb dort bis 2020 stabil und normalisierte sich in den vergangenen zwei Jahren auf 3.6. Damit liegt die «Ausgewogenheit» in diesem Jahr wieder ähnlich hoch wie in den Jahren vor der «Coronakrise». Mit der «Glaubwürdigkeit» verhielt es sich ähnlich. Schweizer:innen vergaben in dieser Kategorie bis ins Jahr 2017 konstant einen Wert von 4.1. Zwischen 2018 und 2020 lag er dann bei 4.2 und sank danach wieder auf das Ausgangsniveau von 4.1 zurück. Die Entwicklung der Werte in der Kategorie «Unterhaltsamkeit» sind schwerer zu deuten. Während sie von 2012 bis 2017 bei 3.4 oder 3.3 lagen, stiegen sie 2018 auf 3.5 und lagen zwei Jahre später wieder bei 3.4 und weitere zwei Jahre später bei 3.3. Die Gesamtzufriedenheit stieg bis vor der Pandemie kontinuierlich an und erreichte 2019 einen Wert von 4.0 (2012 noch 3.7). Dieser Höchstwert fiel in eine Zeit mit verstärkter Diskussion um den Service public. Während der Pandemie, gaben sich die Befragten Schweizer:innen wieder weniger zufrieden, was 2020 in einem Wert von 3.9 und 2021 und 2022 in einem Wert von 3.8 resultierte.

Tabelle 5.3: Bewertung SRG-TV im Jahresvergleich

Bewertungskategorie	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Professionalität	4.0	3.9	4.0	4.0	4.0	4.1	4.2	4.2	4.2	4.0	4.1
Informationsgehalt	4.0	3.9	4.0	4.0	4.0	4.0	4.1	—	4.1	—	4.0
Lokalbezug	3.3	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	—	3.4	—	3.3
Ausgewogenheit	3.7	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7	3.8	3.8	3.8	3.7	3.6
Glaubwürdigkeit	—	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2	4.1	4.1
Unterhaltsamkeit	3.4	3.4	3.4	3.3	3.3	3.4	3.5	—	3.4	—	3.3
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0	3.9	3.8	3.8
N-Minimum	2371	2725	3007	3057	3246	3277	3148	3624	3303	2881	2740

Die «**Professionalität**» der SRG-Fernsehsender wurde von 40 Prozent der Befragten mit dem Wert 5.0 «sehr professionell» bewertet. Das sind drei Prozent mehr als im Vorjahr, jedoch deutlich weniger als 2020 (45%) und noch immer weniger als im Jahr 2019, wo der Wert bei 42 Prozent lag. Die Tabellen im Berichtanhang schlüsseln die Details dieser Entwicklung auf (siehe Tabelle A.46 auf Seite 89). Die Bestnote für die «Professionalität» wurde vor allem in der italienischen (51%) und der französischen Schweiz (49%) vergeben. Damit ist der Anteil an Personen in der italienischen Schweiz, welcher die Bewertung «sehr professionell» vergab, im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent gestiegen und höher als 2019 (42%). Nachdem dieser Wert für die Deutschschweiz vergangenes Jahr niedriger (33%) lag als noch 2019 (39%), ist er 2022 wieder gestiegen (38%). Insgesamt sahen 2 Prozent der Befragten das Schweizer Fernsehen als (1) «gar nicht professionell» an. Zu diesen gehören vor allem Personen aus der Deutschschweiz und der französischsprachigen Schweiz (jeweils 2%), männliche Befragte (3%) und Personen im Alter von über 55 Jahren (4%). Ausserdem auch Befragte mit starkem Politikinteresse (3%) sowie solche, welche einen formal niedrigeren Bildungsstand aufweisen (5%). «Wenig professionell» schätzten in diesem Jahr 5 Prozent aller Befragten die SRG-TV-Sender ein. Die Skalenmitte (3) wählten 16 Prozent der befragten Personen, was dem Wert aus dem Jahr 2019 – also vor der Pandemie – entspricht (In der Zwischenzeit war er 2021 auf 19% gestiegen). Insgesamt vergaben jüngere Personen und Befragte mit einer formal hohen Bildung durchschnittlich die besten Werte für «Professionalität» (jeweils 4.2) und ältere Personen, sowie solche mit formal tieferer Bildung schlechtere Durchschnittswerte (jeweils 3.9). Dieser Alters- und Bildungsunterschied war auch schon in den Vorjahren zu beobachten, wobei der Altersunterschied im Vergleich zu 2019 deutlicher geworden ist.

Die «**Ausgewogenheit**» der SRG-Fernsehsender wird durchschnittlich tiefer bewertet (3.6) als die übrigen Indikatoren (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.61 auf Seite 104). 22 Prozent der Befragten vergaben die höchste Wertung (5), 37 Prozent die zweitbeste (4) und knapp 30 Prozent gaben die Skalenmitte mit dem Wert 3 an. In den vergangenen Jahren lag die durchschnittliche Bewertung ein wenig höher (2021: 3.7, 2020 und 2019: 3.8). Insbesondere die italienischsprachige Schweiz (2.9) und die Romandie (3.8) vergaben höhere Werte der «Ausgewogenheit». Die italienischsprachige Schweiz hat damit im Vergleich zu den Vorjahren etwas besser bewertet und sich der französischen Schweiz angenähert. Im Bezug auf die Variablen Alter, Geschlecht und Bildung zeigen sich keine deutlichen Unterschiede. Nachdem der Anteil an Personen mit starkem politischen Interesse, welcher das Schweizer Fernsehen als «eher» oder «sehr ausgewogen» bewertete, im Jahr 2021 von 68 Prozent auf 56 Prozent gesunken war, ist er in diesem Jahr wieder auf 62 Prozent gestiegen und damit fast wieder so hoch wie vor der Pandemie (2019: 64%).

Die «**Glaubwürdigkeit**» des Schweizer Fernsehens liegt im Durchschnitt bei 4.1 und damit gleich hoch wie letztes Jahr und einen Prozentpunkt tiefer als in den Jahren 2020 und 2019 (Details

zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.66 auf Seite 109). 44 Prozent der Befragten gaben an, die SRG-Sender «sehr glaubwürdig» zu finden und 35 Prozent wählten (4), «eher glaubwürdig». Damit haben etwas mehr Personen die beste Note vergeben, dafür etwas weniger die zweitbeste als vergangenes Jahr. Die Werte sind in der italienischsprachigen Schweiz (49% «sehr glaubwürdig») und der Romandie (47% «sehr glaubwürdig») noch etwas höher. Der Altersunterschied aus dem Pandemiejahr 2020, welcher vergangenes Jahr nicht zu beobachten war, ist nun wieder sichtbar geworden. Somit bewertete die mittlere Altersgruppe die «Glaubwürdigkeit» höher als die anderen beiden Gruppen. Das Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der SRG-Fernsehangebote ist bei den Menschen mit tieferem Bildungsstand von 2019 bis 2021 schrittweise gesunken, während die höher Gebildeten mit ihren Bewertungen etwa auf demselben Niveau geblieben sind. Dieser Unterschied zeigt sich auch in diesem Jahr, wobei 84 Prozent der höher Gebildeten und 76 Prozent der tiefer Gebildeten angaben, die SRG-TV-Sender «eher» und «sehr glaubwürdig» zu finden. Die schlechtere Bewertung der «Glaubwürdigkeit» durch die politisch stark Interessierten setzt sich in diesem Jahr nicht fort. Im Durchschnitt vergab diese Befragungsgruppe einen Wert von 4.2, welcher 2021 noch 4.1 gewesen war und nun wieder gleich hoch ist wie 2019. Demgegenüber bewerteten die Personen mit geringem politischen Interesse die «Glaubwürdigkeit» in diesem Jahr durchschnittlich schlechter (4.0) als 2021 (4.1) sowie 2020 und 2019 (jeweils 4.2).

Der «**Informationsgehalt**» des Schweizer Fernsehens wird mit 4.1 gesamthaft als hoch bewertet. Lediglich 2 Prozent gaben an, die Angebote gar nicht informativ zu finden, wohingegen 74 Prozent sie als «eher» oder «sehr informativ» empfand. Ähnlich verhielt es sich auch im Jahr 2020. Personen aus der italienischen Schweiz schätzen den «Informationsgehalt» leicht höher ein als die aus der Deutschschweiz und der Romandie. Ferner vergaben Befragte mit höherer Bildung insgesamt etwas bessere Werte als solche mit tieferer Bildung. Innerhalb der Variablen Geschlecht, Alter und Politikinteresse gab es praktisch keine Unterschiede.

Der Stellenwert der «**Lokal-regionalen Berichterstattung**» wird gesamthaft ebenfalls eher tief eingeschätzt (3.3) und ist vergleichbar mit dem Wert aus dem Jahr 2020 (3.4). Für ein klassisches Massenmedium, welches inhaltlich (nicht zuletzt durch den Auftrag der Konzession) gesamtschweizerisch ausgerichtet ist, scheint dies aber nicht weiter verwunderlich oder problematisch. Der Durchschnittswert ist in der italienischen Schweiz mit 3.9 und in der Romandie mit 3.7 deutlich höher als in der Deutschschweiz (3.0). Im Bezug auf Geschlecht, Alter und Politikinteresse sind keine grossen Unterschiede feststellbar, hingegen schreiben Personen mit formal tieferem Bildungsstand (3.6) der «Lokalberichterstattung» in SRG-TV-Sender einen höheren Stellenwert zu als solche mit höherer Bildung (3.1).

Die «**Unterhaltsamkeit**» der SRG-TV-Sender wird von den Befragten im Durchschnitt mit 3.3 bewertet (siehe Tabelle A.71 auf Seite 114) und damit ähnlich niedrig wie 2020 (3.4), während der Wert 2018 noch bei 3.5 lag.<sup>8</sup> Das ist so zu erklären, dass die meisten Menschen SRG-TV-Programme eher dafür nutzen, sich über das aktuelle (Welt-)Geschehen zu informieren, wo der Aspekt der «Unterhaltsamkeit» nicht im Vordergrund steht. Die Bewertungen liegen in der italienischen Schweiz signifikant höher (3.6) als in der Deutschschweiz und der Romandie (3.3). Im Bezug auf Region, Alter, Geschlecht, Bildung und Politikinteresse bestehen praktisch keine Unterschiede, was auch 2020 der Fall war.

<sup>8</sup> Als Nebenkategorie wird dieser Qualitätsindikator nicht mehr jedes Jahr abgefragt. Ob die Entwicklung in den Zweijahresschritten ein Trend ist, sollte durch eine Fortführung dieser Messung festgestellt werden. Da die Zufriedenheit mit dem Unterhaltungsangebot wesentlich die Gesamtzufriedenheit mitbestimmt, ist diese Bewertungskategorie wichtig für die Zufriedenheit mit dem Service public.

Die «Gesamtzufriedenheit» mit dem SRG-TV ist mit einem Durchschnittswert von 3.8 gleich wie im Vorjahr (Details in A.75 auf Seite 119). Personen aus der italienischen Schweiz bewerten ihre Sender besser (4.0) als Personen aus der Romandie (3.9) und der Deutschschweiz (3.7). Letztes Jahr waren es noch die Romands, welche mit ihren Sendern insgesamt am zufriedensten waren. Die «Gesamtzufriedenheit» unterscheidet sich für die Geschlechter nicht, jedoch bewerten jüngere Personen die SRG-TV-Sender gesamthaft besser (3.9) als die über 55-jährigen (3.6), was auch in den Jahren zuvor der Fall war. Personen mit verschiedenen Bildungsniveaus und unterschiedlichem Politikinteresse zeigten keine Unterschiede in der «Gesamtzufriedenheit» mit dem Schweizer Fernsehen. Die Abnahme in der Zufriedenheit der politisch stark Interessierten (von 3.9 2019 auf 3.7 2021) hat sich in diesem Jahr nicht fortgesetzt.

Die Durchschnittswerte der «Gesamtzufriedenheit» je TV-Versorgungsgebiet sind in der Abbildung 5.3 farblich differenziert. In den Gebieten ist jeweils die Versorgungsgebietsnummer vermerkt. Im Onlinebericht sind die Versorgungsgebiete einfacher identifizierbar. Mit Klick auf die Versorgungsgebiete werden dort die konkreten Werte angezeigt. Da die Versorgungsgebiete einander überlappen, ergeben sich in den Schnittbereichen Farbschattierungen die anzeigen, dass die Menschen in diesen Gebieten eine breitere Auswahlmöglichkeit haben.

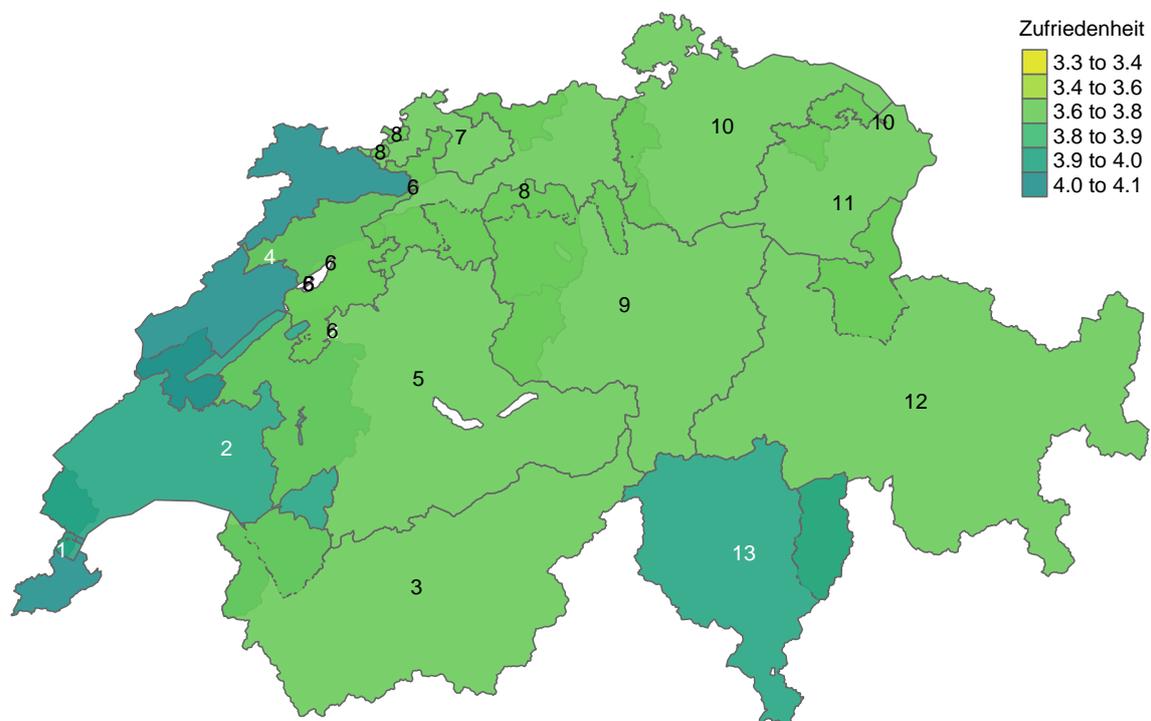


Abbildung 5.3: Gesamtzufriedenheit mit SRG-TV nach Versorgungsgebieten

### 5.2.2. Bewertung der Regionalfernsehsender

Die Bewertung der Regionalfernsehsender ist auf die privaten Fernsehsender bezogen, die als Regionalprogramme in den TV-Versorgungsgebieten ausgestrahlt werden. Es gibt weitere private Fernsehanbieter wie 3+, die überregional senden und nicht in diese Rubrik fallen. Da es in der vorliegenden Studie um die Zufriedenheit mit dem Schweizer Mediensystem geht, sollen insbesondere die privaten Fernsehsender untersucht werden, die in diesem System eine stärker verankerte Aufgabe

übernehmen. Die privaten schweizer Fernsehsender ohne Regionalbezug stellen daher im Grunde eine Zusatzkategorie dar, die allerdings aufgrund ihrer fehlenden Allgemeinheit in diesem Bericht nicht ausgewiesen werden. Die Tabelle 5.4 auf dieser Seite zeigt die Bewertung der Regionalfernseher, die von den Zuschauer:innen in den Schweizer Regionen geschaut werden. Das Besondere der Regionalfernseher ist ihre Vielfalt, die sich in Durchschnittswerten kaum abbilden lässt. Die Befragten bewerten die Sender, die sie nutzen, also für sich ausgewählt haben. Hier muss darauf hingewiesen werden, dass auch zwischen den Regionalfernsehern für die Rezipient:innen in Wirklichkeit keine so grosse Auswahl besteht: Es gibt in der Schweiz 13 TV-Versorgungsgebiete mit jeweils einem konzessionierten Sender. Diese 13 Sender sind zum einen nicht überall empfangbar und zum anderen auch nicht sinnvoll nutzbar. Um ein fiktives Beispiel zu wählen: Eine Zuschauerin aus Schaffhausen kann nicht «TeleBärn» wählen, wenn sie sich über das Geschehen in ihrer Region informieren möchte. Die Regionalinformationen sind regional gebunden und die Zuschauer:innen dadurch an die Sender in ihrem Versorgungsgebiet. Bedingt durch geringere Ressourcen als bei der SRG und andere Werbemarktgrößen der ausländischen Sender müssen die Bewertungen der Regionalsender der Schweiz eher relativ gesehen werden.

Tabelle 5.4: Bewertung des privaten Regional-TV im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Professionalität	3.5	3.4	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.5	3.6	3.5	3.5
Informationsgehalt	3.6	3.5	3.5	3.4	3.4	3.5	3.6	—	3.6	—	3.5
Lokalbezug	4.0	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	4.0	—	4.0	—	4.0
Ausgewogenheit	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.4	3.4	3.4	3.4
Glaubwürdigkeit	—	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9	4.0	3.9	3.9	3.9	3.8
Unterhaltsamkeit	3.0	3.1	3.1	3.0	3.0	3.1	3.1	—	3.1	—	3.0
Gesamtzufriedenheit	3.5	3.5	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5
N-Minimum	1539	1437	1549	1417	1565	1609	1482	2025	1854	1570	1400

Im **Langzeitvergleich** betrachtet lag die Gesamtzufriedenheit mit den privaten Regional-TV-Angeboten lange bei einem stabilen Wert von 3.5, bevor er 2018 auf 3.6 anstieg, für einige Jahre stabil blieb und in diesem Jahr wieder auf 3.5 sank (zur Entwicklung siehe Tabelle 5.4 auf dieser Seite; Details in Tabelle A.76 auf Seite 120)). Diese Stabilität kann einerseits mit einer gleichbleibenden Einstellung der Schweizer:innen gegenüber ihren Sendern erklärt werden, andererseits aber auch durch die Durchschnittsbildung, die eher weniger Schwankungen aufweist, wenn das zu bewertende Feld heterogen ist. Die «Professionalität» wurde lange Zeit ebenfalls relativ stabil zwischen 3.4 und 3.5 eingeschätzt, lediglich in den Jahren 2018 und 2020 lagen sie mit 3.6 höher. Die Wahrnehmung des Stellenwerts «lokal-regionaler Berichterstattung» hat sich kaum verändert und lag lange Zeit bei 3.9 und seit 2018 stabil bei 4.0. Ähnlich verhält es sich mit der «Ausgewogenheit», welche mit Ausnahme vom Jahr 2018 (3.5) konstant mit einem Wert von 3.4 versehen wurde. Der «Ausreisser» im Jahr 2018 lässt sich methodisch mit der immer stärker verzerrten Stichprobe und hohen Gewichtungen erklären. Mit der valideren Stichprobenziehung seit 2019 hat sich die Messung wieder mehr stabilisiert. Dieses Schema zeigt sich auch bei der Bewertung der «Glaubwürdigkeit». Ein vergleichbarer Verlauf zeigt sich bei der «Unterhaltsamkeit» auf tieferem Niveau um 3.0 und 3.1, wobei die Bewertungen zwischen 2017 und 2020 bei der höheren 3.1 lagen und in diesem Jahr wieder darunter bei 3.0.

Die «**Professionalität**» der privaten Regionalfernsehprogramme (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.47 auf Seite 90) wurde von 19 Prozent der Befragten als «sehr profes-

sionell» bewertet, was drei Prozentpunkte mehr sind als noch im vergangenen Jahr, gleich viel wie 2020 und zwei Prozentpunkten mehr als 2019. Die Mehrzahl der Befragten (64%) wählte die Mitte der Skala (3) und eine Zustimmung mit leichter Einschränkung (4) und nur 2 Prozent empfanden die Regional-TV-Sender als «gar nicht professionell». Im Durchschnitt ergibt sich ein Gesamtwert von 3,5, welcher in der italienischen Schweiz (4,0) und der französischen Schweiz (3,8) etwas höher ist als in der Deutschschweiz (3,4). Diese Unterschiede wurden schon in den Vorjahren gemessen. Der signifikante Altersunterschied im Jahr 2021 ist in diesem Jahr nicht festzustellen und genauso wenig besteht in der Einschätzung der «Professionalität» ein Geschlechterunterschied. Obwohl der Unterschied in diesem Jahr nicht signifikant ist, setzen sich die Unterschiede je nach Bildungsgruppe fort: Personen mit tiefer und mittlerer formaler Bildung vergeben höhere Werte für «Professionalität» (jeweils 3,6) als Personen mit hoher Bildung (3,3). Beim politischen Interesse hat es eine Verschiebung gegeben zwischen dem Jahr vor Corona, also 2019, wo die stärker politisch interessierten Zuschauer:innen ihrem Regionalfernsehsender höhere Noten gegeben haben als die geringer politisch Interessierten und die «teils» politisch Interessierten (jeweils 3,5). Im Jahr 2020, als die Politik in der Krise deutlicher in das Leben der Menschen eingreifen musste, haben vor allem die weniger politisch Interessierten die besseren Noten vergeben (3,6) und die Befragten mit starkem politischem Interesse haben eine tiefere Bewertung abgegeben (3,5). Dieses Bild zeigte sich auch letztes Jahr. Und auch in diesem Jahr vergaben Personen, die sich stärker für Politik interessieren, tiefere Werte für die «Professionalität».

Die «**Ausgewogenheit**» der privaten Regionalfernsehprogramme wurde von 15 Prozent der Befragten als «sehr hoch» bewertet und von 31 Prozent als «eher gegeben» betrachtet, während der grösste Teil der Zuschauer:innen (39%) in dieser Kategorie den Mittelwert der Skala (3) vergab (Details in der Tabelle A.62 auf Seite 105). Wieder zeigt sich der Unterschied zwischen den Sprachregionen insofern, als dass die Deutschschweiz kritischer bewertet (3,4) als die Romandie (3,6) und die italienische Schweiz (3,8). In der Tendenz vergeben jüngere Personen tiefere Bewertungen (3,3) als ältere (3,5). Formal hoch gebildete Personen gaben im Durchschnitt einen Wert von 3,3, welcher im Vergleich zu Personen mit tieferer Bildung (3,6) geringer ausfällt. Die angesprochenen Unterschiede in diesen Variablen waren so auch schon im letzten Jahr und den Jahren davor gemessen worden. Auch das Politikinteresse hängt mit der Bewertung der Ausgewogenheit zusammen, wobei die Bewertungen schlechter ausfallen, je stärker sich die Befragten für Politik interessieren (3,5 bei den gering Politikinteressierten, 3,3 bei den stark Politikinteressierten). Dies entspricht einer Fortsetzung der Umkehr, welche sich im letzten Jahr vollzog. Im Jahr 2020 hatte das politische Interesse für die Bewertung der «Ausgewogenheit» keine Rolle gespielt (alle Gruppen bei 3,4) und im Jahr vor Corona haben die stärker politisch Interessierten etwas höhere Bewertungen für ihre regionalen Informationssender abgegeben. Dies kann mit der Politisierung der Informationen über die Coronalage und -massnahmen in Zusammenhang gebracht werden. Möglicherweise wird sich dieser Unterschied in Zukunft wieder verlieren, wenn die Pandemie in der Berichterstattung keinen so grossen Stellenwert mehr hat. Der Durchschnitt der stark Politikinteressierten lag 2021 um 0,4 Skaleneinheiten unter dem der gering Politikinteressierten. In diesem Jahr beträgt der Unterschied nur noch 0,2 Skaleneinheiten. Die Zahlen der nächsten Jahre werden zeigen, ob sich das Antwortverhalten der Schweizer:innen wieder dem von 2019, also vor der Coronakrise, angleichen wird.

Die «**Glaubwürdigkeit**» der privaten Fernsehsender wird von ihren Nutzer:innen zu 40 Prozent als «eher hoch» und von 28 Prozent als «sehr hoch» eingestuft (Details in der Tabelle A.67 auf Seite 110). Zusammen sind das beinahe gleich viel (68%) wie im Vorjahr (69%) und auch der Gesamtdurchschnitt der «Glaubwürdigkeit» ist mit 3,8 (2021: 3,9) vergleichbar. Anders als in den Jahren zuvor gibt es einen deutlicheren Unterschied zwischen den Sprachregionen, insofern als dass die Deutschschweiz einen tieferen Durchschnitt (3,8) als noch im Vorjahr (3,9) angibt, wohingegen die

italienische Schweiz gesamthaft etwas besser bewertet (2022: 4.1, 2021: 4.0). Die Romandie ist mit 4.0 dazwischen unverändert geblieben. Die verschiedenen Altersgruppen bewerten die «Glaubwürdigkeit» ähnlich und auch das Politikinteresse hat keinen Zusammenhang mit der Einschätzung der «Glaubwürdigkeit». Damit lassen sich die positiven Unterschiede zwischen den Altersgruppen und den unterschiedlich stark an Politik interessierten Befragten aus dem vergangenen Jahr nicht replizieren. Allerdings scheint die Bildung negativ mit der Einschätzung der «Glaubwürdigkeit» zusammenzuhängen: Die höher Gebildeten haben tiefere Mittelwerte (3.7) als die Befragten mit mittlerer Bildung (3.9) und die Personen aus der formal tiefsten Bildungsschicht (4.0). Die beschriebenen Unterschiede sind über die Jahre allerdings nicht konsistent, weshalb sie nicht überinterpretiert werden dürfen.

Die «**Unterhaltsamkeit**» der privaten Fernsehsender wird von den befragten Schweizer:innen durchschnittlich mit einem Wert von 3.0 bewertet, wobei die Deutschschweiz und die Romandie diesem Gesamtmittel entsprechen und die italienische Schweiz mit einem Durchschnitt von 3.4 etwas darüber liegt (Details in der Tabelle A.72 auf Seite 115). Dies entspricht einem sehr ähnlichen Bild wie im Jahr 2020, wo das Gesamtmittel bei 3.1 lag und die Unterschiede nach Sprachregionen ebenfalls zu beobachten waren.<sup>9</sup> 11 Prozent der Befragten empfinden die privaten Fernsehsender als «sehr unterhaltsam» (5), 7 Prozent als «gar nicht unterhaltsam» (1) und die übrigen 82 Prozent vergaben die Werte 2,3 und 4, wobei die meisten Befragten (37%) die Skalenmitte (3) wählten. Die mittlere Altersgruppe (13%) wählte im Vergleich zu den Jüngsten (10%) und Ältesten (9%) häufiger die Bestnote (5). Ferner zeigt sich ein signifikanter Unterschied in der Einschätzung der «Unterhaltsamkeit» zwischen der höchsten (Durchschnitt 2.8) und der tiefsten (Durchschnitt 3.2) Bildungsschicht. Dieser Unterschied war 2020 ebenfalls und da sogar deutlicher vorhanden. Ein ähnlicher, wenn auch nicht signifikanter Unterschied besteht beim Politikinteresse insofern, als dass Personen mit starkem Politikinteresse die «Unterhaltsamkeit» als geringer empfinden (2.9) als Personen mit geringem Politikinteresse (3.1).

Der Stellenwert der «**Lokal-regionalen Berichterstattung**» in privaten Fernsehsendern wurde von 39 Prozent der Befragten als «sehr hoch» (5) eingeschätzt, und 3 Prozent gaben an, die «Lokal-regionale Berichterstattung» hätte «gar keinen» Stellenwert bei den regionalen Fernsehsendern (Details in der Tabelle A.57 auf Seite 100). Als Gesamtdurchschnitt ergibt sich aus der Befragung in diesem Jahr ein Wert von 4.0, welcher im Jahr 2020 auch so gemessen wurde. Ein Unterschied zum Jahr 2020 besteht darin, dass damals lediglich 1 Prozent der Befragten angaben, lokale Berichterstattung hätte «gar keinen» Stellenwert, wohingegen es in diesem Jahr 3 Prozent waren. Der Zuwachs erfolgte vor allem dadurch, dass die Personengruppe mit Werten der Skalenmitte kleiner geworden ist. Besonders die italienische Schweiz (4.3), aber auch die Romandie (4.2) schreiben der regionalen Berichterstattung einen höheren Stellenwert in den privaten Fernsehsendern zu als die Deutschschweiz (3.9). Dies war auch 2020 der Fall. Ausserdem besteht ein signifikanter Unterschied in der Einschätzung zwischen Personen mit formal tiefer (3.7) und hoher (4.1) Bildung. In den übrigen Merkmalen Geschlecht, Alter und Politikinteresse sind sich die Einschätzungen der Subgruppen sehr ähnlich.

Der «**Informationsgehalt**» wird mit einem Durchschnitt von 3.5 bewertet, also ähnlich wie 2020, wo er 3.6 betrug. Wie bei der Einschätzung des «Lokalbezugs», findet sich auch hier der grösste Anteil (35%) in der Skalenmitte beim Wert 3. Der typische Unterschied der verschiedenen Sprachregionen ist auch hier zu beobachten (Details in der Tabelle A.52 auf Seite 95). Personen aus der italienischen Schweiz vergaben im Durchschnitt den höheren Wert von 4.0, Personen aus der

<sup>9</sup>Da auch die «Unterhaltsamkeit» nur alle zwei Jahre gemessen und in den Jahren 2019 und 2021 nicht erhoben wurde, kann ein allfälliger zeitlicher Trend (noch) nicht abgelesen werden.

Romandie einen von 3,6 und Befragte aus der Deutschschweiz einen von 3,5. Im Bezug auf Alter und Geschlecht lassen sich keine Unterschiede in der Einschätzung des «Informationsgehalts» von privaten Fernsehsendern beobachten. Dagegen schätzen die formal höher gebildeten Personen den «Informationsgehalt» geringer (3,3) ein als die anderen beiden Bildungsgruppen (jeweils 3,6). Ebenso vergaben Schweizer:innen, welche sich stark für Politik interessieren geringere Werte (3,3) als Personen, welche gering (3,6) oder nur teils (3,5) an Politik interessiert sind. Den Unterschied zwischen den Bildungsschichten gab es bereits im Jahr 2020, jedoch hatten damals die gering, teils und stark Politikinteressierten noch alle den gleichen Wert (3,6) angegeben.

Die «**Gesamtzufriedenheit**» ist bei 18 Prozent der Befragten «sehr hoch» und bei 35 Prozent «eher hoch» (Details in der Tabelle A.76 auf Seite 120). Damit ist dieser Kennwert über die letzten Jahre stabil in dieser Grössenordnung geblieben. Anders als im letzten Jahr gab es in diesem Jahr (wie in den Jahren 2020 und 2019) einen Unterschied zwischen den Sprachregionen. Die Befragten aus der italienischen Schweiz gaben im Durchschnitt eine höhere «Gesamtzufriedenheit» (3,6) an als die Romands (3,6) und die Deutschschweizer:innen (3,5). Bei den Bildungsgruppen zeigt sich wieder, dass die formal tiefer Gebildeten mit den Regionalfernsehangeboten insgesamt zufriedener sind (3,8) als die mit formal höherem Bildungsstand (3,3). Dieser Unterschied ist noch grösser als im Vorjahr. Ebenso besteht ein Unterschied zwischen Befragten mit geringem und solchen mit starkem Politikinteresse: Die stärker politisch Interessierten haben den privaten Informationssendern ihrer Region schlechtere Noten gegeben (3,4) als die politisch weniger Interessierten (3,6). Das war vor der Pandemie 2019 noch nicht so, wo die befragten Schweizer:innen unabhängig von ihrem Politikinteresse eine durchschnittliche «Gesamtzufriedenheit» von 3,6 angaben.

Die Durchschnittswerte der «Gesamtzufriedenheit» je TV-Versorgungsgebiet sind in der Abbildung 5.4 auf der nächsten Seite farblich differenziert. In den Gebieten ist jeweils die Versorgungsgebietsnummer vermerkt. Im Onlinebericht sind die Versorgungsgebiete einfacher identifizierbar. Mit Klick auf die Versorgungsgebiete werden online die konkreten Werte angezeigt. Da die Versorgungsgebiete einander überlappen, ergeben sich in den Schnittbereichen Farbschattierungen, die anzeigen, dass die Menschen in diesen Gebieten eine breitere Auswahlmöglichkeit haben.

### 5.3. Bewertung der Radioprogramme

Die Ringgrafik 5.5 auf der nächsten Seite zeigt die durchschnittlichen Bewertungen aller Indikatoren für die SRG-Radio-Sender sowie die privaten Lokalradio-Sender. Der Unterschied in der Bewertung zwischen den SRG-Angeboten und den privaten Sendern ist nicht so gross, wie das bei den Fernsehsendern der Fall ist, doch auch hier schneidet die SRG in allen Qualitätskriterien etwas besser ab. Wie bei den TV-Sendern liegen die Bewertungen bei etwa drei Vierteln (um 26) des möglichen Maximums von 35. Das bedeutet, dass die befragten Schweizer:innen auch mit den Radioprogrammen insgesamt eher zufrieden sind. Im Folgenden werden die Bewertungen je Sendergruppe im Detail betrachtet.

