



# Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2017

im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM

Schlussbericht

Benjamin Fretwurst, Céline Murri, Thomas Friemel, Heinz Bonfadelli

Zuhanden von:  
Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Quellenangabe:

Fretwurst, Benjamin/ Murri, Céline/ Friemel, Thomas/ Bonfadelli, Heinz (2017): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2017.  
[www.iakom.ch/Themen/MedienBewertung2017.pdf](http://www.iakom.ch/Themen/MedienBewertung2017.pdf)

Zürich 2017

Dr. Benjamin Fretwurst  
Céline Murri  
Prof. Dr. Thomas Friemel  
Prof. em. Dr. Heinz Bonfadelli

Kontakt  
Dr. Benjamin Fretwurst  
IaKom GmbH  
Wildbachstrasse 3  
8008 Zürich

fretwurst@iakom.ch  
Tel: +41 76 443 55 99  
[www.iakom.ch](http://www.iakom.ch)

# Inhaltsverzeichnis

<b>Management Summary</b> .....	3
<b>Grafischer Überblick 2017</b> .....	5
1 Hintergrund und Forschungsstand .....	9
1.1 Hintergrund .....	9
1.2 Ergebnisse der bisherigen Erhebungen .....	10
2 Methodenbeschrieb .....	11
2.1 Stichprobe .....	12
2.2 Gewichtung .....	13
3 Medienausstattung und -nutzung .....	16
3.1 Medienausstattung .....	16
3.2 Mediennutzung .....	17
4 Medienpriorität für Informationen über Politik .....	19
4.1 Interesse für Politik .....	19
4.2 Medienpriorität .....	19
5 Bewertung des Medienangebots .....	21
5.1 Bewertung der SRG-Fernsehprogramme .....	22
5.2 Bewertung der Regionalfernsehprogramme .....	26
5.3 Bewertung der SRG-Radioprogramme .....	28
5.4 Bewertung der privaten Lokalradioprogramme .....	30
6 Fazit .....	33
7 Literaturverzeichnis .....	35
8 Fragebogen .....	38



## Management Summary

In diesem Bericht werden die Ergebnisse der **2017 durchgeführten Publikumsbefragung zur Nutzung und Bewertung des privaten sowie öffentlichen Schweizer TV- und Radioangebots** vorgestellt. Die Befunde basieren auf einer repräsentativen Telefonbefragung im Frühjahr 2017 mit 3612 Befragten ab 15 Jahren in allen vier Sprachregionen der Schweiz.

Die kontinuierliche Erhebung der Qualitätsbewertung durch das Publikum soll die Frage beantworten, wie die in der Schweiz wohnhafte Bevölkerung die Radio- und Fernsehangebote bewertet, die sie nutzen kann und nutzt. Die Ergebnisse der seit 2009 mindestens einmal im Jahr durchgeführten Befragung (immer mindestens 3600 Personen) weisen eine bemerkenswerte Stabilität auf hohem Niveau aus. Wie in den Vorjahren werden die Angebote der SRG-Radiosender mit leichtem Vorsprung am besten bewertet (3.9 im Durchschnitt auf einer Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut»). In den letzten Jahren haben die Bewertungen in Bezug auf die Lokalradiosender an zweiter Stelle gelegen. In diesem Jahr wurde das Angebot der SRG-Fernsehsender (3.8) erstmals insgesamt besser bewertet als die lokalen Radiosender (3.7). Die regionalen Fernsehangebote werden positiv bewertet (mit 3.5 über dem neutralen Skalenmittel von 3), aber in der Gesamtzufriedenheit liegen sie hinter den Angeboten der SRG und den Angeboten der lokalen Radioprogramme.

Die öffentliche Debatte um den Wert der SRG-Angebote hat sich nicht negativ auf die Bewertung der Angebotsqualität ausgewirkt. Im Vergleich zum Vorjahr ist die «Gesamtzufriedenheit» (3.9) mit den **SRG-Fernsehangeboten** sogar signifikant gestiegen: Folgende Bewertungskriterien liegen im Durchschnitt signifikant über dem Vorjahr: «Professionalität» (4.1), «Ausgewogenheit» (3.7), «Glaubwürdigkeit» (4.1) und die «Unterhaltsamkeit» (4.1). Die Bewertung der **SRG-Radioangebote** war in allen Bewertungsdimensionen etwas besser als im Vorjahr. Allerdings wurde nur der «Lokalbezug» (3.3) und die Summe der Bewertungen (27.4) signifikant besser bewertet. Auch die Qualitätsbewertung der **Regionalfernsehangebote** hat sich im Wesentlichen leicht verbessert. Lediglich die Bewertung des «Lokalbezug» (3.9) wurde minimal geringer eingestuft als im Vorjahr. Allerdings sind die Unterschiede zum Vorjahr für die Regionalfernsehangebote statistisch nicht signifikant. Die Bewertung der lokalen Radioangebote fällt in der Summe minimal schlechter aus als im Vorjahr (25.9 im Vergleich zu 26.1). Da die kleinen Unterschiede statistisch nicht signifikant sind, ist auch hier kein Problem festzustellen. Nur die Differenz des Lokalbezugs im Vergleich zwischen den Lokalradios und den Radioangeboten der SRG ist signifikant kleiner geworden. Den Konzessionsauftrag, lokal zu informieren, erfüllen die privaten Radioprogramme (3.8) immer noch besser als die Angebote der SRG (3.3), aber dieser normativ im Mediensystem der Schweiz verankerte Unterschied wird kleiner.

Als **Fazit** ist festzustellen, dass die Menschen in der Schweiz die Angebote der SRG weiterhin hochschätzen und überwiegend besser bewerten als die Alternativangebote der Lokalradio- und Regionalfernsehsender. Entsprechend den Konzessionsvorgaben wird die lokale Berichterstattung der Privaten als stärker bewertet als bei den SRG-Sendern. Im Vergleich zum Vorjahr ist diese Differenz allerdings kleiner. Die höhere Akzeptanz der SRG-Angebote zeigt sich auch in der Nutzungsstatistik. Dass die SRG besser abschneidet als die privaten Lokalradio- und Regionalfernsehanbieter geht natürlich auch auf erheblich grössere Ressourcen der SRG zurück, die notwendig sind, um Programme in dieser Qualität anbieten zu können.



## Grafischer Überblick 2017

Abb 1: Bewertung nach Veranstaltungskategorie 2017

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

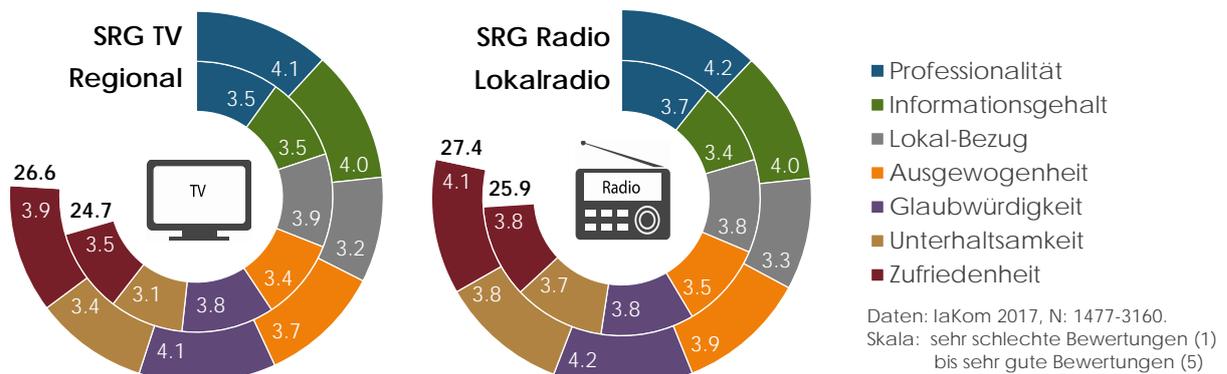
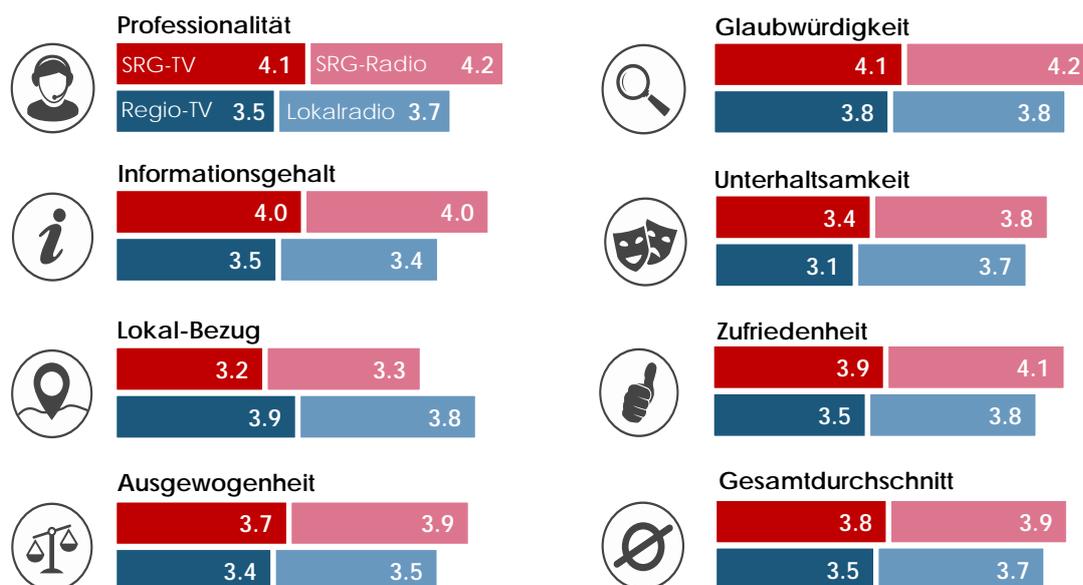


Abb 2: Bewertung nach Bewertungsdimensionen 2017

In Abbildung 2 sind die Anbietergruppen nach den Bewertungsdimensionen gruppiert. Der Durchschnitt – am Ende der Liste – ist aus den sieben Bewertungskriterien berechnet.

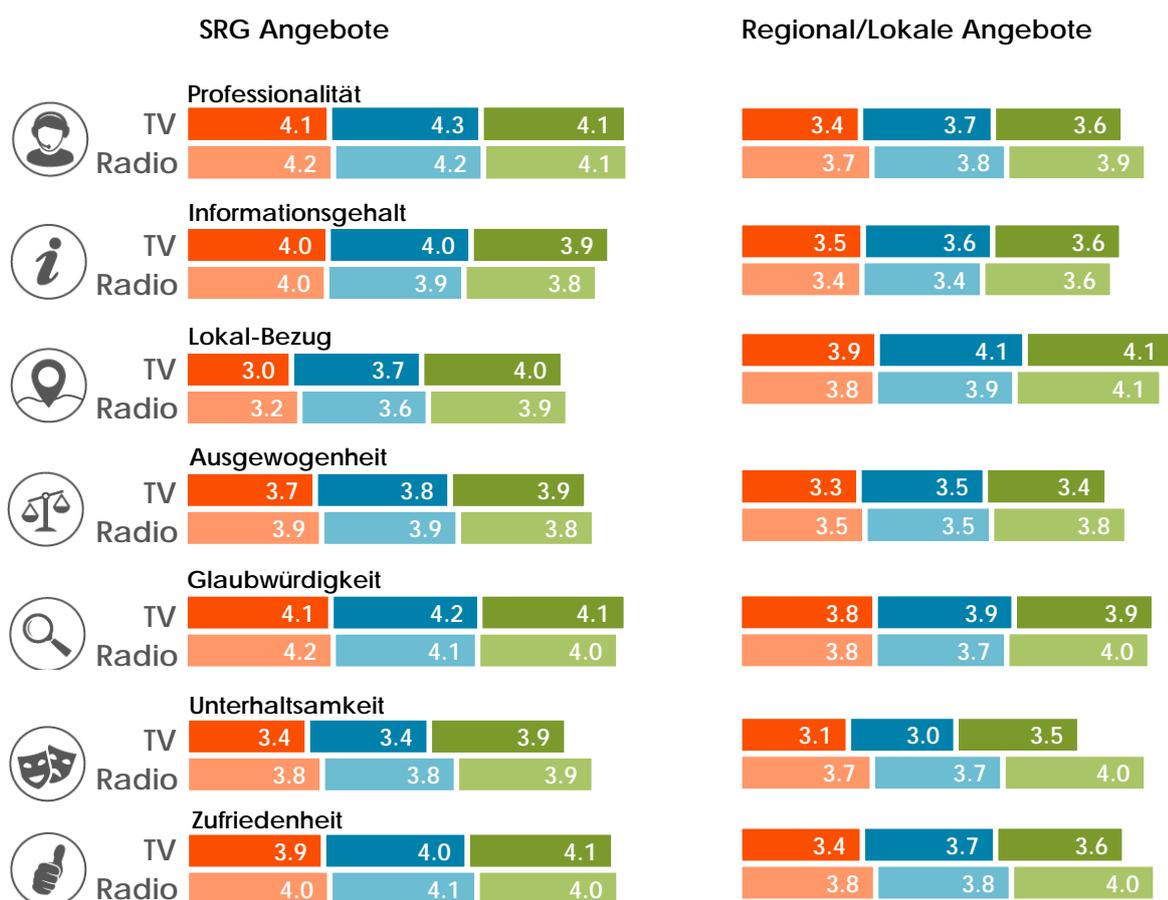


Daten: IaKom 2017, n: 1477-3160.  
Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)





Abb 3: Bewertung nach Sprachregionen



Daten: IaKom 2017, n: 1477–3160

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)



# 1 Hintergrund und Forschungsstand

## 1.1 Hintergrund

Die Teilhabe an politischen Entscheidungsprozessen setzt die Teilnahme an Aushandlungsprozessen voraus. Insofern müssen jede moderne Demokratie und insbesondere eine direkte Demokratie für Informationen und Kommunikation des Souveräns sorgen. Daraus leitet sich in der Bundesverfassung ein Leistungsauftrag an die Medien ab und fordert in 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 12. Februar 2017))

Das Ausmass, in dem die Medien die an sie gestellten Funktionen und Anforderungen erfüllen, wird in mehreren Aspekten gefordert: «Professionalität» (vgl. fög 2017), die im Artikel 93 explizit angesprochene Vielfalt und die implizit geforderte Ausgewogenheit («angemessen zum Ausdruck»), der Informationsgehalt («stellen die Ereignisse sachgerecht dar») sowie den lokalen und regionalen Bezug («berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone»). Die «Glaubwürdigkeit» als Qualitätsmerkmal ist ein Ziel, das sich daraus ergeben soll, dass die Ereignisse sachgerecht und angemessen dargestellt werden.

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)<sup>4</sup> 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.

Der besondere Anspruch an die SRG ist:

Die Umsetzung dieses verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages erfolgt auf zwei Ebenen. Die SRG soll den Service public auf nationaler bzw. sprachregionaler Ebene sicherstellen. Demgegenüber soll der Service public auf lokaler Ebene durch private Veranstalter gewährleistet werden.

Radio und Fernsehen  
Öffentliche Ausschreibung:  
Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag  
vom 4. September 2007

An die SRG als Medien mit dem Auftrag des Service public werden besondere Anforderungen gestellt. In der Konzession für die SRG steht daher zur Programmqualität:

### Art. 3 Programmqualität

<sup>1</sup> Das Programmschaffen der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Die einzelnen Programmbereiche orientieren sich am Programmauftrag und zeichnen sich durch Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität aus. Die SRG stellt die Unverwechselbarkeit ihrer Programme sicher und unterscheidet sich damit von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern.

<sup>2</sup> Die SRG strebt eine hohe Akzeptanz bei den verschiedenen Zielpublika an. Sie bemisst die Akzeptanz nicht in erster Linie in Marktanteilen.

Konzession für die SRG SSR idée suisse  
vom 28. November 2007 (Stand 28. November 2009)

Die Einhaltung dieses Leistungs- bzw. Qualitätsanspruchs wird zum einen mit Hilfe von Strukturanalysen (Studer et al. 2014, Künzler 2013, Puppis/Schweizer 2016, Bonfadelli et al. 2006) und

zum anderen inhaltlich am Angebot gemessen (siehe Trebbe et al. 2016, Neumann-Braun et al. 2015, Grossenbacher 2015, 2016 und 2017, Latzer et al. 2016, Meier et al. 2014). Mit den Messungen zu den Strukturen und Inhalten kann beschrieben werden, inwiefern die Medien für die Bürger *die Möglichkeit* schaffen, sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu informieren. Die Frage, inwieweit die Medien beim Publikum Akzeptanz finden und sich unterhalten fühlen, kann nicht an den Strukturen oder Inhalten abgelesen werden, da diese Wirkungen beim Zuschauer und Zuhörer entstehen. Daraus ergibt sich zwingend, dass es eine Befragung zur Bewertung der Medien durch das Publikum geben muss. Diese subjektiven Bewertungen der Medienleistungen durch die Schweizer Mediennutzer werden seit 2009 kontinuierlich im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM erhoben (Bonfadelli/Fretwurst 2009, Bonfadelli/Fretwurst 2010, Bonfadelli/Fretwurst 2012, Fretwurst/ Bonfadelli 2013, Fretwurst/ Bonfadelli 2015, Fretwurst et al. 2016, Fretwurst et al. 2017). Dabei wurde zunächst halbjährlich und dann jährlich die Schweizer Wohnbevölkerung zu ihrer Bewertung der Radio- und Fernsehprogramme der SRG SSR sowie der konzessionierten privaten Radio- und Fernsehprogramme befragt.

Das BAKOM hat das Institut für angewandte Medienforschung laKom in Partnerschaft mit dem Befragungsinstitut DemoSCOPE damit beauftragt, die Erhebung der Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme für den Zeitraum 2015 bis 2018 zu erbringen. Die Planung, Erstellung des Fragebogens, die Aufbereitung und Analyse der Daten sowie die Erstellung des vorliegenden Schlussberichtes liegen bei laKom. Die Befragungen wurden vom Institut DemoSCOPE durchgeführt. Das eine zentrale Forschungsziel war die Erhebung der Mediennutzung und das andere die Messung der Qualitätsurteile in Bezug auf öffentliche und private Radio- und Fernsehangebote durch die Schweizer Bevölkerung in allen Sprachregionen.

## 1.2 Ergebnisse der bisherigen Erhebungen

Die kontinuierliche Forschung zur Leistungsbeurteilung der Schweizer Radio- und TV-Programme durch das Publikum basiert auf repräsentativen Telefonbefragungen (CATI) mit Befragten ab 15 Jahren in 27 Kommunikationsräumen der Schweiz. Die Vergleiche mit den Vorjahren basieren auf 9 Erhebungen mit jeweils mindestens 3600 Befragten in der Schweiz.

Die kontinuierlichen Befragungen zur Leistung der Schweizer Radio- und Fernsehangebote zeigen eine hohe Stabilität in der Zufriedenheit des Publikums. Die Radioprogramme der SRG wurden immer besser bewertet als die lokalen Radioprogramme. Auch die Fernsehprogramme der SRG wurden in allen Jahren positiver bewertet als die regionalen Fernsehsender. Die Stärken der SRG-Radioprogramme lagen aus der Sicht der Hörerinnen und Hörer in der «Professionalität» der Medienschaffenden und ihrer Beiträge, im «Informationsgehalt» und der «Ausgewogenheit» der Informationen. Dass die SRG laut Konzession explizit keine Regionalberichterstattung machen soll, führt zu niedrigeren Werten für den «Lokalbezug» der SRG-Sender. Die Schweizer Lokalradios schneiden über alle Kriterien der Programmbewertung gut ab. Besonders hoch wird für die Lokalradios die Relevanz der «lokal-regionalen Berichterstattung» und die «Professionalität» bewertet. Die Befragten schätzten die Programme der Lokalradios dagegen als weniger «ausgewogen» ein.

## 2 Methodenbeschrieb

Mit der kontinuierlichen Repräsentativbefragung «Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme» soll gemessen werden, wie hoch die Akzeptanz für das Radio- und Fernsehangebot bei der Schweizer Bevölkerung ist und wie es sich über die Zeit entwickelt. Das Forschungsziel ist also die subjektive Wahrnehmung des Schweizer Publikums von den Medien. Also wird mit dieser Studie zum Beispiel *nicht* gemessen, wie professionell die Medienschaffenden tatsächlich arbeiten, sondern, ob das Publikum den Eindruck hat, dass die Medieninhalte professionell gemacht sind. Die Qualitätsbewertung selbst erfolgte entlang der Bewertungskriterien, wie sie in den Konzessionen für die Programme der SRG und der Privaten festgelegt sind:

- a. Professionalität des Gesamtprogramms
- b. Informationsgehalt der Politikbeiträge
- c. Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung
- d. Ausgewogenheit des Programms
- e. Glaubwürdigkeit der Berichterstattung
- f. Unterhaltsamkeit des Programmangebots
- g. Gesamtzufriedenheit mit dem Programm

Die Aussagenebene dieser Studie sind Angebote des öffentlichen sowie des privaten Radios und Fernsehens. Die Angebote wurden insofern zusammengefasst, als dass die Befragten gebeten wurden, Sender zu bewerten. Dabei standen die Befragten vor der Aufgabe, verschiedene Sendungsinhalte (z.B. Nachrichten, Sportübertragungen, Serien, Dokus usw.) zu einer Gesamtbewertung für einen Sender zusammenzufassen. Die Abfrage von sieben Bewertungsdimensionen ist allein für jeweils einen Sender aus vier Anbieterkategorien (Radio und TV jeweils für öffentlich und privat) aufwendig und für die Befragten anstrengend und monoton. Aus diesen Gründen war es nicht zumutbar, mehr als einen Sender je Kategorie bewerten zu lassen. Die zu bewertenden Sender sollten jene sein, die die Befragten am häufigsten nutzen und mithin am besten kennen. In dieser Form wurden also die präferierten Sender bewertet und nicht von jedem alle Sender einer Kategorie. «Akzeptanz des Angebots» bedeutet in dieser Auslegung, dass für jeden Befragten die Möglichkeit besteht, aus der Breite des Angebots etwas auszuwählen, mit dessen Qualität er oder sie zufrieden ist.

Ein anderer Indikator für die Qualitätseinschätzung ist die Nutzung selbst bzw. die Quote. Im Nutzen- und Belohnungsansatz (Uses and Gratifications Approach) geht die Kommunikationswissenschaft davon aus, dass die Nutzung sich aus der Nutzenerwartung ergibt (vgl. Palmgreen 1984). Aus dieser Perspektive wird «Qualität» rein aus Zuschauersicht betrachtet: Sie bewerten, in welchem Masse die Medien die für sie wichtigen Funktionen erfüllen. Die normativen Funktionen von Medien und Minderheiteninteressen gehen hier quantitativ nicht ein, beziehungsweise nur mittelbar durch Antwortverzerrungen in Richtung subjektiv empfundener Wünschbarkeit. Für die Nutzungsmessung wurden die Befragten gebeten, die Medien anzugeben, die sie 1. für die Informationssuche über das Geschehen in der Schweiz sowie 2. im Ausland präferieren, und 3. welche Medien sie für Informationen über das regionale Geschehen bevorzugen. Die Verweildauer bei Angeboten kann als Indikator für die Akzeptanz des Angebots angesehen werden und wurde darum in Form der Nutzungsdauer erfragt. Ergänzend zur Abfrage der klassischen Medienkanäle für Radio und Fernsehen, wurde auch der Entwicklung Rechnung getragen, dass die Inhalte der Anbieter immer häufiger über das Internet konsumiert werden. Im Unterschied zur apparativen Mediennutzungsforschung (in der Schweiz vor allem durch Mediapulse), ist die Selbstauskunft der Befragten bei weitem nicht so genau – aber sie ist über verschiedene Medien hinweg vergleichbar.

Da es bei den funktionalen Ansprüchen an die Medienqualität vor allem um Informationsleistungen geht, wurde erfasst, inwiefern sich die Zuhörer und Zuschauer für 1. Politik im Allgemeinen, 2. das Geschehen in der gesamten Schweiz und im Ausland sowie 3. in ihrer Region interessieren.

Mit dem Ziel der Stichprobenkontrolle und -anpassung durch Gewichtung wurden soziodemographische Merkmale wie Geschlecht, Alter, Bildung und Wohnort erfasst. Anhand der erfragten Postleitzahl des Wohnorts konnten die Befragten den Kommunikationsräumen und den TV- sowie Radio-Versorgungsgebieten zugeordnet werden.

Die Stichprobe der Befragung wurde als Zufallsstichprobe durchgeführt, so dass die Resultate repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren in den Versorgungsgebieten der konzessionierten Schweizer Radio- und Fernsehveranstalter sind. Mit Blick auf notwendige Teilanalysen nach Nutzungsmerkmalen und regionalen Unterteilungen wurde eine Stichprobe gezogen, die auch für die relevanten Substichproben hinreichend genaue Aussagen zulässt. Da einzelne Kommunikationsräume sehr klein sind, wurde darauf geachtet, dass in jedem der definierten Kommunikationsräume eine Mindestzahl von 100 Interviews durchgeführt wurden. In den Kommunikationsräumen mittlerer Grösse wurden mind. 150 Interviews realisiert und in den grössten mind. 200.

Aufgrund von Interviewverweigerungen (Unit-Non-Response), die zu einem gewissen Grad mit dem Geschlecht sowie dem Alter zusammenhängen (Männer und Jüngere verweigern eher), und aufgrund der disproportionalen Substichproben der Loklräume weichen die Verteilungen in den Rohdaten etwas von denen der Grundgesamtheit ab. Diese Abweichungen wurden durch Gewichtung korrigiert. Es wurde anhand des Geschlechts und der Loklräume gewichtet sowie kombiniert nach dem Bildungsstand in den Alterskohorten. Die Gewichtungsvorgaben stammen vom Bundesamt für Statistik der Schweiz. Details zur Realverteilung und Gewichtung finden sich im Anhang 2.2 ab Seite 13.

## 2.1 Stichprobe

Die Repräsentativität der Stichprobe wurde im Wesentlichen durch ein zweistufiges Zufallsverfahren (Random-random) gewährleistet. Auf der ersten Stufe wurden die Telefonnummern zufällig aus dem elektronischen Telefonbuch gezogen. So werden über Festnetznummern Haushalte zufällig angerufen. Innerhalb der Haushalte wird mit dem sogenannten Last-Birthday-Verfahren gearbeitet. Dabei wird die Person im Haushalt um das Interview gebeten, die als letzte Geburtstag hatte. Mit dieser Methode lässt sich eine repräsentative Auswahlgesamtheit für Haushalte mit Festnetzanschlüssen erzeugen. Das in der Marktforschung häufig eingesetzte Random-Quota-Verfahren ist für Fragestellungen im Bereich der Kommunikation ungeeignet, da bei diesem Ziehungsverfahren Personen mit einem untypischen Kommunikationsverhalten bevorzugt in die Stichprobe gezogen werden. Mit dem etwas aufwendigeren Last-Birthday-Verfahren wird diese Verzerrung vermieden, da auch aus den Personen, die gemeinsam in einem Haushalt leben, zufällig ausgewählt wird.

Die anvisierte Stichprobe kann aus zwei Gründen verzerrt werden: 1. Die Erreichbarkeit und Teilnahmebereitschaft verschiedener Bevölkerungsgruppen ist unterschiedlich und 2. während die Mobiltelefonausstattung über 100 Prozent liegt (Zweitnummern), verfügen nicht alle Haushalte über ein Festnetz. Möglichen Verzerrungen bei der Erreichbarkeit verschiedener Bevölkerungsgruppen aufgrund unterschiedlicher Teilnahmebereitschaft wird durch «Flankierung» der Zufallsziehung und Gewichtung der Merkmale «Geschlecht» und «Bildung in Altersgruppen» gemäss den amtlichen Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BFS) begegnet. Die Repräsentativität für die Versorgungsgebiete wurde über die Zufallsziehung und Kontrolle von 27 Kommunikationsräumen gewährleistet.

Die Aufhebung der Eintragungspflicht und die Liberalisierung des Telecom-Marktes haben dazu geführt, dass längst nicht mehr alle Privathaushalte im elektronischen Telefonverzeichnis

enthalten sind. Derzeit dürften es noch etwa 80% sein, was – auch im internationalen Vergleich – als hinreichende Basis für eine repräsentative Befragung taxiert werden kann. Die Tendenz ist aber klar abnehmend und betrifft insbesondere jüngere Personen, die von Zuhause wegziehen und lediglich über eine (meist nicht eingetragene) Handynummer erreichbar bleiben.

## 2.2 Gewichtung

Die Stichprobe wurde disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräume 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 hätten die Kosten mehr als verdoppelt. Die echten Proportionen zwischen den Regionen wurden durch Gewichtung wiederhergestellt. Dabei wurden die überproportional häufig befragten Personen aus bevölkerungsschwachen Regionen heruntergewichtet und unterproportional befragten aus bevölkerungsstarken Regionen hochgewichtet. Die Abweichungen der Geschlechterverteilung und Altersverteilung lagen im Rahmen vorgegebener Toleranzbereiche und wurden ebenfalls durch Gewichtung korrigiert. Der kleinste Gewichtungsfaktor liegt bei 0.18. Weniger als 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor kleiner als 0.44. Der maximale Gewichtungsfaktor liegt bei 4.1. Die Korrektur für die allein durch unterschiedliche Teilnahmebereitschaft entstandene Disproportionalität, also vor allem aufgrund der geringeren Teilnahmebereitschaft von Männern und jungen Erwachsenen (25–35), ist noch kleiner. Die entsprechende Gewichtungskorrektur liegt zwischen 0.56 und 2.65. Die endgültige stärkere Gewichtung kommt also durch die disproportionale Ziehung der Kommunikationsräume zustanden, die allerdings ergebnisneutral ist. Im Jahr 2017 war keine ganz so starke Gewichtung notwendig wie im Jahr 2016. Dennoch zeigt sich über die letzten Jahre, dass es schwieriger wird die Bürger telefonisch zu befragen und die vorgegebenen Quoten zu erfüllen. Die Stabilität der Ergebnisse deutet allerdings darauf hin, dass diese Veränderung keinen Einfluss auf die Kennwerte hat (im Sinne einer Test-Retest-Reliabilität und Konstruktvalidität).