#### 5.3.1. Bewertung der SRG-Radiosender

Die «Gesamtzufriedenheit» mit den SRG-Radiosendern ist seit 2012 gestiegen und lag in den Jahren der Debatte um den Service public 2019 und 2020 bei einem Maximum von 4,0. In den vergangenen zwei Jahren ist sie auf einen Wert von 3,9 gesunken, was immer noch hoch ist (siehe Tabelle 5.5 auf Seite 45). Die Bewertung der «Professionalität» liegt seit vier Jahren stabil bei einem Durchschnittswert von 4,1 und damit deutlich höher als in den Jahren zuvor (jeweils 3,7 oder 3,8). Auch der «Informationsgehalt» wurde seit 2020 mit 3,7 höher bewertet als noch davor (3,4 oder 3,5) mit Ausnahme des Jahres 2013, wo er mit 3,8 noch höher lag. Im Gegensatz dazu, sind die Bewertungen des

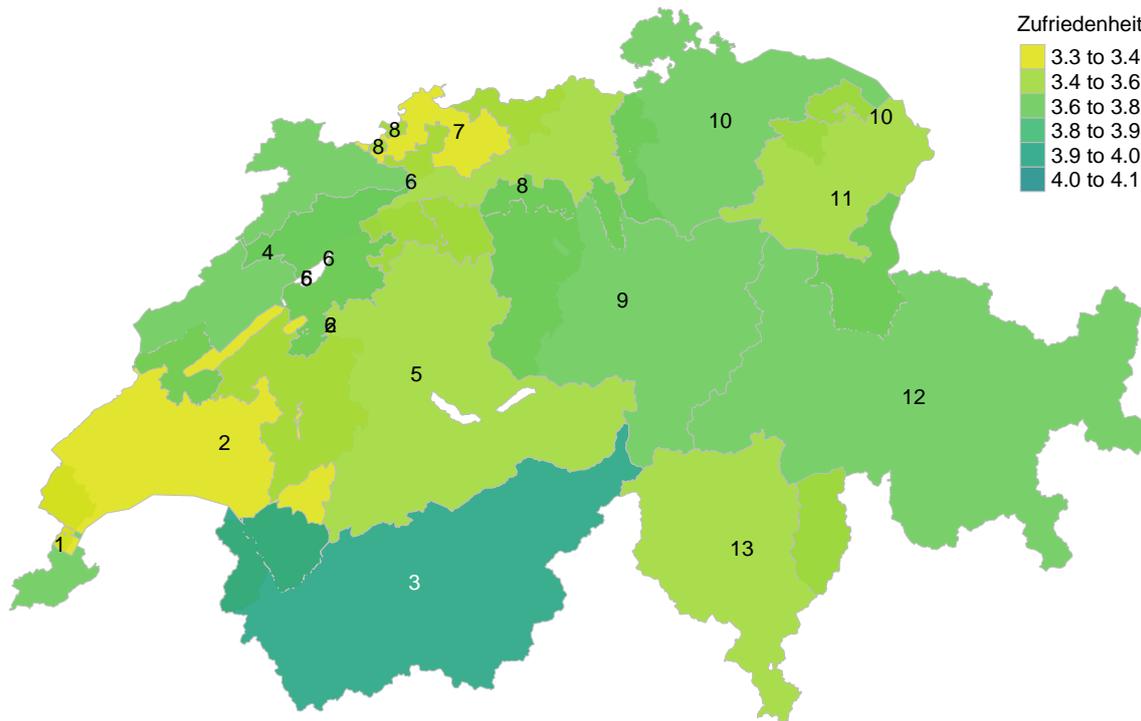


Abbildung 5.4: Gesamtzufriedenheit mit Regionalfernsehprogrammen nach Versorgungsgebieten

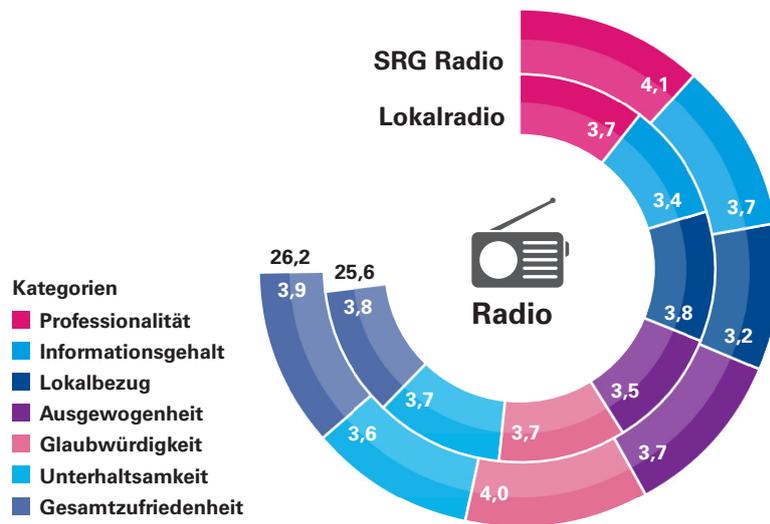


Abbildung 5.5: Bewertung

«Lokalbezugs» seit 2020 deutlich tiefer und liegen bei 3.2, während sie bis und mit 2018 zwischen 3.7 und 3.9 lagen. Die befragten Schweizer:innen nahmen die SRG-Radiosender als ausgewogener wahr, als noch vor der Pandemie (2020-2022: 3.7, 2018: 3.5). Allerdings gab es 2019 mit einem Wert von 3.9 einen Ausreisser. Die Menschen empfanden die «Glaubwürdigkeit» der SRG-Radiosender 2019 als sehr hoch. Danach sank der Wert 2020 im ersten Coronajahr, mit all seinen Unsicherheiten und Verunsicherungen, auf 4.1 und 2021 nochmals auf 4.0. Damit liegen die Werte trotzdem noch höher als vor 2019 (jeweils 3.8 oder 3.9). Wie auch bei den SRG-TV-Sendern wurden die Radioangebote als weniger unterhaltsam wahrgenommen (3.6) als noch vor der «Coronakrise» (bis 2018 jeweils 3.7 oder 3.8).

Tabelle 5.5: Bewertung der SRG-Radiosender im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Professionalität	3.8	3.9	3.8	3.8	3.7	3.7	3.8	4.1	4.1	4.1	4.1
Informationsgehalt	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5	—	3.7	—	3.7
Lokalbezug	3.8	3.7	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	—	3.2	—	3.2
Ausgewogenheit	3.6	3.7	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.9	3.7	3.8	3.7
Glaubwürdigkeit	—	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.2	4.1	4.1	4.0
Unterhaltsamkeit	3.7	3.5	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	—	3.7	—	3.6
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0	4.0	3.9
N-Minimum	1782	2885	1789	1925	2091	2135	2095	3326	2989	2669	2575

Die «**Professionalität**» der SRG-Radiosender wird im Vergleich zu allen anderen Kategorien und Angeboten mit am höchsten eingestuft (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.48 auf Seite 91). 76 Prozent der Befragten gaben an, die SRG-Radiosender «sehr professionell» oder «eher professionell» (jeweils 38%) zu finden. Gesamthaft betrachtet sind die Zahlen ähnlich wie in den Jahren zuvor. Anders als im Vorjahr besteht diesbezüglich kein Unterschied zwischen den Sprachregionen (jeweils 4.1). Ebenso wenig ist ein signifikanter Geschlechter- oder Altersunterschied gemessen worden. Dagegen schätzen Personen mit höherer Bildung (4.2) die Professionalität der SRG-Radiosender höher ein als Befragte mit formal tieferem Bildungsstand (3.9). Dieser Unterschied ist etwas deutlicher als letztes Jahr, hat sich aber auch in den Vorjahren gezeigt. Bei der Unterteilung der Befragten in politisch mehr, gegenüber weniger Interessierten, zeigen sich deutliche Unterschiede: Schweizer:innen mit geringem politischem Interesse gaben zu 33 Prozent an, die SRG-Radiosender «sehr professionell» zu finden und vergaben im Durchschnitt einen Wert von 4.0. Dem gegenüber empfanden 46 Prozent der Befragten mit starkem politischem Interesse die Angebote als «sehr professionell» und vergaben im Durchschnitt einen Wert von 4.1. Diese unterschiedliche Einschätzung je nach Stärke des Interesses an Politik zeigte sich auch in den Jahren 2021, 2020 und 2019.

Die «**Ausgewogenheit**» der SRG-Radiosender wurde in diesem Jahr mit einem Durchschnitt von 3.7 ähnlich hoch bewertet wie im letzten Jahr (3.8). (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.63 auf Seite 106). Wie 2021 bestehen Unterschiede zwischen den Sprachregionen, allerdings gestalten sie sich etwas anders. So bewerteten die Befragten aus der Deutschschweiz und aus der Romandie die Ausgewogenheit mit einem Wert von 3.7 gleich hoch, während die Befragten aus der italienischen Schweiz durchschnittlich mit einem Wert von 3.9 antwortete. Die jüngere Befragungsgruppe stand der «Ausgewogenheit» der SRG-Radiosender etwas kritischer gegenüber (3.5) als die älteren (3.8), wobei sich dieser Unterschied seit 2019 konstant durchzieht. Wie im letzten Jahr auch gab es zwischen den Bildungsgruppen im Bezug auf die Wahrnehmung der «Ausgewogenheit» keine Unterschiede. Dagegen ist in diesem Jahr ein Unterschied zwischen den Befragten mit unter-

schiedlichem Politikinteresse festzustellen. Je stärker das Interesse der Befragten an Politik war, als desto ausgewogener bewerteten sie die Angebote des SRG-Radios. Dieser Zusammenhang bestand in den Vorjahren auch, war aber 2021 im Vergleich zu diesem Jahr und den Jahren 2020 und 2019 kleiner.

Die **«Glaubwürdigkeit»** der SRG-Radiosender wird insgesamt als hoch eingestuft (4.0) (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.68 auf Seite 111). Allerdings lag der Durchschnittswert 2019 bei 4.2 und in den Jahren 2020 und 2021 jeweils bei 4.1. Es muss in den nächsten Jahren darauf geachtet werden, ob sich diese abnehmende Tendenz fortsetzt. Die «Glaubwürdigkeit» der SRG-Radiosender der Romandie wurden etwas tiefer eingestuft (3.9) als die der Deutschschweiz und der italienischen Schweiz (jeweils 4.1). Da der Unterschied zwischen den Sprachregionen sich in den Vorjahren aber immer wieder anders gestaltet und nicht signifikant ist, sollte er nicht weiter gedeutet werden. Einen Geschlechter- oder Altersunterschied gibt es bei den befragten Hörer:innen nicht. Die formal höher gebildeten Befragten haben im Durchschnitt höhere Werte (4.2) für die «Glaubwürdigkeit» abgegeben als die Befragten mit tieferem Bildungsniveau (4.0). Dieser Unterschied war sowohl 2020 als auch 2019 in gleicher Form zu sehen. Wie in den Jahren zuvor, zeigen die politisch stärker interessierten Zuhörer:innen ein höheres Vertrauen in die «Glaubwürdigkeit» (4.2) ihrer SRG-Radiosender als die Befragten mit geringerem politischen Interesse (3.9). Anders als 2021 ist dieser Unterschied in diesem Jahr signifikant.

Die **«Unterhaltsamkeit»** der Radiosender der SRG wird mit einem Durchschnitt von 3.6 relativ hoch eingestuft, was mit dem Jahr 2020 vergleichbar ist, wo er bei 3.7 lag. Der Grossteil der befragten Schweizer:innen (68%) vergaben die Skalenmitte (3) oder empfand die Angebote als «eher gut» (4). Im Bezug auf die Sprachregionen, das Geschlecht, die Bildung und das Politikinteresse gibt es keine relevanten Unterschiede. Dagegen bewertete die jüngste Altersgruppe die Angebote der SRG-Radiosender etwas schlechter (3.5) als die beiden älteren Gruppen (jeweils 3.7). Dieser Unterschied bestand bereits 2020, wo er allerdings noch grösser war (bis 34-Jährige: 3.5, 55+: 3.9). Ausserdem vergaben im letzten Jahr Befragte aus der Romandie bessere Noten (3.8) als die aus der Deutschschweiz (3.7) und der italienischen Schweiz (3.6). Ferner war damals noch ein Unterschied in Bezug auf das Politikinteresse vorhanden, insofern als dass bei höherem Politikinteresse die «Unterhaltsamkeit» höher eingeschätzt wurde.

Der Stellenwert der **«Lokal-regionalen Berichterstattung»** wurde im Durchschnitt mit dem Wert 3.2 versehen. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Sprachregionen. Die Deutschschweiz vergab mit 3.1 den tiefsten Wert, während die Romandie mit 3.4 klar darüber lag und die italienische Schweiz sogar einen noch höheren Durchschnitt von 3.6 vergab. Dies war bereits im Jahr 2020 so, wo sich im Durchschnitt die exakt gleichen Zahlen ergaben. Frauen scheinen einen höheren Stellenwert der «Lokal-regionalen Berichterstattung» wahrzunehmen als Männer, wobei dieser Unterschied nicht signifikant ist und 2020 nicht vorhanden war. Je höher das Alter der Befragten war, desto höher wurde der Stellenwert der «Lokalberichterstattung» eingeschätzt. Umgekehrt war dieser Zusammenhang bei den Bildungsgruppen. Von diesen beiden Zusammenhängen war nur der Bildungsunterschied 2020 ebenfalls zu beobachten.

Der **«Informationsgehalt»** der SRG-Radiosender wurde genauso wie im Jahr 2020 von den befragten Schweizer:innen durchschnittlich mit einem Wert von 3.7 bewertet. Dabei waren die über 55-Jährigen besonders zufrieden (3.8), während die jüngste Befragtengruppe einen unter dem Gesamtdurchschnitt liegenden Wert von 3.6 vergab. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich auch zwischen den unterschiedlich stark Politikinteressierten. Demnach vergaben die stark an Politik interessierten den höchsten durchschnittlichen Wert aller Befragungsgruppen (3.9), während die gering an Politikinteressierten einen Wert von 3.5 vergaben. Dieser Unterschied war bereits 2020 festgestellt worden.

Die «**Gesamtzufriedenheit**» mit den Radiosendern der SRG fällt mit 3.9 hoch aus (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.77 auf Seite 121). Der Altersunterschied, welcher in den vergangenen Jahren noch deutlicher war, ist in diesem Jahr geringer, wobei die jüngste Befragungsgruppe einen durchschnittlichen Wert von 3.8 vergab und die anderen beiden jeweils einen von 4.0. Damit ist seit dem Jahr 2012 die Zufriedenheit insbesondere bei den über 55-Jährigen gesunken (2019 noch 4.2). Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zufriedenheit mit den SRG-Radiosendern in der formal tiefsten Bildungsschicht gesunken (von 4.0 auf 3.8), womit nun ein Zusammenhang mit dem Bildungsniveau aufscheint. Somit sind Personen gesamthaft zufriedener, je höher ihr formales Bildungsniveau ist. Die kommenden Jahre werden zeigen, ob diese Tendenz sich verstetigen wird. Im Bezug auf das Politikinteresse, waren Befragte, welche sich wenig für Politik interessieren kritischer und vergaben im Durchschnitt einen Wert von 3.8 (stark Politikinteressierte im Durchschnitt 4.0).

Die Durchschnittswerte der «Gesamtzufriedenheit» je Radio-Versorgungsgebiet sind in der Abbildung 5.6 farblich differenziert. In den Gebieten ist jeweils die Versorgungsgebietsnummer vermerkt. Im Onlinebericht sind die Versorgungsgebiete einfacher identifizierbar. Mit Klick auf die Versorgungsgebiete werden dort die konkreten Werte angezeigt. Da die Versorgungsgebiete einander überlappen, ergeben sich in den Schnittbereichen Farbschattierungen die anzeigen, dass die Menschen in diesen Gebieten eine breitere Auswahlmöglichkeit haben.

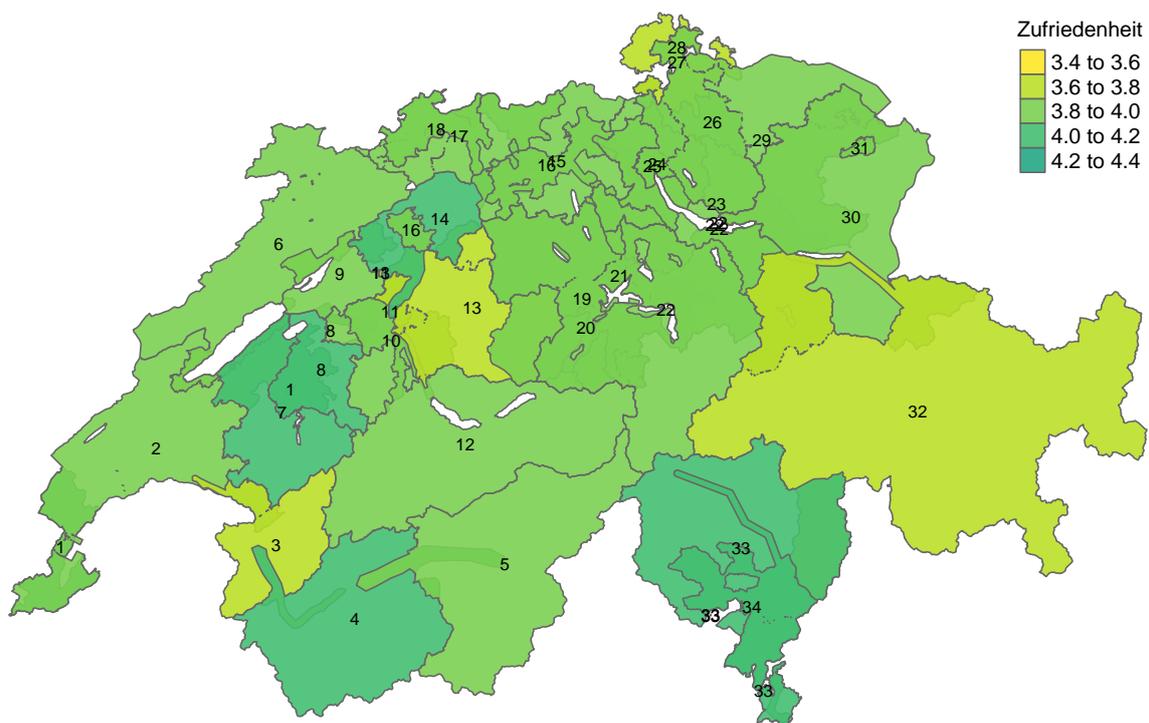


Abbildung 5.6: Gesamtzufriedenheit mit SRG-Radio nach Versorgungsgebieten

### 5.3.2. Bewertung der Lokalradiosender

Von den Befragten haben 57 Prozent einen Schweizer Lokalradiosender genannt und bewertet, den sie am häufigsten hören (siehe Tabelle 5.6 auf dieser Seite). Die Hörer:innen von Lokalradiosendern haben diese in der «Gesamtzufriedenheit» im Durchschnitt mit 3.8 etwas schlechter bewertet als 2021 sowie in den beiden Jahren vor der Pandemie (3.9). Im Jahr 2021 wurden die Lokalradiosender in mehreren Kategorien besser bewertet als im Jahr 2020. Im Jahr 2022 liegen die Kategorien «Professionalität» (3.7), «Ausgewogenheit» (3.5), sowie die «Gesamtzufriedenheit» (3.8) wieder um ein Zehntel tiefer als im Vorjahr und damit bei den Werten des Jahres 2020. Allein die «Glaubwürdigkeit» (3.8) wurde in diesem wie im letzten Jahr besser bewertet als 2020 (3.7). Bezeichnend ist, dass der «Lokalbezug» der Lokalradiosender das am besten bewertete Qualitätskriterium ist und gleichzeitig identisch mit der «Gesamtzufriedenheit». Das spricht dafür, dass die Lokalradiosender vor allem auch wegen ihres Lokalbezuges gehört werden.

Tabelle 5.6: Bewertung der Lokalradiosender im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Professionalität	3.8	3.9	3.8	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7
Informationsgehalt	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5	—	3.4	—	3.4
Lokalbezug	3.8	3.7	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	—	3.8	—	3.8
Ausgewogenheit	3.6	3.7	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.6	3.5	3.6	3.5
Glaubwürdigkeit	—	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8	3.7
Unterhaltsamkeit	3.7	3.5	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	—	3.7	—	3.7
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8	3.9	3.8
N-Minimum	1782	2885	1789	1925	2091	2135	2095	2892	2526	2367	2174

Die «**Professionalität**» (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.49 auf Seite 92) wird insgesamt von 22 Prozent der Befragten mit «sehr professionell» angegeben und von 37 Prozent mit einem Wert von 4 («eher professionell»). Die durchschnittlichen Bewertungen liegen in der Deutschschweiz und der Romandie etwas tiefer (jeweils 3.7) als in der italienischen Schweiz (4.1). Im Bezug auf Alter und Geschlecht gibt es keine grossen Unterschiede. Demgegenüber waren die formal höher gebildeten Personen den Lokalradios gegenüber kritischer eingestellt und vergaben im Durchschnitt einen Wert von 3.5. Die andern beiden Bildungsgruppen schätzten die Professionalität jeweils mit 3.8 ein. Dieser Unterschied bestand bereits in den Vorjahren. Ausserdem schätzten die Personen, welche sich nur wenig für Politik interessierten, die Angebote der Lokalradios als professioneller ein (3.8) als die teils oder stark Interessierten (jeweils 3.6). Auch dieses Bild zeigte sich 2021 und 2020, nicht jedoch im Jahr 2019. Da der Unterschied in diesem Jahr aber geringer war als noch in den beiden davor, könnte er sich auch wieder auflösen, was eine empirische Frage an zukünftige Erhebungen stellt.

Die «**Ausgewogenheit**» der Lokalradiosender wurde seit 2019 jeweils stabil mit einem Wert von 3.5 oder 3.6 bewertet (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.64 auf Seite 107). Wie in den Jahren zuvor, wurde die «Ausgewogenheit» in der Deutschschweiz signifikant tiefer bewertet (3.4) als in der Romandie (3.5) und der italienischen Schweiz (3.8). Die jüngste Befragungsgruppe vergab wie im letzten Jahr schlechtere Werte (im Durchschnitt 3.3) als die anderen beiden (jeweils 3.5). Dieses Bild zeigt sich seit dem Jahr 2019, wenn auch unterschiedlich stark. Ausserdem waren die gering an Politik Interessierten etwas zufriedener mit der «Ausgewogenheit» (3.6) als die teils und stark Interessierten (jeweils 3.4). Dies ist seit 2019 der Fall, aber aufgrund des geringen Unterschieds kein dramatisches Ergebnis.

Die «**Glaubwürdigkeit**» der Lokalradio-Angebote wurde mit einem Durchschnitt von 3.7 ähnlich hoch bewertet wie im letzten Jahr (3.8), allerdings im Vergleich zu 2019 etwas tiefer (3.9). Wiederum bewertete die italienische Schweiz die «Glaubwürdigkeit» höher (3.9) als die Deutschschweiz und die Romandie (3.7). Die jüngsten Befragten schenken ihren Lokalradiosendern weniger Glauben (3.6) als die mittleren und älteren Befragten (jeweils 3.8). Je höher das formale Bildungsniveau, als desto geringer wird die «Glaubwürdigkeit» der Programme eingeschätzt (tiefe Bildung: 3.9, hohe Bildung: 3.6). Unterschiede zwischen den Gruppen des politischen Interesses gibt es in diesem Jahr keine (alle bei 3.7).

Die «**Unterhaltsamkeit**» der Lokalradiosender wurde mit einem Durchschnitt von 3.7 gleich hoch eingeschätzt wie im Jahr 2020. 25 Prozent der Befragten empfanden die Angebote als «sehr unterhaltsam» (5). Der Grossteil der befragten Schweizer:innen (64%) vergaben die Mitte der Skala (3) oder empfanden die Angebote als «eher unterhaltsam» (4). Lediglich 1 Prozent wertete die Angebote als gar nicht unterhaltsam (1). Wiederum schätzte die italienische Schweiz die «Unterhaltsamkeit» höher ein (3.9) als die anderen beiden Sprachregionen (jeweils 3.7), wobei dies 2020 noch nicht der Fall war. Ausserdem empfanden die formal am höchsten Gebildeten die Regionalradiosender weniger unterhaltsam (3.6) als die Personen mit mittlerer und tiefer Bildung (jeweils 3.8). Dieser Unterschied war 2020 grösser ausgeprägt, weil dort die Befragten mit formal tiefstem Bildungsniveau die «Unterhaltsamkeit» als noch etwas höher einstufen (3.9).

Der Stellenwert der «**Lokal-regionalen Berichterstattung**» wird durchschnittlich mit einem Wert von 3.8 und somit gleich hoch wie 2020 bewertet. 30 Prozent vergaben dabei die Bestwertung (5) und 34 Prozent die zweitbeste. Die mittlere Altersgruppe vergab etwas höhere Werte (3.8) als die jüngste (3.6) und die älteste (3.7). Ferner empfanden die gering an Politik Interessierten den Stellenwert der «Lokal-regionalen Berichterstattung» in den Lokalradiosendern als weniger zentral (3.7) als die teils und stark Interessierten (jeweils 3.8). Da dieser Unterschied 2020 so nicht vorhanden war, ist eine Deutung allerdings schwierig.

Der «**Informationsgehalt**» wird von den befragten Schweizer:innen mit einem durchschnittlichen Wert von 3.4 gleich eingeschätzt wie im Jahr 2020. Die italienische Schweiz findet dabei die Lokalradiosender informativer (3.7) als die Deutschschweiz (3.4) und die Romandie (3.3). Diesen Unterschied gab es 2020 bereits, wenn auch weniger stark ausgeprägt. Ältere Befragte schätzen den «Informationsgehalt» höher ein (3.5) als jüngere (3.3). Einen signifikanten Unterschied gibt es in Bezug auf die Bildung. So vergaben Befragte mit formal tiefem Bildungsniveau im Durchschnitt einen Wert von 3.7, solche mit formal höherer Bildung einen Wert von 3.1. Auch diesen Unterschied gab es 2020, jedoch war er damals noch nicht so gross.

Die «**Gesamtzufriedenheit**» liegt bei 3.8 und ist damit seit 2012 stabil geblieben (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.78 auf Seite 122). Unterschiede gibt es weder zwischen den Sprachregionen, noch zwischen den Geschlechtern oder den Altersgruppen. Dies war in den Vorjahren auch der Fall. Einen geringen Unterschied gibt es zwischen den Bildungsgruppen, wo die Befragten mit tieferem Bildungsstand höhere Zufriedenheit zeigen (3.9) und die Befragten mit tieferem Bildungsstand insgesamt weniger zufrieden sind (3.6). Dieses Bild zeigte sich in den Vorjahren auch, war da aber stärker ausgeprägt. Die gering an Politik Interessierten waren etwas zufriedener (3.9) als die teils und stark Interessierten (jeweils 3.7). Das war auch während der Pandemie der Fall, im Jahr 2019 – also vor der «Coronakrise» – jedoch nicht.

Die Durchschnittswerte der «Gesamtzufriedenheit» je Radio-Versorgungsgebiet sind in der Abbildung 5.7 auf der nächsten Seite farblich differenziert. In den Gebieten ist jeweils die Versorgungsgebietsnummer vermerkt. Im Onlinebericht sind die Versorgungsgebiete einfacher identifizierbar. Mit Klick auf die Versorgungsgebiete werden dort die konkreten Werte angezeigt. Da die Versor-

gungsgebiete einander überlappen, ergeben sich in den Schnittbereichen Farbschattierungen die anzeigen, dass die Menschen in diesen Gebieten eine breitere Auswahlmöglichkeit haben.

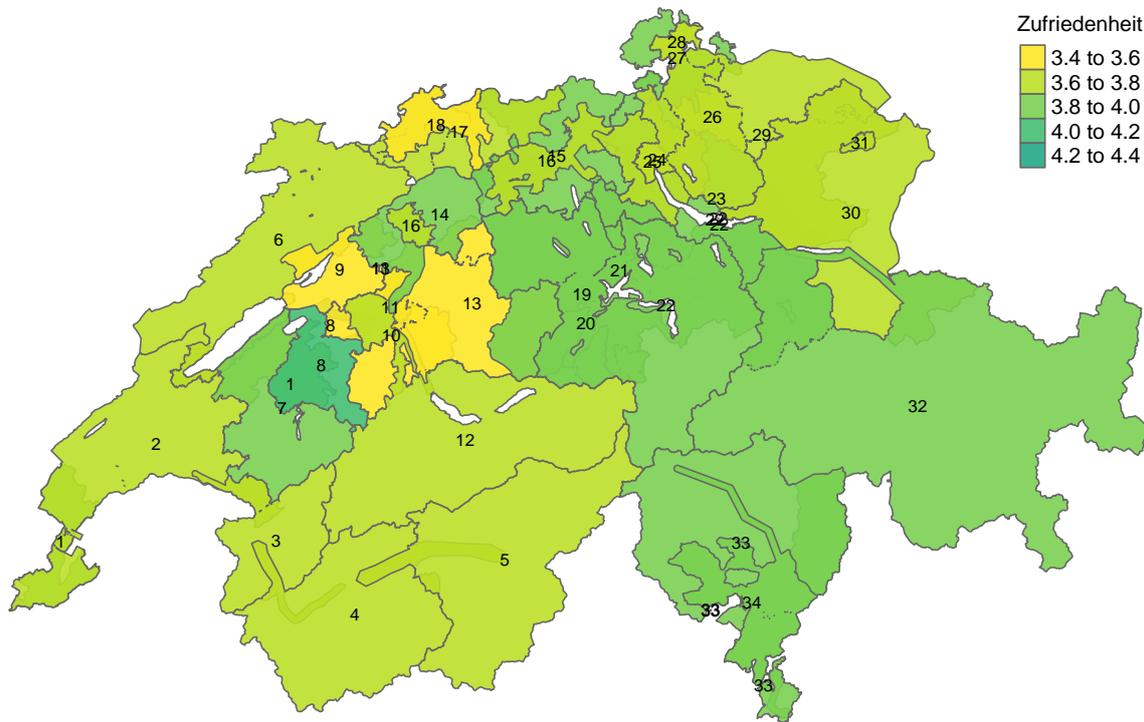


Abbildung 5.7: Gesamtzufriedenheit mit Lokalradios nach Versorgungsgebieten

#### 5.4. Bewertung der Onlinenachrichtenseiten bzw. -apps

Die «**Professionalität**» der Online-Nachrichtenseiten bzw. -apps wurde von 58 Prozent der Befragten «eher» oder «sehr hoch» eingestuft (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.50 auf Seite 93). Im Durchschnitt wurde ein Wert von 3,7 vergeben, was in den zwei Jahren zuvor auch der Fall war. Die italienische Schweiz bewertet ausnahmsweise etwas schlechter und vergab im Mittel einen Wert von 3,5 für die «Professionalität» der Online-Nachrichtenseiten. Im Bezug auf Alter, Geschlecht und Bildung zeigen sich keine deutlichen Unterschiede. Jedoch bewerteten Personen mit starkem Politikinteresse Online-Nachrichtenseiten als etwas professioneller (3,8) als solche mit mittlerem oder geringem Interesse (jeweils 3,6). Dieser Unterschied war 2019 mit denselben Zahlen genau so zu finden.

Die «**Ausgewogenheit**» der von den Befragten gewählten Seiten wird insgesamt nicht sehr hoch bewertet (3,5) und sogar etwas geringer als in den Jahren davor (jeweils 3,6) (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.65 auf Seite 108). Unterschiede zwischen den Alters- und Bildungsgruppen sind gering bis nicht vorhanden und auch im Bezug auf das Politikinteresse bestehen keine Unterschiede. Das Bild gestaltet sich also ähnlich wie in den Jahren zuvor.

Im Vergleich zu den etablierten, institutionalisierten Medien wird die «**Glaubwürdigkeit**» von Onlinenachrichten als deutlich schlechter eingestuft (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.70 auf Seite 113). Die Bewertung von 3,6 liegt sogar im Vergleich der Qualitätskriterien auf dem gleichen Niveau wie der sonst überall am tiefsten ausfallende Wert für die «Ausgewogenheit». Der deutliche Unterschied zwischen den Sprachregionen, welcher im vergangenen Jahr noch zu finden war, ist in diesem Jahr komplett verschwunden. Je älter die befragten Personen waren, als desto höher schätzten sie die «Glaubwürdigkeit» ein. Dies war auch in den vergangenen Jahren der Fall. Dasselbe gilt für das Politikinteresse, wo ein positiver Zusammenhang zwischen Interesse und Höhe der eingeschätzten «Glaubwürdigkeit» besteht. Zwischen den Bildungsgruppen ist kein Unterschied festzustellen, wie das in den Vorjahren auch der Fall war.

Die «**Unterhaltsamkeit**» der Online-Nachrichtenseiten liegt im Durchschnitt bei 3,4, wobei die Romandie am kritischsten bewertet (3,3) und die italienische Schweiz am besten (3,6). Die jüngste Befragtengruppe scheint die Online-Nachrichtenseiten am unterhaltsamsten zu finden (3,5) und die älteste fühlt sich am wenigsten unterhalten (3,3). Je höher die formale Bildung, desto geringer sind die Durchschnittswerte, welche für die «Unterhaltsamkeit» der Online-Nachrichtenseiten vergeben wird. Im Bezug auf das Politikinteresse bestehen keine interpretierbaren Zusammenhänge. Insgesamt ist das Antwortverhalten der einzelnen Befragungsgruppen mit dem aus dem Jahr 2020 vergleichbar.

Der Stellenwert der «**Lokal-regionalen Berichterstattung**» auf den Online-Nachrichtenseiten wird mit einem Durchschnitt von 3,3 als eher gering eingeschätzt. Die Befragten aus der italienischen Schweiz vergaben dabei deutlich bessere Werte (3,8) als die aus der Deutschschweiz (3,2), während die Romandie in der Mitte liegt (3,5). Im Bezug auf Geschlecht und Alter bestehen keine Unterschiede. Je höher die Bildung und je höher das Politikinteresse, als desto zentraler wird auch der Stellenwert der «Lokal-regionalen Berichterstattung» auf Online-Nachrichtenseiten eingeschätzt. Dieser Unterschied war 2020 bei der Bildung grösser und beim Politikinteresse kleiner. Besonders die stark an Politik Interessierten vergaben in diesem Jahr niedrigere Werte (3,1) als noch 2020 (3,3).

Der «**Informationsgehalt**» der Online-Nachrichtenseiten wird von 26 Prozent der Befragten als «sehr hoch» und von 35 Prozent als «eher hoch» angesehen. Der durchschnittliche Wert von 3,7 ist genauso hoch wie im Jahr 2020. Es bestehen keine Unterschiede nach Geschlechterzugehörigkeit, Altersgruppen, Bildung oder Politikinteresse, jedoch schätzt die italienische Schweiz den «Informa-

tionsgehalt» der Online-Nachrichtensender als höher ein (3.9) als die Romandie und die Deutschschweiz (jeweils 3.7). Dieser Unterschied war 2020 nicht gemessen worden.

Die «**Gesamtzufriedenheit**» mit den Online-Nachrichtenseiten ist genauso niedrig wie in allen Jahren davor und liegt im Durchschnitt bei 3.7 (Details zu den Aufrissgruppen finden sich in der Tabelle A.79 auf Seite 123). Interpretierbare Unterschiede zwischen den Sprachregionen, dem Geschlecht und dem Alter gibt es keine. Im Vergleich der Bildungsgruppen zeigen die Befragten mit dem formal geringsten Bildungsstand etwas höhere Zufriedenheit mit den Onlinenachrichten (3.8). Die mittlere Bildungsgruppe hat das geringste Zufriedenheitsmittel angegeben (3.6) und die höchste Bildungsgruppe einen mittleren Wert (3.7). Dieselben Zahlen ergaben sich auch in der Befragung aus dem letzten Jahr. Anders verhält es sich mit den Gruppen mit verschieden starkem Interesse für Politik. Personen mit starkem Politikinteresse vergaben die besten Werte (3.8), solche mit mittlerem Interesse tiefe Werte (3.6) und Personen mit geringem Interesse mittlere (3.6). Diese Unterschiede waren in den Vorjahren aber nicht vorhanden und sind schwer zu interpretieren.

Die Durchschnittswerte der «Gesamtzufriedenheit» sind in der Abbildung 5.8 nach TV-Versorgungsgebieten differenziert. In den Gebieten ist jeweils die Versorgungsgebietsnummer vermerkt. In der interaktiven Grafik des Onlinebericht sind die Versorgungsgebiete einfacher identifizierbar. Mit Klick auf die Versorgungsgebiete werden dort die konkreten Werte angezeigt. Da die Versorgungsgebiete einander überlappen, ergeben sich in den Schnittbereichen Farbschattierungen die anzeigen, dass die Menschen in diesen Gebieten eine breitere Auswahlmöglichkeit haben.