In den folgenden Tabellen werden die Verteilungen der Gewichtungsmerkmale aufgeführt. Die ungewichteten Anteile geben die tatsächliche Verteilung in der realisierten Stichprobe wieder. In der Spalte «gewichtet» stehen die Anteile nach der Gewichtung. Da die Gewichtung entsprechend den realen Verteilungen (Angaben BFS) durchgeführt wurde, entsprechen die gewichteten Anteile exakt den Vorgaben nach Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BFS).

<b>Geschlecht</b>									
	Anzahl			Gewicht					
	Anzahl	gewichtet	Prozent Vorgabe	ungewichtet	Mittel	Min	Max	5%	95%
Mann	1806	50%	50%	40%	1.75	.26	4.01	.56	4.01
Frau	1806	50%	50%	60%	1.23	.18	4.01	.38	3.10
<b>Gesamt</b>	3612	100%	100%	100%	1.49	.18	4.01	.44	3.94

<b>Alter und Bildung</b>									
	An- zahl	gewich- tet	Prozent Vor- gabe	unge- wicht- tet	Mit- tel	Gewicht			
						Min	Max	5%	95%
bis 24 o Bildg.	490	13.60%	13.53%	11.93%	1.37	.31	2.65	.58	2.65
25-44 Sek I	96	2.67%	3.19%	0.66%	4.01	4.01	4.01	4.01	4.01
25-44 Sek II	516	14.32%	14.25%	8.22%	2.08	.52	4.01	.90	4.01
25-44 Tertiär	568	15.77%	15.68%	7.09%	2.57	.62	4.01	1.25	4.01
45-64 Sek I	151	4.19%	4.16%	3.57%	1.35	.40	2.28	.61	2.16
45-64 Sek II	559	15.54%	15.46%	24.67%	.76	.19	1.65	.32	1.23
45-64 Tertiär	437	12.15%	12.08%	17.77%	.81	.18	1.53	.37	1.53
65+ o Bildg	783	21.76%	21.65%	25.75%	1.03	.23	2.00	.44	2.00
<b>Gesamt</b>	3600	100%	100%	100%	1.49	.18	4.01	.44	4.01

<b>Kommunikationsräume</b>									
	An- zahl	ge- wichtet	Prozent Vorgabe	unge- wicht- tet	Mit- tel	Gewicht			
						Min	Max	5%	95%
Zürich	381	10.56%	10.56%	5.54%	2.32	1.06	4.01	1.06	4.01
Zürich Winterthur/SH	279	7.72%	7.72%	5.54%	1.78	.75	4.01	.75	3.81
Basel	221	6.13%	6.13%	4.15%	1.87	.79	4.01	.79	4.01
Bern	239	6.62%	6.62%	5.54%	1.55	.67	4.01	.67	3.38
Genf	242	6.71%	6.71%	5.54%	1.61	.64	4.01	.64	3.26
Lausanne-Lavaux	177	4.91%	4.91%	4.10%	1.54	.66	3.33	.66	3.33
St. Gallen	214	5.92%	5.92%	4.21%	1.73	.78	4.01	.78	3.29
Luzern-Innerschweiz	199	5.51%	5.51%	4.26%	1.74	.70	4.01	.70	3.58
Aarau	110	3.04%	3.04%	2.77%	1.42	.58	4.01	.63	2.95
Berner Seeland	73	2.01%	2.01%	2.77%	.90	.43	2.19	.43	2.19
Bündnerland	117	3.24%	3.24%	4.15%	1.07	.38	4.01	.41	1.94
Innerschweiz	59	1.62%	1.62%	2.77%	.75	.30	1.50	.32	1.50
Berner Oberland	92	2.54%	2.54%	2.77%	1.20	.47	2.38	.51	2.38
Bern Jura- Neuchâtel	135	3.74%	3.74%	4.15%	1.37	.48	4.01	.48	4.01
Bas-Valais	127	3.52%	3.52%	4.15%	1.14	.45	4.01	.49	2.31
Oberwallis	36	1.01%	1.01%	2.77%	.45	.20	1.02	.22	1.02
Ticino	158	4.37%	4.37%	4.15%	1.39	.59	4.01	.59	2.50
Freiburg/Fribourg	157	4.35%	4.35%	5.56%	1.07	.41	4.01	.44	2.06
Freiburg (d)	55	1.53%	1.53%	2.96%	.85	.27	4.01	.29	4.01
Vaud	64	1.76%	1.76%	2.77%	.97	.31	4.01	.33	4.01
Mittelland	71	1.97%	1.97%	2.77%	1.06	.34	4.01	.36	4.01
Glarus	50	1.39%	1.39%	2.77%	.87	.25	4.01	.27	4.01
Fricktal	133	3.68%	3.68%	4.15%	1.25	.44	4.01	.47	2.23
Berner Land	100	2.77%	2.77%	4.15%	.86	.36	1.80	.38	1.80
Baden	34	0.95%	0.95%	2.77%	.82	.18	4.01	.18	4.01
Schaffhausen	88	2.44%	2.44%	2.77%	1.15	.43	2.16	.46	2.16
<b>Gesamt</b>	3612	100.00%	5.25%	4.38%	1.49	.18	4.01	.44	3.94

## Methodensteckbrief

Befragungsinstitut	DemoSCOPE
Erhebung	Telefoninterviews per CATI
Stichprobenverfahren	Zufallsstichprobe mit Quoten nach Lokalräumen, Geschlecht und Bildung je Altersgruppen
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch und Italienisch
	27 Lokalräume, wie folgt gegliedert: 4 Metropolen: Zürich, Basel, Bern, Genève
Stichprobengebiet	9 Urbane Regionen: St. Gallen, Zürichland, Aargau, Luzern, Fribourg, Freiburg, Berner Mittelland, Baden, Schaffhausen 14 rurale Regionen: Graubünden, Innerschweiz, Berner Oberland, Berner Seeland, Jura bernois, Lavaux, Valais bas, Oberwallis, Ticino, Vaud, Mittelland, Glarus, Fricktal
Zielpersonen	Alter ab 15
Interviewdauer (Durchschnitt)	15 Minuten
Gewichtung	Geschlecht, Lokalräume, Bildung in Alterskohorten
Feldzeit	02. Mai bis 23. Juni 2016
Durchgeführte Interviews	Total 3612 Interviews, davon 171 auf Italienisch, 877 auf Französisch und 2564 auf Deutsch
Gewichtung, Aufbereitung, Auswertungen	iaKom
Auftraggeber	Bundesamt für Kommunikation BAKOM

### 3 Medienausstattung und -nutzung

Die Ausstattung der Schweizer Haushalte mit Mediengeräten hat ein hohes Niveau. Für die vorliegende Studie wurden die Befragten um Auskunft über TV-Geräte, Radiogeräte, Zeitungsabonnemente und Computer gebeten. Da diese Medientechnik in vielen Haushalten regelmässig von mehreren Personen genutzt wird, wurde gefragt, ob diese Medien im Haushalt der Befragten vorhanden sind. Darüber hinaus wurde gefragt, ob sie persönlich über Smartphones und Tablets verfügen (mit Fähigkeit zu audiovisuellen Inhalten, also keine E-Books). Während die Ausstattung mit den klassischen Medien (TV, Radio, Zeitung) tatsächlich etwas über Ausstattung mit «Medien» sagt, ist dies bei Computern, Smartphones und Tablets anders.

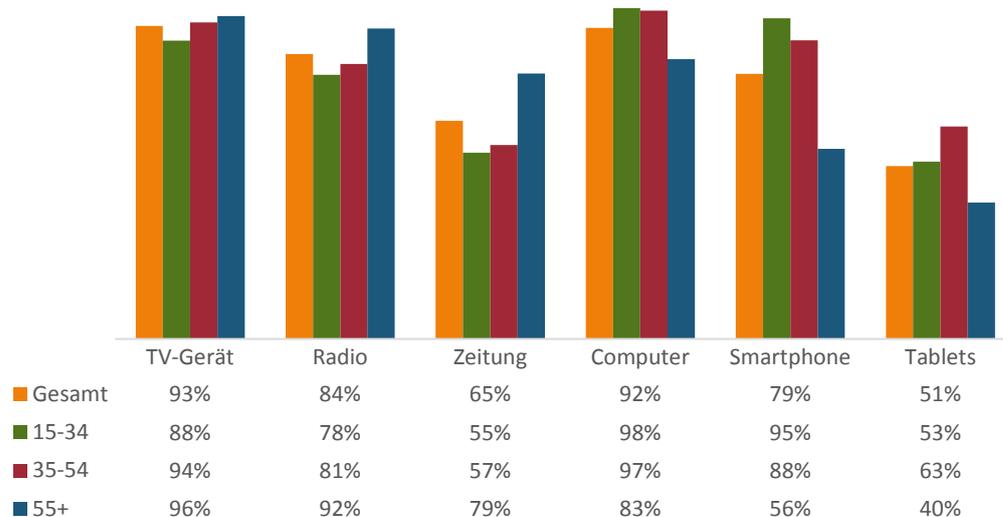
#### 3.1 Medienausstattung

Auch wenn neuere Mediengeräte wie Smartphones und Tablets und vor allem Notebooks beziehungsweise allgemeiner Computer eine hohe Versorgungsdichte erreicht haben, haben sie doch die klassischen Geräte nicht aus den Haushalten verdrängt. Über **Fernsehgeräte** verfügen noch immer 95 Prozent der Haushalte und über **Radiogeräte** insgesamt 84 Prozent (siehe Abbildung 4). Allerdings gibt es eine Differenz zwischen den älteren und jüngeren Alterskohorten. Letztere verfügen in 88 Prozent der Haushalte über ein Fernsehgerät und in 78 Prozent der Fälle über ein Radiogerät. Dass auch das Radio zu den alten Medien gehört, erkennt man daran, dass es bei den Jüngeren eine geringere Haushaltsabdeckung hat und bei den Älteren eine deutlich höhere (92%). Waren 2016 noch 67 Prozent der Haushalte mit einem **Zeitungsabonnement** ausgestattet, sind es in diesem Jahr nur noch 65 Prozent. In der jüngsten Kohorte ist der Anteil von 62 Prozent 2016 noch stärker auf 55 Prozent 2017 gesunken.

Wie 2016 verfügen 92 Prozent der Haushalte über mindestens einen **Computer**. Im Vergleich der Altersgruppen bestehen klare Kohorteneffekte. Bei der jüngeren und mittleren Altersgruppe hat die Computerausstattung eine Sättigung von 97-98 Prozent erreicht. Die älteste Befragtengruppe über 55 Jahren hat nur in 83 Prozent der Fälle einen Computer im Haushalt. Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass Fernsehgeräte entsorgt werden und Computer in die Haushalte einziehen. Die langsame Verschiebung entsteht vor allem durch Verschiebungen zwischen den Alterskohorten, indem Jüngere in die höheren Altersgruppen nachrücken. Ein grosser Teil der über 55-jährigen ist in ihrem Privat- und Berufsleben ohne einen Computer ausgekommen und hat auch keinen Bedarf bzw. sogar Berührungsängste gegenüber der neuen Technik (Schweiger/Ruppert 2009). Wie bei den Jüngsten gehören Computer für die mittlere Gruppe zum Alltag und haben auch hier einen Ausstattungsanteil von 97 Prozent erreicht.

Nach der individuellen Ausstattung gefragt gaben 79 Prozent aller Befragten an, dass sie über ein Smartphone verfügen, was im Vergleich zu 2016 ein Zuwachs von 8 Prozent ist. Die jüngste Altersgruppe bis 34 Jahre ist deutlich häufiger mit einem **Smartphone** (95%) ausgestattet. Dieser Wert ist im Vergleich zu 2016 nicht gestiegen. Die Hälfte (51%) der Befragten verfügt über ein **Tablet**. Das Tablet ist die einzige Medientechnik, über die die mittlere Altersgruppe von 35 bis 54 Jahren am häufigsten verfügt (63%) und die jüngste (53%) sowie die älteste (40%) deutlich seltener.

Abbildung 4 Medienbesitz in Prozent nach Altersgruppen



Daten: iaKom 2017. N = 3589 – 3609

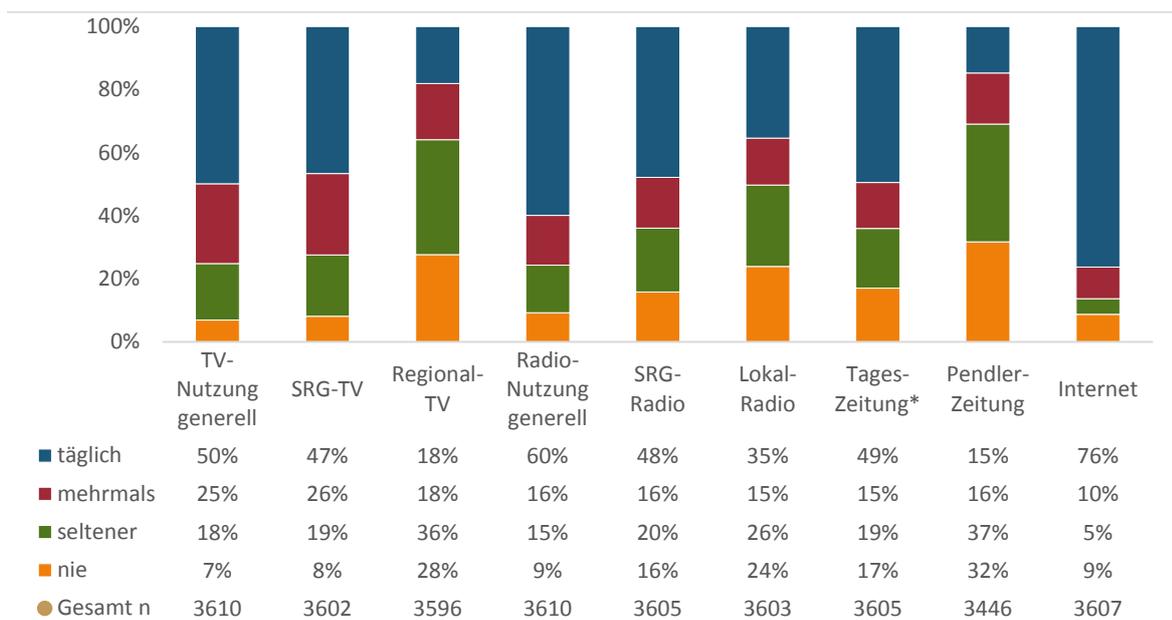
Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 3 Prozentpunkten.

## 3.2 Mediennutzung

Aus der Medienausstattung der Haushalte ist die individuelle Mediennutzung nicht direkt ableitbar. Darum wird im Folgenden der Umfang der Mediennutzung dargestellt (siehe Abbildung 5). Das Fernsehen wird von der Hälfte (50%) der Befragten täglich genutzt, wobei die Angebote der SRG von 47 Prozent täglich genutzt werden (wie 2016) und die Angebote der privaten Regionalfernsehsender von 18 Prozent (2016 20%). Nur 7 Prozent der Befragten schauen nach eigener Auskunft nie fern. Das sind auch knapp diejenigen, die nie die Sender der SRG schauen (8%). Radio hört noch ein grösserer Anteil von 60 Prozent täglich, wobei sich auch hier eine Mehrheit von 48 Prozent den Programmen der SRG zuwendet gegenüber 35 Prozent bei den Lokalradios.

Bei der Mediennutzung liegt das Internet mit 76 Prozent täglicher Nutzung (2016 noch 74%) vor allen anderen Medien. Internetnutzung bedeutet dabei allerdings nicht die Nutzung von Informationen oder Unterhaltung im Sinne medialer Kommunikation, da in die Mediennutzung auch zum Beispiel Email oder Onlineshopping gehören. Tageszeitungen werden von 17 Prozent der Befragten nie gelesen, also wenden sich 83 Prozent der Befragten wenigstens hin und wieder einer Tageszeitung zu (explizit nicht Pendlerzeitungen). Täglich oder fast täglich lesen 49 Prozent Zeitungen (2016 noch 53%). Im Vergleich zu den Jahren 2014 und 2015 (19%) geben 2017 noch 15 Prozent der Befragte an, Pendlerzeitungen zu lesen (2016 waren es 16%).

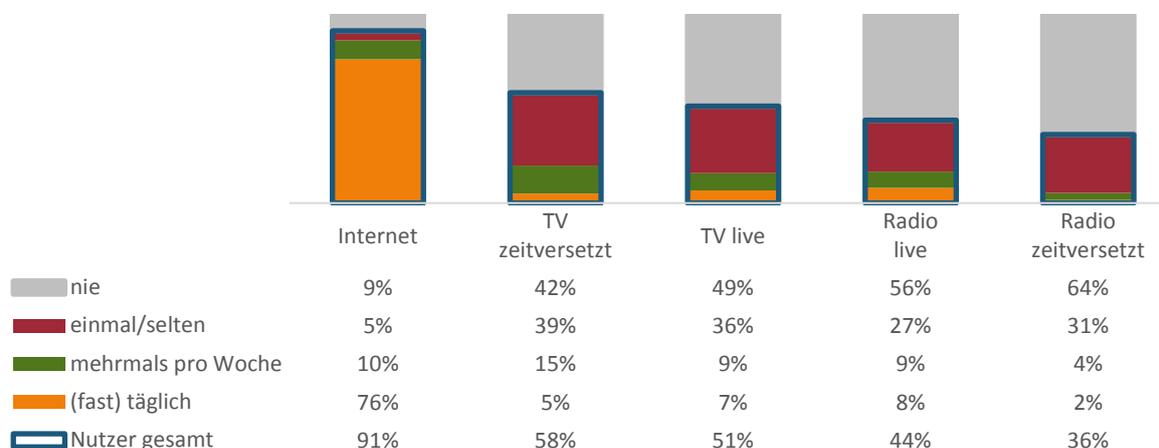
Abbildung 5 Häufigkeit der Mediennutzung in Prozent



Daten: IaKom 2017. Medien geordnet nach Summe von mehrmals pro Woche und täglich. Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten. \*Es wurde explizit nach Tageszeitungen ausser Gratis-Pendlerzeitungen gefragt.

Für Fernseh- und Radioinhalte wurde gefragt, wie häufig sie über Internet genutzt werden (siehe Abbildung 6). Während 91 Prozent der Befragten angeben, das Internet mindestens hin und wieder zu nutzen, verwenden es 42 Prozent der Befragten nie, um Fernsehinhalte zeitversetzt abzurufen. Der Anteil derer, die Fernsehen zeitversetzt im Internet schauen, liegt bei 58 Prozent (2016 56%). Um live Fernsehen zu schauen, nutzen 49 Prozent das Internet. Davon sind jedoch die meisten Personen Gelegenheitsnutzer, die seltener als wöchentlich auf diese Art fernsehen (39% zeitversetzt, 36% live). Von den Befragten nutzen das Internet insgesamt 44 Prozent, um Radio live zu hören und 36 Prozent, um Radio zeitversetzt zu hören (beides ist im Vergleich zu 2016 leicht gestiegen). Die Radio-Nutzung über Internet unterscheidet sich von der Fernsehnutzung insofern, als dass Fernsehen über das Internet vor allem zeitversetzt genutzt wird, während beim Radio die Live-Nutzung vorne liegt.

Abbildung 6 Wöchentliche Nutzung von Radio und TV über Internet in Prozent



Daten: IaKom 2017. Medien rangiert nach Nutzer insgesamt. Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten.

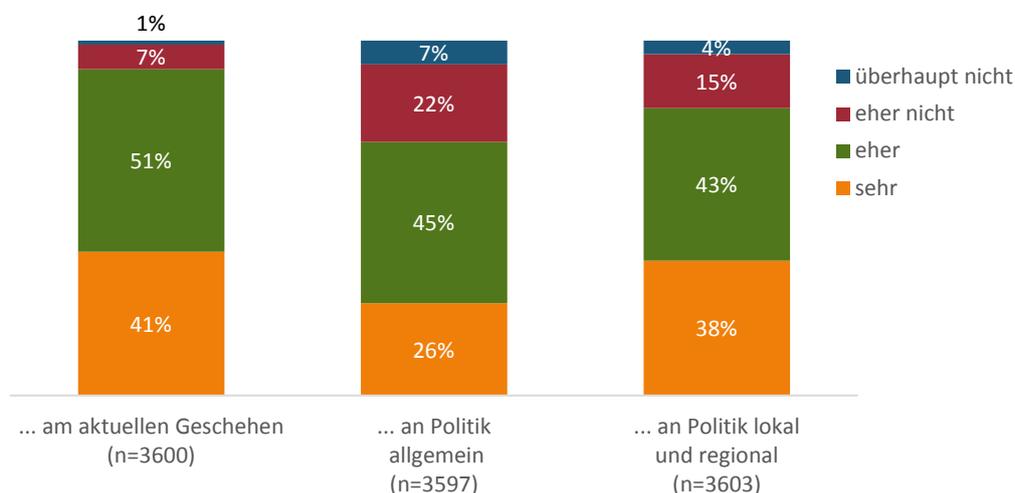
## 4 Medienpriorität für Informationen über Politik

Mit Blick auf die Nutzung von Informationen und die Bewertung von Informationsangeboten spielt das Interesse an politischen Informationen und dem aktuellen Geschehen eine wichtige Rolle. Für eine Demokratie sind die Informationen über Politik und die Meinungsbildung zum aktuellen Geschehen zentral. Darum bezieht sich der Leistungsauftrag in den Radio- und TV-Konzessionen des BAKOM insbesondere auf Informationen und nur ergänzend auch auf Unterhaltung. Aus diesem Grund wird in der Repräsentativstudie immer auch nach dem Interesse Politik und dem Geschehen in der Schweiz und im Ausland gefragt und an nationaler sowie regionaler Politik. Im folgenden Kapitel wird zunächst die Verteilung des Interesses an Politik dargestellt. Im Anschluss daran wird gezeigt, welchen Medien sich die Schweizer Bevölkerung bevorzugt zuwendet, um sich generell über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland zu informieren, sowie über das Geschehen in ihrer Region.

### 4.1 Interesse für Politik

Der Anteil der Befragten, die angeben sich für Politik zu interessieren, ist hoch. Die Darstellung folgt einer Konkretisierung vom allgemeinen Geschehen zum Interesse an Politik allgemein hin zum konkreten Interesse an lokaler und regionaler Politik. Die meisten Personen (92%) bekunden Interesse am aktuellen politischen Geschehen in der Schweiz und im Ausland (Abbildung 7). Für Politik im Allgemeinen interessieren sich 71 Prozent (2016 noch 67%). Mit 81 Prozent geben weniger Befragte als im letzten Jahr (90%) an, dass sie sich für das aktuelle regionale und lokale politische Geschehen in ihrer Gegend eher oder sehr interessieren. Eine Erklärung für diese Verschiebung kann in der populistischen Entwicklung der internationalen Politik gesehen werden.

Abbildung 7 Interesse an Politik



Daten: IaKom 2017

Fragen: PH1: Ganz allgemein gesprochen, wie sehr interessieren Sie sich für Politik im Allgemeinen?

PH2: ... wie sehr interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen in der Schweiz und im Ausland?

PH3: Wie stark interessieren Sie sich für das lokale und regionale politische Geschehen in Ihrer Gegend?

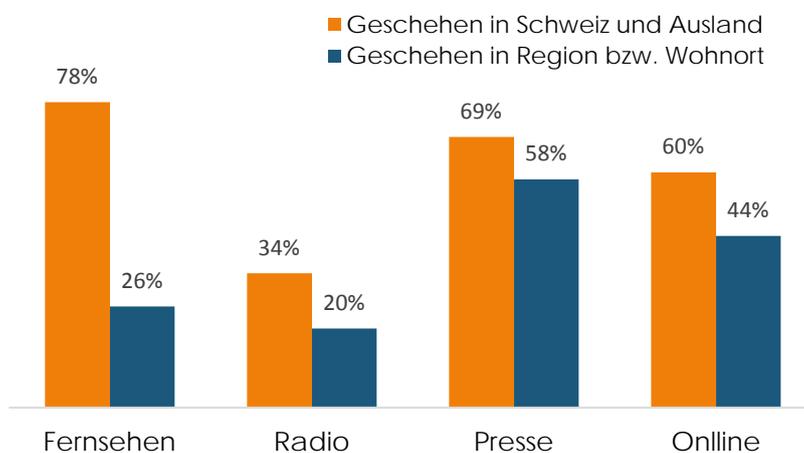
### 4.2 Medienpriorität

Das Interesse am Geschehen in der Schweiz und der Welt führt zu verschiedenen Mediennutzungen. Für Informationen über Ereignisse in der Schweiz und im Ausland nennen die Befragten am häufigsten (78%) als präferiertes Medium das Fernsehen (Abbildung 8) und an zweiter

Stelle Presseerzeugnisse (69%).<sup>1</sup> Darauf folgen mit etwas Abstand Onlinequellen (60%). Das Radio wird am seltensten als Priorität für die Information genannt (34%). In Bezug auf die Ergebnisse zum Radio muss darauf hingewiesen werden, dass die die Befragten angeben sollten, welche Medien sie «benutzen» um sich zu informieren. Da Radio eher passiv als Hintergrundmedium genutzt wird und die anderen Medien gezielter für die Informationssuche eingesetzt werden können, wird das Radio hier seltener genannt, auch wenn ein grosser Teil der Befragten täglich Radio hört und dort in hohem Takt mit Nachrichten versorgt wird.

Informationen über das Geschehen in der Region bzw. im Wohnort werden hauptsächlich über Presseerzeugnisse aufgenommen (58%). In dieser Rubrik folgen auf dem zweiten Rang Onlineinformationen (44%). Das Radio beziehungsweise Radiosender wurde von 20 Prozent der Befragten als Quelle angegeben. Vor allem beim Fernsehen klafft eine Lücke zwischen der Zuwendung zu überregionalem Geschehen (78%) und zu regionalem Geschehen (26%).

Abbildung 8 Medienpräferenz für Information zum Geschehen



Daten: IaKom 2017

Fragen:

1. Wenn Sie sich über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle?

N = 8305 Nennungen von 3561 Personen.

2. Und wenn Sie sich über das Geschehen in ihrer Region bzw. in Ihrem Wohnort informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle? N = 4844 Nennungen von 2851 Personen.

<sup>1</sup> Die Vielfalt der gesamten Schweizer Medien bis zum lokalen Gemeindeblatt lässt sich nicht geschlossen erfragen. Daher wurde die Frage offen gestellt. Aus den sehr unterschiedlichen Antworten wurde mit Hilfe computergestützter Inhaltsanalyse Mediennennungen extrahiert. Wenn die Befragten mehrere Medien nannten, wurden ihnen auch mehrere Medien zugeordnet. Einige Antworten liessen sich nicht eindeutig zuordnen. Beispielsweise lässt sich die Nennung „20 Minuten“ sowohl Print wie auch Online zuteilen bzw. die Nennung „SRF“ kann für TV, Radio und Online stehen. In solchen Zweifelsfällen wurde die Nennung bei der Datenaufbereitung der hauptsächlichsten Nutzung (Ursprungskanal) des genannten Medientitels zugeordnet, weswegen die Ergebnisse eher zu einer herkömmlichen Mediendarstellung neigen und die Online-Nutzung eventuell unterschätzt wird.

## 5 Bewertung des Medienangebots

In diesem Kapitel wird ausgewertet, wie die Befragten die Schweizer Radio- und Fernsehsender bewerten. Die Aufforderung im Fragebogen lautete: «Jetzt möchte ich Ihre Einschätzung bzw. Bewertung von der Qualität vom Gesamtprogramm einerseits vom Schweizer Fernsehen und vom Schweizer Radio erfahren und andererseits auch vom Lokalradio und vom Regionalfernsehsender, wo Sie am meisten nutzen.». Dann wurde immer konkret ein SRG-Fernsehsender, ein Regionalfernsehsender, ein SRG-Radiosender und ein Lokalradiosender bewertet. Wurde zum Beispiel als Regionalfernsehsender «Tele Basel» genannt, ist wie folgt nach dessen Professionalität gefragt worden: «Wie *professionell* gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot von Tele Basel?». Die sieben Bewertungskriterien waren:

- a. Professionalität des Gesamtprogramms
- b. Informationsgehalt der Politikbeiträge
- c. Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung
- d. Ausgewogenheit des Programms
- e. Glaubwürdigkeit der Berichterstattung
- f. Unterhaltsamkeit des Programmangebots
- g. Gesamtzufriedenheit mit dem Programm

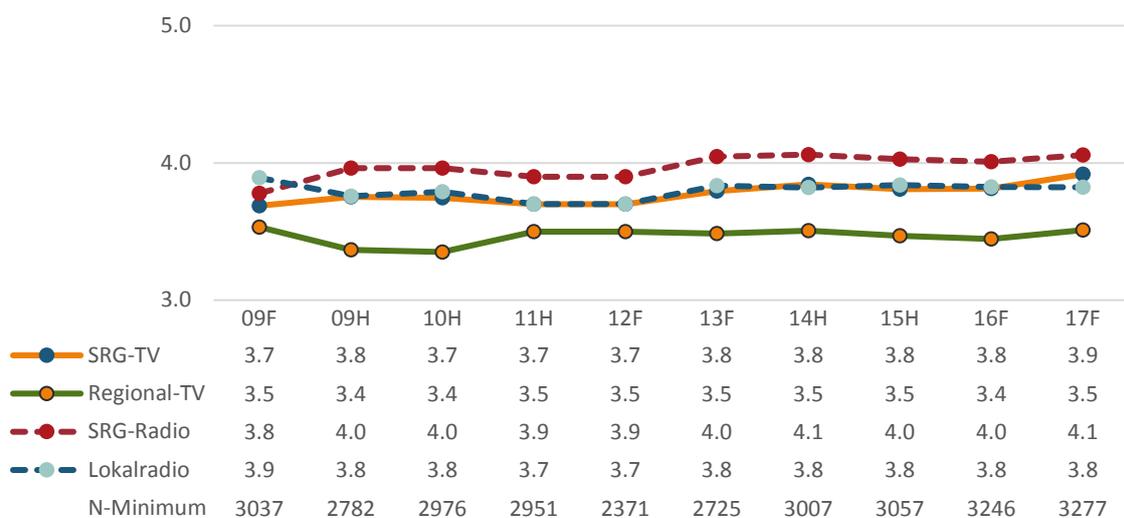
Die Bewertungen wurden auf einer Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 jeweils die schlechteste und 5 die beste Bewertung darstellt. Der Wert 3 bildet die neutrale Mitte der Skala. Durchschnittswerte unter 3 stehen für negative und Werte über 3 stehen für insgesamt positive Bewertungen. In Abbildung 9 zeigt sich also für jedes Jahr seit 2009 ein positives Bild in Bezug auf die Fernseh- und Radioprogramme der Schweiz. Bei aller Kritik an konkreten Sendungen und Sendern, können die Schweizer aus einem Angebot wählen, mit dem sie im Schnitt zufrieden sind. Die durchschnittlichen Werte für die Gesamtzufriedenheit sind seit Jahren sehr stabil.