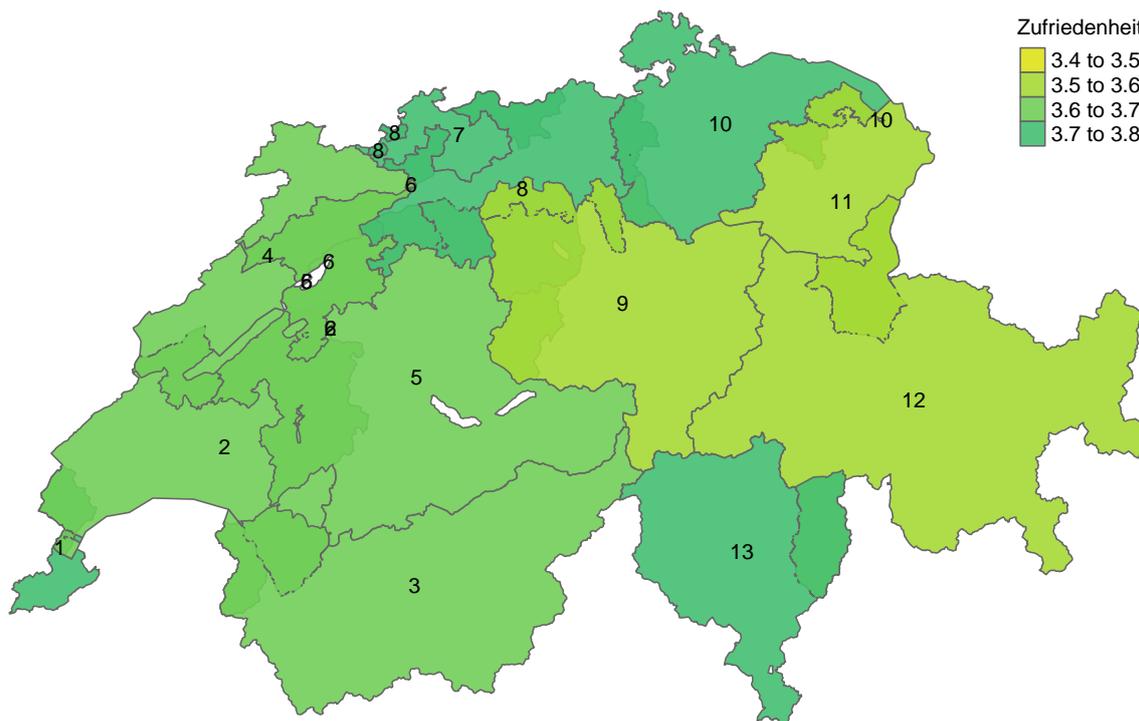


Abbildung 5.8: Gesamtzufriedenheit mit Onlineangeboten nach TV-Versorgungsgebieten

## 6. Zusammenfassung und Fazit

Während im Sommer 2020 die Unsicherheit im Umgang mit Corona hoch war und damit auch das Informationsbedürfnis, konnte schon 2021 eine gewisse «Informationsmüdigkeit» oder «Ernüchterung» konstatiert werden, die auf enttäuschte Erwartungen bezüglich der Sicherheit medialer Informationen zurückgeführt werden kann. Im Jahr 2022 ist die Nutzung und Bewertung von Informationsmedien nochmals etwas weniger geworden beziehungsweise schwächer ausgefallen als im Jahr 2021. Der Rückgang in der Nutzung klassischer Medien wird allerdings in Teilen von zunehmender Nutzung von Onlinenachrichten und News-Apps auf Smartphones aufgefangen, die auch bei älteren Menschen zunehmend genutzt werden. Der Rückgang im Vergleich zum ersten Coronajahr ist ebenfalls nicht nur negativ zu bewerten, weil eben auch die Verunsicherung abgenommen hat. Auch die relativierten Bewertungen besonders gegenüber den Angeboten der SRG sind vor dem Hintergrund zu sehen, dass die Bewertungen durch die Nutzer:innen in der Zeit der Debatte um den Service public aussergewöhnlich hoch waren und insofern ebenfalls als Effekt einer Krisensituation betrachtet werden können.

Während die Haushaltsausstattung mit klassischen Medien weiterhin leicht abnimmt, pendelt sich der Personenanteil mit News-Apps auf dem Niveau von vor Corona ein. Der Anteil Haushalte mit Fernsehgeräten ist von 2019 noch 92 Prozent im Jahr 2021 auf 89 Prozent gesunken und liegt in diesem Jahr bei 88 Prozent. Der Anteil der Haushalte mit Radiogerät (57%) ist im Vorjahresvergleich um 5 Prozentpunkte und der Haushaltsanteil mit Zeitungsabonnement (37%) um 3 Prozentpunkte gesunken. Je grösser das Interesse an Politik bei den Befragten war, desto eher verfügen die Haushalte über Zeitungsabonnemente und desto seltener über Fernsehgeräte. Während bei den jüngeren Befragten die Smartphoneausstattung bei 99 Prozent gesättigt ist, hat sie bei den älteren Befragten im Vorjahresvergleich nochmals von 86 Prozent auf 89 Prozent zugenommen. Die Installation von News-Apps (aktuell 64%) hatte im Sommer des Coronajahrs 2020 seinen Höchststand (67%), sank 2021 auf 62 Prozent und liegt jetzt auf demselben Niveau wie vor der Pandemie 2019 bei 64 Prozent.

Die Nutzung ist bei den klassischen Medien nochmals leicht zurückgegangen, was durch die gestiegene Nutzung von Onlinenachrichten und News-Apps nicht voll kompensiert wird. Der Anteil derer, die die TV-Angebote der SRG mehrmals pro Woche oder häufiger nutzen (56%) ist im Vergleich zu 2021 (58%) nochmals etwas gesunken. Diese Nutzergruppe war 2020 deutlich (66%) und auch vor der Pandemie 2019 signifikant grösser (62%). Der entsprechende Anteil bei den Regionalfernsehprogrammen ist im Vorjahresvergleich identisch (29%) und im Vergleich zu 2019 (31%) nur leicht gesunken. Der Anteil derer, die mehrmals pro Woche oder häufiger online gehen (92%) ist im Vergleich mit 2021 stabil und im Vergleich zu 2019 (88%) gestiegen. Allerdings nutzen aktuell 49 Prozent «(fast) täglich» Onlinenachrichtenseiten oder Nachrichtenapps, während es 2019: 41 Prozent, 2020: 46 Prozent und 2021: 52 Prozent waren. Die meisten Menschen in der Schweiz wenden sich den Medienangeboten zu, sowohl um sich unterhalten zu lassen, als auch um Informationen zu erhalten (Radio: 44%, TV: 51%). 2022 gaben allerdings mehr Befragte als 2020 und 2019 als Nutzungsmotivation allein «Unterhaltung» an (beim Radio 10% mehr als 2019, beim Fernsehen 12% mehr als 2019). Der Anteil derer, die sich primär informieren lassen wollen ist von 2019 auf 2022 beim Radio um ungefähr gleich geblieben.

Die Medienbewertungen sind bei allen Medien eher leicht gesunken. In den Jahren 2018 und 2019 haben die Fernsehangebote von den Schweizer:innen besondere Rückendeckung in der Debatte um den Service public erhalten. Diese sehr guten Bewertungen wurden im ersten Sommer der Pandemie gehalten und sinken seit 2021 grob auf das Niveau von 2017 und davor. Die Regionalfernsehprogramme wurden 2018 und 2020 insgesamt und über die meisten Kategorien hinweg überdurchschnittlich gut bewertet. Die Wert in diesem Jahr liegen etwas darunter. Die SRG-Radiosender wurden 2019 und

2020 (abgesehen vom Lokalbezug, der nicht zu ihrem Auftrag gehört) besonders gut bewertet. Im Vergleich dazu hat sich eine leichte Relativierung eingestellt. Die Lokalradiosender in ihrer Vielfalt wurden im Schnitt über die Jahre hinweg ähnlich bewertet. Im letzten Jahr 2021 waren die Werte im Rahmen der Schwankungen besser als 2020 und in diesem Jahr sind sie wieder auf dem Durchschnittsniveau.

Konkreter liegt bei den Fernsehangeboten der SRG die «Gesamtzufriedenheit» (Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut») bei einem Durchschnittswert von 3,8, nach dem sie von 2019 (4,0) und 2020 (3,9) im Jahr 2021 auf den aktuellen Wert (3,8) gesunken ist. Für ihre «Glaubwürdigkeit» (4,1) und «Professionalität» (4,1) der SRG-TV-Angebote wurden wieder die höchsten Werte vergeben. Die «Ausgewogenheit» (3,6) wurde etwas kritischer gesehen als 2021 (3,7) und 2019/20 (3,8). Im Vergleich zu 2020 liegen die Bewertungen für die (nur alle zwei Jahre abgefragt) Bewertungskategorien «Informationsgehalt», «Lokalbezug» und «Unterhaltsamkeit» jeweils um einen Prozentpunkt tiefer.

Die Regionalfernsehprogramme erreichen in der «Gesamtzufriedenheit» eine 3,5 (wie 2017), nachdem sie die letzten vier Jahre bei 3,6 lag. Im Schnitt ist die Bewertung ihrer «Glaubwürdigkeit», «Informationsgehalt» und «Unterhaltsamkeit» je um einen Prozentpunkt gesunken. Der «Lokalbezug» wurde als besondere Qualität der Regional-TV-Programme wieder mit einer 4,0 bewertet. «Professionalität» (3,5) und «Ausgewogenheit» (3,4) wurden ebenfalls wie im Vorjahr bewertet.

In der «Gesamtzufriedenheit» halten die SRG-Radioprogramme mit 3,9 wieder den Spitzenplatz, wobei sie von 2021 (4,0) leicht abgesunken sind. Die «Professionalität» der SRG-Radios wird nach wie vor mit 4,1 sehr hoch bewertet, aber die Bewertungen ihrer «Glaubwürdigkeit» (4,0) und «Ausgewogenheit» (3,7) sind jeweils im Vorjahresvergleich um einen und im Vergleich zu 2019 um zwei Zehntel gesunken.

Nachdem die Lokalradiosender ihre Bewertungen im Jahr 2021 etwas steigern konnten, liegen die Bewertungen in diesem Jahr wieder auf dem Niveau von 2020. Ausgenommen ist die «Glaubwürdigkeit», die bei den Lokalradiosendern auch im Vergleich zu 2020 um einen Zehntel gesunken ist (3,7) und damit den schwächsten Wert seit 2021 aufweist. Parallel zu den Regionalfernsehprogrammen schneidet auch bei den Lokalradiosendern der «Lokalbezug» mit einer Bewertung von 3,8 am besten ab und bildet damit die Grundlage für die ebenfalls relativ hohe «Gesamtzufriedenheit» von 3,8. Eher niedrige Werte erreichen die Lokalradiosender in den Kategorien «Informationsgehalt» (3,4) und «Ausgewogenheit» (3,5). Die Bewertung ihrer «Professionalität» schwankt im Durchschnitt bei den Lokalradiosendern in den letzten Jahren um 3,7 und 3,8 und liegt in diesem Jahr wieder bei 3,7.

Die Nachrichtenleistungen «Online» wurden in den Kategorien «Professionalität» (3,7), «Informationsgehalt» (3,7), «Ausgewogenheit» (3,5), «Glaubwürdigkeit» (3,6) und der «Gesamtzufriedenheit» (3,7) kritisch, aber stabil bewertet.

Die vorgelegte Studie in Auftrag des Bakom erhebt die Einstellung der Menschen in der Schweiz zu den medialen Informationen. Die objektiveren inhaltsanalytischen Qualitätsmessungen werden damit durch die subjektiven Meinungen der Nutzer:innen ergänzt, die bewerten, wie sie die «Professionalität», die «Ausgewogenheit» und «Glaubwürdigkeit» einschätzen und wie zufrieden sie insgesamt mit den Angeboten sind, die sie selbst am häufigsten nutzen. Diese subjektiven Meinungen misst die Studie valide und damit objektiv. Die Ergebnisse dürfen allerdings nicht als objektive Messung der Medienqualität interpretiert werden. Die Relevanz der vorliegenden Publikumsbefragung besteht in der grundsätzlichen Akzeptanz medialer Informationen, also dass die Bevölkerung in einer Mediendemokratie sich gut, professionell, ausgewogen und glaubwürdig informiert *fühlen* muss, um ihre demokratischen Entscheidungen mit dem Gefühl der Informiertheit fällen zu können.

Die Frage inwiefern das Medienangebot der Schweiz eine zufriedenstellende Auswahl für das Publikum ermöglicht, ist positiv zu beantworten. Die Zufriedenheitswerte sind hoch und das über die

Sprachregionen und verschiedene Bevölkerungsgruppen hinweg. Die Mediennutzung und die Medienbewertungen sind im Vergleich über die Jahre recht stabil. Die Stabilität der Ergebnisse rechtfertigt einen Wechsel des Erhebungsrhythmus auf zwei Jahre. Dennoch haben die Abweichungen eine Bedeutung für die Mediendemokratie in der Schweiz. Es wird sich 2024 zeigen müssen, wie sich die Mediennutzung und die Zufriedenheit mit dem Medienangebot in der Schweiz nach den Pandemie Jahren entwickelt und welchen Einfluss die Verunsicherung durch Fake News, die allgemeine Politisierung durch den Ukrainekrieg und die konkrete Politisierung der Klimakrise haben werden.



## 7. Literatur

- Alt, Christina, und Walter Bien. 1994. Gewichtung, ein sinnvolles Verfahren in den Sozialwissenschaften? Fragen, Probleme und Schlußfolgerungen. In *Gewichtung in der Umfragepraxis*, 124–140. Opladen: Westdt. Verl.
- Bachmann, Philipp, Mark Eisenegger, und Diana Ingenhoff. 2022. Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics* 27: 9–37.
- BAKOM. 2007. Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag: Radio und Fernsehen.
- BAKOM. 2018. Verlängerung der Veranstalterkonzessionen der UKW Lokalradios und Regional-TV 2020-2024.
- Bonfadelli, Heinz, Hrsg. 2006. *Medienkonzentration Schweiz: Formen, Folgen, Regulierung*. 1. Aufl. Bern and Stuttgart and Wien: Haupt.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2009. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2010. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Bericht 2010.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2012. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung Frühjahr 2012.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2013. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung Frühjahr 2013.
- Bonfadelli, Heinz, Kurt Imhof, Roger Blum, und Otfried Jarren, Hrsg. 2008. *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brändli, Matthias, Stafano Sasso, und Sonja Glaab-Seuken. 2019. Programmanalyse Schweizer Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag – 2018: Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation.
- Buess, Michael, und Werner Reimann. 2016. Nutzen des gebührenfinanzierten Service Public im Medienbereich. Studie im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Bundesrat. 2016. Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien. Bericht des Bundesrates vom 17. Juni 2016 in Erfüllung des Postulates 14.3298 der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerates (KVF-S).
- fög, - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft. 2020. *Jahrbuch Qualität der Medien 2020 Schweiz - Suisse - Svizzera*. Schwabe AG.
- fög, - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich. 2022. *Jahrbuch Qualität der Medien 2022*. 1. Auflage. Basel: Schwabe Verlagsgruppe AG Schwabe Verlag.
- Fretwurst, Benjamin, und Heinz Bonfadelli. 2015. Programmqualität in der Bewertung des Publikums Qualitätsmonitoring der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio und TV-Programmen aus der Publikumperspektive. Abschlussbericht Erhebung 2014.
- Fretwurst, Benjamin, Siri Fischer, Tobias Frey, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2016. Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2015. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.

- Fretwurst, Benjamin, Céline Murri, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2017. Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2017. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Fretwurst, Benjamin, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2018. Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Fretwurst, Benjamin, Lara Kobilke, und Heinz Bonfadelli. 2020. *Publikumsbefragung elektronische Medien 2019. Studie im Auftrag des Bakom*. Zürich.
- Fretwurst, Benjamin, Heinz Bonfadelli, und Heinz Bonfadelli. 2021. *Publikumsbefragung elektronische Medien 2020. Studie im Auftrag des Bakom*. Zürich. [https://www.iakom.ch/Bericht\\_PeM\\_2021/Publikum-elek-Medien-2021.pdf](https://www.iakom.ch/Bericht_PeM_2021/Publikum-elek-Medien-2021.pdf).
- Gabler, Siegfried, Hrsg. 1994. In *Gewichtung in der Umfragepraxis, ZUMA-Publikationen*. Opladen: Westdt. Verl.
- Glaab-Seuken, Sonja, und Andreas Vlašić. 2021. *Analyse der Radioprogramme der SRG SSR: Deutsche Schweiz 2020*. LINK. file:///C:/Users/bfretw/Downloads/Abschlussbericht%20SRG%20SSR%20Programmanalyse%202020\_final.pdf.
- Glaab-Seuken, Sonja, und Andreas Vlašić. 2022. *Analyse der Radioprogramme der SRG SSR: Französische Schweiz 2021*. LINK. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/analyse-der-radioprogramme-srg-ssr-franzoesische-schweiz-2021-abschlussbericht.pdf.download.pdf/Analyse%20der%20Radioprogramme%20der%20SRG%20SSR%202021%20\(Franz%C3%B6sische%20Schweiz\)%20-%20Abschlussbericht.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/analyse-der-radioprogramme-srg-ssr-franzoesische-schweiz-2021-abschlussbericht.pdf.download.pdf/Analyse%20der%20Radioprogramme%20der%20SRG%20SSR%202021%20(Franz%C3%B6sische%20Schweiz)%20-%20Abschlussbericht.pdf). Zugegriffen: 16. November 2022.
- Goldmedia. 2019. Webmedienmonitor 2019. Onlineaudio- und Onlinevideo-Angebote in der Schweiz.
- Gonser, Nicole, Hrsg. 2018. *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht*. Wiesbaden: Springer VS.
- Grossenbacher, René, Brändli Matthias, und Stafano Sasso. 2019. Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag – 2018. Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation.
- Hasebrink, Uwe. 2018. Public Value als Diskurs. In *Public Open Space*, Hrsg. Konrad Mitschka und Klaus Unterberger, 242–246. Wien: Facultas.
- Hasebrink, Uwe, Maren Beaufort, und Franziska Oehmer-Pedrazzi. 2021. Qualität von Nachrichtenmedien im Dreiländervergleich: Zusammenhänge nutzungs- und angebotsbezogener Kriterien. *MP* 450–460.
- Kish, Leslie. 1995. *Survey Sampling*. New York: Wiley.
- Luhmann, Niklas. 2015. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 9. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mediapulse. 2022. Medienmitteilung. Radio- und TV-Nutzungszahlen. [https://www.mediapulse.ch/wp-content/uploads/2022/07/220713\\_Medienmitteilung\\_Semesterpublikation.pdf](https://www.mediapulse.ch/wp-content/uploads/2022/07/220713_Medienmitteilung_Semesterpublikation.pdf). Zugegriffen: 14. Oktober 2022.
- Mitschka, Konrad. 2019. Mehr wert als Geld: der Public Value des ORF. In *Zur Ökonomie gemeinwohlorientierter Medien : Massenkommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, 17–24. Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph. 2019. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs: Substanzielle und prozedurale Bestimmung des gesellschaftlichen Mehrwerts. *Media Perspektiven* 434–443.
- Neuberger, Christoph. 2020. *Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie – Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz*. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Noelle-Neumann, Elisabet, und Thomas Petersen. 2005. *Alle, nicht jeder*. Springer-Verlag.

- Palmgreen, Philip. 1984. Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective. *Annals of the International Communication Association* 8: 20–55.
- Publicom. 2020. mediaBrands – Medienmarken in der Schweiz. *mediaBrands – Medienmarken in der Schweiz*.
- Puppis, Manuel, und Stefano Pedrazzi. 2021. *Ländervergleich Onlinemedienförderung: Ergänzungsbericht*. Fribourg: UNIVERSITÉ DE FRIBOURG. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien/einzelstudien.html>.
- Puppis, Manuel, und Corinne Schweizer. 2016. Service public im internationalen Vergleich. Schlussbericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM).
- Reiss, Michael V. 2022. Dissecting Non-Use of Online News – Systematic Evidence from Combining Tracking and Automated Text Classification. *Digital Journalism* <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2105243>.
- Schefer, Markus, und Raphaela Cueni. 2020. *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*. Basel: Universität Basel.
- Scheufele, Bertram. 2011. Medienwirkungen jenseits des einzelnen Rezipienten: Die Herausforderung für die Medienwirkungsforschung durch die Mehr-Ebenen-Problematik am Beispiel von fünf exemplarischen Wirkungsbereichen. In *Ebenen der Kommunikation : Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Thorsten Quandt und Bertram Scheufele, 113–142. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schulz, Winfried. 2015. *Medien und Wahlen*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schweizerische Eidgenossenschaft. 2018. Konzession für die SRG SSR: SRG-Konzession.
- Spittka, Eva, Janine Greyer-Stock, Anne Beier, Solveig Schroth, und Joachim Trebbe. 2022. *Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz. Die Programm der SRG SSR im Jahr 2021*. Berlin, Potsdam, Freiburg i. Uechtland: GöfaK Medienforschung GmbH.
- Stark, Birgit et al. 2021. Qualität des politischen Nachrichtenangebots in Deutschland: Empirische Kernbefunde aus dem ländervergleichenden Projekt: Media Performance and Democracy. *Media Perspektiven* 9.
- Stojanović, Nenad. 2022. *Multilingual Democracy: Switzerland and Beyond*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Studer, Samuel, Corinne Schweizer, Manuel Puppis, und Matthias Künzler. 2014. Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM).
- Thommen, Stefan, und Raphael Eichenberger. 2021. *Analyse des SRG Online-Angebotes: Jahresbericht 2020*. Zürich: publicom. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/jahresbericht-analyse-des-srg-online-angebotes-2020.pdf.download.pdf/SRG%20Online%202020\\_Bericht.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/jahresbericht-analyse-des-srg-online-angebotes-2020.pdf.download.pdf/SRG%20Online%202020_Bericht.pdf). Zugriffen: 8. November 2021.
- Thommen, Stefan, Raoul Steiger, und Raphael Eichenberger. 2018. Medienmonitor Schweiz 2017: Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation Hrsg. Publicom AG.
- Thommen, Stefan, Raphael Eichenberger, und Publicom AG. 2021. *Medienmonitor Schweiz 2020: Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation*. Kilchberg. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/bericht-medienmonitor-schweiz-2020.pdf.download.pdf/MMS2020\\_Jahresbericht.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/bericht-medienmonitor-schweiz-2020.pdf.download.pdf/MMS2020_Jahresbericht.pdf).
- Thommen, Stefan, Raphael Eichenberger, und Stefano Sasso. 2021a. *Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag – 2020*. Zürich: publicom. <https://www.bakom.admin.ch>

- ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/  
Studien/programmanalyse-der-schweizer-privatradios-mit-leistungsauftrag-bericht-2020.  
pdf.download.pdf/Bericht\_Privatradio%202020.pdf. Zugegriffen: 8. November 2021.
- Thommen, Stefan, Raphael Eichenberger, und Stafano Sasso. 2021b. *Programmanalyse der Schweizer Regionalfernsehen – 2020*. Zürich: publicom. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/bericht-analyse-der-regional-tv-programme-mit-leitungsauftrag-2020.pdf.download.pdf/Bericht\\_Regionalfernsehen%202020.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/bericht-analyse-der-regional-tv-programme-mit-leitungsauftrag-2020.pdf.download.pdf/Bericht_Regionalfernsehen%202020.pdf). Zugegriffen: 8. November 2021.
- Trebbe, Joachim, Matthias Wagner, und Eva Spittka. 2020. *Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz Die Programm der SRG SSR im Jahr 2019*. Berlin, Potsdam, Freiburg i. Uechtland: GöfaK Medienforschung GmbH.
- Vallone, Robert P., Lee Ross, und Mark R. Lepper. 1985. The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology* 49: 577–585.
- Webster, J., und L. K. Trevino. 1995. RATIONAL AND SOCIAL THEORIES AS COMPLEMENTARY EXPLANATIONS OF COMMUNICATION MEDIA CHOICES: TWO POLICY-CAPTURING STUDIES. *Academy of Management Journal* 38: 1544–1572.

## A. Tabellen

Eine interaktive Version der Tabellen findet sich unter <https://iakom.shinyapps.io/PeM2021>. Dort können weitere Kopfvariablen verwendet und zwischen Prozent und Fallzahlen umgeschaltet werden.

### A.1. Erläuterungen zu den Tabellen

Alle Tabellen in diesem Tabellenband haben den gleichen Grundaufbau. Die Überschrift gibt jeweils das erfragte Merkmal (eine Variable) an, auf das sich die Tabelle bezieht. In der Fussnote sind die im Interview gestellte Frage und die Antwortmöglichkeiten mit ihren Werten als «Skala» dokumentiert. Wenn eine Frage nicht in jedem Fall gestellt wurde (Filter), wird das in der Fussnote ebenfalls ausgewiesen. In der ersten Spalte der Tabelle werden die Antwortmöglichkeiten aufgelistet. Rechts daneben werden die Anteile der Antwortkategorien als «Gesamt» ausgewiesen. In den weiteren Spalten sind die Antwortverteilungen nach Gruppen aufgeschlüsselt. Die Tabellen basieren auf der gewichteten Stichprobe. Die Tabellen sind nach Kapiteln durchnummeriert.

#### A.1.1. Kennwerte in den Tabellenzeilen

In der ersten Zeile jeder Tabelle sind die Aufrissgruppen (siehe unten) «Definition der Aufrissgruppen» benannt, nach denen die Werte der jeweiligen tabellierten Variable aufgeschlüsselt sind. In der zweiten Zeile stehen die verschiedenen Ausprägungen der Aufrissgruppen. Im oberen Abschnitt der Tabellen beginnen die Prozentangaben (oder Häufigkeiten) für die einzelnen Antworten der Befragten. Die Prozentangaben addieren sich pro Spalte auf 100 Prozent auf.

Bei mehreren Antwortmöglichkeiten metrischer Variablen wird in der Zeile «Mittelwert» der Durchschnitt berechnet und mit seinem 95%-Konfidenzintervall (KI) aufgeführt. Zum Beispiel bedeutet ein KI 95% von 0.1 bei einem Mittelwert von 3.5, dass mit 95 prozentiger Sicherheit der wahre Wert in der Grundgesamtheit bei  $3.5 \pm 0.1$ , also zwischen 3.4 und 3.6 liegt. Wenn für zwei Gruppen die Summe ihrer KI-Abweichung kleiner ist als der Unterschied zwischen Mittelwerten der beiden Gruppen (die KIs sich also nicht überschneiden), dann ist der Unterschied signifikant. Anders gesagt: Wenn die Ergebnisse einer Gruppe das Ergebnis der anderen Gruppe statistisch nahezu ausschliesst, dann gehen wir davon aus, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Gruppen gibt (das könne z.B. die Aufrissgruppen sein, also Menschen aus der italienischen Schweiz vs. Romandie oder die Altersgruppen). Der letzte Block jeder Tabelle gibt die Fallbasis der Ergebnisse pro Spalte wieder. In der Zeile «Fehlende Angaben» ist vermerkt, wie viele Befragte keine Antwort geben konnten oder wollten. In der letzten Zeile «Valide Angaben» steht die gewichtete Fallzahl derer, die auf die Frage eine inhaltliche Antwort gegeben haben.

#### A.1.2. Definition der Aufrissgruppen

Nach der **Gesamt**-Spalte für die gesamte Schweiz folgen die Angaben für die drei grossen **Regionen** der Schweiz DE, FR und IT. **Geschlecht**: Das Geschlecht wurde von den Befragten eingetragen. **Alter gruppiert**: Das Alter wurde anhand des erfragten Geburtsjahres ermittelt und für die Tabellen in die Gruppen 15-34, 35-54 und ab 55 eingeteilt. **Bildung**: Entsprechend der MA Strategy ab 2013 wurde die formale Bildung in drei Gruppen eingeteilt: Primarschule, Sekundarschule und Anlehre wurden als «**tief**»; Berufslehre oder Berufsschule, Diplommittelschule oder allgemeinbildende Schule sowie Handelsschule, Handelsdiplom und jede Form der Matura wurde als «**mittel**» eingestuft. Höhere

Fachschulen, Höhere Berufsausbildung und die Fachhochschulen sowie die Universität wurden in der Gruppe «hoch» zusammengefasst.

«**TV- und Radio-Versorgungsgebiete**»: Die Tabellen zu den verschiedenen Qualitätsurteilen gegenüber Fernsehprogrammen sind durch eine Aufschlüsselung nach den TV-Versorgungsgebieten (TVG) ergänzt. Es werden als Basis allerdings nur Befragte gezählt, die mindestens einen Regionalfernsehsender nutzen.

Nach dem gleichen Prinzip werden auch die Qualitätsurteile gegenüber den Radio-Programmen nach Radio-Versorgungsgebieten (RG) unterteilt, wenn mindestens ein Lokalsender gehört wurde. Die Aufteilung der Schweiz in 34 unterschiedlich grosse Radio-Versorgungsgebiete führt zu sehr kleinen Teilstichproben für die kleineren und bevölkerungsarmen Gebiete. In den Tabellen werden nur die Radiogebiete aufgeführt, bei denen mindestens von 75 Befragten (ungewichtet) Antworten vorlagen.

## A.2. Medienausstattung

### A.2.1. Zu Hause

Tabelle A.1: Medienbesitz Haushalt – Zusammenfassung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Fernsehgerät	88%	88%	87%	93%	89%	87%	84%	88%	93%	90%	94%	81%	90%	88%	85%
Radiogerät	57%	62%	44%	63%	60%	55%	38%	57%	80%	57%	64%	53%	50%	62%	66%
Zeitungs-Abonnement	37%	41%	27%	32%	37%	37%	29%	32%	58%	27%	37%	41%	24%	41%	56%
Computer oder Notebook	94%	94%	95%	85%	94%	94%	97%	94%	88%	82%	94%	99%	90%	96%	96%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

Frage: (MbhTV-MbhCN): Verschiedene Fragen nach dem Vorhandensein von Medien im Haushalt?

Skala: 0 «Nicht»/ 1 «Einmal vorhanden»/ 2 «Mehrere Male»

Tabelle A.2: Medienbesitz Haushalt – Fernsehgerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nicht	12%	12%	13%	8%	11%	13%	16%	12%	7%	10%	6%	19%	10%	12%	15%
einmal vorhanden	60%	60%	62%	46%	61%	59%	58%	60%	61%	58%	60%	60%	60%	61%	58%
mehrmals	28%	28%	25%	46%	28%	28%	26%	28%	32%	32%	34%	21%	30%	27%	27%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.5%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±5.0%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2612	930	252	1844	1950	1005	1930	859	431	1578	1543	1435	1440	788
Fehlende Angaben	80	41	25	13	26	53	19	42	18	29	27	9	25	25	13
<b>Valide Angaben</b>	<b>3715</b>	<b>2571</b>	<b>905</b>	<b>239</b>	<b>1818</b>	<b>1897</b>	<b>986</b>	<b>1888</b>	<b>841</b>	<b>402</b>	<b>1551</b>	<b>1534</b>	<b>1410</b>	<b>1415</b>	<b>775</b>

Frage: (MbhTV): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

Skala: 0 «Nicht»/ 1 «Einmal vorhanden»/ 2 «Mehrere Male»

Tabelle A.3: Medienbesitz Haushalt – Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nicht	42%	38%	56%	37%	40%	45%	62%	42%	20%	43%	36%	47%	50%	38%	34%
einmal vorhanden	32%	33%	27%	34%	35%	29%	25%	32%	40%	39%	35%	28%	30%	34%	32%
mehrmals	26%	29%	17%	29%	25%	26%	13%	26%	40%	18%	29%	25%	20%	28%	34%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1950	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
Fehlende Angaben	70	38	26	6	27	43	21	41	8	19	21	12	26	16	10
<b>Valide Angaben</b>	<b>3724</b>	<b>2574</b>	<b>905</b>	<b>246</b>	<b>1817</b>	<b>1907</b>	<b>984</b>	<b>1889</b>	<b>851</b>	<b>412</b>	<b>1557</b>	<b>1531</b>	<b>1408</b>	<b>1425</b>	<b>778</b>

Frage: (MbhR): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

Skala: 0 «Nicht» / 1 «Einmal vorhanden» / 2 «Mehrmals»

Tabelle A.4: Medienbesitz Haushalt – Zeitungsabonnement

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nicht	63%	59%	73%	68%	63%	63%	71%	69%	42%	73%	63%	59%	76%	59%	44%
einmal vorhanden	26%	30%	18%	17%	27%	25%	20%	23%	40%	22%	27%	28%	18%	30%	35%
mehrmals	11%	11%	9%	15%	10%	12%	9%	8%	18%	5%	10%	13%	6%	11%	21%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	789
Fehlende Angaben	64	37	24	3	23	41	21	32	10	19	16	11	28	15	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>3731</b>	<b>2575</b>	<b>907</b>	<b>249</b>	<b>1821</b>	<b>1910</b>	<b>984</b>	<b>1898</b>	<b>849</b>	<b>412</b>	<b>1562</b>	<b>1532</b>	<b>1406</b>	<b>1426</b>	<b>782</b>

Frage: (MbhZ): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

Skala: 0 «Nicht» / 1 «Einmal vorhanden» / 2 «Mehrmals»

Tabelle A.5: Medienbesitz Haushalt – Festnetztelefon

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nicht	55%	52%	60%	57%	52%	56%	75%	57%	25%	52%	50%	60%	62%	51%	48%
einmal vorhanden	41%	44%	36%	28%	44%	39%	21%	40%	67%	42%	45%	37%	35%	45%	46%
mehrmals	4%	4%	4%	15%	4%	5%	4%	3%	8%	6%	5%	3%	3%	4%	6%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2611	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	41	21	16	4	13	28	13	22	6	12	14	7	12	12	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>3754</b>	<b>2590</b>	<b>915</b>	<b>248</b>	<b>1831</b>	<b>1923</b>	<b>992</b>	<b>1908</b>	<b>853</b>	<b>419</b>	<b>1564</b>	<b>1536</b>	<b>1422</b>	<b>1428</b>	<b>781</b>

Frage: (MbhFT): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

Skala: 0 «Nicht» / 1 «Einmal vorhanden» / 2 «Mehrmals»

Tabelle A.6: Medienbesitz Haushalt – Computer oder Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nicht	6%	6%	5%	15%	6%	6%	4%	6%	12%	18%	6%	1%	10%	4%	4%
einmal vorhanden	33%	31%	41%	23%	35%	31%	27%	33%	39%	45%	38%	22%	37%	30%	27%
mehrmals	61%	63%	54%	62%	59%	63%	69%	61%	49%	37%	56%	77%	53%	66%	69%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2611	930	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	43	16	22	5	21	23	12	22	9	13	11	8	11	11	10
<b>Valide Angaben</b>	<b>3751</b>	<b>2595</b>	<b>908</b>	<b>247</b>	<b>1823</b>	<b>1928</b>	<b>993</b>	<b>1908</b>	<b>850</b>	<b>418</b>	<b>1567</b>	<b>1535</b>	<b>1423</b>	<b>1429</b>	<b>778</b>

Frage: (MbhCN): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?

Skala: 0 «Nicht» / 1 «Einmal vorhanden» / 2 «Mehrmals»

## A.2.2. Am Arbeitsplatz

Tabelle A.7: Medienbesitz Arbeitsplatz – Zusammenfassung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Fernsehgerät	10%	11%	9%	10%	9%	12%	13%	9%	10%	11%	11%	10%	10%	8%	16%
Zeitungs-Abonnement	33%	33%	33%	36%	36%	30%	32%	33%	32%	24%	31%	37%	26%	34%	44%
Computer oder Notebook	86%	87%	84%	80%	89%	84%	89%	86%	80%	60%	83%	96%	81%	90%	91%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

Frage: (MbaTV-MbaCN): Verschiedene Fragen nach dem Vorhandensein von Medien am Arbeitsplatz?

Skala: 0 «Nicht»/ 1 «Einmal vorhanden»/ 2 «Mehrmals»

Tabelle A.8: Medienbesitz Arbeitsplatz – Fernsehgerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	90%	89%	91%	90%	91%	88%	87%	91%	90%	89%	90%	90%	90%	92%	84%
Ja	10%	11%	9%	10%	9%	12%	13%	9%	10%	11%	10%	10%	10%	8%	16%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.9%	±2.3%	±3.7%	±7.2%	±2.7%	±2.5%	±3.5%	±2.4%	±5.0%	±6.2%	±2.9%	±2.8%	±3.0%	±3.0%	±4.2%
Befragte	2943	2005	737	202	1366	1577	836	1704	403	269	1195	1334	1154	1136	570
Fehlende Angaben	53	35	11	7	20	33	17	29	7	6	22	13	17	19	6
<b>Valide Angaben</b>	<b>2890</b>	<b>1970</b>	<b>726</b>	<b>195</b>	<b>1346</b>	<b>1544</b>	<b>819</b>	<b>1675</b>	<b>396</b>	<b>263</b>	<b>1173</b>	<b>1321</b>	<b>1137</b>	<b>1117</b>	<b>564</b>

Frage: (MbaTV): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen am Arbeitsplatz zur Verfügung?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn auch einer Erwerbstätigkeit nachgegangen wird.