In den letzten Jahren lag die Gesamtzufriedenheit mit den SRG-Fernsehsendern zwischen 3.7 (2009, 2010 und 2012) und sonst 3.8. In der aktuellen Erhebung 2017 liegt der Wert erstmals bei 3.9 und damit leicht über dem Durchschnitt der Lokalradiosender. Die Regionalfernsehsender liegen in allen Jahren sehr stabil bei 3.4 bis 3.5. lagen die SRG-Radioangebote zwischen 3.8 (2009) und 4.1. Die höchsten Werte wurden 2014 und in der aktuellen Erhebung 2017 gemessen. Die Lokalradios werden mit Durchschnittswerten zwischen 3.7 (2012) und 3.9 (2009) bewertet. Aktuell liegt der Durchschnitt für die Lokalradiosender bei 3.8.

### Zur Einordnung der Mittelwertunterschiede

Aufgrund der Skala und den Durchschnittsbildungen sind nur Unterschiede in der Nachkommastelle um nur wenige Zehntel darstellbar. Um zu illustrieren, was solche ein Unterscheid bedeutet, sollen die Durchschnittswerte für die Zufriedenheit mit den SRG-TV-Sendern aufgeschlüsselt werden. Der Unterschied zwischen 3.813 für 2016 und 3.917 liegt bei minimal über 0.1. Dieser Unterschied rührt daher, dass in der aktuellen Stichprobe 56 Personen *weniger* gesagt haben, dass sie mit ihren SRG-Sender «eher nicht» oder «gar nicht» zufrieden sind, und 159 Personen mehr gesagt haben, dass sie «eher zufrieden» oder «sehr zufrieden» sind; 102 Personen weniger waren neutral. Auf die gesamte Schweiz mit etwa 8'420'000 Einwohnern (stand 2016 laut Bundesamt für Statistik), würde das hochgerechnet bedeuten, dass 417'027 Personen mehr mit dem Angebot der SRG zufrieden sind, als es noch 2016 waren.

Abbildung 9 Gesamtzufriedenheit mit dem Medienangebot über die Jahre



Daten: IaKom 2017. Gesamtzufriedenheit mit den Medien von 2009 bis 2017

## 5.1 Bewertung der SRG-Fernsehprogramme

Die Gesamtzufriedenheit mit den **SRG-Fernsehsendern** liegt in der Erhebung 2017 über dem Vorjahre. Zwei Drittel des Publikums sind mit dem TV-Angebot der SRG *ziemlich* oder sogar *sehr zufrieden*. Dabei unterscheidet sich die **Zufriedenheit** mit dem SRG-Fernsehen signifikant zwischen der jüngsten und der ältesten Befragtengruppe, wobei – wie die Jahre zuvor – die jüngsten Befragten zwischen 15 und 34 häufiger zufrieden sind (81%) als Befragte älter als 55 mit 68 Prozent.<sup>2</sup> Das Phänomen, dass die älteren Befragten die SRG-TV-Sender deutlich häufiger nutzen, aber weniger zufrieden mit dem Angebot sind, wurde schon in den letzten Jahren der Medienbewertungen beobachtet (vgl. Fretwurst/Bonfadelli 2016, 2015). Das ältere Publikum weist eine grössere Treue beziehungsweise Bindung an die Sender der SRG auf, die sie dann aber kritischer bewerten als die jüngeren Nutzer dieser Sender. Das bedeutet auch, dass ein Teil der jüngeren Befragten mit den Sendern der SRG weniger zufrieden ist und sich, im Unterschied zu den älteren, dann anderen Medienangeboten zuwendet.

Die Befragten mit niedrigerem Bildungsstand geben signifikant häufiger an, mit dem Angebot «sehr zufrieden» zu sein als die höher Gebildeten. Das gleicht sich in den Positivantworten allerdings aus, da die höher Gebildeten deutlich häufiger angeben, dass sie «eher zufrieden sind». Bezüglich der Gesamtzufriedenheit geben die Befragten aus der Deutschschweiz den Sendern der SRG schlechtere Noten als die Romands und die Befragten der italienischen Schweiz.

Im **Vergleich zum Vorjahr** fällt vor allem auf, dass Männer, die mittlere Altersgruppe und die Befragten eher urbaner Gebiete signifikant bessere Zufriedenheitswerte vergeben haben. Im Vergleich der Sprachregionen ist die Zufriedenheit mit den Sendern der SRG bei den Westschweizern in diesem Jahr signifikant höher als im Vorjahr. Alle Untergruppen waren 2017 mit dem Angebot der SRG zufriedener als noch 2016.

<sup>2</sup> Vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 3.7 im Tabellenband.

Tabelle 1: Zustimmung zu den Bewertungskriterien für SRG-TV

Bewertungskategorie	SRG TV Mittelwerte									
	09F	09H	10H	11H	12F	13F	14H	15H	16F	17F
Professionalität	3,9	3,9	3,9	3,9	4,0	3,9	4,0	4,0	4,0	4,1
Informationsgehalt	4,1	4,0	3,6	4,0	4,0	3,9	4,0	4,0	4,0	4,0
Lokalbezug	3,4	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2
Ausgewogenheit	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7	3,6	3,6	3,7
Glaubwürdigkeit	4,1	4,1	4,1	4,1	—	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1
Unterhaltsamkeit	3,2	3,5	3,5	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,4
Gesamtzufriedenheit	3,7	3,8	3,7	3,7	3,7	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9
sehr & ziemlich	63%	66%	64%	62%	65%	68%	71%	69%	69%	74%
teils teils	28%	26%	28%	29%	27%	24%	22%	23%	23%	20%
weniger & gar nicht	9%	8%	8%	9%	8%	8%	7%	7%	8%	6%
N-Minimum	3037	2782	2976	2951	2371	2725	3007	3057	3246	3277

Daten: IaKom 2017. In den Spalten finden sich die Erhebungsjahre 2009 bis 2017 mit dem Vermerk für F «Frühjahrsstichprobe» und H «Herbststichprobe». Die farbliche Markierung zeigt je Bewertungskategorie an, in welchem Jahr die Bewertungen unterdurchschnittlich waren (rot) bis überdurchschnittlich (grün).

Frage PH10G\_TV: Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Programm des SRG-Senders...? (Befragt wurden nur Personen die SRG-Fernsehen nutzen) Skala: 1 = «gar nicht zufrieden» bis 5 = «sehr zufrieden»

Die **Bewertungskriterien** der «Professionalität», «Glaubwürdigkeit» und des «Informationsgehalts» erfüllen die Sender der SRG überdurchschnittlich gut (siehe auch Abbildung 10). Im Vergleich zur Stichprobe 2016 liegen die Werte sehr dicht beieinander. Das spricht für eine hohe Stabilität der Bewertung und eine zuverlässige (reliable) Messung.<sup>3</sup>

Mit der Frage nach der **Professionalität** der Programme werden die Zuschauer um ihren subjektiven Eindruck gebeten. Inwiefern die Programmanbieter professionell arbeiten, kann mit dieser Frage an die Zuschauer aus mehreren Gründen nicht objektiv erfasst werden.<sup>4</sup> Im Jahr 2017 empfanden 81% des Publikums das Fernsehen der SRG als eher oder sehr professionell (2016 78% und 2014 waren es 73%). Der Durchschnitt ist im Vergleich zum Vorjahr signifikant gestiegen. Bei der Bewertung der Professionalität findet sich ein signifikanter Unterschied zwischen den jüngsten Befragten und den ältesten: Die jüngsten Befragten bewerten die von Ihnen am häufigsten gesehenen Sender der SRG positiver (4.3) als die älteste Befragtengruppe (4.0). Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen alle drei Altersgruppen den gleichen Anstieg. Im letzten Jahr haben die Befragten mit niedrigerem Bildungsniveau die «Professionalität» der SRG-Sender noch als geringer bewertet, als dies die höher Gebildeten gemacht haben. Diesen Unterschied gibt es 2017 nicht mehr, weil die Befragten mit niedrigerem formalen Bildungsstand in diesem Jahr signifikant höhere Bewertungen abgegeben haben als 2016.

Die mit 4.1 höchste Bewertung erreicht dieses Jahr, wie die Jahre zuvor, die **Glaubwürdigkeit** der Informationen (in der Nachkommastelle besser als «Professionalität»). Wie bei der Gesamtzufriedenheit wird auch die «Glaubwürdigkeit» der SRG-Sender von den ältesten Befragten signifikant schlechter eingestuft als von den jüngsten Befragten und der mittleren Gruppe. Die jüngste Befragtengruppe schreibt der SRG im Vergleich zum Vorjahr eine signifikant höhere Glaubwürdigkeit zu. Die Befragten der urbaneren Regionen schätzen die Glaubwürdigkeit höher ein als diejenigen aus den Metropolen und den ruralen Gebieten. Dieser Anstieg findet sich auch im Vergleich zum Vorjahr. Im Unterschied zur allgemeinen Zufriedenheit stuften die höher Gebildeten die Glaubwürdigkeit höher ein als die Befragten mit niedrigerem Bildungsstand. Die Frauen bewerten die Glaubwürdigkeit immer noch etwas besser als die

<sup>3</sup> Vergleiche zu den einzelnen Bewertungen des SRG-TV nach Auftragsgruppen die Tabellen 3.1 bis 3.7 im Tabellenband.

<sup>4</sup> Zum einen sind die Zuschauer Laien und die Regeln der journalistischen Profession nicht allgemein bekannt. Zum anderen stellt die Idee der «Professionalität» auf Arbeitsweisen ab, die nicht am blossen Endprodukt abgelesen werden können und daher dem Publikum grundsätzlich nicht zugänglich sind.

befragten Männer, aber im Mittel der Bewertungen sind die Werte der Männer im Vergleich zum Vorjahr höher.

Zu den Stärken der SRG gehört nach Ansicht der Zuschauer der **«Informationsgehalt»** der Beiträge. Von den Nutzern der SRG-Sender haben 79 Prozent angegeben, dass sie die SRG-Sender «eher informativ oder «sehr informativ» finden (76% in den letzten beiden Jahren). Wie schon bei den anderen Qualitätskriterien der Informationsleistungen bewertet die jüngste Befragtengruppe den «Informationsgehalt» signifikant höher als die ältesten Befragten. Im Vergleich der Bewertungskriterien sticht heraus, dass die Befragten der italienischen Schweiz den Informationsgehalt ihrer SRG-Sender signifikant geringer einschätzt als es die Befragten der französischen Schweiz tun. Dieser Unterschied ist neu, denn im Vergleich zum Vorjahr haben die italienischen Schweizer signifikant schlechtere Noten vergeben und die Westschweizer bessere. In dieser Kategorie liegen die Deutschschweizer in der Mitte.

Die Frage nach dem Stellenwert des Lokalen bei den Sendern ist eher eine Einschätzungsfrage als eine bewertende. Ob die Befragten einen hohen **Lokalbezug** dann gut finden oder schlecht, kann an den Antworten nicht zwingend abgelesen werden. In tiefer gehenden Analysen der Bewertungskategorien hat sich dann auch gezeigt, dass die Einschätzung des Lokalbezuges am wenigsten mit allen übrigen Bewertungsdimensionen zusammenhängt. Laut Konzession hat die SRG den Auftrag, auf nationaler und sprachregionaler Ebene zu berichten. Die lokale Berichterstattung hingegen ist der besondere Leistungsauftrag der privaten regionalen Anbieter. Damit konform wird der Stellenwert des Lokalbezugs für die SRG-Fernseherprogramme mit 42 Prozent Zustimmung seltener als hoch bewertet als beim Regional-TV (70%). Wie im letzten Jahr besteht zwischen Männern und Frauen ein signifikanter Unterschied zwischen den Einschätzungen bezüglich des Lokalbezugs. Zwischen den Altersgruppen sind hingegen keine Unterschiede festzustellen. Dagegen sind die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen deutlich. Die Befragten mit tieferem formalem Bildungsstand stufen den Lokalbezug der SRG-Sender im Durchschnitt höher ein (3.5) als die mit höherem formalem Bildungsstand (3.0). Vergleicht man die Urbanität bzw. die Siedlungsarten miteinander, fällt auf, dass die Befragten der kleineren Städte den Lokalbezug der SRG-Sender signifikant niedriger (3.0) einstufen als es die Befragten der Metropolen und der ländlichen Gebiete tun (3.3).

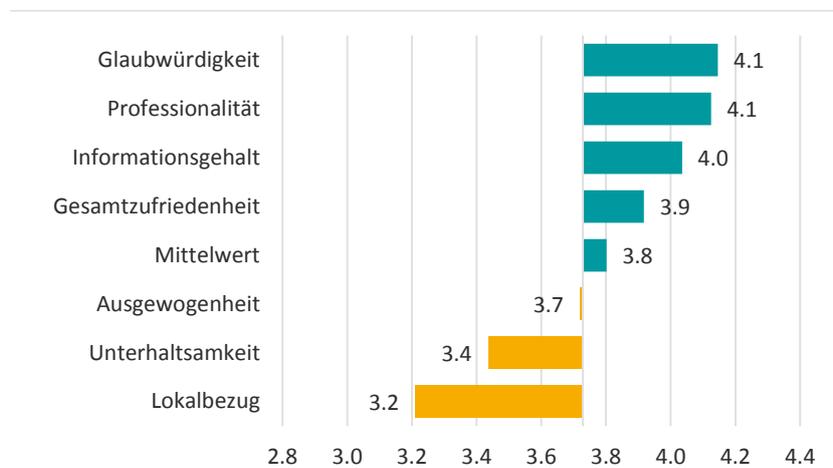
Zwischen den Sprachregionen besteht ein erheblicher Unterschied in der Einschätzung des Regionalbezugs der SRG. Das liegt wesentlich an den unterschiedlichen Grössen der Sprachregionen. In der italienischen Schweiz wird der «Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung» mit 4.0 als hoch eingestuft. In der grösseren Westschweiz liegt der Wert etwas tiefer bei 3.7. In der Deutschschweiz wiederum ist es nur eine 3.0. Diese Unterschiede sind signifikant. Da die italienische Schweiz in Relation zur Gesamtschweiz klein ist und auch keine wirtschaftliche oder politische Metropole hat, wird die sprachregionale Berichterstattung der SRG als hoher Stellenwert des Lokalen empfunden, wohingegen in der deutlich grösseren Deutschschweiz zum Beispiel zwischen Bern und Zürich oder auch dem Appenzellerland konkrete Lokalbezüge gefunden und erwartet werden.

Im Vergleich mit den übrigen Qualitätskriterien wird die **«Ausgewogenheit»** der Themen und Meinungen durchschnittlich bewertet. Der Mittelwert liegt dann auch nur bei 3.7 (im Vorjahr 3.6). Die «Ausgewogenheit» wird von den Befragten auch für die privaten Fernsehsender geringer bewertet und auch für die Radioprogramme. Das hat damit zu tun, dass Menschen die Verbreitung ihrer eigenen Position mehrheitlich überschätzen und sie in den Medien als unzureichend gespiegelt sehen. Dieser Effekt verstärkt sich noch, wenn die Befragten extre-

mere Positionen vertreten und wird dann als Feindseligkeit gegen die «eigene Gruppe» empfunden.<sup>5</sup> Für die Ausgewogenheit wiederholen sich die Unterschiede zwischen den Altersklassen, wobei wieder die jüngsten Befragten die Angebote besser bewerten (3.8) als die älteste Aufrissgruppe (3.6). Die Ausgewogenheit des SRG-TV wird von den italienischsprachigen und den französischsprachigen Befragten im Durchschnitt höher bewertet (3.8) als in der Deutschschweiz (3.7). Die stärkste Veränderung zum Vorjahr hat sich bei den Westschweizern gezeigt, deren Durchschnitt um .14 signifikant gestiegen ist.

Entsprechend der Konzession für die SRG soll sie auch Unterhaltungsangebote bereitstellen und muss daher auch am **Unterhaltungswert** gemessen werden. Die Frage nach der Unterhaltsamkeit liegt bei einem Durchschnittswert von (3.7). Im Vergleich zwischen den Bewertungskriterien ist der Unterhaltungswert keine besondere Stärke der SRG-TV-Programme. Das ist insofern bemerkenswert, als die SRG den Auftrag der Unterhaltung hat, und die privaten Regionalprogramme im Schweizer System die Funktion der lokalen Berichterstattung haben. 14 Prozent bewerten die SRG-TV-Programme als eher oder gar nicht unterhaltsam. Gut ein Drittel der Befragten bewertet ihre Programme als *eher unterhaltsam* und 12 Prozent als *sehr unterhaltsam*. Gerade in dieser Kategorie sind die überdurchschnittlich guten Bewertungen der jüngsten Befragtengruppe bemerkenswert; genauso wie der signifikant niedrigere Durchschnittswert der ältesten Befragtengruppe. Im Vorjahr 2016 hatte die mittlere Altersgruppe noch einen recht niedrigen Wert, der aber durch einen signifikanten Anstieg in diesem Jahr zu dem der jüngsten Befragtengruppe aufgeschlossen hat. Die Unterhaltungswerte der SRG-Sender werden von den Befragten der italienischen Schweiz signifikant höher eingestuft als in der französischen und der deutschen Schweiz.

Abbildung 10 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für SRG-TV



Daten: IaKom 2017, N: 3000. Achse auf Gesamtbewertung SRG-TV ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

<sup>5</sup> Kommunikationswissenschaftlich kann dieses Phänomen durch looking-glass-perception und als hostile-media-effect erklärt werden. Als looking-glass-perception wird die Tendenz bezeichnet, dass der Bevölkerungsanteil überschätzt wird, der die Meinung des Befragten teilt. Sobald die eher ausgeglichenen Medien auch nur eine geringfügig abweichende Tendenz zeigen, werden sie als unausgewogen empfunden. Insofern empfinden Befragte ihre Meinung häufig als unterrepräsentiert (Scherer 1990). „Differing slightly from the looking-glass effect, we speak of a hostile media effect when people read or watch a balanced media message but instead interpret it as hostile toward their own position (Vallone et al. 1985).“

## 5.2 Bewertung der Regionalfernsehprogramme

In diesem Jahr haben 1476 von den 3612 Befragten angegeben, dass sie Regionalfernsehprogramme nutzen. Das sind anteilig etwas weniger als im letzten Jahr (2016: 1565 von 3680). Mit den Programmen der Regionalfernsehanbieter ist in der vorliegenden Studie die Hälfte der Befragten (51%) generell **zufrieden** (dazu die Tabellen 3.8 bis 3.14 im Tabellenband). Summiert man die Werte der sieben Bewertungsdimensionen zusammen, kommt man auf 24.7 Punkte von möglichen 35 (siehe grafischer Überblick im Management Summary). Dieser Wert liegt unter denen des SRG-Fernsehens und der Radiosender beider Anbietergruppen. Im Unterschied zu den Fernsehsendern der SRG ist dabei die jüngste Altersgruppe mit 46 Prozent Zustimmung etwas weniger zufrieden als die älteste Gruppe mit 55 Prozent. Im Einklang mit der durchschnittlich höheren formalen Bildung der jüngeren Personen ist die höchste Bildungsgruppe mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3.4 am unzufriedensten mit dem Regional-TV, während die Gruppe mit tiefer Bildung ihre Zufriedenheit mit 3.8 höher angibt. Für die Gruppe mit niedrigem formalen Bildungsstand ist der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr von allen Untergruppen am stärksten. In den ländlichen (ruralen) Gebieten hat die generelle Zufriedenheit mit den privaten Fernsehsendern abgenommen. Während diese Gruppe 2016 leicht über den Befragten urbaner Gebieten lag, lag sie 2017 leicht darunter.

Der besondere Auftrag der privat organisierten regionalen Fernsehprogramme ist der **Lokalbezug**. In dieser und nur in dieser Kategorie schneiden die Programme der privaten Regionalfernsehanbieter mit einem Durchschnitt von 3.9 besser ab als die SRG (3.2) (siehe grafischer Überblick im Management Summary). Der Lokalbezug wird von den Befragten auch im Vergleich zu den übrigen Qualitätskriterien höher bewertet (siehe Abbildung 11). Über die Jahre hinweg liegt die Bewertung stabil zwischen 3.9 und 4.0 und war immer die am besten bewertete Kategorie der Regionalfernsehprogramme. In diesem wie im letzten Jahr liegt der Durchschnitt bei 3.9.

Tabelle 2: Zustimmung zu den Bewertungskriterien für Regional-TV

Bewertungskategorie	Mittelwerte									
	09F	09H	10H	11H	12F	13F	14H	15H	16F	17F
Professionalität	3,7	3,5	3,4	3,4	3,5	3,4	3,5	3,5	3,4	3,5
Informationsgehalt	3,7	3,6	3,3	3,6	3,6	3,5	3,5	3,4	3,4	3,5
Lokalbezug	3,8	4,0	3,9	4,0	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
Ausgewogenheit	3,5	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4
Glaubwürdigkeit	3,9	3,9	3,9	3,9	—	3,9	3,9	3,8	3,8	3,9
Unterhaltsamkeit	3,1	3,1	3,0	3,0	3,0	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1
Gesamtzufriedenheit	3,5	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,5
sehr & ziemlich	53%	45%	44%	44%	44%	51%	52%	50%	50%	51%
teils teils	33%	36%	38%	36%	37%	36%	35%	35%	36%	36%
weniger & gar nicht	14%	19%	18%	20%	19%	13%	13%	14%	14%	13%
N-Minimum	2054	1417	1569	1557	1539	1437	1549	1417	1565	1476

Daten: IaKom 2017.

Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (5 und 4 auf den Skalen).

Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%igen Signifikanzniveau statistisch signifikant.

Bei den Regionalfernsehprogrammen sind die **Verschiebungen** über die Jahre noch geringer als bei den Sendern der SRG. Das liegt unter anderem daran, dass viele unabhängige Sender Regionalsender in dieser Kategorie zusammengefasst sind, die keine einheitliche Entwicklung zeigen und auch nicht als ein sichtbarer Anbieter bewertet werden. Im Vergleich über die

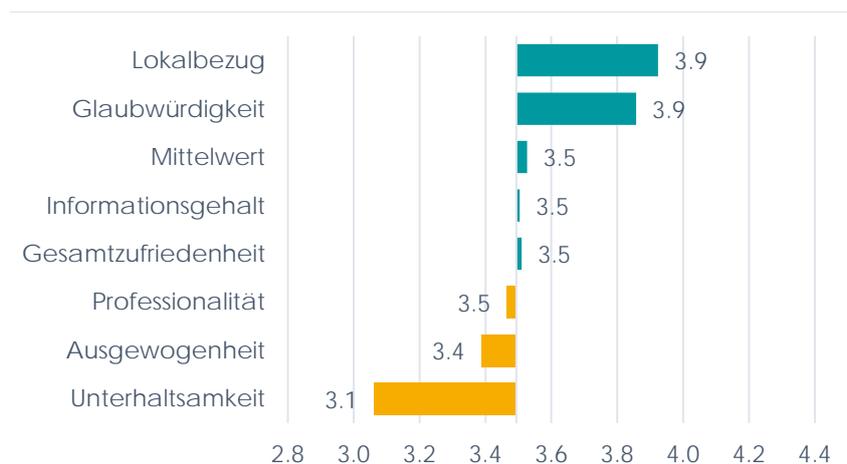
letzten Jahre zeigen sich keine klaren **Unterschiede**. Im Unterschied zu 2016 liegt der Wert (3.5) der Gesamtzufriedenheit wieder auf dem Niveau der Jahre davor. Insofern ist also kein Trend erkennbar.

Die **«Glaubwürdigkeit»** der Regionalprogramme, die die Befragten schauen, wird fast genauso hoch eingestuft (3.9) wie der Lokalbezug. Auch hier ist der Wert (3.9) – nach den etwas tieferen Werten der letzten zwei Jahre – wieder auf das Niveau der Vorjahre gestiegen. Unterschiede zwischen den Untergruppen gibt es kaum. Nur die höher Gebildeten glauben den Informationen der Regionalsender etwas weniger als die Befragten mit tieferem formalen Bildungsstand. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert der formal höher Gebildeten zwar auch gestiegen, aber der Wert der tiefer Gebildeten noch stärker.

Im Vergleich zum Vorjahr (3.4) ist der **«Informationsgehalt»** der Regionalfernsehprogramme besser bewertet worden (3.5) und ist damit wieder auf Stand von 2013 und 2014, aber noch unter den Bewertungen der Jahre zuvor (Ausnahme ist der Ausreisser von 2010). Der Informationsgehalt der Regionalfernsehsender wird von Männern signifikant tiefer eingeschätzt als durch Frauen. Das kann an unterschiedlichen Interessen liegen. Zwischen den Altersgruppen bestehen bei dieser Kategorie keine interpretierbaren Unterschiede. Dafür aber, wie schon im Vorjahr, zwischen Bildungsgruppen, wobei die Gruppe mit tieferer formaler Bildung den Informationsgehalt signifikant höher einstuft als die mit der höchsten formalen Bildung. Im letzten Jahr lag die Bewertung durch die Befragten aus den Metropolen (Zürich, Basel, Bern und Genf) noch unter den Werten der kleineren Städte und der ländlichen Gebiete. Im Vergleich dazu hat sich der Wert in den Metropolen signifikant gesteigert (von 3.3 auf 3.6) und liegt jetzt sogar leicht über denen der beiden anderen Siedlungskategorien (beide 3.5).

Da die Regionalfernsehprogramme primär Informationssender sind, was dem Auftrag entspricht über das lokale und regionale Geschehen zu informieren, ist es nicht überraschend, dass die Bewertung der **«Unterhaltsamkeit»** bei den Regionalfernsehprogrammen unterdurchschnittlich ausfällt. Zumal die Regionalfernsehprogramme im Unterschied zur SRG nicht über die gleichen Ressourcen für Blockbuster, Übertragungsrechte für Publikumssportarten, teure Serien und Unterhaltungsshows verfügen.

Abbildung 11 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für Regional-TV



Daten: IaKom 2017, N: 1477. Achse auf Gesamtbewertung Regional-TV ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

Die Bewertung der **«Professionalität»** wird 2017 von 50 Prozent der Befragten als erfüllt angesehen (2016 waren es 47%). Vierzehn Prozent der Zuschauer der privaten Regionalfernseher betrachten diese eher oder gar nicht als professionell gemacht. Dabei bewerten die höher Gebildeten (3.4) die Professionalität der Regionalfernsehprogramme signifikant niedriger als diejenigen mit formal tiefem Bildungsstand (3.8).<sup>6</sup> Dieser Unterschied ist im Vergleich zum letzten Jahr noch grösser und damit signifikant geworden. Wie in den letzten Jahren finden sich zwischen den Sprachregionen klare Unterschiede in der Bewertung der «Professionalität»: Die italienischsprachige Schweiz und die Romandie bewerten die Professionalität ihrer Regional-TV-Angebote mit einem Durchschnitt von 3.7 besser als die Deutschschweiz mit 3.4. Im Vergleich der Metropolen mit den ruralen Gebieten hat sich zum letzten Jahr etwas verändert: Die Befragten der ländlichen Gebiete bewerten die «Professionalität» niedriger (3.4) als im letzten Jahr (3.5) und die Befragten aus den Metropolen antworteten in diesem Jahr im Durchschnitt mit einem höheren Wert (3.5) als im letzten Jahr (3.4). Auch wenn die Unterschiede innerhalb der Jahre nicht signifikant sind, ist es die Veränderung. Inwiefern daraus interpretierbare Erkenntnisse gezogen werden können, muss sich in den nächsten Jahren zeigen, wenn klarer wird, ob hier ein Trend vorliegt oder nur eine überzufällige Schwankung.

Während die meisten Qualitätskriterien in den Zeiten der Diskussion um die Werte, den Auftrag und die Qualität der Medien auch von den Zuschauern der Regionalfernsehprogramme besser bewertet wurden, bleibt die Bewertung der **«Ausgewogenheit»** des Regional-TV auf dem Niveau des Vorjahres. Die signifikante Differenz zwischen der höchsten Bildungsgruppe (3.3) zur Gruppe mit dem geringsten formalen Bildungsstand (3.6) bleibt wie in den letzten Jahren bestehen. Auch zeigt sich wie 2014 der Unterschied zwischen den Altersgruppen wieder, wobei die älteren Befragten die «Ausgewogenheit» signifikant höher einstufen als die jüngsten Befragten. In der italienischen Schweiz ist der Wert im Vergleich zum Vorjahr von 3.5 auf 3.4 gesunken und in der Westschweiz von 3.4 auf 3.6 gestiegen, womit die Westschweiz signifikant über der Deutschschweiz liegt, die dieses und letztes Jahr den niedrigsten Wert (3.3) aufwies.

### 5.3 Bewertung der SRG-Radioprogramme

In der Tabelle 3 sind die durchschnittlichen Bewertungen der Befragten über die letzten 9 Jahre aufgelistet.<sup>7</sup> Auch bei den Radiosendern wurden die Befragten gebeten, die von ihnen am häufigsten genutzten Radio-Sender der SRG nach den sieben Qualitätsmerkmalen bewerten. Die Bewertungen wurden auf der gleichen Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 jeweils die schlechteste und 5 die beste Bewertung darstellt. Während zwischen den nahe aufeinanderfolgenden Erhebungen 2015 und 2016 kaum Unterschiede in den Bewertungen für die SRG-Radioprogramme feststellbar waren, gibt es 2017 im Vergleich zu 2016 kleine Abweichungen. Die Unterschiede sind gering, aber auch geringe Abweichungen können bei den gegebenen hohen Fallzahlen interpretiert werden.

<sup>6</sup> Vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.8 im Tabellenband.

<sup>7</sup> Vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.15 bis 3.21 im Tabellenband.