Tabelle A.9: Medienbesitz Arbeitsplatz – Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	61%	57%	72%	55%	64%	58%	59%	61%	61%	52%	47%	74%	58%	62%	65%
Ja	39%	43%	28%	45%	36%	42%	41%	39%	39%	48%	53%	26%	42%	38%	35%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.9%	±2.3%	±3.7%	±7.1%	±2.7%	±2.5%	±3.5%	±2.4%	±5.0%	±6.2%	±2.9%	±2.7%	±3.0%	±3.0%	±4.2%
Befragte	2944	2004	737	201	1366	1577	835	1703	404	269	1195	1334	1154	1136	570
Fehlende Angaben	49	37	9	2	22	27	15	27	6	7	24	5	15	15	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>2895</b>	<b>1967</b>	<b>728</b>	<b>199</b>	<b>1344</b>	<b>1550</b>	<b>820</b>	<b>1676</b>	<b>398</b>	<b>262</b>	<b>1171</b>	<b>1329</b>	<b>1139</b>	<b>1121</b>	<b>561</b>

Frage: (MbaR): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen am Arbeitsplatz zur Verfügung?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn auch einer Erwerbstätigkeit nachgegangen wird.

Tabelle A.10: Medienbesitz Arbeitsplatz – Zeitungsabonnement

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	67%	67%	67%	64%	64%	70%	68%	67%	68%	76%	69%	63%	74%	66%	56%
Ja	33%	33%	33%	36%	36%	30%	32%	33%	32%	24%	31%	37%	26%	34%	44%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.9%	±2.3%	±3.7%	±7.1%	±2.7%	±2.5%	±3.5%	±2.4%	±5.0%	±6.2%	±2.9%	±2.8%	±3.0%	±3.0%	±4.2%
Befragte	2943	2004	738	202	1367	1577	835	1704	403	269	1195	1335	1154	1136	569
Fehlende Angaben	67	46	19	3	36	32	29	33	5	11	26	18	30	18	6
<b>Valide Angaben</b>	<b>2876</b>	<b>1958</b>	<b>719</b>	<b>199</b>	<b>1331</b>	<b>1545</b>	<b>806</b>	<b>1671</b>	<b>398</b>	<b>258</b>	<b>1169</b>	<b>1317</b>	<b>1124</b>	<b>1118</b>	<b>563</b>

Frage: (MbaZ): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen am Arbeitsplatz zur Verfügung?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn auch einer Erwerbstätigkeit nachgegangen wird.

Tabelle A.11: Medienbesitz Arbeitsplatz – Festnetztelefon

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	33%	32%	32%	47%	26%	38%	34%	31%	37%	49%	34%	27%	35%	29%	34%
Ja	67%	68%	68%	53%	74%	62%	66%	69%	63%	51%	66%	73%	65%	71%	66%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.9%	±2.2%	±3.7%	±7.1%	±2.7%	±2.5%	±3.5%	±2.4%	±5.0%	±6.1%	±2.9%	±2.7%	±3.0%	±3.0%	±4.2%
Befragte	2943	2005	738	202	1366	1577	835	1704	404	269	1194	1334	1154	1136	569
Fehlende Angaben	40	28	12	1	14	26	10	24	6	4	18	4	16	6	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>2903</b>	<b>1977</b>	<b>726</b>	<b>201</b>	<b>1352</b>	<b>1551</b>	<b>825</b>	<b>1680</b>	<b>398</b>	<b>265</b>	<b>1176</b>	<b>1330</b>	<b>1138</b>	<b>1130</b>	<b>564</b>

Frage: (MbaFT): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen am Arbeitsplatz zur Verfügung?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn auch einer Erwerbstätigkeit nachgegangen wird.

Tabelle A.12: Medienbesitz Arbeitsplatz – Computer oder Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	14%	13%	16%	20%	11%	16%	11%	14%	20%	40%	17%	4%	19%	10%	9%
Ja	86%	87%	84%	80%	89%	84%	89%	86%	80%	60%	83%	96%	81%	90%	91%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.9%	±2.2%	±3.7%	±7.1%	±2.7%	±2.5%	±3.5%	±2.4%	±5.0%	±6.1%	±2.9%	±2.7%	±3.0%	±3.0%	±4.2%
Befragte	2944	2005	737	202	1366	1577	836	1704	404	269	1195	1334	1155	1136	570
Fehlende Angaben	34	23	10	1	16	17	11	19	4	3	19	4	15	9	3
<b>Valide Angaben</b>	<b>2910</b>	<b>1982</b>	<b>727</b>	<b>201</b>	<b>1350</b>	<b>1560</b>	<b>825</b>	<b>1685</b>	<b>400</b>	<b>266</b>	<b>1176</b>	<b>1330</b>	<b>1140</b>	<b>1127</b>	<b>567</b>

Frage: (MbaCN): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen am Arbeitsplatz zur Verfügung?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn auch einer Erwerbstätigkeit nachgegangen wird.

## A.2.3. Unterwegs und Mobil

Tabelle A.13: Medienbesitz Zusammenfassung – unterwegs und mobil

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Radiogerät	55%	52%	62%	56%	53%	57%	41%	59%	61%	47%	60%	53%	52%	58%	57%
Notebook	32%	32%	29%	46%	28%	35%	41%	30%	24%	18%	24%	45%	26%	32%	44%
Smartphone (mit Touchscreen)	95%	95%	94%	97%	95%	95%	99%	96%	89%	89%	96%	98%	95%	96%	96%
Tablet (mit farbigem Touchscreen)	48%	48%	48%	44%	46%	49%	43%	52%	44%	33%	49%	52%	42%	51%	55%
Nachrichtenapps	64%	64%	62%	60%	61%	66%	69%	63%	58%	50%	63%	69%	57%	66%	72%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

Frage: (MbuR-MbApp): Verschiedene Fragen nach dem Vorhandensein von Medien unterwegs und mobil?

Skala: 0 «Nicht»/ 1 «Einmal vorhanden»/ 2 «Mehrals»

Tabelle A.14: Medienbesitz unterwegs – Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	45%	48%	38%	44%	47%	43%	59%	41%	39%	53%	40%	47%	48%	42%	43%
Ja	55%	52%	62%	56%	53%	57%	41%	59%	61%	47%	60%	53%	52%	58%	57%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.5%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2612	930	253	1844	1951	1005	1930	860	431	1578	1543	1435	1441	789
Fehlende Angaben	94	50	37	7	38	56	22	38	34	15	34	22	40	31	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>3701</b>	<b>2562</b>	<b>893</b>	<b>246</b>	<b>1806</b>	<b>1895</b>	<b>983</b>	<b>1892</b>	<b>826</b>	<b>416</b>	<b>1544</b>	<b>1521</b>	<b>1395</b>	<b>1410</b>	<b>780</b>

Frage: (MbuR): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte nutzen Sie unterwegs?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.15: Medienbesitz unterwegs – Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	68%	68%	71%	54%	72%	65%	59%	70%	76%	82%	76%	55%	74%	68%	56%
Ja	32%	32%	29%	46%	28%	35%	41%	30%	24%	18%	24%	45%	26%	32%	44%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.5%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	789
Fehlende Angaben	79	50	23	6	32	47	22	33	24	8	35	16	26	32	12
<b>Valide Angaben</b>	<b>3716</b>	<b>2562</b>	<b>908</b>	<b>246</b>	<b>1812</b>	<b>1904</b>	<b>983</b>	<b>1897</b>	<b>835</b>	<b>423</b>	<b>1543</b>	<b>1527</b>	<b>1408</b>	<b>1409</b>	<b>777</b>

Frage: (MbuCN): Welche der folgenden Medien bzw. Geräte nutzen Sie unterwegs?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.16: Medienbesitz – Smartphone

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	5%	5%	6%	2%	5%	5%	1%	4%	11%	11%	4%	2%	5%	4%	4%
Ja	95%	95%	94%	98%	95%	95%	99%	96%	89%	89%	96%	98%	95%	96%	96%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2611	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	789
Fehlende Angaben	36	23	10	3	7	30	12	21	3	4	12	5	9	13	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>3758</b>	<b>2588</b>	<b>921</b>	<b>249</b>	<b>1837</b>	<b>1921</b>	<b>993</b>	<b>1909</b>	<b>856</b>	<b>427</b>	<b>1566</b>	<b>1538</b>	<b>1425</b>	<b>1427</b>	<b>784</b>

Frage: (MbpSP): Über welche der nachfolgenden Geräte verfügen Sie persönlich?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.17: Medienbesitz – Tablet

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	52%	52%	52%	56%	54%	51%	57%	48%	56%	67%	51%	48%	58%	49%	45%
Ja	48%	48%	48%	44%	46%	49%	43%	52%	44%	33%	49%	52%	42%	51%	55%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	432	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	31	20	9	2	9	22	8	11	11	2	12	5	9	15	4
<b>Valide Angaben</b>	<b>3764</b>	<b>2592</b>	<b>922</b>	<b>250</b>	<b>1835</b>	<b>1929</b>	<b>997</b>	<b>1919</b>	<b>848</b>	<b>430</b>	<b>1566</b>	<b>1538</b>	<b>1425</b>	<b>1425</b>	<b>784</b>

Frage: (MbpTAB): Über welche der nachfolgenden Geräte verfügen Sie persönlich?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.18: Medienbesitz übrige – Nachrichtenapps

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	36%	35%	37%	40%	39%	33%	31%	36%	42%	50%	37%	31%	43%	34%	28%
Ja	64%	65%	63%	60%	61%	67%	69%	64%	58%	50%	63%	69%	57%	66%	72%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.6%	±5.1%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3625	2492	888	245	1772	1853	987	1865	771	384	1520	1516	1376	1384	757
Fehlende Angaben	52	39	11	2	23	29	17	26	8	7	22	3	26	8	2
<b>Valide Angaben</b>	<b>3573</b>	<b>2453</b>	<b>877</b>	<b>243</b>	<b>1749</b>	<b>1824</b>	<b>970</b>	<b>1839</b>	<b>763</b>	<b>377</b>	<b>1498</b>	<b>1513</b>	<b>1350</b>	<b>1376</b>	<b>755</b>

Frage: (MbAPP): Über welche der nachfolgenden Geräte verfügen Sie persönlich?

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Filter: Nur gefragt, wenn über ein Smartphone oder ein Tablet verfügt wird.

### A.3. Prioritäten bei der Informationssuche

#### A.3.1. Über die Schweiz

Tabelle A.19: Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über die Schweiz

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ausland Medien	5%	4%	7%	2%	5%	4%	2%	5%	7%	11%	5%	2%	6%	4%	4%
Ausland Online	22%	20%	27%	25%	21%	22%	29%	24%	7%	30%	21%	19%	28%	17%	15%
Online CH	21%	23%	17%	29%	21%	23%	28%	23%	11%	13%	23%	24%	23%	22%	20%
Print	11%	13%	5%	4%	11%	11%	8%	9%	20%	12%	8%	13%	6%	12%	17%
Private Online	2%	1%	2%	4%	1%	3%	2%	2%	1%	1%	1%	3%	1%	2%	3%
Private Radio	3%	3%	2%	1%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	5%	2%	5%	2%	2%
Private TV	1%	2%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	2%	0%	1%	1%	0%
SRG Online	9%	10%	10%	5%	7%	11%	16%	9%	3%	1%	5%	16%	7%	11%	11%
SRG Radio	7%	7%	7%	3%	8%	6%	3%	6%	15%	4%	8%	7%	5%	8%	9%
SRG TV	19%	17%	23%	26%	21%	17%	9%	18%	32%	24%	22%	14%	18%	21%	19%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.6%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.5%	±5.1%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3579	2491	855	232	1742	1837	955	1820	804	391	1487	1507	1325	1383	767
<b>Valide Angaben</b>	<b>3579</b>	<b>2491</b>	<b>855</b>	<b>232</b>	<b>1742</b>	<b>1837</b>	<b>955</b>	<b>1820</b>	<b>804</b>	<b>391</b>	<b>1487</b>	<b>1507</b>	<b>1325</b>	<b>1383</b>	<b>767</b>

Frage: (MpCH): Wenn Sie sich über das Geschehen in der Schweiz informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Skala: Liste und offene Antworten, die kodiert wurden.

## A.3.2. Über die eigene Region

Tabelle A.20: Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über die eigene Region

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ausland Medien	5%	5%	5%	4%	4%	5%	3%	6%	4%	7%	5%	4%	5%	4%	5%
Ausland Online	18%	18%	20%	22%	18%	18%	29%	19%	6%	21%	17%	19%	24%	15%	12%
Online CH	16%	14%	16%	30%	15%	17%	20%	17%	8%	15%	15%	17%	17%	14%	15%
Print	32%	36%	25%	9%	33%	31%	20%	30%	48%	27%	32%	33%	22%	37%	41%
Private Online	4%	4%	5%	2%	3%	5%	6%	5%	1%	2%	3%	7%	3%	5%	6%
Private Radio	7%	8%	6%	1%	8%	7%	6%	8%	6%	5%	10%	5%	10%	6%	5%
Private TV	4%	5%	1%	2%	5%	3%	2%	3%	6%	6%	5%	2%	4%	4%	2%
SRG Online	4%	3%	5%	4%	3%	4%	8%	3%	1%	2%	2%	6%	3%	4%	4%
SRG Radio	4%	4%	5%	6%	5%	3%	2%	3%	9%	4%	5%	3%	4%	5%	5%
SRG TV	6%	3%	12%	20%	6%	7%	4%	6%	11%	11%	6%	4%	8%	6%	5%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.1%	±3.5%	±6.6%	±2.4%	±2.4%	±3.3%	±2.4%	±3.6%	±5.2%	±2.7%	±2.6%	±2.8%	±2.7%	±3.7%
Befragte	3410	2357	821	232	1672	1738	893	1735	781	371	1422	1433	1242	1348	730
<b>Valide Angaben</b>	<b>3410</b>	<b>2357</b>	<b>821</b>	<b>232</b>	<b>1672</b>	<b>1738</b>	<b>893</b>	<b>1735</b>	<b>781</b>	<b>371</b>	<b>1422</b>	<b>1433</b>	<b>1242</b>	<b>1348</b>	<b>730</b>

Frage: (MpREG): Wenn Sie sich über das Geschehen in ihrer Region informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Skala: Liste und offene Antworten, die kodiert wurden.

### A.3.3. Über das Ausland

Tabelle A.21: Medienprioritäten bei der Suche nach Informationen über das Ausland

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ausland Medien	14%	12%	20%	16%	15%	13%	8%	14%	23%	23%	14%	11%	13%	13%	17%
Ausland Online	32%	28%	41%	43%	32%	33%	43%	35%	13%	35%	29%	35%	38%	28%	27%
Online CH	15%	18%	9%	18%	15%	16%	18%	16%	10%	13%	16%	16%	18%	15%	14%
Print	8%	10%	2%	2%	7%	8%	6%	6%	14%	4%	7%	9%	4%	8%	13%
Private Online	1%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Private Radio	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	0%	2%	1%	0%
Private TV	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	0%
SRG Online	7%	7%	8%	3%	6%	8%	10%	7%	3%	1%	4%	11%	6%	8%	7%
SRG Radio	2%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	4%	1%	3%	3%	1%	3%	4%
SRG TV	19%	20%	16%	16%	20%	17%	12%	17%	29%	19%	24%	14%	17%	22%	17%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.1%	±3.5%	±6.6%	±2.4%	±2.4%	±3.3%	±2.4%	±3.6%	±5.4%	±2.7%	±2.6%	±2.8%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3410	2369	814	227	1667	1743	912	1736	762	347	1413	1475	1237	1332	754
<b>Valide Angaben</b>	<b>3410</b>	<b>2369</b>	<b>814</b>	<b>227</b>	<b>1667</b>	<b>1743</b>	<b>912</b>	<b>1736</b>	<b>762</b>	<b>347</b>	<b>1413</b>	<b>1475</b>	<b>1237</b>	<b>1332</b>	<b>754</b>

Frage: (MpAUS): Wenn Sie sich über das Geschehen im Ausland informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Skala: Liste und offene Antworten, die kodiert wurden.

## A.4. Mediennutzung

### A.4.1. Fernsehen

Tabelle A.22: Kanal-Nutzung – Fernsehen generell

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	7%	6%	9%	11%	7%	8%	9%	8%	4%	11%	6%	8%	11%	5%	4%
seltener	13%	15%	10%	6%	13%	13%	22%	11%	6%	9%	12%	14%	16%	11%	9%
einmal pro Woche	8%	8%	7%	4%	7%	8%	14%	7%	3%	5%	7%	10%	8%	8%	7%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	26%	27%	23%	32%	26%	27%	30%	29%	16%	20%	25%	29%	25%	29%	24%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1435	1441	788
Fehlende Angaben	30	23	5	2	11	19	5	19	6	2	4	7	4	4	2
<b>Valide Angaben</b>	<b>3764</b>	<b>2589</b>	<b>926</b>	<b>250</b>	<b>1833</b>	<b>1932</b>	<b>1000</b>	<b>1911</b>	<b>853</b>	<b>429</b>	<b>1574</b>	<b>1536</b>	<b>1431</b>	<b>1437</b>	<b>786</b>

Frage: (KNTV): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.23: Kanal-Nutzung – Programme des Schweizer Fernsehens

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	14%	13%	16%	18%	14%	14%	18%	14%	8%	20%	12%	14%	20%	9%	11%
seltener	19%	22%	14%	11%	19%	20%	29%	18%	12%	17%	18%	21%	24%	17%	13%
einmal pro Woche	11%	11%	10%	9%	11%	11%	14%	12%	5%	8%	10%	13%	9%	13%	10%
mehrmals pro Woche	25%	25%	23%	30%	25%	24%	23%	27%	22%	21%	24%	27%	23%	27%	25%
(fast) täglich	31%	29%	37%	32%	31%	31%	16%	29%	53%	34%	36%	25%	24%	34%	41%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1950	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	63	39	16	8	25	38	12	44	7	9	9	15	12	13	2
<b>Valide Angaben</b>	<b>3731</b>	<b>2573</b>	<b>915</b>	<b>244</b>	<b>1819</b>	<b>1912</b>	<b>993</b>	<b>1886</b>	<b>852</b>	<b>422</b>	<b>1569</b>	<b>1528</b>	<b>1422</b>	<b>1427</b>	<b>786</b>

Frage: (KN1): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.24: Kanal-Nutzung – Schweizer Regionalfernsehprogramme

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	33%	34%	33%	22%	32%	33%	41%	32%	25%	33%	25%	41%	35%	30%	35%
seltener	30%	31%	28%	20%	29%	31%	33%	30%	27%	19%	29%	33%	29%	29%	32%
einmal pro Woche	8%	9%	7%	10%	8%	8%	9%	9%	6%	10%	8%	8%	8%	9%	8%
mehrmals pro Woche	15%	13%	17%	24%	16%	14%	12%	17%	14%	19%	19%	11%	15%	16%	12%
(fast) täglich	14%	13%	15%	24%	15%	14%	5%	12%	28%	19%	19%	7%	13%	16%	13%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3794	2612	930	252	1844	1951	1005	1930	860	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	100	57	32	11	39	61	26	59	15	15	21	22	31	29	4
<b>Valide Angaben</b>	<b>3694</b>	<b>2555</b>	<b>898</b>	<b>241</b>	<b>1805</b>	<b>1890</b>	<b>979</b>	<b>1871</b>	<b>845</b>	<b>416</b>	<b>1557</b>	<b>1521</b>	<b>1403</b>	<b>1411</b>	<b>784</b>

Frage: (KN2): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.25: Kanal-Nutzung – Ausländische Fernsehprogramme

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	20%	19%	23%	18%	21%	19%	26%	20%	10%	21%	20%	19%	24%	17%	14%
seltener	19%	21%	16%	13%	18%	20%	29%	17%	12%	13%	19%	22%	21%	19%	16%
einmal pro Woche	8%	9%	8%	6%	8%	9%	12%	8%	6%	6%	7%	11%	8%	10%	7%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	27%	27%	23%	33%	26%	27%	20%	30%	29%	24%	28%	26%	23%	29%	30%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1843	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
Fehlende Angaben	74	48	21	5	33	41	19	44	11	8	14	21	22	17	8
<b>Valide Angaben</b>	<b>3720</b>	<b>2564</b>	<b>910</b>	<b>247</b>	<b>1810</b>	<b>1910</b>	<b>986</b>	<b>1886</b>	<b>848</b>	<b>423</b>	<b>1564</b>	<b>1522</b>	<b>1412</b>	<b>1424</b>	<b>780</b>

Frage: (KN3): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

## A.4.2. Radio

Tabelle A.26: Kanal-Nutzung – Radio generell

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	13%	11%	17%	15%	12%	13%	16%	13%	9%	19%	9%	14%	17%	9%	9%
seltener	16%	15%	19%	13%	16%	16%	26%	12%	11%	15%	15%	17%	18%	14%	14%
einmal pro Woche	8%	7%	7%	10%	8%	8%	11%	8%	4%	7%	7%	8%	8%	8%	7%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	23%	24%	23%	21%	25%	22%	23%	26%	19%	19%	22%	26%	23%	25%	23%
Gesamt	40%	43%	34%	41%	39%	41%	24%	41%	57%	40%	47%	35%	34%	44%	47%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2611	931	252	1844	1951	1005	1930	860	431	1578	1543	1434	1441	789
Fehlende Angaben	51	30	15	6	17	34	8	33	10	8	9	3	8	8	3
<b>Valide Angaben</b>	<b>3744</b>	<b>2581</b>	<b>916</b>	<b>246</b>	<b>1827</b>	<b>1917</b>	<b>997</b>	<b>1897</b>	<b>850</b>	<b>423</b>	<b>1569</b>	<b>1540</b>	<b>1426</b>	<b>1433</b>	<b>786</b>

Frage: (KNR): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.27: Kanal-Nutzung – Programme des Schweizer Radios

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	22%	18%	30%	27%	22%	21%	27%	22%	14%	30%	19%	20%	31%	14%	16%
seltener	22%	22%	24%	17%	24%	21%	30%	19%	20%	21%	23%	22%	25%	21%	19%
einmal pro Woche	8%	9%	8%	9%	8%	8%	11%	8%	4%	6%	8%	9%	9%	8%	8%
mehrmals pro Woche	20%	21%	16%	19%	20%	20%	17%	23%	18%	19%	19%	22%	16%	24%	20%
(fast) täglich	28%	30%	22%	28%	26%	30%	15%	28%	44%	24%	31%	27%	19%	33%	37%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1542	1434	1440	788
Fehlende Angaben	94	53	31	10	46	49	16	64	14	21	22	16	26	26	6
<b>Valide Angaben</b>	<b>3700</b>	<b>2559</b>	<b>900</b>	<b>242</b>	<b>1798</b>	<b>1902</b>	<b>989</b>	<b>1866</b>	<b>845</b>	<b>410</b>	<b>1556</b>	<b>1526</b>	<b>1408</b>	<b>1414</b>	<b>782</b>

Frage: (KN4): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.28: Kanal-Nutzung – Schweizer Lokalradios

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	23%	23%	24%	21%	22%	25%	27%	21%	23%	29%	18%	26%	26%	18%	25%
seltener	24%	24%	23%	21%	22%	25%	29%	22%	22%	18%	21%	28%	21%	24%	28%
einmal pro Woche	7%	8%	6%	7%	7%	8%	8%	8%	5%	6%	6%	9%	7%	9%	6%
mehrmals pro Woche	19%	19%	21%	17%	21%	17%	18%	21%	17%	17%	20%	19%	20%	20%	18%
(fast) täglich	27%	26%	26%	34%	28%	25%	18%	28%	33%	30%	35%	18%	26%	29%	23%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1542	1435	1441	788
Fehlende Angaben	81	43	30	8	35	47	18	47	16	13	22	11	16	28	3
<b>Valide Angaben</b>	<b>3713</b>	<b>2569</b>	<b>901</b>	<b>244</b>	<b>1809</b>	<b>1904</b>	<b>987</b>	<b>1883</b>	<b>843</b>	<b>418</b>	<b>1556</b>	<b>1531</b>	<b>1419</b>	<b>1413</b>	<b>785</b>

Frage: (KN5): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

## A.4.3. Presse

Tabelle A.29: Kanal-Nutzung – Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	33%	34%	31%	33%	33%	34%	42%	34%	22%	41%	35%	29%	47%	26%	23%
seltener	23%	21%	28%	23%	22%	23%	30%	23%	14%	24%	22%	24%	25%	23%	18%
einmal pro Woche	11%	12%	8%	9%	12%	10%	11%	12%	9%	7%	11%	12%	10%	13%	9%
mehrmals pro Woche	11%	10%	14%	14%	11%	11%	9%	13%	10%	10%	9%	13%	7%	13%	13%
(fast) täglich	22%	23%	19%	21%	22%	22%	8%	18%	45%	18%	23%	22%	11%	25%	37%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.4%	±6.4%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1435	1440	788
Fehlende Angaben	101	45	46	10	36	65	22	60	19	14	37	13	35	20	10
<b>Valide Angaben</b>	<b>3694</b>	<b>2567</b>	<b>885</b>	<b>242</b>	<b>1808</b>	<b>1886</b>	<b>983</b>	<b>1870</b>	<b>840</b>	<b>417</b>	<b>1541</b>	<b>1530</b>	<b>1400</b>	<b>1420</b>	<b>778</b>

Frage: (KN6): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.30: Kanal-Nutzung – Gratis-Pendlerzeitungen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	44%	47%	40%	39%	43%	46%	46%	45%	42%	43%	42%	47%	45%	44%	45%
seltener	30%	30%	29%	31%	31%	29%	32%	29%	28%	25%	30%	31%	29%	31%	31%
einmal pro Woche	8%	7%	9%	11%	8%	8%	7%	8%	9%	10%	8%	7%	8%	8%	8%
mehrmals pro Woche	8%	8%	9%	6%	8%	8%	8%	8%	9%	10%	9%	7%	8%	8%	7%
(fast) täglich	10%	8%	13%	13%	10%	9%	7%	10%	12%	12%	11%	8%	10%	9%	9%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.5%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±5.0%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3794	2611	931	252	1843	1951	1005	1930	859	432	1578	1543	1435	1441	788
Fehlende Angaben	94	53	27	14	32	62	21	56	17	28	19	8	32	19	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>3700</b>	<b>2558</b>	<b>904</b>	<b>238</b>	<b>1811</b>	<b>1889</b>	<b>984</b>	<b>1874</b>	<b>842</b>	<b>404</b>	<b>1559</b>	<b>1535</b>	<b>1403</b>	<b>1422</b>	<b>783</b>

Frage: (KN7): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

### A.4.4. Online

Tabelle A.31: Kanal-Nutzung – Das Internet

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	3%	2%	3%	4%	3%	2%	1%	1%	9%	9%	3%	1%	3%	2%	3%
seltener	3%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	2%	5%	6%	3%	1%	4%	2%	1%
einmal pro Woche	2%	2%	4%	0%	2%	2%	2%	2%	3%	4%	3%	1%	3%	2%	1%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	12%	11%	14%	15%	12%	12%	8%	11%	17%	17%	14%	6%	13%	12%	8%
Gesamt	80%	82%	76%	79%	80%	81%	87%	84%	66%	64%	77%	91%	77%	82%	87%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.5%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3794	2612	931	252	1844	1950	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
Fehlende Angaben	47	30	13	4	16	31	9	28	10	6	5	4	11	5	3
<b>Valide Angaben</b>	<b>3747</b>	<b>2582</b>	<b>918</b>	<b>248</b>	<b>1828</b>	<b>1919</b>	<b>996</b>	<b>1902</b>	<b>849</b>	<b>425</b>	<b>1573</b>	<b>1539</b>	<b>1423</b>	<b>1436</b>	<b>785</b>

Frage: (KN8): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.32: Kanal-Nutzung – Online-Nachrichtenseiten oder Nachrichtenapps

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	11%	12%	10%	8%	13%	10%	7%	9%	20%	22%	12%	6%	13%	9%	8%
seltener	13%	13%	13%	12%	13%	13%	13%	12%	14%	20%	13%	9%	17%	11%	7%
einmal pro Woche	6%	5%	7%	5%	6%	5%	10%	5%	3%	7%	6%	5%	9%	5%	3%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	21%	20%	23%	22%	23%	19%	25%	20%	19%	19%	22%	20%	22%	21%	18%
Gesamt	49%	50%	47%	53%	45%	53%	45%	54%	44%	32%	47%	60%	39%	54%	64%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.5%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	80	41	35	4	37	42	14	43	22	19	17	8	21	11	6
<b>Valide Angaben</b>	<b>3715</b>	<b>2571</b>	<b>896</b>	<b>248</b>	<b>1807</b>	<b>1909</b>	<b>991</b>	<b>1887</b>	<b>837</b>	<b>412</b>	<b>1561</b>	<b>1535</b>	<b>1413</b>	<b>1429</b>	<b>782</b>

Frage: (KN9): Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden Medien und Inhalte?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Tabelle A.33: Nutzung Internet

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ja	68%	65%	75%	74%	63%	73%	90%	92%	47%	52%	66%	88%	70%	68%	39%
Nein	32%	35%	25%	26%	37%	27%	10%	8%	53%	48%	34%	12%	30%	32%	61%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±6.4%	±8.0%	±11.8%	±23.5%	±8.9%	±9.1%	±17.9%	±10.7%	±8.8%	±12.2%	±9.5%	±20.0%	±9.7%	±12.0%	±17.8%
Befragte	259	169	72	18	132	127	34	96	129	69	112	25	111	71	32
Fehlende Angaben	12	11	1	0	5	7	3	8	1	2	1	0	5	2	1
<b>Valide Angaben</b>	<b>247</b>	<b>158</b>	<b>71</b>	<b>18</b>	<b>127</b>	<b>120</b>	<b>31</b>	<b>88</b>	<b>128</b>	<b>67</b>	<b>111</b>	<b>25</b>	<b>106</b>	<b>69</b>	<b>31</b>

Frage: (O): Sind Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal im Internet gewesen?

Skala: 1 «Ja» / 2 «Nein»

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet selten oder nie genutzt wird.

#### A.4.5. Klassische Medien online

Tabelle A.34: Internetnutzung – Radio live über das Internet hören

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	41%	41%	41%	46%	42%	41%	46%	37%	48%	47%	43%	37%	46%	39%	37%
seltener	24%	25%	23%	18%	24%	23%	24%	24%	21%	21%	23%	26%	23%	25%	23%
einmal pro Woche	7%	6%	7%	7%	7%	6%	8%	7%	4%	5%	6%	8%	6%	7%	7%
mehrmals pro Woche (fast) täglich	11%	11%	11%	13%	10%	13%	10%	12%	10%	10%	10%	12%	10%	11%	12%
(fast) täglich	17%	17%	18%	16%	17%	17%	12%	20%	17%	17%	18%	17%	15%	18%	21%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.5%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.6%	±5.1%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3712	2551	915	247	1799	1914	1002	1918	793	399	1543	1540	1405	1419	768
Fehlende Angaben	83	47	28	9	45	39	22	47	15	14	19	15	27	17	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>3629</b>	<b>2504</b>	<b>887</b>	<b>238</b>	<b>1754</b>	<b>1875</b>	<b>980</b>	<b>1871</b>	<b>778</b>	<b>385</b>	<b>1524</b>	<b>1525</b>	<b>1378</b>	<b>1402</b>	<b>761</b>

Frage: (RtvInt1): Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet auch genutzt wird.

Tabelle A.35: Internetnutzung – Fernsehen live über das Internet sehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	40%	39%	41%	45%	45%	34%	36%	37%	50%	48%	43%	33%	47%	37%	30%
seltener	31%	32%	30%	22%	30%	32%	34%	31%	26%	26%	29%	36%	29%	33%	32%
einmal pro Woche	9%	9%	8%	11%	7%	11%	12%	9%	5%	3%	8%	11%	6%	10%	13%
mehrmals pro Woche	11%	11%	11%	10%	10%	12%	11%	12%	9%	10%	10%	12%	10%	11%	13%
(fast) täglich	9%	9%	10%	12%	8%	11%	7%	11%	10%	13%	10%	8%	8%	9%	12%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.5%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.6%	±5.1%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3713	2551	914	247	1799	1913	1001	1918	793	400	1542	1539	1405	1418	768
Fehlende Angaben	105	62	35	7	51	53	27	55	22	20	26	20	35	17	12
<b>Valide Angaben</b>	<b>3608</b>	<b>2489</b>	<b>879</b>	<b>240</b>	<b>1748</b>	<b>1860</b>	<b>974</b>	<b>1863</b>	<b>771</b>	<b>380</b>	<b>1516</b>	<b>1519</b>	<b>1370</b>	<b>1401</b>	<b>756</b>

Frage: (RtvInt2): Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet auch genutzt wird.

Tabelle A.36: Internetnutzung – Fernsehsendungen über Mediatheken

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	45%	40%	60%	46%	49%	42%	44%	40%	60%	55%	48%	39%	52%	44%	36%
seltener	28%	30%	23%	29%	29%	28%	29%	29%	25%	20%	30%	30%	27%	29%	30%
einmal pro Woche	9%	10%	5%	9%	7%	10%	10%	10%	5%	7%	7%	11%	6%	10%	10%
mehrmals pro Woche	11%	13%	7%	11%	9%	13%	13%	12%	6%	9%	9%	14%	10%	11%	14%
(fast) täglich	7%	7%	5%	5%	6%	7%	4%	9%	4%	9%	6%	6%	5%	6%	10%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.6%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.6%	±5.2%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3713	2551	914	247	1799	1914	1002	1918	793	400	1543	1539	1405	1418	768
Fehlende Angaben	171	90	64	17	87	84	53	81	37	31	60	36	70	43	17
<b>Valide Angaben</b>	<b>3542</b>	<b>2461</b>	<b>850</b>	<b>230</b>	<b>1712</b>	<b>1830</b>	<b>949</b>	<b>1837</b>	<b>756</b>	<b>369</b>	<b>1483</b>	<b>1503</b>	<b>1335</b>	<b>1375</b>	<b>751</b>

Frage: (RtvInt3): Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet auch genutzt wird.

Tabelle A.37: Internetnutzung – Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	31%	34%	24%	31%	34%	29%	13%	29%	59%	39%	34%	24%	29%	32%	34%
seltener	17%	17%	16%	18%	17%	17%	11%	20%	18%	19%	16%	17%	18%	18%	14%
einmal pro Woche	11%	12%	11%	11%	10%	13%	14%	12%	7%	10%	11%	12%	11%	10%	13%
mehrmals pro Woche	21%	19%	25%	23%	19%	22%	30%	20%	11%	17%	20%	24%	21%	21%	20%
(fast) täglich	20%	18%	24%	17%	20%	19%	32%	19%	5%	15%	19%	23%	21%	19%	19%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	2.8	2.7	3.1	2.8	2.8	2.9	3.6	2.8	1.9	2.5	2.7	3.0	2.9	2.8	2.8
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3712	2552	915	247	1798	1914	1002	1918	793	400	1542	1539	1405	1418	768
Fehlende Angaben	84	47	35	3	33	51	15	51	19	20	19	10	26	12	8
<b>Valide Angaben</b>	<b>3628</b>	<b>2505</b>	<b>880</b>	<b>244</b>	<b>1765</b>	<b>1863</b>	<b>987</b>	<b>1867</b>	<b>774</b>	<b>380</b>	<b>1523</b>	<b>1529</b>	<b>1379</b>	<b>1406</b>	<b>760</b>

Frage: (RtvInt4): Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

Skala: 1 «Nie» / 2 «Seltener» / 3 «Einmal pro Woche» / 4 «Mehrmals pro Woche» / 5 «(Fast) täglich»

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet auch genutzt wird.