Tabelle 3: Bewertungen der SRG-Radioangebote im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	SRG Radio		Mittelwerte							
	09F	09H	10H	11H	12F	13F	14H	15H	16F	17F
Professionalität	4,0	4,1	4,2	4,2	4,2	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2
Informationsgehalt	4,0	4,0	3,7	4,0	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9	4,0
Lokalbezug	3,6	3,3	3,4	3,3	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3
Ausgewogenheit	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	3,7	3,8	3,8	3,8	3,9
Glaubwürdigkeit	4,1	4,1	4,1	4,1	—	4,1	4,1	4,1	4,1	4,2
Unterhaltsamkeit	3,5	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
Gesamtzufriedenheit	3,8	4,0	4,0	3,9	3,9	4,0	4,1	4,0	4,0	4,1
sehr & ziemlich	66%	74%	74%	73%	75%	79%	78%	78%	78%	80%
teils teils	27%	21%	22%	23%	21%	17%	18%	18%	18%	18%
weniger & gar nicht	7%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	4%	2%
N-Minimum	2618	2194	2321	2284	2371	2393	2415	2592	2636	2674

Daten: iaKom 2017.

Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (Werte 5 und 4 auf den Skalen).

Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%-igen Signifikanzniveau statistisch signifikant. Im Jahr 2012 wurde nicht nach Glaubwürdigkeit gefragt.

Wie bei den Fernsehprogrammen empfinden die Nutzer die **«Professionalität»** auch bei den Radiosendern der SRG als sehr hoch. Mit einem Durchschnittswert von 4.2 wird diese Qualitätsdimension am höchsten eingestuft. Darin gleicht sich die Bewertung in diesem und den letzten Jahren. Dieses Generalkriterium wird für die SRG-Radioprogramme mit 4.2 am stärksten bestätigt. In dieser Bewertung sind sich die verschiedenen Befragtengruppen über Alters- und Bildungsklassen hinweg einig. Es gibt keine nennenswerten Unterschiede.

Angesichts von Diskussionen um eine Vertrauenskrise in die klassischen Medien ist es bemerkenswert, dass die Befragten ihren SRG-Radiosendern eine höhere **«Glaubwürdigkeit»** zuschreiben als sie es in allen Erhebungen seit 2009 gemacht haben. Von den Nutzern der Radiosender haben 83 Prozent angegeben, dass sie die Glaubwürdigkeit des von ihnen am häufigsten gehörten SRG-Radiosender eher oder sehr glaubwürdig einschätzen. Das sind nochmals drei Prozent mehr als im letzten Jahr. Hier kann man von einem konstant guten Werten sprechen, wobei im Vergleich zum Jahr 2009 eine leicht positive Tendenz erkennbar ist. Interpretierbare Unterschiede in den Aufrissgruppen finden sich für die Glaubwürdigkeit nicht.

Die Radiohörer der SRG-Sender bewerten den **«Informationsgehalt»** ihrer Sender als hoch (4.0). Wie man an der nahezu gleichen Einfärbung in Tabelle 3 erkennt, ist der Unterschied des gerundeten Zahlenwertes keiner im Betrag. Von 3.9 auf 4.0 ist der Wert aufgrund einer minimalen Erhöhung um 0.04 gestiegen. Die Werte werden wieder besser, sind aber noch nicht auf dem Stand von 2011 und 2012. Auch beim **«Informationsgehalt»** haben die hohen Durchschnittswerte für die vielen Sender zur Folge, dass sich kaum Gruppenunterschiede finden. Nachdem 2016 ein minimaler Unterschied zwischen den Bildungsgruppen identifiziert werden konnte, ist der Wert für die Gruppe mit tiefer formaler Bildung so gestiegen, dass 2017 keine Unterschiede mehr festgestellt werden können.

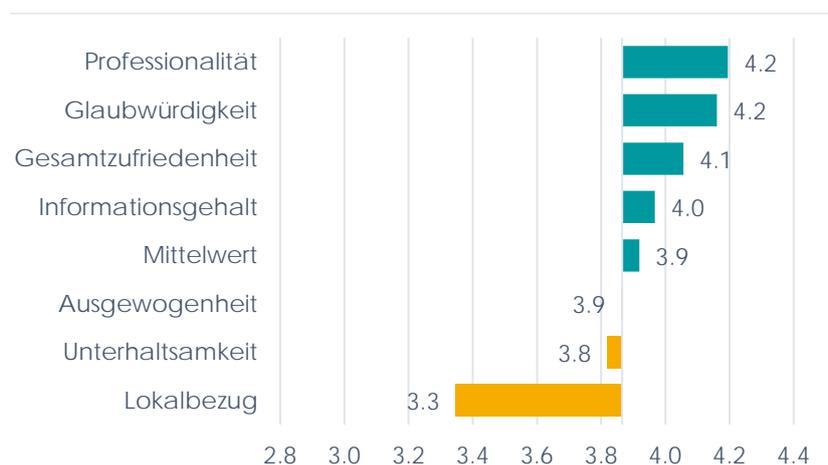
Der **«Stellenwert des Lokalen»** wird, wie bei den TV-Sendern der SRG, von etwa der Hälfte (46%) der SRG-Radio-Hörer als eher hoch oder sehr hoch eingeschätzt. Über die Zeit zeigt sich auch hier eine hohe Stabilität der Ergebnisse. Die älteste Befragtengruppe sieht in der Berichterstattung der SRG-Radiosender einen signifikant etwas höheren Lokalbezug (3.5) als die jüngeren Befragten (3.2). Das hat den Grund, dass die Radiosender, die eher für ältere Menschen gemacht werden, stärker auf die Region eingehen. Während die mittlere Altersgruppe in der Erhebung 2016 noch einen niedrigeren Durchschnitt aufwies als die jüngste Gruppe,

hat die mittlere Gruppe in diesem Jahr den Stellenwert des Lokalen in diesem Jahr signifikant höher eingeschätzt und liegt damit wieder zwischen den beiden anderen Gruppen. Damit ist der Zusammenhang zwischen dem Alter und dieser Bewertung wieder konsistent. Im Vergleich zwischen den Bildungsgruppen empfindet die Befragten mit tieferem formalen Bildungsstand (in Zusammenhang mit dem Alter) den «Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens» signifikant höher (3.5) als die höher gebildeten (3.2). Wie bei den SRG-TV-Programmen hängt der Eindruck des «Lokalbezugs» negativ mit der Grösse der jeweiligen Sprachregion zusammen (vgl. Abschnitt 5.1). Die italienischsprachigen Schweizer werten den «Stellenwert der Lokalberichterstattung» deutlich höher ein (3.9) als die Deutschschweizer (3.3) und etwas höher als die Romands (3.6), wobei der Durchschnitt in der Westschweiz signifikant gestiegen ist (von 3.4 2016 auf 3.6 2017).

Die **«Ausgewogenheit»** der Meinungen und Themen wird von zwei 73 Prozent der SRG-Radiohörer bestätigt. Im Durchschnitt rückt dieser Wert damit nahe an den Höchststand von 2012 heran. Die Bewertung der Ausgewogenheit liegt im Durchschnitt aller Bewertungen für die SRG-Radioprogramme von 3.9 (vgl. Abbildung 12). Unterschiede zwischen den soziodemographischen Aufrissgruppen sind keine erkennbar. Zwischen der italienischen Schweiz (4.0) und der französischen Schweiz (3.8) besteht ein erkennbarer Unterschied, der aber aufgrund der kleinen Fallzahl dieser beiden Gruppen nicht signifikant ist.

Die **«Unterhaltsamkeit»** der SRG-Radiosender wird von den Befragten generell als leicht unterdurchschnittlich (3.8) eingestuft. Im Unterschied zu der Mehrzahl der anderen Bewertungskategorien hat sich in dieser Hinsicht der Durchschnitt im Vergleich zu 2016 nicht erhöht. Zwischen den Alters- und Bildungsgruppen gibt es keine unterschiedlichen Bewertungen des Unterhaltungswertes. Während 2016 ein leichter Unterschied zwischen der italienischen und der französischen Schweiz erkennbar war, sind die Gruppen 2017 auf dem gleichen Niveau.

Abbildung 12 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für SRG-Radio



Daten: IaKom 2017, N: 2674. Achse auf Gesamtbewertung SRG-Radio ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

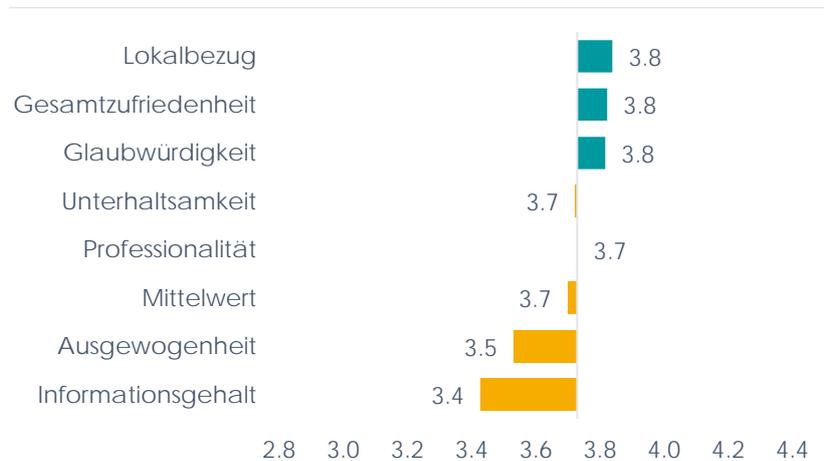
Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

## 5.4 Bewertung der privaten Lokalradioprogramme

Die Lokal-Radiosender werden in der Summe ihrer einzelnen Durchschnittsbewertungen schwächer bewertet als die ressourcenstärkeren SRG-Radioprogramme und erstmals auch minimal niedriger als die SRG-Fernsehprogramme, aber besser als das private Fernsehen

(siehe grafischer Überblick im Management Summary). Die Bewertungen der Lokalradiosender zeigt nur geringe Abweichungen vom generellen Mittelwert, was eine homogene Wertung aller Qualitätskriterien bedeutet (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für Lokal-Radio



Daten: IaKom 2017, N: 1987. Achse auf Gesamtbewertung Lokal-Radio ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

Tabelle 4: Zustimmung zu den Bewertungskriterien für private Lokal-Radio

Bewertungskategorie	Lokalradio		Mittelwerte							
	09F	09H	10H	11H	12F	13F	14H	15H	16F	17F
Professionalität	4,0	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,7	3,7
Informationsgehalt	3,8	3,6	3,2	3,6	3,5	3,8	3,4	3,4	3,5	3,4
Lokalbezug	3,9	3,9	3,8	3,8	3,8	3,7	3,8	3,8	3,9	3,8
Ausgewogenheit	3,7	3,6	3,5	3,5	3,6	3,7	3,4	3,5	3,6	3,5
Glaubwürdigkeit	3,9	3,9	3,9	3,9	—	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
Unterhaltsamkeit	3,8	3,7	3,7	3,7	3,7	3,5	3,8	3,7	3,8	3,7
Gesamtzufriedenheit	3,9	3,8	3,8	3,7	3,7	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
sehr & ziemlich	70%	64%	67%	68%	66%	65%	67%	69%	69%	68%
teils teils	23%	27%	25%	25%	26%	27%	27%	25%	25%	26%
weniger & gar nicht	7%	9%	8%	8%	8%	8%	6%	6%	6%	6%
N-Minimum	2274	1801	1747	1706	1782	2885	1789	1925	2091	2135

Daten: IaKom 2017.

Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (5 und 4 auf den Skalen).

Die Unterschiede sind in der Regel bei .02 signifikant.

Im Jahr 2012 wurde nicht nach Glaubwürdigkeit gefragt.

Insgesamt sind 68 Prozent der Lokalradiohörer/innen mit ihrem Sender **zufrieden**. Der Durchschnitt für die Gesamtzufriedenheit liegt wie im Vorjahr bei 3.8. Beide jüngeren Befragtengruppen bewerten die von ihnen gehörten Sender wieder etwas besser (jeweils 3.9) als die älteste Befragtengruppe (3.7). Auch bei den Lokalradiosendern zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen: Die Befragten mit Tertiärabschluss geben niedrigere Werte an (3.7) als die Befragten mit tieferem formalen Bildungsabschluss (4.1). Es gibt keine Unter-

schiede bezüglich der Urbanität, aber der Unterschied zwischen den Sprachregionen ist grösser als im letzten Jahr, da die Hörer der italienischen Schweiz höhere Werte angegeben haben als im letzten Jahr und damit höhere Werte (4.1) als in der Deutschschweiz und der Romandie (jeweils 3.8).

Der **«Lokalbezug»** der privaten Radiosender ist in ihren Konzessionen festgeschrieben und bei der SRG nicht Teil des Auftrags. Mit diesen unterschiedlichen Aufträgen konsistent ist der Lokalbezug die am besten bewertete Kategorie der Lokalradiosender. Der Lokalbezug ist nochmals höher bewertet worden als im letzten Jahr und hat damit wieder den Wert von 2009 erreicht. Zwischen den Aufrissgruppen finden sich bei diesem Kriterium keine interpretierbaren Unterschiede in der Bewertung – auch nicht bei der Bildung.

Die **«Unterhaltsamkeit»** der Lokal-Radios wird von 63 Prozent der Befragten bestätigt. Im Ein- und Mehr-Jahresvergleich verbleiben die Werte grosso modo konstant. Den Unterhaltungswert bestätigen die jüngsten Befragten häufiger (67%) als die älteste Befragtengruppe (59%). Auch dieses Kriterium bewerten die tiefer Gebildeten (3.9) wie 2016 signifikant besser als die hoch Gebildeten (3.6). Auch empfinden die italienischsprachigen Schweizer (4.0) und ihr lokales Radio-Angebot als unterhaltsamer als die Romands (3.6) und die Deutschschweizer (3.7), wobei dieser Unterschied im Vergleich zum Vorjahr noch gestiegen ist, da die Befragten der italienischen Schweiz im Durchschnitt einen höheren Wert angegeben haben als 2016.

Die Bewertung der **«Professionalität»** hat sich in den letzten Jahren bei einem Wert um 3.7 stabilisiert und liegt in diesem Jahr mit 3.7 auf gleichem Niveau. Bei der Bewertung der Professionalität unterscheiden sich die Bildungsgruppen vergleichsweise stark voneinander, wobei wiederum die Gruppe mit tieferer Bildung die Professionalität höher einschätzt (4.0) als die Befragten mit höherem Bildungsabschluss (3.6).<sup>8</sup> In Bezug auf die Professionalität unterscheiden sich die Sprachregionen nur leicht. In der italienischen Schweiz wird wieder die höchste Durchschnittswertung abgegeben (3.8) und in der Deutschschweiz die niedrigste (3.7).

Da die Mehrzahl der Privatradiosender stärker auf Unterhaltung formatiert ist, ist es nicht verwunderlich, dass ihre Zuhörer den **«Informationsgehalt»** nicht so hoch ansiedeln (3.4). Dieser Wert liegt, wie der Gesamtwert, unter dem des Vorjahres. Im Vergleich der Bildungsgruppen zeigen sich leichte Unterschiede zwischen den formal hoch gebildeten (3.3) und der mittleren (3.5) sowie tiefen Bildungsgruppe (3.5). Diese Unterschiede waren 2016 noch höher. Auch in den Sprachregionen wiederholt sich das bekannte Muster: Die italienischsprachigen Schweizer bewerten ihre Programme etwas besser (3.6) als die Romands (3.4) und die Deutschschweizer (3.4).