## A.4.6. Nutzungsdauer

Tabelle A.38: Medienkonsum in Minuten pro Tag – Zusammenfassung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Medienkonsum - TV-Gerät	84	82	93	83	85	83	66	78	114	112	99	65	92	82	77
Medienkonsum - Radio-Gerät	89	95	68	87	92	85	67	88	112	99	118	61	97	91	74
Medienkonsum - Online	43	44	38	45	38	47	46	44	36	41	42	45	39	39	56
Medienkonsum - Zeitung	25	27	21	17	24	26	16	21	40	26	27	23	19	25	32
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

Wie ist das normalerweise an den Tagen, an denen Sie in Ihrer Freizeit Fernseh schauen, Radio hören oder Zeitung lesen?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.39: Medienkonsum – TV-Gerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 45min	28%	29%	25%	30%	28%	28%	35%	30%	19%	27%	21%	35%	27%	28%	31%
46–90min	30%	30%	29%	26%	29%	30%	30%	32%	24%	23%	28%	33%	26%	33%	29%
91–120min	25%	25%	25%	30%	26%	25%	24%	25%	26%	25%	28%	23%	27%	24%	24%
mehr als 120min	17%	16%	21%	14%	17%	17%	11%	13%	31%	25%	23%	9%	20%	15%	16%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	84	82	93	83	85	83	66	78	114	112	99	65	92	82	77
ø CI 95%	±3	±3	±8	±11	±4	±5	±5	±4	±7	±17	±4	±4	±6	±4	±6
Befragte	3485	2422	840	223	1709	1776	910	1758	815	383	1482	1417	1276	1364	753
Fehlende Angaben	1178	742	346	90	574	604	355	608	214	146	466	435	480	412	216
<b>Valide Angaben</b>	<b>2307</b>	<b>1680</b>	<b>494</b>	<b>133</b>	<b>1135</b>	<b>1172</b>	<b>555</b>	<b>1150</b>	<b>601</b>	<b>237</b>	<b>1016</b>	<b>982</b>	<b>796</b>	<b>952</b>	<b>537</b>

Frage: (DauerTV): Wie viele Minuten schauen Sie an einem TV-Gerät im Durchschnitt etwa fern?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.40: Medienkonsum – Radio-Gerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 20min	28%	28%	30%	26%	26%	30%	38%	28%	20%	31%	21%	33%	32%	27%	25%
21–45min	21%	20%	21%	28%	19%	22%	19%	23%	18%	21%	18%	25%	20%	21%	23%
46–120min	31%	30%	37%	23%	33%	30%	27%	30%	38%	24%	32%	32%	27%	30%	38%
mehr als 120min	20%	22%	12%	23%	22%	18%	16%	19%	24%	24%	29%	10%	21%	22%	14%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	89	95	68	87	92	85	67	88	112	99	118	61	97	91	74
ø CI 95%	±5	±6	±10	±22	±7	±7	±10	±7	±11	±21	±9	±6	±10	±8	±9
Befragte	3794	2612	931	252	1843	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
Fehlende Angaben	1668	1022	505	141	820	848	524	843	301	255	647	588	749	535	261
<b>Valide Angaben</b>	<b>2126</b>	<b>1590</b>	<b>426</b>	<b>111</b>	<b>1023</b>	<b>1103</b>	<b>481</b>	<b>1087</b>	<b>558</b>	<b>176</b>	<b>931</b>	<b>955</b>	<b>685</b>	<b>906</b>	<b>527</b>

Frage: (DauerR): Wie viele Minuten hören Sie an einem Radio-Gerät im Durchschnitt etwa Radio?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.41: Medienkonsum – Zeitung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 10min	25%	24%	26%	38%	26%	24%	39%	28%	11%	33%	23%	26%	38%	25%	15%
11–20min	29%	28%	33%	34%	30%	28%	31%	34%	21%	24%	28%	32%	28%	31%	27%
21–30min	25%	25%	25%	21%	25%	25%	21%	24%	29%	22%	28%	22%	20%	27%	25%
mehr als 30min	21%	23%	16%	7%	19%	23%	9%	14%	39%	21%	21%	20%	14%	17%	33%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	25	27	21	17	24	26	16	21	40	26	27	23	19	25	32
ø CI 95%	±1	±2	±2	±3	±2	±2	±2	±1	±3	±4	±2	±2	±2	±2	±2
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1931	859	431	1578	1542	1434	1440	788
Fehlende Angaben	2174	1402	600	173	1073	1101	682	1141	351	293	896	794	1044	701	310
<b>Valide Angaben</b>	<b>1621</b>	<b>1210</b>	<b>331</b>	<b>79</b>	<b>771</b>	<b>850</b>	<b>323</b>	<b>790</b>	<b>508</b>	<b>138</b>	<b>682</b>	<b>748</b>	<b>390</b>	<b>739</b>	<b>478</b>

Frage: (Dauer\_Zeitung): Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt (in Ihrer Freizeit) etwa Zeitung?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.42: Medienkonsum – Online

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 10min	18%	18%	20%	14%	20%	17%	19%	17%	21%	30%	19%	15%	23%	18%	11%
11–30min	45%	44%	47%	43%	46%	43%	44%	43%	49%	34%	44%	47%	42%	49%	41%
31–60min	24%	24%	24%	30%	24%	24%	23%	26%	20%	22%	24%	25%	23%	23%	28%
mehr als 60min	13%	14%	9%	13%	10%	16%	14%	14%	10%	14%	13%	13%	12%	10%	20%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	43	44	38	45	38	47	46	44	36	41	42	45	39	39	56
ø CI 95%	±2	±2	±4	±8	±2	±3	±4	±2	±4	±8	±3	±3	±3	±3	±4
Befragte	3713	2551	914	248	1799	1914	1001	1918	793	400	1543	1539	1405	1418	768
Fehlende Angaben	1116	632	384	100	573	543	278	573	265	198	488	271	528	356	127
<b>Valide Angaben</b>	<b>2597</b>	<b>1919</b>	<b>530</b>	<b>148</b>	<b>1226</b>	<b>1371</b>	<b>723</b>	<b>1345</b>	<b>528</b>	<b>202</b>	<b>1055</b>	<b>1268</b>	<b>877</b>	<b>1062</b>	<b>641</b>

Frage: (Dauer\_Online): Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Online?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Filter: Nur gefragt, wenn das Internet auch genutzt wird.

## A.4.7. Nutzungsmotive

Tabelle A.43: Motivation für die Mediennutzung – Radio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
zur Unterhaltung	37%	38%	32%	46%	38%	36%	43%	39%	27%	37%	38%	37%	43%	36%	29%
informieren	19%	17%	27%	19%	16%	22%	16%	18%	25%	25%	16%	20%	16%	17%	28%
sowohl als auch	44%	45%	41%	35%	46%	42%	41%	43%	48%	38%	46%	43%	41%	47%	43%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.8%	±2.1%	±3.7%	±7.1%	±2.5%	±2.5%	±3.5%	±2.5%	±3.6%	±5.7%	±2.7%	±2.7%	±3.0%	±2.8%	±3.8%
Befragte	3794	2612	930	252	1844	1951	1005	1931	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	595	325	215	55	276	320	211	298	86	122	175	216	303	138	83
<b>Valide Angaben</b>	<b>3199</b>	<b>2287</b>	<b>715</b>	<b>197</b>	<b>1568</b>	<b>1631</b>	<b>794</b>	<b>1633</b>	<b>773</b>	<b>309</b>	<b>1403</b>	<b>1327</b>	<b>1131</b>	<b>1302</b>	<b>705</b>

Frage: (MotivR): Nutzen Sie die folgenden Medien in erster Linie, um Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

Skala: 1 «Zur Unterhaltung» / 2 «Informieren» / 3 «Sowohl als auch»

Tabelle A.44: Motivation für die Mediennutzung – Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
zur Unterhaltung	37%	38%	35%	36%	36%	38%	47%	38%	24%	37%	36%	39%	49%	34%	21%
informieren	12%	10%	15%	16%	10%	13%	8%	13%	13%	18%	11%	10%	9%	10%	18%
sowohl als auch	51%	52%	50%	48%	54%	49%	45%	49%	63%	45%	53%	51%	42%	56%	61%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.1%	±3.5%	±6.9%	±2.5%	±2.4%	±3.4%	±2.4%	±3.6%	±5.2%	±2.6%	±2.8%	±2.8%	±2.8%	±3.8%
Befragte	3794	2612	931	252	1843	1951	1005	1930	859	432	1578	1543	1434	1440	789
Fehlende Angaben	449	289	121	39	186	263	128	250	71	68	102	228	173	132	95
<b>Valide Angaben</b>	<b>3345</b>	<b>2323</b>	<b>810</b>	<b>213</b>	<b>1657</b>	<b>1688</b>	<b>877</b>	<b>1680</b>	<b>788</b>	<b>364</b>	<b>1476</b>	<b>1315</b>	<b>1261</b>	<b>1308</b>	<b>694</b>

Frage: (MotivTV): Nutzen Sie die folgenden Medien in erster Linie, um Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

Skala: 1 «Zur Unterhaltung» / 2 «Informieren» / 3 «Sowohl als auch»

Tabelle A.45: Motivation für die Mediennutzung – Online

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
zur Unterhaltung	13%	11%	17%	15%	13%	13%	18%	12%	9%	24%	14%	8%	20%	9%	7%
informieren	27%	29%	25%	25%	27%	28%	14%	29%	40%	34%	27%	26%	22%	31%	32%
sowohl als auch	60%	60%	58%	60%	60%	59%	68%	59%	51%	42%	59%	66%	58%	60%	61%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.5%	±6.6%	±2.4%	±2.4%	±3.2%	±2.4%	±3.7%	±5.4%	±2.6%	±2.6%	±2.8%	±2.7%	±3.7%
Befragte	3795	2612	930	253	1844	1951	1005	1931	860	431	1578	1543	1435	1441	788
Fehlende Angaben	313	192	96	25	152	161	35	135	144	90	117	45	129	90	39
<b>Valide Angaben</b>	<b>3482</b>	<b>2420</b>	<b>834</b>	<b>228</b>	<b>1692</b>	<b>1790</b>	<b>970</b>	<b>1796</b>	<b>716</b>	<b>341</b>	<b>1461</b>	<b>1498</b>	<b>1306</b>	<b>1351</b>	<b>749</b>

Frage: (MotivO): Nutzen Sie die folgenden Medien in erster Linie, um Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

Skala: 1 «Zur Unterhaltung» / 2 «Informieren» / 3 «Sowohl als auch»

## A.5. Medienbewertung

### A.5.1. Professionalität

Tabelle A.46: Professionalität – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht professionell	2%	2%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	4%	5%	2%	1%	2%	2%	3%
(2)	5%	6%	4%	5%	5%	5%	4%	5%	5%	7%	6%	4%	5%	5%	6%
(3)	16%	19%	11%	10%	17%	16%	15%	14%	23%	18%	17%	15%	17%	15%	18%
(4)	37%	38%	34%	33%	38%	36%	36%	38%	36%	36%	38%	36%	37%	39%	32%
(5) Sehr professionell	40%	35%	49%	51%	39%	40%	44%	41%	32%	34%	37%	44%	39%	39%	41%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	4.1	4.0	4.2	4.3	4.1	4.1	4.2	4.1	3.9	3.9	4.0	4.2	4.1	4.1	4.0
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2111	753	206	1509	1561	758	1549	763	302	1338	1289	1073	1242	698
Fehlende Angaben	200	109	80	11	112	88	49	100	51	36	81	53	110	45	17
<b>Valide Angaben</b>	<b>2870</b>	<b>2002</b>	<b>673</b>	<b>195</b>	<b>1397</b>	<b>1473</b>	<b>709</b>	<b>1449</b>	<b>712</b>	<b>266</b>	<b>1257</b>	<b>1236</b>	<b>963</b>	<b>1197</b>	<b>681</b>

Frage: (PROF\_srgTV): Wie professionell gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von [SRG-TV]?

Skala: 1 «gar nicht professionell» bis 5 «sehr professionell»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht professionell	2%	4%	2%	0%	0%	1%	2%	2%	3%	1%	2%	4%	3%	2%
(2)	5%	1%	5%	5%	1%	6%	5%	6%	6%	6%	5%	5%	6%	6%
(3)	16%	12%	12%	13%	9%	18%	16%	18%	18%	19%	18%	19%	20%	8%
(4)	37%	37%	32%	42%	34%	40%	40%	32%	44%	36%	38%	38%	31%	30%
(5) Sehr professionell	40%	46%	49%	40%	56%	35%	37%	42%	29%	38%	37%	34%	40%	54%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	4.1	4.2	4.2	4.2	4.4	4.0	4.0	4.1	3.9	4.0	4.0	3.9	4.0	4.3
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.3	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	112	397	44	193	310	311	627	210	92	150
Fehlende Angaben	200	22	27	10	18	25	1	14	15	18	26	13	5	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>2869</b>	<b>165</b>	<b>299</b>	<b>98</b>	<b>94</b>	<b>372</b>	<b>43</b>	<b>179</b>	<b>295</b>	<b>293</b>	<b>601</b>	<b>197</b>	<b>87</b>	<b>145</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.47: Professionalität – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht professionell	2%	2%	2%	2%	1%	2%	4%	1%	2%	2%	1%	3%	1%	1%	3%
(2)	15%	16%	12%	9%	13%	17%	17%	13%	14%	15%	11%	19%	11%	16%	17%
(3)	30%	35%	17%	16%	29%	32%	29%	32%	29%	27%	30%	34%	28%	30%	36%
(4)	34%	33%	41%	30%	38%	31%	31%	34%	37%	33%	38%	30%	38%	36%	26%
(5) Sehr professionell	19%	14%	28%	43%	19%	18%	19%	20%	18%	23%	20%	14%	22%	17%	18%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.5	3.4	3.8	4.0	3.6	3.5	3.4	3.6	3.5	3.6	3.6	3.3	3.7	3.5	3.4
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1568	1144	311	112	783	785	340	804	423	186	768	547	531	660	346
Fehlende Angaben	100	62	31	7	47	53	15	63	22	25	40	22	46	27	11
<b>Valide Angaben</b>	<b>1468</b>	<b>1082</b>	<b>280</b>	<b>105</b>	<b>736</b>	<b>732</b>	<b>325</b>	<b>741</b>	<b>401</b>	<b>161</b>	<b>728</b>	<b>525</b>	<b>485</b>	<b>633</b>	<b>335</b>

Frage: (PROF\_RTV): Wie professionell gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht professionell» bis 5 «sehr professionell»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht professionell	2%	3%	0%	3%	2%	0%	0%	3%	1%	1%	3%	3%	3%	2%
(2)	15%	16%	14%	6%	8%	18%	22%	18%	17%	12%	14%	17%	13%	9%
(3)	30%	11%	18%	14%	30%	39%	35%	35%	33%	30%	35%	35%	38%	18%
(4)	34%	36%	39%	45%	37%	30%	30%	32%	36%	34%	35%	33%	26%	30%
(5) Sehr professionell	19%	34%	29%	32%	23%	13%	13%	12%	13%	23%	13%	12%	20%	41%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.5	3.8	3.8	3.9	3.7	3.4	3.4	3.3	3.4	3.7	3.4	3.4	3.5	4.0
ø CI 95%	±0.1	±0.3	±0.2	±0.2	±0.3	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2
Befragte	1567	82	94	69	67	188	25	108	189	161	339	117	40	89
Fehlende Angaben	100	8	9	5	6	13	2	6	12	10	16	6	2	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>1467</b>	<b>74</b>	<b>85</b>	<b>64</b>	<b>61</b>	<b>175</b>	<b>23</b>	<b>102</b>	<b>177</b>	<b>151</b>	<b>323</b>	<b>111</b>	<b>38</b>	<b>84</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.48: Professionalität – Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht professionell	1%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	3%	1%	1%	2%	1%	3%
(2)	4%	4%	5%	6%	4%	5%	5%	4%	3%	3%	6%	4%	4%	5%	4%
(3)	19%	19%	20%	17%	17%	20%	19%	18%	21%	31%	20%	14%	23%	17%	15%
(4)	38%	40%	31%	29%	41%	34%	39%	38%	36%	28%	37%	40%	38%	40%	32%
(5) Sehr professionell	38%	36%	43%	46%	37%	39%	35%	39%	38%	35%	36%	41%	33%	37%	46%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.0	4.0	4.1	4.0	3.9	4.0	4.2	4.0	4.1	4.2
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2939	2160	599	180	1433	1506	714	1497	727	283	1302	1226	994	1221	670
Fehlende Angaben	229	137	79	13	121	108	61	109	58	36	92	70	103	69	29
<b>Valide Angaben</b>	<b>2710</b>	<b>2023</b>	<b>520</b>	<b>167</b>	<b>1312</b>	<b>1398</b>	<b>653</b>	<b>1388</b>	<b>669</b>	<b>247</b>	<b>1210</b>	<b>1156</b>	<b>891</b>	<b>1152</b>	<b>641</b>

Frage: (PROF\_srgR): Wie professionell gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von [SRG-Radio]?

Skala: 1 «gar nicht professionell» bis 5 «sehr professionell»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht professionell	1%	3%	1%	0%	1%	0%	0%	3%	4%	0%	1%	1%	2%	2%	1%	
(2)	4%	8%	6%	4%	3%	5%	5%	3%	4%	6%	6%	4%	4%	5%	3%	
(3)	19%	18%	19%	21%	19%	18%	17%	29%	25%	16%	16%	18%	18%	16%	18%	
(4)	38%	30%	28%	32%	42%	43%	45%	24%	22%	42%	46%	42%	43%	41%	41%	
(5) Sehr professionell	38%	41%	46%	43%	35%	34%	33%	41%	45%	36%	31%	35%	34%	36%	34%	
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Durchschnitt	4.1	4.0	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.0	4.0	4.1	4.0	4.1	4.1	4.0	4.0	
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	
Befragte	2937	71	243	107	86	152	70	119	90	96	106	257	130	277	150	
Fehlende Angaben	229	10	33	10	5	14	4	10	9	5	7	14	9	17	11	
<b>Valide Angaben</b>	<b>2708</b>	<b>61</b>	<b>210</b>	<b>97</b>	<b>81</b>	<b>138</b>	<b>66</b>	<b>109</b>	<b>81</b>	<b>91</b>	<b>99</b>	<b>243</b>	<b>121</b>	<b>260</b>	<b>139</b>	

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.49: Professionalität – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region		Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht professionell	1%	1%	2%	1%	1%	2%	3%	1%	1%	4%	1%	2%	1%	1%	2%
(2)	9%	10%	7%	6%	7%	10%	10%	8%	9%	8%	8%	9%	7%	10%	11%
(3)	31%	32%	31%	20%	31%	31%	30%	31%	29%	21%	28%	37%	28%	31%	35%
(4)	37%	37%	37%	32%	38%	36%	36%	37%	40%	34%	39%	36%	38%	39%	31%
(5) Sehr professionell	22%	20%	23%	41%	23%	21%	21%	23%	21%	33%	24%	16%	26%	19%	21%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	4.1	3.7	3.6	3.6	3.7	3.7	3.8	3.8	3.5	3.8	3.6	3.6
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1749	566	157	1220	1251	688	1305	480	268	1150	949	976	992	464
Fehlende Angaben	178	106	61	11	93	84	49	90	39	37	73	57	89	52	21
<b>Valide Angaben</b>	<b>2294</b>	<b>1643</b>	<b>505</b>	<b>146</b>	<b>1127</b>	<b>1167</b>	<b>639</b>	<b>1215</b>	<b>441</b>	<b>231</b>	<b>1077</b>	<b>892</b>	<b>887</b>	<b>940</b>	<b>443</b>

Frage: (PROF\_LR): Wie professionell gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht professionell» bis 5 «sehr professionell»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht professionell	1%	5%	3%	0%	0%	2%	2%	1%	2%	3%	2%	1%	2%	1%	2%	1%
(2)	9%	7%	8%	8%	10%	8%	9%	11%	8%	8%	11%	9%	11%	6%	7%	10%
(3)	31%	34%	34%	30%	28%	28%	32%	35%	41%	24%	24%	27%	26%	32%	37%	30%
(4)	37%	29%	34%	40%	42%	39%	37%	30%	24%	37%	37%	47%	44%	41%	36%	35%
(5) Sehr professionell	22%	25%	21%	22%	20%	23%	20%	23%	25%	28%	26%	16%	17%	20%	18%	24%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.6	3.6	3.8	3.7	3.8	3.7	3.6	3.6	3.8	3.7	3.7	3.6	3.7	3.6	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2471	65	204	102	69	150	62	92	69	79	96	211	97	207	125	845
Fehlende Angaben	178	9	23	9	5	13	4	8	7	5	8	14	5	12	7	51
<b>Valide Angaben</b>	<b>2293</b>	<b>56</b>	<b>181</b>	<b>93</b>	<b>64</b>	<b>137</b>	<b>58</b>	<b>84</b>	<b>62</b>	<b>74</b>	<b>88</b>	<b>197</b>	<b>92</b>	<b>195</b>	<b>118</b>	<b>794</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.50: Professionalität – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht professionell	3%	3%	2%	5%	2%	4%	5%	2%	3%	5%	3%	3%	3%	2%	4%
(2)	11%	10%	11%	17%	11%	10%	12%	11%	6%	8%	9%	12%	10%	13%	8%
(3)	28%	28%	28%	28%	31%	26%	26%	29%	28%	26%	32%	25%	32%	28%	22%
(4)	33%	34%	35%	23%	34%	33%	31%	33%	40%	34%	32%	36%	34%	34%	32%
(5) Sehr professionell	25%	25%	24%	27%	22%	27%	26%	25%	23%	27%	24%	24%	21%	23%	34%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.5	3.6	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.6	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1925	564	136	1254	1371	774	1398	454	226	1119	1182	927	1036	619
Fehlende Angaben	166	106	51	9	79	88	46	93	28	31	57	63	69	58	19
<b>Valide Angaben</b>	<b>2459</b>	<b>1819</b>	<b>513</b>	<b>127</b>	<b>1175</b>	<b>1283</b>	<b>728</b>	<b>1305</b>	<b>426</b>	<b>195</b>	<b>1062</b>	<b>1119</b>	<b>858</b>	<b>978</b>	<b>600</b>

Frage: (PROF\_InfoOn): Wie professionell gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von[Online]?

Skala: 1 «gar nicht professionell» bis 5 «sehr professionell»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.5.2. Informationsgehalt

Tabelle A.51: Informationsgehalt – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht informativ	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	1%	3%
(2)	5%	5%	5%	4%	4%	6%	5%	4%	6%	6%	5%	5%	5%	4%	7%
(3)	19%	19%	19%	17%	19%	19%	18%	19%	21%	24%	21%	16%	22%	18%	17%
(4)	39%	41%	37%	33%	39%	40%	43%	36%	41%	36%	38%	41%	37%	43%	35%
(5) Sehr informativ	35%	33%	37%	45%	36%	33%	32%	39%	30%	32%	34%	36%	33%	34%	38%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	4.0	4.0	4.0	4.2	4.0	4.0	4.0	4.0	3.9	3.9	4.0	4.1	3.9	4.0	4.0
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2111	753	206	1509	1561	758	1549	763	301	1339	1289	1073	1242	698
Fehlende Angaben	246	146	77	23	138	108	57	137	52	44	97	77	133	60	26
<b>Valide Angaben</b>	<b>2824</b>	<b>1965</b>	<b>676</b>	<b>183</b>	<b>1371</b>	<b>1453</b>	<b>701</b>	<b>1412</b>	<b>711</b>	<b>257</b>	<b>1242</b>	<b>1212</b>	<b>940</b>	<b>1182</b>	<b>672</b>

Frage: (INFO\_srgTV): Wie informativ sind die Beiträge im [SRG-TV]?

Skala: 1 «gar nicht informativ» bis 5 «sehr informativ»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht informativ	2%	4%	3%	1%	2%	3%	0%	1%	2%	1%	3%	2%	2%	1%
(2)	5%	5%	3%	8%	5%	4%	7%	5%	8%	5%	4%	7%	5%	4%
(3)	19%	18%	17%	25%	19%	18%	20%	20%	17%	22%	17%	25%	17%	17%
(4)	39%	34%	40%	36%	34%	43%	41%	37%	42%	36%	43%	33%	45%	33%
(5) Sehr informativ	35%	39%	37%	30%	40%	32%	32%	37%	31%	36%	33%	33%	31%	45%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	4.0	4.0	4.1	3.9	4.1	4.0	4.0	4.1	3.9	4.0	4.0	3.9	4.0	4.2
ø CI 95%	±0.0	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.3	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	113	398	44	194	311	311	627	210	92	150
Fehlende Angaben	246	25	30	9	13	34	3	20	24	22	31	16	8	12
<b>Valide Angaben</b>	<b>2823</b>	<b>162</b>	<b>296</b>	<b>99</b>	<b>100</b>	<b>364</b>	<b>41</b>	<b>174</b>	<b>287</b>	<b>289</b>	<b>596</b>	<b>194</b>	<b>84</b>	<b>138</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.52: Informationsgehalt – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht informativ	2%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	1%	3%
(2)	13%	14%	9%	8%	12%	14%	15%	12%	11%	8%	9%	19%	11%	19%	
(3)	35%	36%	39%	18%	33%	38%	33%	37%	34%	33%	35%	39%	32%	37%	39%
(4)	31%	32%	30%	30%	35%	27%	34%	28%	35%	37%	32%	27%	32%	36%	20%
(5) Sehr informativ	19%	16%	19%	43%	19%	19%	16%	21%	18%	19%	22%	13%	23%	15%	19%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.5	3.5	3.6	4.0	3.6	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.6	3.3	3.6	3.5	3.3
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1568	1144	311	112	783	785	340	804	424	185	768	547	531	659	346
Fehlende Angaben	123	89	29	5	61	62	32	72	19	25	46	44	63	35	14
<b>Valide Angaben</b>	<b>1445</b>	<b>1055</b>	<b>282</b>	<b>107</b>	<b>722</b>	<b>723</b>	<b>308</b>	<b>732</b>	<b>405</b>	<b>160</b>	<b>722</b>	<b>503</b>	<b>468</b>	<b>624</b>	<b>332</b>

Frage: (INFO\_RTV): Wie informativ sind die Beiträge im [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht informativ» bis 5 «sehr informativ»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht informativ	2%	0%	3%	5%	1%	2%	4%	2%	2%	1%	1%	3%	0%	1%
(2)	13%	7%	8%	9%	10%	12%	17%	15%	12%	12%	16%	18%	13%	9%
(3)	35%	44%	38%	30%	37%	41%	39%	35%	34%	29%	36%	39%	37%	23%
(4)	31%	20%	34%	29%	35%	32%	31%	35%	37%	33%	30%	27%	34%	25%
(5) Sehr informativ	19%	29%	17%	27%	17%	13%	9%	13%	15%	25%	17%	13%	16%	42%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.5	3.7	3.5	3.7	3.6	3.4	3.2	3.4	3.5	3.7	3.5	3.3	3.5	4.0
ø CI 95%	±0.1	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2
Befragte	1567	82	93	69	66	188	26	108	189	162	340	116	40	89
Fehlende Angaben	123	10	4	7	7	16	3	10	17	13	25	5	2	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>1444</b>	<b>72</b>	<b>89</b>	<b>62</b>	<b>59</b>	<b>172</b>	<b>23</b>	<b>98</b>	<b>172</b>	<b>149</b>	<b>315</b>	<b>111</b>	<b>38</b>	<b>84</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.53: Informationsgehalt – Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht informativ	5%	5%	7%	7%	5%	6%	5%	6%	5%	5%	5%	6%	7%	4%	5%
(2)	8%	7%	10%	6%	7%	8%	8%	8%	6%	8%	8%	7%	8%	6%	8%
(3)	26%	25%	31%	25%	25%	26%	29%	25%	24%	32%	27%	23%	30%	28%	18%
(4)	34%	36%	27%	30%	36%	32%	36%	33%	35%	30%	33%	35%	34%	36%	31%
(5) Sehr informativ	27%	27%	25%	32%	27%	28%	22%	28%	30%	25%	27%	29%	21%	26%	38%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.7	3.7	3.5	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.8	3.6	3.7	3.7	3.5	3.7	3.9
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2938	2159	599	180	1432	1506	714	1497	727	282	1303	1226	994	1221	670
Fehlende Angaben	309	215	77	17	172	137	77	160	72	53	139	88	146	107	29
<b>Valide Angaben</b>	<b>2629</b>	<b>1944</b>	<b>522</b>	<b>163</b>	<b>1260</b>	<b>1369</b>	<b>637</b>	<b>1337</b>	<b>655</b>	<b>229</b>	<b>1164</b>	<b>1138</b>	<b>848</b>	<b>1114</b>	<b>641</b>

Frage: (INFO\_srgR): Wie informativ sind die Beiträge im [SRG-Radio]?

Skala: 1 «gar nicht informativ» bis 5 «sehr informativ»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht informativ	5%	9%	7%	3%	4%	3%	7%	7%	7%	6%	4%	6%	6%	7%	1%	5%
(2)	8%	8%	8%	10%	4%	7%	8%	7%	8%	6%	8%	9%	8%	8%	8%	7%
(3)	26%	28%	34%	28%	16%	22%	16%	25%	24%	23%	23%	24%	27%	25%	30%	26%
(4)	34%	25%	23%	29%	41%	43%	45%	29%	24%	43%	44%	30%	31%	35%	38%	35%
(5) Sehr informativ	27%	30%	28%	30%	35%	25%	24%	32%	37%	22%	21%	31%	28%	25%	23%	27%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.7	3.6	3.6	3.7	4.0	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2937	71	243	107	85	153	70	119	90	97	106	257	130	276	151	984
Fehlende Angaben	309	11	31	18	10	19	8	13	11	7	10	24	12	31	18	86
<b>Valide Angaben</b>	<b>2628</b>	<b>60</b>	<b>212</b>	<b>89</b>	<b>75</b>	<b>134</b>	<b>62</b>	<b>106</b>	<b>79</b>	<b>90</b>	<b>96</b>	<b>233</b>	<b>118</b>	<b>245</b>	<b>133</b>	<b>898</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.54: Informationsgehalt – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht informativ	4%	3%	7%	2%	3%	5%	5%	4%	2%	5%	3%	5%	4%	3%	4%
(2)	16%	16%	16%	13%	14%	17%	17%	16%	14%	6%	12%	23%	11%	17%	22%
(3)	37%	38%	36%	31%	39%	35%	36%	37%	36%	31%	37%	38%	36%	41%	32%
(4)	27%	28%	26%	24%	28%	27%	27%	27%	31%	32%	30%	25%	29%	28%	25%
(5) Sehr informativ	16%	15%	15%	30%	16%	16%	15%	16%	17%	26%	18%	9%	20%	11%	17%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.4	3.4	3.3	3.7	3.4	3.3	3.3	3.3	3.5	3.7	3.5	3.1	3.5	3.3	3.3
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1749	566	156	1220	1252	688	1305	479	268	1150	949	977	992	463
Fehlende Angaben	243	160	67	15	128	115	76	123	44	43	102	84	131	72	25
<b>Valide Angaben</b>	<b>2229</b>	<b>1589</b>	<b>499</b>	<b>141</b>	<b>1092</b>	<b>1137</b>	<b>612</b>	<b>1182</b>	<b>435</b>	<b>225</b>	<b>1048</b>	<b>865</b>	<b>846</b>	<b>920</b>	<b>438</b>

Frage: (INFO\_LR): Wie informativ sind die Beiträge im [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht informativ» bis 5 «sehr informativ»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht informativ	4%	7%	7%	2%	0%	4%	4%	2%	3%	1%	1%	4%	5%	4%	2%	4%
(2)	16%	18%	16%	12%	10%	13%	14%	20%	24%	19%	15%	14%	21%	14%	14%	16%
(3)	37%	42%	41%	43%	34%	36%	35%	45%	38%	28%	33%	42%	34%	38%	41%	33%
(4)	27%	22%	21%	28%	36%	33%	31%	22%	25%	31%	31%	27%	27%	30%	24%	29%
(5) Sehr informativ	16%	11%	15%	15%	20%	14%	16%	11%	10%	21%	20%	13%	13%	14%	19%	18%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.4	3.1	3.2	3.4	3.6	3.4	3.4	3.2	3.1	3.5	3.5	3.3	3.2	3.4	3.4	3.4
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	3793	129	391	150	103	199	92	147	115	116	124	321	173	338	193	1203
Fehlende Angaben	1565	74	211	59	43	64	37	65	54	41	36	128	88	150	76	439
<b>Valide Angaben</b>	<b>2228</b>	<b>55</b>	<b>180</b>	<b>91</b>	<b>60</b>	<b>135</b>	<b>55</b>	<b>82</b>	<b>61</b>	<b>75</b>	<b>88</b>	<b>193</b>	<b>85</b>	<b>188</b>	<b>117</b>	<b>764</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.55: Informationsgehalt – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht informativ	3%	3%	4%	3%	2%	4%	4%	2%	3%	5%	3%	3%	3%	2%	4%
(2)	9%	9%	10%	10%	10%	8%	9%	10%	7%	3%	8%	11%	10%	10%	7%
(3)	27%	27%	28%	22%	29%	25%	24%	28%	31%	28%	28%	25%	26%	30%	22%
(4)	35%	35%	35%	26%	34%	36%	34%	34%	38%	33%	36%	34%	37%	33%	36%
(5) Sehr informativ	26%	26%	23%	39%	25%	27%	29%	26%	21%	31%	25%	27%	24%	25%	31%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.9	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1925	564	136	1254	1371	774	1397	454	227	1119	1182	927	1037	619
Fehlende Angaben	155	100	46	9	77	78	36	90	29	33	59	49	68	51	15
<b>Valide Angaben</b>	<b>2470</b>	<b>1825</b>	<b>518</b>	<b>127</b>	<b>1177</b>	<b>1293</b>	<b>738</b>	<b>1307</b>	<b>425</b>	<b>194</b>	<b>1060</b>	<b>1133</b>	<b>859</b>	<b>986</b>	<b>604</b>

Frage: (INFO\_InfoOn): Wie informativ sind die Beiträge [Online]?

Skala: 1 «gar nicht informativ» bis 5 «sehr informativ»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.5.3. Lokal-regionale Berichterstattung

Tabelle A.56: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar keinen Stellenwert	8%	11%	3%	2%	7%	10%	7%	9%	9%	9%	9%	8%	8%	7%	11%
(2)	18%	22%	8%	5%	17%	18%	18%	18%	17%	9%	16%	21%	16%	17%	21%
(3)	31%	32%	28%	25%	31%	30%	35%	29%	30%	26%	30%	33%	32%	32%	27%
(4)	26%	22%	35%	33%	26%	26%	25%	26%	26%	31%	26%	24%	27%	26%	24%
(5) Sehr hohen Stellenwert	17%	13%	26%	35%	19%	16%	15%	18%	18%	25%	19%	14%	17%	18%	17%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.3	3.0	3.7	3.9	3.3	3.2	3.2	3.3	3.3	3.6	3.3	3.1	3.3	3.3	3.1
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2111	754	205	1509	1561	758	1548	763	302	1339	1289	1073	1242	699
Fehlende Angaben	330	210	95	25	193	137	84	167	79	59	114	124	159	92	56
<b>Valide Angaben</b>	<b>2740</b>	<b>1901</b>	<b>659</b>	<b>180</b>	<b>1316</b>	<b>1424</b>	<b>674</b>	<b>1381</b>	<b>684</b>	<b>243</b>	<b>1225</b>	<b>1165</b>	<b>914</b>	<b>1150</b>	<b>643</b>

Frage: (LokReg\_srgTV): Welchen Stellenwert hat die lokal-regionale Berichterstattung Ihrer Meinung nach im Informationsangebot im [SRG-TV]?

Skala: 1 «gar keinen Stellenwert» bis 5 «sehr hohen Stellenwert»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar keinen Stellenwert	8%	2%	4%	2%	3%	9%	10%	8%	10%	13%	11%	15%	7%	3%
(2)	18%	4%	8%	11%	12%	24%	28%	27%	23%	15%	20%	24%	21%	6%
(3)	31%	25%	30%	33%	29%	30%	26%	30%	33%	33%	31%	34%	27%	27%
(4)	26%	41%	33%	31%	31%	24%	28%	19%	23%	22%	25%	18%	27%	26%
(5) Sehr hohen Stellenwert	17%	28%	25%	23%	25%	13%	8%	16%	11%	17%	13%	9%	18%	38%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.3	3.9	3.7	3.6	3.6	3.1	3.0	3.1	3.0	3.1	3.1	2.8	3.3	3.9
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	112	398	44	194	311	311	627	210	91	149
Fehlende Angaben	330	26	35	8	16	38	5	22	32	26	80	21	9	11
<b>Valide Angaben</b>	<b>2739</b>	<b>161</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>96</b>	<b>360</b>	<b>39</b>	<b>172</b>	<b>279</b>	<b>285</b>	<b>547</b>	<b>189</b>	<b>82</b>	<b>138</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.57: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar keinen Stellenwert	3%	3%	1%	0%	3%	2%	4%	2%	2%	5%	2%	2%	4%	1%	3%
(2)	7%	8%	5%	4%	7%	7%	9%	6%	7%	9%	6%	7%	7%	5%	11%
(3)	19%	20%	18%	15%	19%	19%	22%	16%	23%	22%	21%	15%	24%	19%	12%
(4)	32%	33%	31%	25%	32%	32%	28%	32%	36%	35%	33%	31%	30%	35%	29%
(5) Sehr hohen Stellenwert	39%	36%	45%	56%	39%	40%	37%	44%	32%	29%	38%	45%	35%	40%	45%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	4.0	3.9	4.2	4.3	4.0	4.0	3.9	4.1	3.9	3.7	4.0	4.1	3.9	4.1	4.0
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1568	1145	311	113	783	785	340	804	423	185	768	547	530	659	347
Fehlende Angaben	94	63	20	12	46	48	19	58	17	25	38	19	48	17	15
<b>Valide Angaben</b>	<b>1474</b>	<b>1082</b>	<b>291</b>	<b>101</b>	<b>737</b>	<b>737</b>	<b>321</b>	<b>746</b>	<b>406</b>	<b>160</b>	<b>730</b>	<b>528</b>	<b>482</b>	<b>642</b>	<b>332</b>

Frage: (LokReg\_RTV): Welchen Stellenwert hat die lokal-regionale Berichterstattung Ihrer Meinung nach im Informationsangebot im [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar keinen Stellenwert» bis 5 «sehr hohen Stellenwert»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar keinen Stellenwert	3%	0%	6%	0%	1%	3%	4%	4%	2%	3%	4%	4%	0%	0%
(2)	7%	3%	3%	6%	5%	7%	13%	10%	7%	6%	8%	10%	8%	4%
(3)	19%	18%	15%	16%	20%	17%	21%	12%	19%	17%	20%	29%	34%	17%
(4)	32%	30%	41%	29%	20%	41%	29%	28%	37%	28%	37%	20%	26%	22%
(5) Sehr hohen Stellenwert	39%	49%	35%	49%	54%	32%	33%	46%	35%	46%	31%	37%	32%	57%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	4.0	4.3	4.0	4.2	4.2	3.9	3.8	4.1	3.9	4.1	3.8	3.8	3.8	4.3
ø CI 95%	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.5	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2
Befragte	1567	83	93	69	66	188	26	108	189	161	339	116	41	89
Fehlende Angaben	94	7	5	4	2	13	2	7	11	8	19	6	3	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>1473</b>	<b>76</b>	<b>88</b>	<b>65</b>	<b>64</b>	<b>175</b>	<b>24</b>	<b>101</b>	<b>178</b>	<b>153</b>	<b>320</b>	<b>110</b>	<b>38</b>	<b>82</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.58: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region		Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar keinen Stellenwert	10%	11%	7%	6%	9%	11%	9%	10%	10%	6%	10%	11%	11%	7%	13%
(2)	18%	21%	11%	4%	16%	20%	20%	19%	14%	10%	15%	23%	16%	19%	18%
(3)	31%	30%	35%	28%	32%	30%	36%	31%	27%	31%	29%	34%	33%	32%	27%
(4)	26%	24%	28%	43%	27%	26%	24%	26%	29%	29%	30%	21%	28%	26%	24%
(5) Sehr hohen Stellenwert	15%	14%	19%	19%	16%	13%	11%	14%	20%	24%	16%	11%	12%	16%	18%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.2	3.1	3.4	3.6	3.3	3.1	3.1	3.2	3.4	3.6	3.3	3.0	3.1	3.2	3.2
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2938	2160	599	180	1432	1506	714	1497	728	283	1302	1226	994	1221	670
Fehlende Angaben	353	244	86	23	196	157	95	179	80	57	129	136	135	133	54
<b>Valide Angaben</b>	<b>2585</b>	<b>1916</b>	<b>513</b>	<b>157</b>	<b>1236</b>	<b>1349</b>	<b>619</b>	<b>1318</b>	<b>648</b>	<b>226</b>	<b>1173</b>	<b>1090</b>	<b>859</b>	<b>1088</b>	<b>616</b>

Frage: (LokReg\_srgR): Welchen Stellenwert hat die lokal-regionale Berichterstattung Ihrer Meinung nach im Informationsangebot im [SRG-Radio]?

Skala: 1 «gar keinen Stellenwert» bis 5 «sehr hohen Stellenwert»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar keinen Stellenwert	10%	9%	7%	5%	10%	11%	14%	12%	12%	9%	10%	9%	7%	14%	13%	9%
(2)	18%	7%	9%	15%	22%	19%	21%	16%	13%	15%	18%	23%	20%	20%	21%	18%
(3)	31%	32%	31%	40%	25%	32%	29%	34%	35%	35%	34%	28%	31%	29%	29%	31%
(4)	26%	27%	30%	28%	28%	22%	25%	25%	27%	24%	27%	25%	27%	23%	25%	28%
(5) Sehr hohen Stellenwert	15%	25%	23%	12%	15%	16%	11%	13%	13%	17%	11%	15%	15%	14%	12%	14%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.2	3.5	3.5	3.2	3.2	3.1	3.0	3.1	3.2	3.2	3.1	3.1	3.2	3.0	3.0	3.2
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1
Befragte	2937	71	243	107	86	152	70	119	90	96	106	257	129	277	150	983
Fehlende Angaben	353	13	36	14	8	22	7	18	15	9	10	28	20	34	14	106
<b>Valide Angaben</b>	<b>2584</b>	<b>58</b>	<b>207</b>	<b>93</b>	<b>78</b>	<b>130</b>	<b>63</b>	<b>101</b>	<b>75</b>	<b>87</b>	<b>96</b>	<b>229</b>	<b>109</b>	<b>243</b>	<b>136</b>	<b>877</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.59: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar keinen Stellenwert	5%	5%	6%	5%	4%	6%	5%	5%	5%	11%	4%	6%	4%	6%	6%
(2)	8%	8%	8%	6%	8%	8%	10%	7%	9%	7%	8%	7%	9%	6%	8%
(3)	23%	23%	25%	22%	24%	23%	26%	21%	25%	21%	23%	22%	25%	22%	23%
(4)	34%	33%	33%	34%	33%	34%	33%	32%	36%	35%	34%	34%	34%	35%	29%
(5) Sehr hohen Stellenwert	30%	31%	28%	33%	31%	29%	26%	35%	25%	26%	31%	31%	28%	31%	34%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8	3.7	3.6	3.8	3.7	3.6	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1749	566	157	1221	1251	687	1305	480	268	1150	949	976	992	463
Fehlende Angaben	216	134	64	18	118	98	72	114	30	40	80	81	110	64	23
<b>Valide Angaben</b>	<b>2256</b>	<b>1615</b>	<b>502</b>	<b>139</b>	<b>1103</b>	<b>1153</b>	<b>615</b>	<b>1191</b>	<b>450</b>	<b>228</b>	<b>1070</b>	<b>868</b>	<b>866</b>	<b>928</b>	<b>440</b>

Frage: (LokReg\_LR): Welchen Stellenwert hat die lokal-regionale Berichterstattung Ihrer Meinung nach im Informationsangebot im [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar keinen Stellenwert» bis 5 «sehr hohen Stellenwert»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar keinen Stellenwert	5%	7%	6%	5%	2%	6%	2%	3%	2%	5%	3%	6%	8%	7%	8%	4%
(2)	8%	7%	10%	7%	6%	5%	7%	7%	7%	7%	6%	9%	9%	10%	10%	8%
(3)	23%	33%	29%	18%	16%	20%	23%	22%	18%	24%	23%	29%	34%	22%	21%	22%
(4)	34%	22%	31%	38%	40%	40%	40%	34%	35%	29%	29%	33%	28%	32%	32%	34%
(5) Sehr hohen Stellenwert	30%	31%	24%	32%	36%	29%	28%	34%	38%	35%	39%	23%	21%	29%	29%	32%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	3.6	3.6	3.9	4.0	3.8	3.8	3.9	4.0	3.8	3.9	3.6	3.5	3.7	3.6	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1
Befragte	2471	65	205	102	69	149	61	91	70	79	96	211	96	207	125	845
Fehlende Angaben	216	10	28	6	7	14	5	9	9	4	7	13	9	13	10	73
<b>Valide Angaben</b>	<b>2255</b>	<b>55</b>	<b>177</b>	<b>96</b>	<b>62</b>	<b>135</b>	<b>56</b>	<b>82</b>	<b>61</b>	<b>75</b>	<b>89</b>	<b>198</b>	<b>87</b>	<b>194</b>	<b>115</b>	<b>772</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.6o: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar keinen Stellenwert	8%	9%	7%	2%	8%	8%	5%	9%	8%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
(2)	17%	19%	12%	6%	16%	18%	16%	18%	15%	11%	13%	22%	14%	17%	21%
(3)	32%	33%	27%	28%	32%	31%	35%	29%	36%	25%	30%	35%	31%	32%	31%
(4)	27%	26%	32%	39%	28%	27%	29%	28%	25%	35%	31%	24%	30%	28%	24%
(5) Sehr hohen Stellenwert	16%	13%	22%	25%	16%	16%	15%	16%	16%	22%	18%	11%	18%	14%	15%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.3	3.2	3.5	3.8	3.3	3.2	3.3	3.2	3.3	3.5	3.4	3.1	3.4	3.2	3.1
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1925	564	136	1254	1372	773	1398	454	226	1119	1182	927	1037	618
Fehlende Angaben	229	163	54	12	105	125	66	127	36	39	86	88	91	81	41
<b>Valide Angaben</b>	<b>2396</b>	<b>1762</b>	<b>510</b>	<b>124</b>	<b>1149</b>	<b>1247</b>	<b>707</b>	<b>1271</b>	<b>418</b>	<b>187</b>	<b>1033</b>	<b>1094</b>	<b>836</b>	<b>956</b>	<b>577</b>

Frage: (LokReg\_InfoOn): Wie informativ sind die Beiträge [Online]?

Skala: 1 «gar keinen Stellenwert» bis 5 «sehr hohen Stellenwert»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

### A.5.4. Ausgewogenheit

Tabelle A.61: Ausgewogenheit – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht ausgewogen	5%	6%	4%	3%	4%	6%	5%	5%	5%	4%	5%	5%	4%	5%	7%
(2)	7%	8%	6%	7%	7%	7%	7%	6%	8%	10%	7%	7%	7%	7%	8%
(3)	29%	31%	24%	24%	31%	27%	31%	27%	32%	27%	31%	27%	34%	28%	23%
(4)	37%	38%	37%	32%	38%	37%	39%	38%	36%	37%	36%	40%	37%	40%	34%
(5) Sehr ausgewogen	22%	17%	29%	34%	20%	23%	18%	24%	19%	22%	21%	21%	18%	20%	28%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.6	3.5	3.8	3.9	3.6	3.6	3.6	3.7	3.6	3.6	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2111	754	206	1509	1560	758	1549	763	301	1339	1289	1073	1243	698
Fehlende Angaben	310	185	112	14	177	133	95	154	62	54	108	116	175	72	41
<b>Valide Angaben</b>	<b>2760</b>	<b>1926</b>	<b>642</b>	<b>192</b>	<b>1332</b>	<b>1427</b>	<b>663</b>	<b>1395</b>	<b>701</b>	<b>247</b>	<b>1231</b>	<b>1173</b>	<b>898</b>	<b>1171</b>	<b>657</b>

Frage: (AUSG\_srgTV): Wie ausgewogen gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von [SRG-TV]?

Skala: 1 «gar nicht ausgewogen» bis 5 «sehr ausgewogen»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht ausgewogen	5%	5%	5%	3%	2%	3%	7%	9%	6%	5%	5%	8%	6%	2%
(2)	7%	2%	6%	10%	6%	7%	5%	6%	10%	9%	6%	7%	7%	8%
(3)	29%	23%	24%	33%	19%	33%	32%	24%	32%	28%	30%	36%	28%	27%
(4)	37%	35%	36%	41%	41%	41%	38%	33%	36%	38%	41%	31%	40%	30%
(5) Sehr ausgewogen	22%	35%	29%	13%	32%	16%	18%	28%	16%	20%	18%	18%	19%	33%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.6	3.9	3.8	3.5	3.9	3.6	3.5	3.7	3.4	3.6	3.6	3.5	3.6	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.3	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	113	398	44	193	311	311	627	210	92	150
Fehlende Angaben	310	40	40	10	19	43	5	21	20	23	59	18	7	5
<b>Valide Angaben</b>	<b>2759</b>	<b>147</b>	<b>286</b>	<b>98</b>	<b>94</b>	<b>355</b>	<b>39</b>	<b>172</b>	<b>291</b>	<b>288</b>	<b>568</b>	<b>192</b>	<b>85</b>	<b>145</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.62: Ausgewogenheit – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht ausgewogen	2%	3%	2%	2%	2%	3%	4%	1%	3%	4%	1%	2%	2%	3%	2%
(2)	13%	14%	9%	7%	12%	13%	12%	13%	12%	11%	12%	15%	11%	12%	17%
(3)	39%	40%	38%	33%	36%	42%	43%	41%	32%	31%	36%	48%	40%	38%	40%
(4)	31%	30%	33%	28%	34%	27%	28%	29%	37%	32%	34%	25%	30%	34%	25%
(5) Sehr ausgewogen	15%	13%	18%	30%	16%	15%	13%	16%	16%	22%	17%	10%	17%	13%	16%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.4	3.4	3.6	3.8	3.5	3.4	3.3	3.5	3.5	3.6	3.5	3.3	3.5	3.4	3.3
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1567	1144	311	112	783	785	341	804	424	185	768	547	531	660	346
Fehlende Angaben	167	106	50	11	87	80	38	98	32	29	65	57	79	57	21
<b>Valide Angaben</b>	<b>1400</b>	<b>1038</b>	<b>261</b>	<b>101</b>	<b>696</b>	<b>705</b>	<b>303</b>	<b>706</b>	<b>392</b>	<b>156</b>	<b>703</b>	<b>490</b>	<b>452</b>	<b>603</b>	<b>325</b>

Frage: (AUSG\_RTV): Wie ausgewogen in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht ausgewogen» bis 5 «sehr ausgewogen»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV											
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12
(1) Gar nicht ausgewogen	2%	0%	4%	2%	2%	0%	5%	3%	3%	3%	4%	0%	3%
(2)	13%	6%	2%	11%	15%	10%	14%	15%	18%	11%	15%	13%	22%
(3)	39%	32%	40%	32%	35%	43%	45%	42%	37%	28%	42%	48%	43%
(4)	31%	40%	35%	31%	30%	32%	32%	25%	32%	38%	29%	21%	24%
(5) Sehr ausgewogen	15%	22%	19%	24%	18%	15%	9%	13%	10%	20%	11%	14%	11%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.4	3.8	3.6	3.7	3.5	3.5	3.4	3.3	3.3	3.6	3.3	3.3	3.2
ø CI 95%	±0.1	±0.2	±0.2	±0.3	±0.3	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3
Befragte	1567	82	93	69	66	187	26	108	188	161	340	116	40
Fehlende Angaben	167	19	15	7	7	23	3	15	20	13	24	8	3
<b>Valide Angaben</b>	<b>1400</b>	<b>63</b>	<b>78</b>	<b>62</b>	<b>59</b>	<b>164</b>	<b>23</b>	<b>93</b>	<b>168</b>	<b>148</b>	<b>316</b>	<b>108</b>	<b>37</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.63: Ausgewogenheit – Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht ausgewogen	3%	3%	3%	3%	2%	4%	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	2%	6%
(2)	7%	7%	8%	4%	5%	9%	10%	7%	5%	9%	7%	7%	8%	6%	7%
(3)	29%	29%	28%	27%	31%	26%	33%	27%	27%	32%	29%	28%	33%	29%	21%
(4)	38%	40%	34%	35%	40%	37%	36%	38%	42%	33%	40%	38%	37%	42%	35%
(5) Sehr ausgewogen	23%	21%	27%	31%	22%	24%	18%	25%	23%	22%	21%	24%	19%	21%	31%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.9	3.7	3.7	3.5	3.7	3.8	3.6	3.7	3.7	3.6	3.7	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2938	2159	599	180	1432	1506	714	1498	727	283	1302	1226	993	1221	670
Fehlende Angaben	363	229	109	25	193	170	110	178	76	60	142	134	174	120	44
<b>Valide Angaben</b>	<b>2575</b>	<b>1930</b>	<b>490</b>	<b>155</b>	<b>1239</b>	<b>1336</b>	<b>604</b>	<b>1320</b>	<b>651</b>	<b>223</b>	<b>1160</b>	<b>1092</b>	<b>819</b>	<b>1101</b>	<b>626</b>

Frage: (AUSG\_srgR): Wie ausgewogen in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht ausgewogen» bis 5 «sehr ausgewogen»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht ausgewogen	3%	2%	4%	1%	4%	2%	3%	4%	5%	1%	3%	3%	2%	5%	3%	3%
(2)	7%	6%	8%	9%	4%	6%	8%	4%	5%	9%	8%	8%	8%	7%	5%	7%
(3)	29%	32%	31%	27%	25%	26%	19%	36%	30%	26%	27%	28%	32%	29%	28%	28%
(4)	38%	34%	28%	37%	42%	49%	52%	29%	32%	46%	44%	37%	32%	37%	48%	39%
(5) Sehr ausgewogen	23%	26%	29%	26%	25%	17%	18%	27%	28%	18%	18%	24%	26%	22%	16%	23%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.7	3.6	3.7	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2937	71	243	107	85	153	70	119	90	96	105	257	130	277	151	983
Fehlende Angaben	363	17	47	15	8	24	8	16	14	8	10	23	13	27	17	116
<b>Valide Angaben</b>	<b>2574</b>	<b>54</b>	<b>196</b>	<b>92</b>	<b>77</b>	<b>129</b>	<b>62</b>	<b>103</b>	<b>76</b>	<b>88</b>	<b>95</b>	<b>234</b>	<b>117</b>	<b>250</b>	<b>134</b>	<b>867</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.64: Ausgewogenheit – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region		Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht ausgewogen	3%	3%	5%	5%	2%	4%	4%	3%	4%	7%	2%	3%	3%	3%	5%
(2)	11%	12%	8%	6%	11%	11%	14%	10%	9%	8%	10%	13%	8%	12%	14%
(3)	37%	38%	36%	24%	35%	39%	39%	36%	36%	30%	34%	44%	36%	39%	36%
(4)	32%	32%	34%	31%	35%	30%	29%	33%	35%	32%	35%	30%	35%	33%	27%
(5) Sehr ausgewogen	17%	15%	17%	34%	17%	16%	14%	18%	16%	23%	19%	10%	18%	13%	18%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>											
Durchschnitt	3.5	3.4	3.5	3.8	3.5	3.4	3.3	3.5	3.5	3.6	3.6	3.3	3.6	3.4	3.4
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1749	566	157	1220	1252	688	1305	479	268	1149	949	976	992	464
Fehlende Angaben	298	178	103	17	160	138	91	157	50	53	109	120	155	94	36
<b>Valide Angaben</b>	<b>2174</b>	<b>1571</b>	<b>463</b>	<b>140</b>	<b>1060</b>	<b>1114</b>	<b>597</b>	<b>1148</b>	<b>429</b>	<b>215</b>	<b>1040</b>	<b>829</b>	<b>821</b>	<b>898</b>	<b>428</b>

Frage: (AUSG\_LR): Wie ausgewogen in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht ausgewogen» bis 5 «sehr ausgewogen»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht ausgewogen	3%	8%	9%	1%	0%	3%	2%	1%	2%	3%	4%	4%	5%	4%	3%	3%
(2)	11%	10%	7%	6%	13%	7%	9%	22%	26%	14%	9%	9%	12%	10%	11%	11%
(3)	37%	29%	38%	39%	32%	41%	37%	37%	30%	26%	29%	37%	42%	42%	48%	36%
(4)	32%	33%	29%	39%	36%	35%	41%	27%	29%	39%	38%	34%	27%	31%	19%	33%
(5) Sehr ausgewogen	17%	20%	17%	15%	19%	14%	11%	13%	13%	18%	20%	16%	14%	13%	19%	17%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.5	3.5	3.4	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.2	3.6	3.6	3.5	3.3	3.4	3.4	3.5
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2471	65	204	102	68	149	61	92	70	80	96	211	96	207	124	845
Fehlende Angaben	298	17	44	15	7	19	7	10	8	8	10	19	12	16	9	97
<b>Valide Angaben</b>	<b>2173</b>	<b>48</b>	<b>160</b>	<b>87</b>	<b>61</b>	<b>130</b>	<b>54</b>	<b>82</b>	<b>62</b>	<b>72</b>	<b>86</b>	<b>192</b>	<b>84</b>	<b>191</b>	<b>115</b>	<b>748</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.65: Ausgewogenheit – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht ausgewogen	4%	5%	3%	4%	3%	5%	5%	4%	2%	4%	3%	5%	4%	3%	6%
(2)	12%	12%	10%	15%	10%	13%	12%	12%	10%	11%	10%	14%	10%	14%	11%
(3)	31%	31%	33%	23%	35%	28%	30%	30%	36%	30%	34%	29%	34%	32%	26%
(4)	34%	33%	33%	35%	33%	34%	33%	33%	37%	28%	34%	34%	33%	35%	32%
(5) Sehr ausgewogen	19%	19%	21%	23%	19%	20%	20%	21%	15%	27%	19%	18%	19%	16%	25%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.5	3.5	3.6	3.6	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.5	3.5	3.5	3.6
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1926	564	136	1254	1372	774	1397	455	227	1118	1182	927	1037	619
Fehlende Angaben	221	134	73	14	111	111	60	130	31	40	80	83	109	77	23
<b>Valide Angaben</b>	<b>2404</b>	<b>1792</b>	<b>491</b>	<b>122</b>	<b>1143</b>	<b>1261</b>	<b>714</b>	<b>1267</b>	<b>424</b>	<b>187</b>	<b>1038</b>	<b>1099</b>	<b>818</b>	<b>960</b>	<b>596</b>

Frage: (AUSG\_InfoOn): Wie ausgewogen in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von[Online]?

Skala: 1 «gar nicht ausgewogen» bis 5 «sehr ausgewogen»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.5.5. Glaubwürdigkeit

Tabelle A.66: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	2%	2%	3%	2%	3%	3%	2%	2%	4%	2%	2%	2%	2%	4%
(2)	5%	4%	5%	6%	4%	5%	4%	4%	6%	5%	5%	4%	6%	3%	5%
(3)	14%	15%	13%	11%	14%	14%	13%	13%	18%	18%	17%	10%	15%	14%	12%
(4)	35%	37%	33%	31%	38%	33%	37%	33%	38%	32%	39%	32%	39%	36%	29%
(5) Sehr glaubwürdig	44%	42%	47%	49%	42%	45%	43%	48%	36%	41%	37%	52%	38%	45%	50%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.0	4.0	4.0	4.3	4.0	4.2	4.2
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2110	753	206	1509	1561	758	1549	763	302	1338	1289	1073	1242	699
Fehlende Angaben	163	82	65	15	91	71	35	92	35	39	60	40	90	45	14
<b>Valide Angaben</b>	<b>2907</b>	<b>2028</b>	<b>688</b>	<b>191</b>	<b>1418</b>	<b>1490</b>	<b>723</b>	<b>1457</b>	<b>728</b>	<b>263</b>	<b>1278</b>	<b>1249</b>	<b>983</b>	<b>1197</b>	<b>685</b>

Frage: (GLAUB\_srgTV): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [SRG-Sender]?

Skala: 1 «gar nicht glaubwürdig» bis 5 «sehr glaubwürdig»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	3%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	2%	3%	3%	2%	5%	3%
(2)	5%	2%	5%	6%	4%	4%	7%	5%	6%	3%	3%	6%	6%	6%
(3)	14%	14%	11%	20%	10%	17%	7%	10%	16%	12%	17%	13%	9%	12%
(4)	35%	40%	34%	29%	32%	37%	44%	38%	35%	43%	35%	31%	27%	31%
(5) Sehr glaubwürdig	44%	41%	49%	44%	54%	40%	42%	46%	41%	39%	42%	48%	53%	48%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	4.1	4.1	4.2	4.1	4.3	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.3	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	112	397	45	193	311	311	627	210	92	149
Fehlende Angaben	163	17	27	6	12	22	3	10	12	11	18	9	5	10
<b>Valide Angaben</b>	<b>2906</b>	<b>170</b>	<b>299</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>375</b>	<b>42</b>	<b>183</b>	<b>299</b>	<b>300</b>	<b>609</b>	<b>201</b>	<b>87</b>	<b>139</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.67: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	2%	1%	1%	1%	2%	5%	1%	1%	3%	1%	3%	1%	1%	4%
(2)	7%	8%	6%	10%	7%	8%	7%	6%	10%	4%	8%	8%	9%	6%	8%
(3)	23%	24%	23%	15%	23%	24%	26%	24%	19%	18%	20%	30%	20%	26%	24%
(4)	40%	42%	37%	29%	44%	36%	39%	38%	45%	41%	43%	36%	41%	41%	37%
(5) Sehr glaubwürdig	28%	24%	33%	45%	25%	30%	23%	31%	25%	34%	28%	23%	29%	26%	27%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.8	3.8	4.0	4.1	3.9	3.8	3.7	3.9	3.8	4.0	3.9	3.7	3.9	3.9	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1567	1144	311	112	783	785	340	804	423	185	768	547	531	659	346
Fehlende Angaben	95	58	29	8	51	44	22	53	20	20	44	21	51	28	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>1472</b>	<b>1086</b>	<b>282</b>	<b>104</b>	<b>732</b>	<b>741</b>	<b>318</b>	<b>751</b>	<b>403</b>	<b>165</b>	<b>724</b>	<b>526</b>	<b>480</b>	<b>631</b>	<b>339</b>

Frage: (GLAUB\_RTV): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht glaubwürdig» bis 5 «sehr glaubwürdig»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	0%	1%	3%	0%	2%	0%	1%	2%	0%	4%	3%	2%	1%
(2)	7%	5%	10%	3%	3%	7%	9%	3%	7%	6%	11%	9%	3%	10%
(3)	23%	26%	22%	20%	21%	30%	26%	28%	24%	18%	23%	18%	18%	20%
(4)	40%	38%	33%	36%	44%	40%	39%	48%	44%	42%	41%	42%	33%	24%
(5) Sehr glaubwürdig	28%	31%	34%	38%	32%	21%	26%	21%	24%	32%	21%	28%	44%	45%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.8	3.9	3.9	4.0	4.0	3.7	3.8	3.9	3.8	4.0	3.6	3.8	4.1	4.0
ø CI 95%	±0.0	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2
Befragte	1567	83	93	69	67	187	25	108	188	161	340	116	40	89
Fehlende Angaben	95	10	8	3	5	14	2	3	12	8	17	3	2	7
<b>Valide Angaben</b>	<b>1472</b>	<b>73</b>	<b>85</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>173</b>	<b>23</b>	<b>105</b>	<b>176</b>	<b>153</b>	<b>323</b>	<b>113</b>	<b>38</b>	<b>82</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.68: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht glaubwürdig	3%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	3%	1%	5%
(2)	5%	4%	7%	7%	4%	6%	5%	5%	5%	4%	6%	4%	7%	4%	4%
(3)	16%	15%	22%	15%	16%	17%	19%	16%	16%	22%	18%	13%	21%	17%	10%
(4)	37%	38%	34%	31%	40%	34%	39%	35%	39%	33%	39%	35%	38%	38%	33%
(5) Sehr glaubwürdig	39%	40%	35%	45%	38%	40%	34%	42%	38%	38%	34%	46%	31%	40%	48%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	4.0	4.1	3.9	4.1	4.1	4.0	3.9	4.1	4.1	4.0	3.9	4.2	3.9	4.1	4.2
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2939	2159	599	180	1432	1507	715	1497	727	283	1302	1227	994	1221	670
Fehlende Angaben	297	182	93	22	156	141	80	146	71	50	138	84	128	109	36
<b>Valide Angaben</b>	<b>2642</b>	<b>1977</b>	<b>506</b>	<b>158</b>	<b>1276</b>	<b>1366</b>	<b>635</b>	<b>1351</b>	<b>656</b>	<b>233</b>	<b>1164</b>	<b>1143</b>	<b>866</b>	<b>1112</b>	<b>634</b>

Frage: (GLAUB\_srgR): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [SRG]?

Skala: 1 «gar nicht glaubwürdig» bis 5 «sehr glaubwürdig»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht glaubwürdig	3%	3%	3%	0%	2%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	3%	3%	6%	2%	2%
(2)	5%	9%	10%	2%	4%	3%	3%	3%	4%	4%	6%	5%	6%	4%	3%	6%
(3)	16%	21%	20%	26%	13%	14%	11%	15%	13%	10%	11%	15%	13%	18%	17%	17%
(4)	37%	34%	30%	28%	36%	41%	43%	34%	33%	49%	47%	37%	36%	35%	32%	38%
(5) Sehr glaubwürdig	39%	33%	37%	44%	45%	40%	40%	46%	49%	36%	34%	40%	42%	37%	46%	37%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	4.0	3.8	3.9	4.1	4.2	4.1	4.1	4.2	4.2	4.1	4.0	4.1	4.1	3.9	4.2	4.0
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2937	71	243	108	85	153	70	119	90	96	105	257	130	277	150	984
Fehlende Angaben	297	13	36	15	7	16	5	16	15	5	8	23	10	23	13	93
<b>Valide Angaben</b>	<b>2640</b>	<b>58</b>	<b>207</b>	<b>93</b>	<b>78</b>	<b>137</b>	<b>65</b>	<b>103</b>	<b>75</b>	<b>91</b>	<b>97</b>	<b>234</b>	<b>120</b>	<b>254</b>	<b>137</b>	<b>891</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.69: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	2%	4%	4%	1%	3%	4%	1%	2%	5%	2%	3%	3%	2%	3%
(2)	8%	7%	8%	9%	6%	10%	8%	8%	7%	2%	7%	10%	7%	8%	8%
(3)	29%	29%	30%	18%	30%	27%	30%	29%	25%	26%	27%	30%	29%	28%	28%
(4)	38%	40%	33%	34%	39%	37%	39%	37%	42%	34%	40%	37%	38%	41%	35%
(5) Sehr glaubwürdig	23%	22%	25%	35%	24%	23%	19%	25%	24%	33%	24%	20%	23%	21%	26%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.9	3.8	3.7	3.6	3.8	3.8	3.9	3.8	3.6	3.7	3.7	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1750	566	157	1220	1251	687	1305	480	267	1150	949	977	993	463
Fehlende Angaben	238	134	89	16	126	112	67	129	42	38	105	80	118	72	36
<b>Valide Angaben</b>	<b>2234</b>	<b>1616</b>	<b>477</b>	<b>141</b>	<b>1094</b>	<b>1139</b>	<b>620</b>	<b>1176</b>	<b>438</b>	<b>229</b>	<b>1045</b>	<b>869</b>	<b>859</b>	<b>921</b>	<b>427</b>

Frage: (GLAUB\_LR): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht glaubwürdig» bis 5 «sehr glaubwürdig»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht glaubwürdig	2%	6%	4%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	2%	3%	3%	3%	3%	3%
(2)	8%	10%	11%	7%	7%	3%	6%	5%	7%	5%	7%	8%	10%	11%	8%	7%
(3)	29%	37%	36%	22%	24%	30%	31%	35%	29%	24%	21%	29%	35%	28%	24%	27%
(4)	38%	24%	25%	48%	40%	43%	47%	39%	44%	46%	47%	44%	36%	37%	36%	37%
(5) Sehr glaubwürdig	23%	23%	24%	22%	29%	23%	16%	20%	20%	24%	23%	16%	16%	21%	29%	26%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.7	3.5	3.5	3.8	3.9	3.8	3.7	3.7	3.7	3.9	3.8	3.6	3.5	3.6	3.8	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2470	65	205	102	69	149	62	91	70	79	96	211	97	207	125	845
Fehlende Angaben	238	13	36	9	6	18	5	9	8	3	6	15	10	11	5	85
<b>Valide Angaben</b>	<b>2232</b>	<b>52</b>	<b>169</b>	<b>93</b>	<b>63</b>	<b>131</b>	<b>57</b>	<b>82</b>	<b>62</b>	<b>76</b>	<b>90</b>	<b>196</b>	<b>87</b>	<b>196</b>	<b>120</b>	<b>760</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.70: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht glaubwürdig	4%	4%	4%	5%	3%	5%	6%	3%	3%	7%	4%	4%	4%	4%	5%
(2)	12%	11%	13%	13%	13%	11%	14%	12%	8%	7%	12%	12%	14%	11%	10%
(3)	30%	30%	31%	24%	30%	29%	28%	31%	31%	34%	33%	26%	33%	30%	24%
(4)	30%	31%	28%	32%	32%	29%	28%	30%	34%	24%	31%	30%	31%	31%	27%
(5) Sehr glaubwürdig	24%	24%	24%	26%	22%	26%	24%	24%	24%	28%	20%	28%	18%	24%	34%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,5	3,6	3,7	3,6	3,5	3,7	3,5	3,6	3,8
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1926	564	136	1254	1371	773	1397	455	226	1118	1182	927	1037	619
Fehlende Angaben	146	91	49	7	68	78	35	83	28	22	73	36	63	48	19
<b>Valide Angaben</b>	<b>2479</b>	<b>1835</b>	<b>515</b>	<b>129</b>	<b>1186</b>	<b>1293</b>	<b>738</b>	<b>1314</b>	<b>427</b>	<b>204</b>	<b>1045</b>	<b>1146</b>	<b>864</b>	<b>989</b>	<b>600</b>

Frage: (GLAUB\_InfoOn): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [Online]?

Skala: 1 «gar nicht glaubwürdig» bis 5 «sehr glaubwürdig»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.5.6. Unterhaltsamkeit

Tabelle A.71: Unterhaltsamkeit – Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht unterhaltsam	5%	5%	5%	5%	5%	5%	4%	5%	6%	7%	5%	4%	5%	4%	6%
(2)	16%	16%	14%	13%	16%	15%	15%	15%	17%	13%	15%	16%	16%	15%	17%
(3)	37%	39%	38%	25%	38%	37%	35%	37%	41%	36%	37%	38%	39%	37%	38%
(4)	29%	29%	28%	32%	29%	29%	32%	29%	26%	30%	28%	32%	27%	32%	27%
(5) Sehr unterhaltsam	13%	11%	15%	25%	12%	14%	14%	14%	10%	14%	15%	10%	13%	12%	12%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.3	3.3	3.3	3.6	3.3	3.3	3.4	3.3	3.2	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.2
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2111	753	206	1509	1561	758	1549	763	301	1339	1290	1073	1242	699
Fehlende Angaben	228	138	75	15	124	105	53	131	44	37	62	102	90	67	44
<b>Valide Angaben</b>	<b>2842</b>	<b>1973</b>	<b>678</b>	<b>191</b>	<b>1385</b>	<b>1456</b>	<b>705</b>	<b>1418</b>	<b>719</b>	<b>264</b>	<b>1277</b>	<b>1188</b>	<b>983</b>	<b>1175</b>	<b>655</b>

Frage: (UNT\_srgTV): Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung von [SRG-Sender]?

Skala: 1 «gar nicht unterhaltsam» bis 5 «sehr unterhaltsam»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht unterhaltsam	5%	4%	6%	9%	2%	4%	5%	5%	3%	4%	6%	6%	5%	4%
(2)	16%	7%	15%	13%	17%	14%	14%	27%	17%	15%	17%	15%	8%	14%
(3)	37%	42%	36%	38%	32%	43%	40%	30%	42%	35%	38%	33%	42%	31%
(4)	29%	29%	29%	26%	30%	31%	29%	23%	28%	34%	28%	36%	27%	25%
(5) Sehr unterhaltsam	13%	18%	14%	14%	19%	8%	12%	15%	10%	12%	11%	10%	18%	26%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.3	3.5	3.3	3.2	3.5	3.3	3.3	3.2	3.2	3.3	3.2	3.3	3.4	3.5
ø CI 95%	±0.0	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.3	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2
Befragte	3068	188	326	108	113	398	45	193	311	311	627	210	92	150
Fehlende Angaben	228	23	28	6	17	25	2	22	16	20	44	12	6	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>2840</b>	<b>165</b>	<b>298</b>	<b>102</b>	<b>96</b>	<b>373</b>	<b>43</b>	<b>171</b>	<b>295</b>	<b>291</b>	<b>583</b>	<b>198</b>	<b>86</b>	<b>141</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.72: Unterhaltsamkeit – Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht unterhaltsam	7%	7%	9%	9%	7%	8%	10%	6%	7%	5%	6%	11%	5%	7%	11%
(2)	25%	25%	25%	21%	26%	23%	25%	25%	22%	25%	21%	29%	24%	24%	27%
(3)	37%	39%	37%	20%	36%	39%	35%	38%	39%	33%	39%	37%	38%	39%	35%
(4)	20%	19%	18%	26%	22%	17%	20%	18%	23%	23%	22%	15%	22%	19%	17%
(5) Sehr unterhaltsam	11%	10%	11%	24%	9%	13%	10%	13%	9%	14%	12%	8%	11%	11%	10%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.0	3.0	3.0	3.4	3.0	3.0	2.9	3.1	3.0	3.2	3.2	2.8	3.1	3.0	2.9
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1567	1144	311	113	783	785	340	804	424	185	768	547	531	659	346
Fehlende Angaben	107	69	28	10	54	53	20	65	23	17	44	35	52	32	11
<b>Valide Angaben</b>	<b>1460</b>	<b>1075</b>	<b>283</b>	<b>103</b>	<b>729</b>	<b>732</b>	<b>320</b>	<b>739</b>	<b>401</b>	<b>168</b>	<b>724</b>	<b>512</b>	<b>479</b>	<b>627</b>	<b>335</b>

Frage: (UNT\_RTV): Wie unterhaltsam ist für Sie die Berichterstattung von [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht unterhaltsam» bis 5 «sehr unterhaltsam»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht unterhaltsam	7%	6%	7%	12%	8%	8%	8%	10%	4%	7%	7%	9%	5%	6%
(2)	25%	32%	21%	20%	28%	27%	38%	28%	26%	22%	19%	33%	25%	24%
(3)	37%	34%	45%	33%	33%	40%	29%	37%	40%	40%	38%	36%	43%	21%
(4)	20%	14%	16%	23%	21%	18%	17%	15%	19%	19%	26%	12%	17%	28%
(5) Sehr unterhaltsam	11%	14%	11%	12%	10%	7%	8%	10%	11%	12%	10%	10%	10%	21%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.0	3.0	3.1	3.0	3.0	2.9	2.7	2.9	3.1	3.1	3.1	2.8	3.1	3.3
ø CI 95%	±0.1	±0.3	±0.2	±0.3	±0.3	±0.2	±0.4	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3
Befragte	1567	82	94	69	67	187	25	108	188	161	339	116	41	89
Fehlende Angaben	107	12	7	4	6	14	1	10	14	8	13	8	1	8
<b>Valide Angaben</b>	<b>1460</b>	<b>70</b>	<b>87</b>	<b>65</b>	<b>61</b>	<b>173</b>	<b>24</b>	<b>98</b>	<b>174</b>	<b>153</b>	<b>326</b>	<b>108</b>	<b>40</b>	<b>81</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

```
## Error: <text>:2:1: unexpected 'else'  
## 1: # if(!("UNT_srgR" %in% colnames(DATEN))){paste0("Die Variable UNT_srgR wurde in der Erhebung ", DATEN[1, "Jahr"], " ni  
## 2: else  
##      ^
```

Tabelle A.73: Unterhaltsamkeit – Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht unterhaltsam	1%	2%	2%	1%	1%	2%	3%	1%	1%	3%	1%	2%	1%	1%	2%
(2)	10%	10%	10%	9%	10%	9%	10%	11%	8%	10%	9%	11%	8%	11%	13%
(3)	29%	29%	29%	19%	28%	29%	27%	28%	32%	24%	27%	31%	29%	29%	26%
(4)	35%	34%	37%	36%	35%	35%	35%	34%	36%	34%	34%	36%	34%	39%	29%
(5) Sehr unterhaltsam	25%	25%	22%	35%	26%	25%	25%	26%	23%	29%	29%	20%	28%	20%	30%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.9	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.8	3.6	3.8	3.7	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1750	565	157	1221	1252	687	1305	479	268	1149	949	977	992	463
Fehlende Angaben	131	76	37	18	66	65	36	66	28	29	52	42	62	36	21
<b>Valide Angaben</b>	<b>2341</b>	<b>1674</b>	<b>528</b>	<b>139</b>	<b>1155</b>	<b>1187</b>	<b>651</b>	<b>1239</b>	<b>451</b>	<b>239</b>	<b>1097</b>	<b>907</b>	<b>915</b>	<b>956</b>	<b>442</b>

Frage: (UNT\_LR): Wie unterhaltsam ist für Sie die Berichterstattung von [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht unterhaltsam» bis 5 «sehr unterhaltsam»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht unterhaltsam	1%	3%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	3%	3%	3%	1%	1%	1%	2%	2%
(2)	10%	13%	10%	9%	9%	9%	10%	10%	9%	13%	11%	7%	12%	11%	14%	10%
(3)	29%	26%	26%	36%	32%	34%	40%	28%	27%	23%	26%	22%	24%	27%	32%	29%
(4)	35%	35%	39%	33%	34%	28%	26%	29%	32%	37%	33%	41%	41%	37%	31%	34%
(5) Sehr unterhaltsam	25%	23%	24%	21%	23%	28%	22%	31%	29%	24%	27%	29%	22%	24%	21%	25%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.7	3.6	3.7	3.6	3.7	3.7	3.6	3.8	3.7	3.7	3.7	3.9	3.7	3.7	3.6	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2471	65	204	102	69	149	61	91	70	79	96	211	96	207	125	845
Fehlende Angaben	131	5	17	8	5	11	2	8	7	4	4	6	3	5	5	41
<b>Valide Angaben</b>	<b>2340</b>	<b>60</b>	<b>187</b>	<b>94</b>	<b>64</b>	<b>138</b>	<b>59</b>	<b>83</b>	<b>63</b>	<b>75</b>	<b>92</b>	<b>205</b>	<b>93</b>	<b>202</b>	<b>120</b>	<b>804</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.74: Unterhaltsamkeit – Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht unterhaltsam	4%	4%	7%	4%	4%	5%	4%	4%	7%	3%	4%	6%	4%	4%	7%
(2)	12%	11%	13%	9%	13%	10%	12%	12%	12%	11%	12%	12%	11%	12%	12%
(3)	36%	36%	37%	32%	36%	35%	34%	36%	36%	31%	35%	37%	37%	38%	30%
(4)	32%	32%	31%	32%	30%	34%	32%	31%	34%	33%	31%	32%	32%	33%	30%
(5) Sehr unterhaltsam	16%	17%	12%	23%	17%	16%	18%	17%	11%	22%	18%	13%	16%	13%	21%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.4	3.5	3.3	3.6	3.4	3.4	3.5	3.4	3.3	3.6	3.5	3.4	3.5	3.4	3.5
∅ CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1925	564	136	1253	1371	774	1397	454	226	1118	1182	927	1037	619
Fehlende Angaben	176	125	38	13	74	102	33	107	36	30	65	67	61	77	23
<b>Valide Angaben</b>	<b>2449</b>	<b>1800</b>	<b>526</b>	<b>123</b>	<b>1179</b>	<b>1269</b>	<b>741</b>	<b>1290</b>	<b>418</b>	<b>196</b>	<b>1053</b>	<b>1115</b>	<b>866</b>	<b>960</b>	<b>596</b>

Frage: (UNT\_InfoOn): Wie unterhaltsam ist für Sie die Berichterstattung von[Online]?

Skala: 1 «gar nicht unterhaltsam» bis 5 «sehr unterhaltsam»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.5.7. Gesamtzufriedenheit

Tabelle A.75: Zufriedenheit mit dem Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht zufrieden	3%	4%	2%	2%	3%	4%	2%	3%	5%	3%	3%	3%	2%	3%	5%
(2)	7%	8%	5%	7%	7%	7%	6%	6%	10%	10%	7%	7%	6%	7%	9%
(3)	25%	26%	21%	16%	26%	24%	24%	24%	27%	20%	26%	23%	28%	21%	26%
(4)	40%	39%	41%	42%	40%	39%	41%	41%	36%	35%	39%	42%	39%	44%	34%
(5) Sehr zufrieden	25%	23%	31%	33%	24%	26%	27%	26%	22%	32%	25%	25%	25%	25%	26%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	3.7	3.9	4.0	3.8	3.8	3.9	3.8	3.6	3.8	3.7	3.8	3.8	3.8	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3070	2110	754	205	1509	1561	758	1549	763	301	1338	1289	1073	1242	698
Fehlende Angaben	155	94	45	15	80	75	46	82	27	30	58	51	75	47	13
<b>Valide Angaben</b>	<b>2915</b>	<b>2016</b>	<b>709</b>	<b>190</b>	<b>1429</b>	<b>1486</b>	<b>712</b>	<b>1467</b>	<b>736</b>	<b>271</b>	<b>1280</b>	<b>1238</b>	<b>998</b>	<b>1195</b>	<b>685</b>

Frage: (ZUF\_srgTV): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [SRG-Sender]?

Skala: 1 «gar nicht zufrieden» bis 5 «sehr zufrieden»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV												
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
(1) Gar nicht zufrieden	3%	1%	3%	3%	1%	2%	5%	7%	3%	4%	4%	3%	2%	2%
(2)	7%	4%	4%	6%	4%	8%	7%	14%	9%	6%	7%	9%	7%	9%
(3)	25%	17%	22%	32%	19%	30%	23%	15%	26%	24%	28%	28%	22%	16%
(4)	40%	43%	41%	36%	42%	36%	44%	37%	39%	39%	41%	38%	46%	41%
(5) Sehr zufrieden	25%	35%	30%	23%	34%	24%	21%	27%	23%	27%	20%	22%	23%	32%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	4.1	3.9	3.7	4.0	3.7	3.7	3.6	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.9
ø CI 95%	±0.0	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2	±0.1	±0.3	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.2
Befragte	3069	187	326	108	112	398	45	193	311	311	627	210	92	150
Fehlende Angaben	155	15	15	5	8	18	2	17	9	17	22	15	4	8
<b>Valide Angaben</b>	<b>2914</b>	<b>172</b>	<b>311</b>	<b>103</b>	<b>104</b>	<b>380</b>	<b>43</b>	<b>176</b>	<b>302</b>	<b>294</b>	<b>605</b>	<b>195</b>	<b>88</b>	<b>142</b>

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.76: Zufriedenheit mit dem Programm Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht zufrieden	2%	2%	1%	5%	2%	3%	3%	1%	3%	2%	1%	4%	2%	1%	5%
(2)	12%	13%	11%	12%	11%	13%	12%	11%	13%	8%	11%	16%	11%	12%	14%
(3)	33%	35%	31%	17%	32%	34%	37%	34%	28%	25%	30%	40%	29%	35%	34%
(4)	35%	34%	36%	37%	39%	30%	31%	34%	39%	38%	38%	28%	38%	35%	28%
(5) Sehr zufrieden	18%	16%	21%	29%	16%	20%	17%	20%	17%	27%	20%	12%	20%	17%	19%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.5	3.5	3.6	3.7	3.6	3.5	3.5	3.6	3.5	3.8	3.7	3.3	3.6	3.5	3.4
ø CI 95%	±0.1	±0.1	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	1568	1144	311	113	783	784	340	804	423	186	768	547	530	659	346
Fehlende Angaben	105	69	27	9	52	52	23	65	17	20	41	36	49	32	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>1463</b>	<b>1075</b>	<b>284</b>	<b>104</b>	<b>731</b>	<b>732</b>	<b>317</b>	<b>739</b>	<b>406</b>	<b>166</b>	<b>727</b>	<b>511</b>	<b>481</b>	<b>627</b>	<b>337</b>

Frage: (ZUF\_RTV): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [Regional-TV]?

Skala: 1 «gar nicht zufrieden» bis 5 «sehr zufrieden»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete TV													
		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13	
(1) Gar nicht zufrieden	2%	0%	1%	2%	0%	3%	0%	3%	2%	0%	3%	2%	3%	3%	5%
(2)	12%	11%	11%	11%	12%	14%	18%	19%	8%	11%	10%	21%	10%	13%	13%
(3)	33%	25%	37%	23%	32%	38%	27%	29%	34%	31%	38%	35%	34%	18%	
(4)	35%	37%	29%	38%	42%	32%	37%	32%	41%	37%	35%	21%	37%	36%	
(5) Sehr zufrieden	18%	27%	22%	26%	14%	13%	18%	17%	15%	21%	14%	21%	16%	28%	
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
Durchschnitt	3.5	3.8	3.6	3.8	3.6	3.4	3.5	3.4	3.6	3.7	3.5	3.4	3.6	3.7	
ø CI 95%	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.4	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.3	±0.2	
Befragte	1568	82	93	69	67	188	25	107	189	162	340	117	41	89	
Fehlende Angaben	105	7	7	4	8	15	3	9	13	11	13	8	2	6	
<b>Valide Angaben</b>	<b>1463</b>	<b>75</b>	<b>86</b>	<b>65</b>	<b>59</b>	<b>173</b>	<b>22</b>	<b>98</b>	<b>176</b>	<b>151</b>	<b>327</b>	<b>109</b>	<b>39</b>	<b>83</b>	

TV-Versorgungsgebiete: TV1 Genf, TV2 Waadt-Freiburg, TV3 Wallis, TV4 Arc Jurassien, TV5 Bern, TV6 Biel, TV7 Basel, TV8 Aargau – Solothurn, TV9 Innerschweiz, TV10 Zürich, TV11 Ostschweiz, TV12 Graubünden, TV13 Ticino.

Tabelle A.77: Zufriedenheit mit dem Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht zufrieden	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	3%
(2)	6%	5%	6%	7%	4%	7%	7%	5%	6%	8%	6%	5%	6%	6%	6%
(3)	22%	23%	22%	16%	23%	22%	27%	22%	19%	26%	21%	22%	28%	22%	15%
(4)	39%	40%	36%	38%	42%	37%	39%	39%	40%	36%	40%	39%	40%	40%	36%
(5) Sehr zufrieden	31%	30%	35%	37%	30%	32%	25%	32%	34%	29%	31%	32%	25%	31%	40%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.9	3.9	4.0	4.0	4.0	3.9	3.8	4.0	4.0	3.8	3.9	4.0	3.8	4.0	4.0
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.0	±0.1	±0.1	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2938	2159	599	180	1432	1506	714	1497	727	283	1302	1226	994	1221	670
Fehlende Angaben	189	122	50	17	91	98	59	93	37	46	66	57	69	74	18
<b>Valide Angaben</b>	<b>2749</b>	<b>2037</b>	<b>549</b>	<b>163</b>	<b>1341</b>	<b>1408</b>	<b>655</b>	<b>1404</b>	<b>690</b>	<b>237</b>	<b>1236</b>	<b>1169</b>	<b>925</b>	<b>1147</b>	<b>652</b>

Frage: (ZUF\_srgR): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [SRG-Radio]?

Skala: 1 «gar nicht zufrieden» bis 5 «sehr zufrieden»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht zufrieden	2%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	3%	4%	2%	3%	2%	2%	3%	1%	1%
(2)	6%	5%	6%	6%	4%	5%	6%	4%	5%	4%	4%	5%	5%	6%	5%	7%
(3)	22%	16%	21%	27%	19%	25%	20%	21%	18%	20%	17%	24%	28%	23%	24%	22%
(4)	39%	42%	35%	31%	46%	40%	45%	37%	37%	44%	49%	39%	38%	39%	39%	39%
(5) Sehr zufrieden	31%	36%	36%	35%	30%	29%	28%	35%	36%	30%	27%	30%	27%	29%	31%	31%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Durchschnitt	3.9	4.1	4.0	4.0	4.0	3.9	3.9	4.0	4.0	4.0	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9	3.9
ø CI 95%	±0.0	±0.2	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1
Befragte	2937	71	243	107	85	153	69	119	90	97	106	257	130	277	150	983
Fehlende Angaben	189	8	24	6	6	14	4	11	9	4	5	13	8	12	10	54
<b>Valide Angaben</b>	<b>2748</b>	<b>63</b>	<b>219</b>	<b>101</b>	<b>79</b>	<b>139</b>	<b>65</b>	<b>108</b>	<b>81</b>	<b>93</b>	<b>101</b>	<b>244</b>	<b>122</b>	<b>265</b>	<b>140</b>	<b>929</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sproaceneri.

Tabelle A.78: Zufriedenheit mit dem Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht zufrieden	2%	1%	1%	7%	1%	2%	2%	1%	2%	4%	1%	1%	2%	1%	3%
(2)	7%	8%	7%	6%	8%	8%	9%	7%	7%	5%	7%	9%	6%	7%	10%
(3)	29%	30%	30%	16%	28%	30%	30%	28%	30%	23%	26%	34%	26%	31%	31%
(4)	36%	36%	36%	32%	37%	35%	36%	36%	37%	36%	37%	36%	35%	40%	30%
(5) Sehr zufrieden	26%	25%	26%	39%	26%	25%	23%	28%	24%	32%	29%	20%	31%	21%	26%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	3.8	3.8	3.9	3.8	3.7	3.7	3.8	3.8	3.9	3.9	3.6	3.9	3.7	3.7
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2472	1749	566	156	1221	1252	687	1305	480	267	1150	949	976	993	464
Fehlende Angaben	146	97	39	10	69	78	51	65	30	32	55	50	67	42	20
<b>Valide Angaben</b>	<b>2326</b>	<b>1652</b>	<b>527</b>	<b>146</b>	<b>1152</b>	<b>1174</b>	<b>636</b>	<b>1240</b>	<b>450</b>	<b>235</b>	<b>1095</b>	<b>899</b>	<b>909</b>	<b>951</b>	<b>444</b>

Frage: (ZUF\_LR): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [LokalRadio]?

Skala: 1 «gar nicht zufrieden» bis 5 «sehr zufrieden»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn ein Sender angegeben wurde.

Antworten	Gesamt	Versorgungsgebiete Radio														
		R1	R2	R6	R14	R15	R16	R17	R18	R21	R22	R23	R24	R29	R30	andere
(1) Gar nicht zufrieden	1%	2%	2%	0%	2%	3%	5%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	2%	2%	1%
(2)	8%	8%	7%	9%	3%	5%	7%	11%	14%	9%	9%	5%	6%	8%	11%	8%
(3)	29%	28%	28%	25%	32%	29%	28%	31%	30%	21%	21%	28%	36%	30%	34%	30%
(4)	36%	33%	37%	43%	41%	35%	34%	39%	39%	40%	39%	41%	32%	35%	26%	35%
(5) Sehr zufrieden	26%	29%	26%	23%	22%	28%	26%	18%	16%	30%	31%	25%	25%	25%	27%	26%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.7	3.6	3.5	3.9	3.9	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.3	±0.1	±0.2	±0.2	±0.2	±0.3	±0.2	±0.2	±0.2	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1	±0.2	±0.1
Befragte	2471	65	204	102	69	150	61	92	69	80	95	211	96	207	125	845
Fehlende Angaben	146	6	14	7	6	12	4	8	6	3	5	11	4	8	7	44
<b>Valide Angaben</b>	<b>2325</b>	<b>59</b>	<b>190</b>	<b>95</b>	<b>63</b>	<b>138</b>	<b>57</b>	<b>84</b>	<b>63</b>	<b>77</b>	<b>90</b>	<b>200</b>	<b>92</b>	<b>199</b>	<b>118</b>	<b>801</b>

UKW-Versorgungsgebiete: R1 Genève, R2 Arc Lémanique, R4 Bas-Valais, R6 Arc Jurassien, R7 Freiburg, R10 Bern, R12 Berner Oberland, R14 Solothurn-Olten, R15 Aargau, R17 Region Basel, R19 Innerschweiz-West, R22 Innerschweiz Süd, R23 Zürich-Glarus, R29 Ostschweiz West, R33 Sopraceneri.

Tabelle A.79: Zufriedenheit mit den Online-Nachrichtenseiten

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
(1) Gar nicht zufrieden	3%	3%	1%	0%	2%	2%	4%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	2%	5%
(2)	8%	7%	10%	13%	7%	9%	9%	7%	9%	5%	8%	8%	9%	8%	7%
(3)	31%	32%	30%	21%	35%	28%	27%	34%	30%	32%	33%	29%	33%	33%	25%
(4)	36%	36%	36%	41%	34%	38%	36%	34%	41%	31%	36%	38%	37%	36%	35%
(5) Sehr zufrieden	22%	22%	23%	25%	22%	23%	24%	23%	19%	30%	21%	22%	20%	21%	28%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>												
Durchschnitt	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.6	3.7	3.7	3.6	3.8
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.2	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	2625	1925	564	136	1254	1371	774	1397	454	227	1118	1182	927	1037	619
Fehlende Angaben	132	94	29	9	53	79	37	68	27	26	48	47	46	48	18
<b>Valide Angaben</b>	<b>2493</b>	<b>1831</b>	<b>535</b>	<b>127</b>	<b>1201</b>	<b>1292</b>	<b>737</b>	<b>1329</b>	<b>427</b>	<b>201</b>	<b>1070</b>	<b>1135</b>	<b>881</b>	<b>989</b>	<b>601</b>

Frage: (ZUF\_InfoOn): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [Online]?

Skala: 1 «gar nicht zufrieden» bis 5 «sehr zufrieden»

Filter: Wurde nur gefragt, wenn eine Site angegeben wurde.

## A.6. Politisches Interesse

Tabelle A.8o: Interesse am aktuellen Geschehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
sehr	44%	49%	32%	34%	39%	49%	31%	45%	58%	37%	39%	51%	16%	46%	89%
eher	44%	40%	53%	51%	48%	40%	51%	44%	35%	46%	48%	39%	57%	50%	9%
eher nicht	10%	9%	12%	11%	12%	8%	15%	9%	6%	12%	11%	8%	22%	3%	2%
überhaupt nicht	2%	2%	3%	4%	1%	3%	3%	2%	1%	5%	2%	2%	5%	1%	0%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.5%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.5%	±5.1%	±2.6%	±2.6%	±2.7%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2611	930	252	1843	1950	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1440	788
Fehlende Angaben	184	122	47	14	71	112	55	102	26	40	44	26	65	11	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>3611</b>	<b>2489</b>	<b>883</b>	<b>238</b>	<b>1772</b>	<b>1838</b>	<b>950</b>	<b>1828</b>	<b>833</b>	<b>391</b>	<b>1534</b>	<b>1517</b>	<b>1369</b>	<b>1429</b>	<b>779</b>

Frage: (AG): Ganz allgemein gesprochen, wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen in der Schweiz und im Ausland?

Skala: 1 «Überhaupt nicht» / 2 «Eher nicht» / 3 «Eher» / 4 «sehr»

## A.7. Soziodemographie

Tabelle A.81: Personen im Haushalt

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
1	18%	17%	19%	22%	19%	17%	16%	17%	23%	23%	18%	16%	21%	16%	16%
2	34%	36%	29%	31%	32%	35%	37%	22%	57%	31%	37%	33%	31%	36%	38%
3	19%	18%	21%	21%	19%	19%	20%	20%	12%	17%	16%	21%	19%	17%	21%
4	21%	21%	22%	21%	21%	21%	19%	30%	6%	20%	21%	22%	21%	23%	18%
5	8%	8%	9%	5%	9%	8%	8%	11%	2%	9%	8%	8%	8%	8%	7%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	2.7	2.7	2.7	2.6	2.7	2.7	2.7	3.0	2.1	2.6	2.7	2.7	2.7	2.7	2.6
ø CI 95%	±0.0	±0.0	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1	±0.1
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (PHGR): Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt?

Skala: Offene Nennung

Tabelle A.82: Erwerbstätigkeit

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ja (voll oder teilzeit)	79%	79%	80%	81%	75%	83%	86%	90%	48%	64%	77%	87%	82%	80%	73%
Nein	21%	21%	20%	19%	25%	17%	14%	10%	52%	36%	23%	13%	18%	20%	27%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.4%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.9%	±2.5%	±2.6%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2611	930	252	1844	1951	1006	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
Fehlende Angaben	79	60	14	4	30	49	32	38	9	12	25	14	30	21	9
<b>Valide Angaben</b>	<b>3716</b>	<b>2551</b>	<b>916</b>	<b>248</b>	<b>1814</b>	<b>1902</b>	<b>974</b>	<b>1892</b>	<b>850</b>	<b>419</b>	<b>1553</b>	<b>1529</b>	<b>1404</b>	<b>1420</b>	<b>779</b>

Frage: (ERW): Sind Sie erwerbstätig?

Skala: 1 «Ja (Voll- oder Teilzeit)» / 2 «Nein»

Tabelle A.83: Bildung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Obligat.	12%	10%	18%	16%	12%	12%	6%	12%	20%	100%	0%	0%	16%	10%	7%
Sek II	44%	47%	38%	41%	47%	42%	45%	40%	53%	0%	100%	0%	53%	43%	33%
Tertiär	44%	43%	44%	43%	41%	46%	49%	48%	27%	0%	0%	100%	31%	47%	60%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.7%	±2.0%	±3.4%	±6.5%	±2.4%	±2.3%	±3.2%	±2.4%	±3.6%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.7%	±2.7%	±3.6%
Befragte	3795	2611	931	252	1843	1951	1005	1930	859	—	—	—	1434	1441	788
Fehlende Angaben	243	170	57	15	117	125	40	123	79	—	—	—	100	46	33
<b>Valide Angaben</b>	<b>3552</b>	<b>2441</b>	<b>874</b>	<b>237</b>	<b>1726</b>	<b>1826</b>	<b>965</b>	<b>1807</b>	<b>780</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1334</b>	<b>1395</b>	<b>755</b>

Frage: (BILD): Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

Skala: 1 «Primar» / 2 «Sekundar» / 3 «Beruf» / 4 «Gymnasium» / 5 «Fachhochschule» 6 «Universität»

Tabelle A.84: Sprache

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Deutsch	69%	100%	0%	0%	69%	69%	71%	66%	73%	55%	73%	68%	61%	71%	80%
Français	24%	0%	100%	0%	26%	23%	23%	27%	21%	36%	21%	25%	30%	23%	15%
Italiano	7%	0%	0%	100%	5%	8%	6%	7%	6%	9%	6%	7%	9%	6%	5%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (SPRACHE): technische Variable

Skala: Deutsch, Französisch, Italienisch

Tabelle A.85: Geschlecht

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
1	51%	52%	49%	59%	0%	100%	54%	50%	52%	52%	49%	54%	42%	52%	65%
2	49%	48%	51%	41%	100%	0%	46%	50%	48%	48%	51%	46%	58%	48%	35%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (SEX): Geschlecht

Skala: 1 = Mann/ 2 = Frau

Tabelle A.86: Altersgruppen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 34	26%	27%	25%	25%	25%	28%	100%	0%	0%	14%	28%	30%	34%	23%	20%
35-54	51%	49%	56%	54%	53%	49%	0%	100%	0%	50%	46%	56%	51%	52%	46%
55+	23%	24%	19%	21%	22%	23%	0%	0%	100%	36%	26%	14%	15%	25%	34%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Durchschnitt	44.3	44.6	43.8	43.9	44.5	44.1	27.7	43.7	65.3	49.2	45.0	41.6	41.0	45.5	48.5
Ø CI 95%	±0.5	±0.6	±0.9	±1.7	±0.7	±0.7	±0.3	±0.3	±0.6	±1.6	±0.8	±0.6	±0.7	±0.8	±1.1
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (AGE): Wie alt sind Sie?

Skala: offen

Tabelle A.87: Sprachregion

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
DS	71%	99%	6%	25%	70%	72%	73%	69%	74%	62%	73%	72%	64%	74%	81%
SR	24%	1%	93%	9%	25%	23%	22%	26%	21%	35%	22%	24%	31%	22%	16%
TI	5%	0%	1%	66%	5%	5%	5%	5%	5%	3%	5%	4%	5%	4%	3%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (REGION): Sprachregionen

Skala: 1 = DS/ 2 = SR/ 2 = IT

Tabelle A.88: Kommunikationsräume

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Zürich	12%	16%	1%	8%	13%	11%	16%	9%	14%	10%	9%	15%	9%	12%	16%
Zürich Winterthur/SH	8%	12%	1%	5%	8%	9%	8%	8%	9%	10%	8%	8%	8%	7%	11%
Basel	7%	9%	1%	0%	6%	7%	8%	5%	8%	6%	7%	7%	5%	7%	9%
Bern	7%	10%	1%	0%	7%	7%	7%	7%	7%	4%	7%	8%	5%	8%	9%
Genf	7%	0%	28%	4%	8%	6%	8%	7%	7%	11%	6%	8%	9%	6%	5%
Lausanne-Lavaux	5%	0%	21%	2%	5%	5%	5%	6%	5%	6%	4%	6%	7%	5%	3%
St. Gallen	6%	9%	0%	1%	6%	7%	8%	6%	7%	3%	8%	6%	6%	7%	7%
Luzern-Innerschweiz	6%	9%	0%	1%	6%	5%	5%	6%	5%	7%	6%	6%	6%	6%	7%
Aarau	3%	5%	0%	0%	4%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	3%	3%	3%	4%
Berner Seeland	2%	2%	2%	0%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Bündnerland	3%	4%	0%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	2%
Innerschweiz	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Berner Oberland	2%	3%	0%	0%	2%	2%	1%	3%	1%	2%	3%	2%	3%	2%	2%
Bern Jura-Neuchâtel	4%	0%	13%	1%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	4%	3%	4%	3%	3%
Bas-Valais	4%	0%	14%	1%	4%	4%	2%	5%	2%	7%	3%	3%	4%	3%	2%
Oberwallis	0%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	1%
Ticino	5%	0%	0%	67%	5%	5%	4%	5%	5%	3%	5%	5%	6%	4%	3%
Freiburg/Fribourg	4%	1%	14%	0%	4%	4%	3%	5%	3%	6%	4%	3%	5%	4%	2%
Vaud	1%	0%	4%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Mittelland	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	2%	1%	2%	2%	1%
Glarus	2%	2%	0%	1%	2%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
Fricktal	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Solothurn	4%	5%	0%	2%	4%	3%	3%	3%	5%	4%	4%	2%	3%	5%	2%
Baden	3%	3%	0%	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	2%	3%	3%
Schaffhausen	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Thurgau	2%	3%	0%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (kraumkorr): Wurden über die Postleitzahl ermittelt, die abgefragt wurde.

Skala: Raumkodierung

Tabelle A.89: Nationalität – Zusammenfassung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nationalität - Schweiz	75%	80%	66%	57%	76%	74%	74%	72%	83%	60%	80%	79%	72%	79%	79%
Nationalität - Deutschland	6%	8%	0%	0%	6%	5%	5%	6%	5%	2%	5%	7%	3%	6%	9%
Nationalität - Frankreich	3%	0%	11%	0%	3%	3%	4%	3%	2%	1%	2%	5%	3%	4%	2%
Nationalität - Italien	6%	3%	5%	33%	4%	7%	6%	5%	6%	10%	6%	4%	7%	5%	4%
Nationalität - Österreich	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Nationalität - Spanien	1%	1%	2%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	2%	1%
Nationalität - Portugal	3%	1%	8%	5%	2%	4%	3%	4%	2%	11%	2%	1%	4%	3%	1%
Nationalität - Türkei	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Nationalität - Serbien	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	0%
Nationalität - Kroatien	1%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Nationalität - Kosovo	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	1%	2%
Nationalität - Andere	7%	6%	11%	5%	8%	7%	9%	8%	4%	12%	4%	8%	9%	5%	8%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788

Frage: (NAT\_1): Was ist Ihre Nationalität?  
 Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.90: Nationalität – Schweiz

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	25%	20%	34%	43%	24%	26%	26%	28%	17%	40%	20%	21%	28%	21%	21%
Ja	75%	80%	66%	57%	76%	74%	74%	72%	83%	60%	80%	79%	72%	79%	79%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_1): Was ist Ihre Nationalität?  
 Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.91: Nationalität – Deutschland

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	94%	92%	100%	100%	94%	95%	95%	94%	95%	98%	95%	93%	97%	94%	91%
Ja	6%	8%	0%	0%	6%	5%	5%	6%	5%	2%	5%	7%	3%	6%	9%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_2): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.92: Nationalität – Frankreich

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	97%	100%	89%	100%	97%	97%	96%	97%	98%	99%	98%	95%	97%	96%	98%
Ja	3%	0%	11%	0%	3%	3%	4%	3%	2%	1%	2%	5%	3%	4%	2%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_3): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.93: Nationalität – Italien

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	94%	97%	95%	67%	96%	93%	94%	95%	94%	90%	94%	96%	93%	95%	96%
Ja	6%	3%	5%	33%	4%	7%	6%	5%	6%	10%	6%	4%	7%	5%	4%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_4): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.94: Nationalität – Österreich

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	100%	100%	99%	99%	99%	99%	99%	99%	99%	99%	100%	99%	99%
Ja	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_5): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.95: Nationalität – Spanien

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	98%	97%	98%	99%	98%	99%	99%	97%	99%	99%	99%	98%	99%
Ja	1%	1%	2%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	2%	1%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_6): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.96: Nationalität – Portugal

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	97%	99%	92%	95%	98%	96%	97%	96%	98%	89%	98%	99%	96%	97%	99%
Ja	3%	1%	8%	5%	2%	4%	3%	4%	2%	11%	2%	1%	4%	3%	1%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_7): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.97: Nationalität – Türkei

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	99%	99%	99%	99%	98%	99%	99%	98%	99%	99%	99%	99%	99%
Ja	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_8): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.98: Nationalität – Serbien

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	99%	98%	99%	99%	99%	99%	100%	98%	99%	100%	99%	100%	100%
Ja	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	0%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_9): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.99: Nationalität – Kroatien

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	100%	100%	99%	100%	99%	99%	100%	99%	99%	100%	99%	100%	100%
Ja	1%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_10): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.100: Nationalität – Kosovo

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	99%	99%	99%	99%	99%	99%	98%	99%	100%	98%	99%	100%	99%	99%	98%
Ja	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	1%	2%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_11): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.101: Nationalität – Andere

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	93%	94%	89%	95%	92%	93%	91%	92%	96%	88%	96%	92%	91%	95%	92%
Ja	7%	6%	11%	5%	8%	7%	9%	8%	4%	12%	4%	8%	9%	5%	8%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (NAT\_12): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.102: Befragungsmodus

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
CAWI	98%	98%	99%	99%	98%	98%	100%	99%	92%	94%	97%	99%	99%	97%	97%
CATI	2%	2%	1%	1%	2%	2%	0%	1%	8%	6%	3%	1%	1%	3%	3%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CI 95%	±1.6%	±2.0%	±3.3%	±6.3%	±2.3%	±2.3%	±3.2%	±2.3%	±3.4%	±4.8%	±2.5%	±2.5%	±2.6%	±2.6%	±3.6%
Befragte	3795	2612	931	252	1844	1951	1005	1930	859	431	1578	1543	1434	1441	788
<b>Valide Angaben</b>	<b>3795</b>	<b>2612</b>	<b>931</b>	<b>252</b>	<b>1844</b>	<b>1951</b>	<b>1005</b>	<b>1930</b>	<b>859</b>	<b>431</b>	<b>1578</b>	<b>1543</b>	<b>1434</b>	<b>1441</b>	<b>788</b>

Frage: (MODE): Der Befragungsmodus ist eine technische Variable, die von DemoSCOPE übermittelt wurde

Skala: Der Befragungsmodus ist eine technische Variable, die von DemoSCOPE übermittelt wurde Skala: 1 = CAWI (Computer Assisted Web Interview)/ 2 = CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

## B. Methodischer Anhang

### B.1. Grundgesamtheit und Stichprobendefinition

Grundgesamtheit bildet die gesamtschweizerische Wohnbevölkerung (inkl. Ausländer/innen) ab 15 Jahren. Als Grundlage für die Stichprobenziehung dient der Stichprobenrahmen SRPH des Bundesamtes für Statistik BFS. Für die Bestellung beim BFS wurde jede Gemeinde einem von 26 Kommunikationsräumen zugeordnet. In 5 Kommunikationsräumen wurden 200 Antworten angestrebt und je 448 Adressen „Principals“ sowie je eine Reserve von 88 Adressen angefordert. In 10 Kommunikationsräumen lag das Ziel bei 150 Antworten, weshalb je 336 Adressen und eine Reserve von 68 Adressen bestellt wurden. Und schliesslich sollten in 11 weiteren Kommunikationsräumen je 100 Antworten resultieren, für die je 256 Adressen und eine Reserve von 48 Adressen benötigt wurden. Überall sollten die Adressen gleichverteilt auf die 4 Altersgruppen 15-24 Jahre, 25-34 Jahre, 35-54 Jahre und 55+ Jahre gezogen werden. Die gelieferte SRPH Stichprobe ist leicht von der Anzahl bestellter Adressen abgewichen, was im Rahmen der Stichprobenziehung üblich ist.

Tabelle B.1: SRPH-Bestellung

K-Räume	Angestrebte Antwortzahl	Principals	Reserve	Adressen Total
5	200	2235	439	2674
10	150	3427	645	4072
11	100	2828	514	3342
<b>Total</b>	<b>3600</b>	<b>8490</b>	<b>1598</b>	<b>10088</b>

Das angestrebte Ziel an Antworten konnte in jedem Kommunikationsraum eingehalten werden. Massgeblich dafür war nicht zuletzt, dass in der Schlussphase die Priorität bei der telefonischen Kontaktierung auf jene Kommunikationsräume gelegt wurde, die bis zu diesem Zeitpunkt noch einen klar unterdurchschnittlichen Rücklauf verzeichnet hatten. Die Schlussbilanz präsentiert sich wie folgt.

Tabelle B.2: Soll-Ist

Kommunikationsraum	Angestrebt	Erzielt	Kommunikationsraum	Angestrebt	Erzielt
Aarau	100	148	Innerschweiz	100	148
Baden	150	179	Lausanne-Lavaux	150	172
Bas-Valais	150	202	Luzern-Innerschweiz	150	200
Basel	150	174	Mittelland	100	142
Bern	200	294	Oberwallis	100	131
Bern Jura-Neuchâtel	150	210	Schaffhausen	100	130
Berner Oberland	100	145	Solothurn	150	183
Berner Seeland	100	131	St. Gallen	150	184
Bündnerland	150	180	Thurgau	100	147
Freiburg/Fribourg	200	254	Ticino	150	215
Fricktal	100	140	Vaud	100	158
Genf	200	228	Zürich	200	217
Glarus	100	123	Zürich Winterthur/SH	200	221

## B.2. Ablauf der Befragung

Die Befragung wurde termingemäss am 14. März mit dem Versand der Ankündigungsbriefe an die «Principals» gestartet und jeweils im Abstand von zwei Wochen erfolgte der Versand der Erinnerungsschreiben. Am 19. April wurde zusätzlich der Ankündigungsbrief an die «Reserve» gestartet. Da bei dem geplanten Outbound Start am 04. Mai bereits die Mindestinterviewzahl in allen Kommunikationsräumen erreicht war, wurde kein Outbound mehr gestartet, sondern vereinbarte Termine erledigt sowie weiterhin Inbound Interviews durchgeführt.

Das Feld wurde am 17. Mai aufgrund der hohen Antwortquote geschlossen. Diese betrug zu Feldende 4375 Antworten, was einer Ausschöpfung von 43 Prozent und folglich nahezu jener vom Vorjahr entspricht. Die angestrebte Mindestanzahl von 3600 Interviews wurde deutlich übertroffen, was eine effektive Stichprobe nach Gewichtung von mehr als 3600 gewichteten Fällen sicherstellte.

Während des gesamten Erhebungszeitraums standen eine telefonische und eine E-Mail-Hotline zur Verfügung, die beide rege genutzt wurden. Insbesondere ältere Zielpersonen meldeten sich auf der Hotline, um telefonisch an der Befragung teilnehmen zu können.

## B.3. Ausschöpfung

Die Qualität einer Befragung bemisst sich immer auch nach ihrer Ausschöpfung. Wir haben deshalb eine Reihe von Massnahmen getroffen, um eine möglichst hohe Ausschöpfung erzielen zu können:

- Hotline: Dank telefonischer und elektronischer Hotline in allen drei Befragungssprachen konnte immer wieder Zielpersonen geholfen werden, die Schwierigkeiten mit dem Login hatten oder lieber telefonisch teilnehmen wollten.
- Zweimaliges Reminding: Erinnerungsbriefe motivieren zur Teilnahme, auch in einer späteren Phase der Befragung.
- Telefonische Kontaktierung: Zu den Adressen mit Telefonnummern konnten die Zielpersonen auch telefonisch kontaktiert und allenfalls auch befragt werden. Insgesamt wurden 106 Interviews telefonisch realisiert. Adressen ohne Telefonnummer konnten online teilnehmen oder haben sich auf der Hotline gemeldet.

Tabelle B.3: Ausschöpfung

Teilnahme	Fälle
Nicht mitgemacht, gesundheitliche Gründe (zu alt, überfordert, verstorben etc.)	48
Nicht mitgemacht, Sprachprobleme	7
Bei Telefonkontakt: sagt, wolle lieber online bzw. habe schon online mitgemacht	3
Nicht erreicht/nicht mitgemacht ohne Mitteilung	5574
Soft-Verweigerungen (keine Zeit, kein Interesse etc.)	52
Grundsätzliche Verweigerungen (Gegen Befragungen, verbietet sich weitere Anrufe etc.)	29
Online-Antworten	4269
Telefonische Antworten	106
<b>Total</b>	<b>10088</b>

Anzumerken bleibt, dass sich alle vier Altersgruppen in ähnlichem Ausmass an der Umfrage beteiligten, analog zu 2021, 2020 und 2019. Die bis 2018 rein telefonisch realisierten Befragungen dieser Studienreihe hatten zunehmend darunter gelitten, dass jüngere Zielpersonen nur noch klar unterdurchschnittlich vertreten waren.

Tabelle B.4: Ausschöpfung nach Altersgruppen

Altersgruppe	Antworten 2022	Antworten 2021	Antworten 2020	Antworten 2019
15 - 24 Jahre	1078	1081	1187	1186
25 - 34 Jahre	1009	1034	1015	1038
35 - 54 Jahre	1160	1088	1263	1253
55+ Jahre	1128	1090	1191	1128

#### B.4. Antwortdauer

Der Median der Ausfülldauer liegt bei den 4375 Antworten bei 11.2 Minuten, was nahezu den Werten vom Vorjahr entspricht. CAWI und CATI Interviews sind dabei ebenfalls fast identisch. Das ist darauf zurückzuführen ist, dass es sich um Inbound Interviews handelt. Das heisst, es sind Interviews, bei denen die Personen auf der Hotline angerufen haben, um direkt ein Interview machen zu können und folglich keine Überzeugungsarbeit geleistet werden musste. 121 Interviews wurden bei der Berechnung der Interviewdauer herausgenommen, da Start- und Endtag um ein oder mehrere Tage auseinanderlagen, da offenbar das Interview angefangen, unterbrochen und dann zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt wurde, dies jedoch als Gesamtzeit in die Daten geschrieben wird und so zu Verzerrungen der Interviewzeit führen würde.

#### B.5. Befragungsstandard

Wir garantieren, dass die Befragung nach den Normen von SWISS INSIGHTS, des Verbandes Schweizer Markt- und Sozialforscher, durchgeführt wurde.

#### B.6. Gewichtung

Die Teilstichproben in den Kommunikationsräumen wurden disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräumen und Metropolen in der Stichprobenziehung proportional abbilden wollen, wären in kleinen Regionalräumen zu wenige Personen befragt worden, um sinnvolle Auswertungen machen zu können. Aus statistischer Sicht sind proportionale Stichproben nicht notwendig und wären daher auch bei der Adress-Bestellung aus dem SRPH-Panels nicht genehmigt worden (Alt und Bien 1994; Gabler 1994). Die echten Proportionen zwischen den Regionen wurden durch die Designgewichte «wiederhergestellt». Dabei wurden die überproportional häufig befragten Personen aus bevölkerungsschwachen Regionen heruntergewichtet und die unterproportional anvisierten bevölkerungsstarken Regionen hochgewichtet. Abgesehen von den Kommunikationsräumen sind die soziodemographischen Merkmale nicht stratifiziert worden und in der Onlinebefragung der Selbstauswahl überlassen. Da das Antwortverhalten (Response) in den Alters- und Bildungsgruppen, sowie nach Geschlecht unterschiedlich ist, hat sich auch in dieser Stichprobe ein gewisser None-Response-Bias eingestellt. Diese Abweichungen der Geschlechter-, Bildungs- und Altersverteilung wurden ebenfalls durch Gewichtung (Poststratifizierung) korrigiert.

In der Tabelle B.5 auf Seite 141 sind Angaben zur gewichteten Verteilung und den Gewichten vermerkt. Die ungewichteten Anteile geben die tatsächliche Verteilung in der realisierten Stichprobe wieder. In der Spalte «gew.» stehen die Anteile nach der Gewichtung. Da die Gewichtung entsprechend den realen Verteilungen durchgeführt wurde (mittels Raking), entsprechen die gewichteten Anteile exakt den Vorgaben nach Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BFS). Die gewichteten

Fallzahlen sind dahinter notiert. Die Gewichtungstatistiken dokumentieren das Mittel, das Minimum, Maximum und das 5-Prozent-Perzentil, sowie das 95-Prozent-Perzentil. Am Mittelwert lässt sich ablesen, ob die Gruppe im Schnitt eher hoch ( $>1$ ) oder runtergewichtet ( $<1$ ) wurde. Das Minimum gibt an, welches der kleinste Gewichtungsfaktor in der Gruppe war und das Maximum entsprechend das grösste Gewicht. An den Perzentilen kann man ablesen, wie viel Prozent der Fälle ein Gewicht kleiner bzw. grösser dem notierten Gewicht hatten.

Tabelle B.5: Stratifizierungsgewichte und Designgewichte

Quote	Verteilung in Prozent			n	Gewichte				
	ungew.	BfS	gew.		Min	Mittel	Max	5%	95%
<b>Geschlecht</b>									
Frau	50.76	51.00	51.00	2204	0.25	1.04	3.98	0.27	2.60
Mann	49.24	49.00	49.00	2118	0.25	0.97	3.77	0.26	2.38
<b>Alter und Bildung</b>									
25-34 Sek I	1.48	10.00	10.10	437	0.25	0.41	0.99	0.26	0.69
25-34 Sek II	8.54	1.00	1.01	44	0.26	0.68	1.79	0.30	1.24
25-34 Tertiär	11.68	8.00	8.08	349	0.32	0.95	2.68	0.36	1.84
25-34 kB	1.30	11.00	11.11	480	0.26	0.95	2.24	0.33	1.99
35-44 Sek I	1.30	1.00	1.01	44	0.25	0.78	1.92	0.31	1.31
35-44 Sek II	4.35	3.00	3.03	131	0.75	2.34	3.92	0.91	3.79
35-44 Tertiär	6.39	9.00	9.09	393	0.75	2.09	3.92	0.93	3.72
35-44 kB	1.04	12.00	12.12	524	0.57	1.90	3.74	0.78	3.64
45-54 Sek I	1.43	2.00	2.02	87	0.57	1.94	3.77	0.73	3.67
45-54 Sek II	5.41	2.00	2.02	87	0.43	1.41	3.62	0.49	2.11
45-54 Tertiär	5.34	8.00	8.08	349	0.47	1.49	3.98	0.59	2.72
45-54 kB	1.16	8.00	8.08	349	0.45	1.51	3.80	0.53	2.65
55-64 Sek I	1.85	1.00	1.01	44	0.29	0.87	2.15	0.34	1.73
55-64 Sek II	6.13	2.00	2.02	87	0.37	1.09	2.74	0.45	1.93
55-64 Tertiär	4.05	6.00	6.06	262	0.31	0.99	2.64	0.39	1.84
55-64 kB	1.11	4.00	4.04	175	0.28	1.00	2.37	0.36	2.10
65+ Sek I	2.24	1.00	1.01	44	0.32	0.91	2.17	0.42	1.45
65+ Sek II	6.02	2.00	2.02	87	0.26	0.90	2.23	0.36	1.98
65+ Tertiär	3.73	5.00	5.05	218	0.28	0.84	2.11	0.35	1.44
65+ kB	0.79	2.00	2.02	87	0.25	0.54	1.26	0.26	1.12
< 24	24.66	1.00	1.01	44	0.48	1.28	3.30	0.48	2.30
<b>Kommunikationsräume</b>									
Zürich	4.79	10.55	11.95	453	0.77	2.19	3.98	0.77	3.74
Zürich Winterthur/SH	5.32	7.72	8.38	318	0.26	1.38	3.75	0.26	2.94
Basel	4.03	6.13	6.64	252	0.37	1.45	3.92	0.37	3.48
Bern	5.62	6.62	7.02	266	0.18	1.10	3.11	0.18	2.44
Genf	4.79	6.71	7.28	276	0.27	1.33	3.77	0.27	2.87
Lausanne-Lavaux	3.91	4.91	5.25	199	0.19	1.18	3.20	0.19	2.51
St. Gallen	3.77	5.92	6.49	246	0.36	1.51	3.86	0.36	3.32
Luzern-Innerschweiz	4.47	5.51	5.88	223	0.20	1.16	3.23	0.20	2.53
Aarau	2.80	3.04	3.20	121	0.16	1.00	2.60	0.16	2.30
Berner Seeland	2.80	2.01	1.77	67	0.07	0.56	1.93	0.07	1.47
Bündnerland	4.16	3.24	2.98	113	0.08	0.63	2.05	0.08	1.60
Innerschweiz	3.08	1.62	1.15	44	0.07	0.33	1.32	0.07	1.03
Berner Oberland	3.54	2.54	2.27	86	0.07	0.56	1.49	0.07	1.38
Bern Jura-Neuchâtel	4.58	3.74	3.56	135	0.09	0.68	2.24	0.09	1.70
Bas-Valais	3.61	3.52	3.55	135	0.10	0.86	2.29	0.10	2.03
Oberwallis	2.59	1.01	0.51	19	0.07	0.17	0.72	0.07	0.47
Ticino	4.07	4.37	4.57	173	0.16	0.98	2.91	0.16	2.28
Freiburg/Fribourg	5.95	4.35	3.90	148	0.07	0.58	1.71	0.07	1.51
Vaud	3.54	1.53	0.91	35	0.06	0.23	1.05	0.07	0.68
Mittelland	2.87	1.76	1.41	54	0.07	0.43	1.30	0.07	1.15
Glarus	2.73	1.97	1.75	66	0.07	0.56	1.87	0.07	1.49
Fricktal	2.85	1.39	0.92	35	0.07	0.29	1.31	0.07	0.97
Solothurn	4.40	3.68	3.52	134	0.10	0.70	2.33	0.10	1.78
Baden	3.79	2.77	2.50	95	0.07	0.58	1.89	0.07	1.44
Schaffhausen	2.78	0.95	0.42	16	0.06	0.13	0.71	0.06	0.33
Thurgau	3.17	2.44	2.23	85	0.09	0.62	1.92	0.09	1.65

Kleine Gewichtungsfaktoren sind weniger ein statistisches Problem als vielmehr eines der Kosteneffizienz, da auch Fälle mit sehr kleinen Gewichten den vollen Preis der Erhebung kosten. Das kleinste Poststratifizierungsgewicht liegt bei 0.25. Weniger als 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor kleiner als 0.27. Das maximale Stratifizierungsgewicht liegt bei 3.98. Diese Gewichtungsfaktoren zeigen, dass ein merklicher Non-Response-Bias aufgetreten ist. Die endgültige stärkere Gewichtung kommt durch die disproportionale Ziehung der Kommunikationsräume zustande, die allerdings ergebnisneutral rückgewichtet werden kann. Das kleinste Gesamtgewicht (Design und Poststratifizierung) lag bei 0.06. Das höchste Gewicht (Zürich) lag bei 3.99. Im Jahr 2022 ist die Gewichtung in etwa so ausgefallen wie 2021.



## B.7. Fragebogen



### Fragebogen CAWI 2022

„Publikum elektronischer Medien 2022“

**Der Fragebogen wurde auch ins Französische und Italienische übersetzt.**

#### Medienpriorität

**MpCH** Wenn Sie sich über das Geschehen **in der Schweiz** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Fernsehen

Radio

Internet

Zeitung

9 Keine Nennung

Bitte wählen Sie Ihr bevorzugtes Medium aus der Liste aus. Zur Suche geben Sie bitte mindestens die drei Anfangsbuchstaben ein. Wenn Sie dieses nicht finden, dann geben Sie bitte die vollständige Bezeichnung ein und klicken auf die Pfeile >>.

**MpReg** Wenn Sie sich über das Geschehen **in ihrer Region** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle? Fernsehen

Radio

Internet

Zeitung

9 Keine Nennung

Bitte wählen Sie Ihr bevorzugtes Medium aus der Liste aus. Zur Suche geben Sie bitte mindestens die drei Anfangsbuchstaben ein. Wenn Sie dieses nicht finden, dann geben Sie bitte die vollständige Bezeichnung ein und klicken auf die Pfeile >>.

**MpAus** Wenn Sie sich über das Geschehen **im Ausland** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle? Wenn Sie sich über das Geschehen im Ausland informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle?

Fernsehen

Radio

Internet

Zeitung

9 Keine Nennung

Bitte wählen Sie Ihr bevorzugtes Medium aus der Liste aus. Zur Suche geben Sie bitte mindestens die drei Anfangsbuchstaben ein. Wenn Sie dieses nicht finden, dann geben Sie bitte die vollständige Bezeichnung ein und klicken auf die Pfeile >>

### Medienbesitz

Welche der folgenden Medien bzw. Geräte, sind in Ihrem **Haushalt** gar nicht, welche einmal und welche mehrmals vorhanden?

**MbhTV** Fernsehgerät 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals /  
8 weiss nicht / 9 k.A.

**Mbhr** Radiogerät 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbhZ** Zeitungs-Abonnement 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals /  
8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbhFT** Festnetztelefon 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbhCN** Computer oder Notebook 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals /  
8 weiss nicht / 9 k.A.

**Erw** Zwischenfrage: Sind Sie erwerbstätig?

Ja (voll oder teilzeit)

Nein

[FILTER: WENN ERWERBSTÄTIG]

Welche der folgenden Medien bzw. Geräte stehen Ihnen **am Arbeitsplatz** zur Verfügung?

**MbaTV** Fernsehgerät 0 Nein / 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbaR** Radiogerät 0 Nein / 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbaZ** Zeitungs-Abonnement 0 Nein / 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbaFT** Festnetztelefon 0 Nein / 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbaCN** Computer oder Notebook 0 Nein / 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A

Welche der folgenden Medien bzw. Geräte nutzen Sie **unterwegs**?

**MbuR** Radiogerät 0 nein/ 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**MbuCN** Notebook 0 nein/ 1 Ja / 8 weiss nicht / 9 k.A

[FILTER: ALLE]

**Ich nenne Ihnen** jetzt weitere Medien bzw. Geräte. Sagen Sie mir jedes Mal, ob **Sie persönlich** über so ein Gerät verfügen.

Über welche der nachfolgenden Geräte verfügen Sie persönlich?

**MbpSP** Smartphone (mit Touchscreen) 0 nein/ 1 Ja

**MbpTAB** Tablet (mit Touchscreen) 0 nein/ 1 Ja

PROG:

Haben Sie Nachrichtenapps installiert? (egal ob auf Smartphone, Tablet oder Smart-TV)

**MBAApp** Nachrichtenapps 0 nein/ 1 Ja

### **Motivation für die Mediennutzung**

Nutzen Sie die folgenden Medien in erster Linie, um Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

1 zur Unterhaltung

2 informieren

3 sowohl als auch

**MotivR** Radio

**MotivTV** Fernsehen

**MotivO** Online

### **Kanal-Nutzung**

Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden **Medien und Inhalte?**

(fast) täglich

mehrmals pro Woche

einmal pro Woche

seltener

nie

[EDV: ROTIEREN]

**KN1** Programme vom Schweizer Fernsehen (SRF eins, SRF zwei, SRF Info)

**KN2** Schweizer **Regional**fernsehprogramme

**KN3** **Ausländische** Fernsehprogramme

**KN4** Programme vom Schweizer Radio (Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 3, Radio SRF 4 News, SRF Musikwelle, SRF Virus)

**KN5** Schweizer **Lokal**radios

**KN6** Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)

**KN7** Gratis-Pendlerzeitungen

**KN8** Das Internet

**KN9** Informationsseiten oder Informationsapps

[PROG: Filter: Wenn KN8 = seltener ODER nie ODER W.n. ODER k.A.]

Sind Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal im Internet gewesen oder waren Sie in der Zeit nie im Internet?

Ja

Nein

[PROG: Filter: wieder alle]

### Medienkonsum

**Dauer** Wie ist das normalerweise an den Tagen, an denen Sie **in Ihrer Freizeit** Fernseh schauen, Radio hören oder Zeitung lesen?

PROG: Maximum = 1440 setzen!

**DauerTV** Wie viele Minuten schauen Sie **an einem TV-Gerät** im Durchschnitt etwa fern?

**DauerR** Wie viele Minuten hören Sie **an einem Radio-Gerät** im Durchschnitt etwa Radio?

**DauerZ** Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Zeitung?

**DauerO** Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Online?

[Filter: Wenn Onlinenutzung aus KN8 oder KN9 oder O]

**RtvInt**: Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

[Erläuterung:] „Internet“ meint nur über Browser an einem Computer, Smartphone oder Tablet und nicht auf einem Fernsehgerät.

(fast) täglich

mehrmals pro Woche

einmal pro Woche

seltener

nie.

PROG: **KEIN** RANDOM!

**RtvInt1** Radio live über das Internet hören

**RtvInt2** Fernsehen live über das Internet sehen

**RtvInt3** Fernsehsendungen über Mediatheken

**RtvInt4** Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)

### **Bewertung des Gesamtprogramms von Medien**

Jetzt möchten wir Ihre Einschätzung bzw. Bewertung der **Qualität des Gesamtprogramms** einerseits des öffentlichen Schweizer Fernsehens und des Schweizer Radios erfahren und andererseits auch des Lokalradios und des Regionalfernsehsenders in Ihrer Region, den Sie am meisten nutzen.

Zuerst zum Namen des von Ihnen am meisten gehörten öffentlich rechtlichen **Schweizer Radios** (Es reicht völlig, wenn Sie einen Sender im letzten Jahr mindestens einmal gesehen haben, und egal, ob der Sender „klassisch“ über das TV-Gerät oder online genutzt wurde)

#### **srgR**

DE:

Radio SRF 1

Radio SRF 2 Kultur

Radio SRF 3

Radio SRF 4 News

Radio SRF Virus

Radio SRF Musikwelle

[FR :

La Première

Espace 2

Couleur 3

Option musique]

[IT:

Rete uno

Rete Due

Rete Tre]

[Alle:

Radio Swiss Classic

Radio Swiss Pop

Radio Swiss Jazz

Radio Rumantsch

Kein Schweizer Radio]

Und jetzt zum **Schweizer** Fernsehsender der SRG, den Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen.

**srgTV**

DE:

SRF eins (TV)

SRF zwei (TV)

SRF Info (TV)

[FR:

RTS Un

RTS Deux]

[IT:

LA 1 (TSI 1)

LA 2 (TSI 2)]

[ALLE:

Telesiuun Rumantscha (auf SRF ausgestrahlt)

kein Schweizer Fernsehen]

### **Bewertung der Regionalprogramme**

**LR** Und jetzt noch den Namen des **Lokal**radios aus Ihrer Region, worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen wollen.

PROG: HIER WIRD FÜR LOKALRADIO EINE LISTE (PLZ zu Radioempfang 2020.xlsx) EINGEBLENDET, DIE JE NACH REGION UNTERSCHIEDLICHE SENDER ENTHÄLT UND DIE EINGABE ERLEICHTERN SOLL.

96 Anderes

97 Kein Lokalradio

98 Weiss nicht

99 Keine Angabe

**LR\_OTH** Anderes [TEXT]

**RTV** Jetzt noch der **Regionalfernsehsender**, auf den Sie Ihre Bewertungen beziehen wollen:

Tele Ticino  
Canal 9  
Canal Alpha  
la télé (ehemals Vaud Fribourg TV)  
Léman bleu  
Tele 1  
Tele M1  
Tele Bärn  
Tele Basel  
Tele Bilingue  
Tele Ostschweiz (TVO)  
Tele Top  
Tele Züri  
TV Südostschweiz (TSO)  
96 Anderes  
97 Kein Regionalfernsehen  
98 Weiss nicht  
99 Keine Angabe  
**RTV\_OTH** Anderes [TEXT]

**INFOON** Auf welche **Nachrichtenapps** oder **Nachrichtenseiten** online wollen Sie Ihre Bewertungen beziehen?

SRF-Tagesschau-App  
SRF.ch/news  
20min.ch  
Blick.ch  
Watson.ch  
96 Anderes  
97 Keine App/Online-Nachrichtenseite  
98 Weiss nicht  
99 Keine Angabe  
**INFOON\_OTH**: [TEXT]

**Im Folgenden bitten wir Sie um die Bewertungen der Sender, die Sie vorher genannt haben. Sie können immer mit den Zahlen 1 bis 5 antworten, wobei 1 immer eine sehr schlechte Bewertung bedeutet und 5 eine sehr gute. Mit den Werten 2, 3, 4 können Sie Ihre Antwort abstufen, also 2 für eher schlecht, 4 für eher gut und 3 ganz in der Mitte.**

**PROG: jeweils die Bewertungsblöcke rotieren lassen und zwar von Prof bis Glaub. Ausnahme: Zuf muss immer am Ende stehen und wird daher nicht mitrotiert.**

#### **Professionalität des Gesamtprogramms**

##### **Prof**

Wie **professionell** gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von ...

PROF\_srgTV: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF\_RTV: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF\_srgR: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF\_LR: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF\_On: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

---

#### **Informationsgehalt der Politikbeiträge**

##### **INFO**

Wie informativ finden Sie die Beiträge aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport von den verschiedenen Medien? Wie informativ sind die Beiträge im...

INFO\_srgTV: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO\_RTV: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO\_srgR: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO\_LR: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO\_On: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

#### **Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung**

##### **LokReg**

Welchen Stellenwert hat die lokal-regionale Berichterstattung Ihrer Meinung nach im Informationsangebot vom ...

LOK\_srgTV: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

LOK\_RTV: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

LOK\_srgR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

LOK\_LR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

LOK\_LR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

LOK\_On: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

**Ausgewogenheit des Programms****AUSG**

Wie **ausgewogen** in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von...

- AUSG\_srgTV: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht  
 AUSG\_RTV: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht  
 AUSG\_srgR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht  
 AUSG\_LR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht  
 AUSG\_LR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht  
 AUSG\_InfoOn: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

**Glaubwürdigkeit der Berichterstattung****Glaub**

Wie **glaubwürdig** ist für Sie die Berichterstattung von ....

- GLAUB\_srgTV: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig  
 GLAUB\_RTV: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig  
 GLAUB\_srgR: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig  
 GLAUB\_LR: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig  
 GLAUB\_InfoOn: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

**Unterhaltsamkeit des Programmangebotes****UNT**

Wie unterhaltsam finden Sie das Angebot vom .....

- UNT\_srgTV: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht  
 UNT\_RTV: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht  
 UNT\_srgR: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht  
 UNT\_LR: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht  
 UNT\_InfoOn: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

**Zufriedenheit mit dem Programm**

**ZUF** Wie **zufrieden** sind Sie ganz allgemein mit ...

- ZUF\_srgTV: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden  
 ZUF\_RTV: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden  
 ZUF\_srgR: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden  
 ZUF\_LR: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden  
 ZUF\_InfoOn: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

**Interesse am aktuellen Geschehen**

**AG** Ganz allgemein gesprochen, wie sehr interessieren Sie sich für das **aktuelle Geschehen in der Schweiz und im Ausland?**

Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

**Nationalität**

**Nat** Zwischenfrage: Was ist Ihre Nationalität?

PROG: MEHRFACHNENNUNG ZULASSEN

- 1 Schweiz
- 2 Deutschland
- 3 Frankreich
- 4 Italien
- 5 Österreich
- 6 Spanien
- 7 Portugal
- 8 Türkei
- 9 Serbien
- 10 Kroatien
- 11 Kosovo
- 96 Anderes, nämlich:

**Interesse an Politik allgemein**

(Wir würden jetzt gerne noch eine Frage stellen, die die Politik betrifft).

**PI** Ganz allgemein gesprochen, wie sehr interessieren Sie sich für Politik?

Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

**Soziodemographie****Schulbildung**

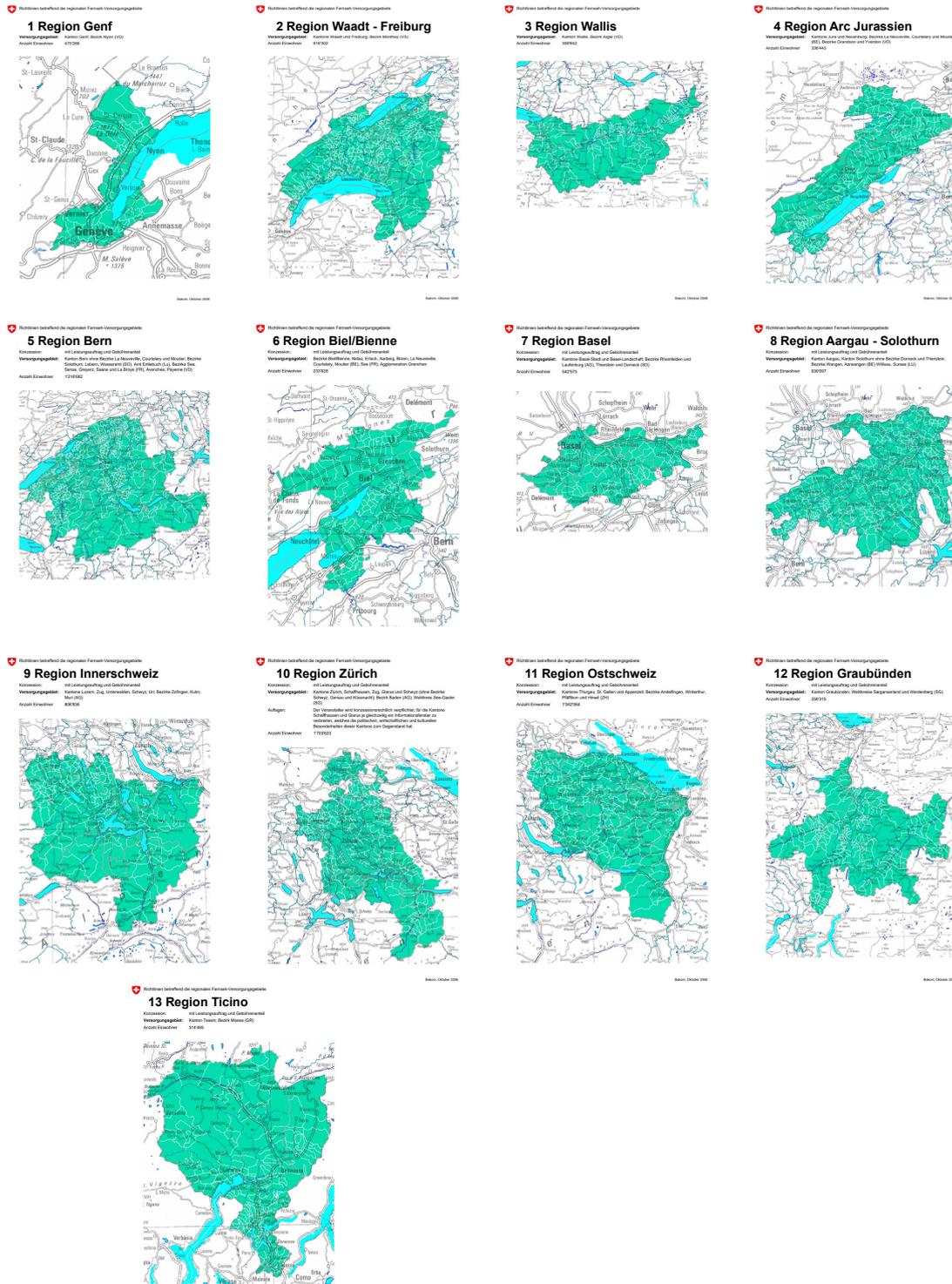
**Bild** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

PROG: BISHERIGE LISTE VERWENDEN

Bedanken, verabschieden

Fragebogen

## B.8. TV-Versorgungsgebiete mit Karten



Quelle: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/verordnungen/radio-und-fernsehen/regionale-tv-gebiete-und-karten.html>

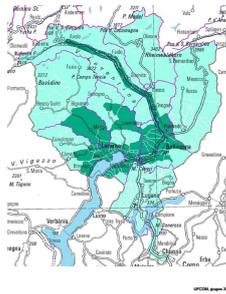




Pianificazione delle reti antenne OTC - Contorni (sub)regionali

### 33 Regione Sopraceneri

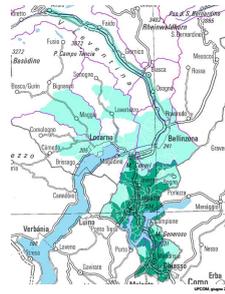
Sopraceneri, circondari Lugano e Menz (SI); autonomia AZ Lugano - Chiasso  
 Agglomerati Locarno e Bellinzona, comuni in Area di Lega Maggiore sino al confine con autonomia AZ Monte Ceneri - Biasa  
 Albiore



Pianificazione delle reti antenne OTC - Contorni (sub)regionali

### 34 Regione Sottoceneri

Sottoceneri; Agglomerati Locarno e Bellinzona, autonomia AZ Arona - Saronno  
 Agglomerati Lugano e Chiasso - Mendrisio; autonomia AZ Monte Ceneri - Chiasso  
 Albiore



Quelle: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/verordnungen/radio-und-fernsehen/ukw-versorgungsgebiete-und-karten.html>