Die **«Ausgewogenheit»** der Themen und Meinungen bestätigt gut die Hälfte der Befragten ihren lokalen Radiosendern (52%), was etwas weniger sind als 2016 (54%). Die Ausgewogenheit ist in diesem Jahr wieder auf das Niveau von 2015 (auf 3.5) leicht gestiegen. Unterschiede zeigen sich zwischen den Bildungsgruppen, wobei die höher Gebildeten kritischer sind (3.4) als diejenigen mit Pflichtschulabschluss (3.8). Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen sind deutlich höher als 2016. Die Befragten der italienischen Schweiz vergaben im Durchschnitt einen Wert von 3.9 und in der Romandie und der Deutschschweiz 3.5. Der neue Unterschied liegt daran, dass die Befragten der italienischen Schweiz höhere Werte angegeben haben und die Romands sowie die Deutschschweizer etwa die gleichen wie 2016.

Die **«Glaubwürdigkeit»** liegt, wie der Lokalbezug und die Gesamtzufriedenheit, im Durchschnitt bei 3.8 und damit über dem Mittel von 3.7. Die Werte waren bei den ersten Erhebungen noch etwas besser (3.9), hat sich aber in den letzten Jahren eingependelt. Da die höher Gebildeten in diesem Jahr einen signifikant höheren Durchschnittswert (3.8) gegenüber 2016 (3.6) angegeben haben, sind keine Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen mehr erkennbar. Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen ist im Betrag erkennbar, aber nicht signifikant.

<sup>8</sup> vgl. Tabelle 3.22 im Tabellenband.

## 6 Fazit

Die Digitalisierung auf der technischen Seite ist in der Schweiz weit vorangeschritten und strebt langsam in Richtung Sättigung. Die jüngeren Kohorten der vorliegenden Studie zeigen, dass Computer in den Haushalten erst bei 98 Prozent eine Sättigung erreichen. Hier wurde nicht zwischen Desktop-Rechnern und Laptops unterschieden. In Zukunft sollte die individuelle Verfügbarkeit von Laptops abgefragt werden, da die individuelle Ausstattung mit solchen Geräten hoch ist und den individuellen Konsum von Onlinemedien beeinflusst, sowie als Gegenpart die Mediennutzung in Gruppen, wie der Familie oder mit Freunden. Smartphones sind bei der jüngsten Befragtengruppe zu 95 Prozent in individuellem Besitz. So lange diese Geräte nicht durch Alternativen ersetzt werden, ist zu vermuten, dass 95 Prozent in der Schweiz nahe an der Sättigung liegt. Abgesehen von den neueren Geräteformen – also Computern, Smartphones und Tablets – stehen die klassischen Mediengeräte noch immer in einer überwiegenden Mehrheit der Haushalte zur Verfügung. Inzwischen ist auch das Fernsehen digital und nur noch in Ausnahmen analog möglich. Heute ist Fernsehen online mit IP-TV und seinen Möglichkeiten wie digitale TV-Guides, zeitversetztes Fernsehen oder Streamingdienste (z.B. Netflix) integrierten Video- und Mediatheken oder Onlinegaming. Insofern zeigt nur noch der Formfaktor der heutigen Fernsehgeräte die Verwandtschaft mit den klassischen Fernsehgeräten. In durchschnittlich 93 Prozent der Haushalte gibt es TV-Geräte, die in Ihrer Grösse und Position im Haushalt funktional nicht durch Laptops ersetzt wurden. Wenn man sich allerdings die Befragtenkohorten ansieht, wird der Anteil der mit Fernsehgeräten ausgestatteten Haushalte vermutlich noch etwas zurückgehen, bis insgesamt eine Verbreitung um die 90 Prozent der Haushalte erreicht ist. Radio funktioniert noch zu einem grossen Teil terrestrisch. Dennoch sind inzwischen auch viele Radiogeräte online, beziehungsweise werden Geräte wie Onlinelautsprecher als Radioempfänger verwendet. In den Haushalten der jüngsten Kohorte sind noch zu 78 Prozent Radiogeräte vorhanden. Beim Radio ist die Entwicklung der Haushaltsausstattung in Bezug auf die Geräte weniger absehbar, da Smartphones immer bessere Lautsprecher haben und kabellose Lautsprecher und Kopfhörer das Hören von Audioinhalten ermöglichen. Die Bindung der jüngeren Nutzer an die klassischen Schweizer Radio- und TV-Anbieter ist geringer als bei den Älteren, die den Medien, mit denen sie aufgewachsen sind, auch dann treu bleiben, wenn sie ihren Zustand oder ihre Entwicklung kritisch sehen. Das zeigt sich in den Nutzungszahlen bei gleichzeitig in mehreren Kategorien tieferen Qualitätsbewertungen bei den älteren Befragten im Vergleich zur jüngsten Befragtengruppe.

In der aktuellen Studie wurden das Fernsehen an erster Stelle und Presseinhalte an zweiter Stelle als wichtigste Quellen angegeben, um sich über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland zu informieren. Im Vorjahr war es noch knapp umgekehrt, wobei der Umfang der Pressennutzung um 2 Prozentpunkte abgenommen hat und die Medienpräferenz fürs Fernsehen um fast 10 Prozent höher lag. Die Onlinenutzung liegt wie im Vorjahr stabil bei 60 Prozent. Informationen über das regionale Geschehen werden entweder in lokalen Zeitungen (58%) gesucht oder aktiv in Onlinemedien (44%). Die jüngeren Befragten gaben deutlich häufiger das Internet als Informationsquelle an wobei dort sehr häufig die Onlineangebote der klassischen Medien aufgesucht werden. Daneben werden aber auch reine Online-Informationen-Dienste genutzt (z.B. Watson) oder News-Aggregatoren (z.B. Google News) und soziale Netzwerke (z.B. Facebook).

Für die Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme fällt in diesem Jahr vor allem eines auf: Die Bewertungen sind sehr gut und im Grossen und Ganzen sogar besser als im letzten Jahr und den Jahren davor. Die Fernsehsender der SRG sind so gut bewertet worden wie noch in keiner Studie zuvor seit 2009. Die Regionalsender der privaten Fernsehanbieter haben zwar nach wie vor im Schnitt die tiefsten Werte, konnten sich aber auch im Vergleich zum letzten Jahr steigern. Die Bewertungen der SRG-Radios sind, wie in den letzten Jahren

auch, die am höchsten bewerteten Angebote in Bezug auf die aus den Konzessionen abgeleiteten Qualitätskriterien. Auch die SRG-Radioprogramme wiesen den besten Wert seit Beginn dieser Studien auf, der nur schon 2014 einmal erreicht wurde.

Die in diesem Bericht vorgestellten Ergebnisse geben keine objektive Messung der Medienqualitäten wieder, sondern Bewertungen aufgrund subjektiver Eindrücke der Befragten. Die Unterschiede zwischen den Erhebungswellen und den Anbietern sind also nicht zwangsläufig allein auf veränderte Qualität der Inhalte zurückzuführen. Mit dieser Befragung wurden Unterschiede in der Akzeptanz zwischen den Anbietern und über die Zeit gemessen, und die Bewertungen unterscheiden sich nach Kommunikationsräumen, sowie nach Alterskohorten und Bildung. Im Grossen und Ganzen ist diese Akzeptanz hoch und stabil, wobei es graduelle Unterschiede gibt: 1. zwischen den Bewertungskriterien sowie 2. zwischen den Bewertungen bezüglich der Anbietern. Nicht nur die Werte an sich, sondern auch die Unterschiede zwischen den Untergruppen wurden schon in den letzten Jahren in dieser Höhe gemessen. All das ist ein starkes Argument dafür, dass mit der vorliegenden Studie der subjektive Eindruck von Qualitäten zuverlässig und gültig erfasst werden konnte.

Während in den letzten Jahren immer galt, dass die Radiosender besser bewertet wurden als die TV-Sender, liegen in diesem Jahr die Fernsehsender der SRG vor den Lokalradios. Innerhalb der Mediengattungen schneidet die ressourcenstarke SRG besser ab als die privaten Anbieter. Im Vergleich der Sprachregionen sind die Befragten mit dem Fernsehangebot in der italienischen Schweiz häufiger zufrieden als in der Romandie und dort wiederum häufiger als in der Deutschschweiz. Die privaten Anbieter sind mit dem besonderen Auftrag der Regional- und Lokalberichterstattung konzessioniert. Dieser gesetzte Unterschied ist dann auch für die Wahrnehmung markant. Die Befragten sehen für die Regionalfernsehsender sowie für die Lokalradiosender einen deutlich höheren Stellenwert der regionalen und lokalen Berichterstattung als bei den Fernsehsendern der SRG. Die übrigen Kategorien werden alle von der SRG angeführt. Das betrifft sehr deutlich den «Informationsgehalt» und die «Ausgewogenheit der Themen und Meinungen». Die «Glaubwürdigkeit» wird beiden Anbietergruppen in hohem Masse bescheinigt, wobei auch hier die SRG-Programme leicht vorne liegen. Die Bewertungen der «Professionalität» und die «Gesamtzufriedenheit» als generellere Qualitätskategorien fallen für die SRG ebenfalls besser aus. Der «Unterhaltungswert» der Fernsehangebote wird von den Befragten insgesamt und für alle Anbieter kritischer gesehen. Das liegt aber vor allem auch daran, dass sich nicht jeder von dem gleichen Angebot unterhalten fühlt, auch nicht von Game of Thrones, dem Bachelor oder der Fussball Championsleague. Eine detailliertere Bewertung der Unterhaltungsleistung müsste mindestens auf Sendungsebene gehen, was aber *nicht* im Auftrag dieser Studie lag.

Die Gültigkeit der Selbstauskünfte in Bezug auf Mediennutzung und Informationsgewohnheiten ist sicher durch soziale Erwünschtheit und Selbstbildverzerrungen nicht zu hundert Prozent korrekt. Aber die Ergebnisse sind über die Jahre sehr konstant, und denkbare Verzerrungen sind für die Vergleiche neutral, da die Zuwendung und Bewertung der Medienangebote in gleicher Weise von diesen Verzerrungen betroffen ist. Mit den Bewertungsstudien soll gemessen werden, inwiefern die Bevölkerung mit dem Medienangebot zufrieden sind. Hier soll nochmals darauf hingewiesen werden, dass die Befragten nicht um eine Einschätzung des gesamten Angebots gebeten wurden, sondern um die Bewertung der Sender, denen sie sich am häufigsten zuwenden. Die Repräsentativbefragung gibt also wieder, ob sich jeder und jede in der Schweiz aus dem Medienangebot etwas herausuchen kann, mit dessen Qualität er oder sie zufrieden ist. Als Fazit kann man festhalten, dass diese Möglichkeit hinreichend gegeben ist. Auch die Akzeptanz der öffentlichen und privaten Radio- und TV-Programme ist in der Schweiz zwar hoch. Sie könnte aber im Sinne einer positiven Wahrnehmung der Qualität und Ausgewogenheit der Informationen noch gesteigert werden und so zu einer Stärkung der Schweizer Demokratie beitragen.

## 7 Literaturverzeichnis

- BAKOM (2015): Lokalradios: am meisten Regionalinformationen in der Romandie. <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=58421>
- Bonfadelli, Heinz/ Meier, Werner A. /Trappel, Josef (2006): Medienkonzentration Schweiz. Formen, Folgen, Regulierung. Haupt Verlag. Bern/Stuttgart/Wien.
- Bonfadelli, Heinz/ Fretwurst, Benjamin (2010): Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=de)
- Buess, Michael/ Reimann, Werner (2016): Nutzen des gebührenfinanzierten Service Public im Medienbereich. Studie im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2016.html>
- Fretwurst, Benjamin (2009): Programmprofile. Wie sich Fernsehprogramme voneinander abgrenzen und wie sie sich gleichen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM): *Fernsehen in Deutschland 2008*. S. 41-61.
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2012): Schweizer Radio- und TV-Programme im Urteil ihres Publikums. Akzeptanz, Erwartungen und Bewertungen. In: Leonarz, Martina: *Im Auftrag des BAKOM. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz*. S. 185-204.
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2013): Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung 2013. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de)
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2015): Programmqualität in der Bewertung des Publikums. Qualitätsmonitoring der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio und TV-Programmen aus der Publikumperspektive. Abschlussbericht des BAKOM-Projekts. Erhebung 2014. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de)
- Fretwurst, Benjamin/ Fischer, Siri/ Frey, Tobias/ Friemel, Thomas/ Bonfadelli, Heinz (2016a): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2015. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/nutzung-und-bewertung-radio-tv-programme-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Schlussbericht%20IaKom%20Medienbewertung%202016.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/nutzung-und-bewertung-radio-tv-programme-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Schlussbericht%20IaKom%20Medienbewertung%202016.pdf)
- Fretwurst, Benjamin/ Fischer, Siri/ Frey, Tobias/ Friemel, Bonfadelli, Heinz (2016b): Online-medien-Nutzung in der Schweiz 2016. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/online-medien-nutzung-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Schlussbericht%20Online-medien-nutzung%202016.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/online-medien-nutzung-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Schlussbericht%20Online-medien-nutzung%202016.pdf)
- Fretwurst, Benjamin/ Fischer, Siri/ Frey, Tobias/ Friemel, Thomas/ Bonfadelli, Heinz (2017): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2016. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>

- Grossenbacher, René/ Sasso, Stefano/ Glaab-Seuken, Sonja (2017): Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag – 2016. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/privatradiostudie-2016-bericht.pdf.download.pdf/Privatradiostudie%202016%20Schlussbericht%2026.06.2016.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/privatradiostudie-2016-bericht.pdf.download.pdf/Privatradiostudie%202016%20Schlussbericht%2026.06.2016.pdf)
- Grossenbacher, René/ Sasso, Stefano (2016): Analyse der Radioprogramme der SRG SSR 2015 (Französische Schweiz). <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>
- Grossenbacher, René/ Sasso, Stefano (2015): Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil 2014. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2014.html>
- Kolb, Steffen/ Baeva, Gergana/ Schwotzer, Bertil (2013): Gebühren gleich Qualität? Inhaltsanalyse der Schweizer Regionalfernsehprogramme. Zürich/Chur: Rüegger Verlag.
- Kolb, Steffen/ Neumann-Braun, Klaus (2017): Schlussbericht: Die Fernsehprogramme der privaten Veranstalter mit Leistungsauftrag in der Schweiz. [https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische\\_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/programmanalysen-regional-tv-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Programmanalysen%20Regional-TV%202016%20Schlussbericht-1.pdf](https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/programmanalysen-regional-tv-2016-schlussbericht.pdf.download.pdf/Programmanalysen%20Regional-TV%202016%20Schlussbericht-1.pdf)
- Kolb, Steffen/ Schwotzer, Bertil (2011): Die Regionalfernsehsender in der Schweiz. Bestandsaufnahme und Struktur der Programme mit Leistungsauftrag. Zürich/Chur: S. 121-191.
- Künzler, Matthias (2013): Mediensystem Schweiz. Konstanz: UVK.
- Latzer, Michael/ Just, Natascha/ Büchi, Moritz/ Sauerwein, Florian (2016): SRG Online Beobachtung 2015. Konzessionskonformität von Webseiten und elektronischen Verbindungen. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>
- Neumann-Braun, Klaus/ Kolb, Steffen/ Brutschi, Robin/ Pileggi, Cristina (2015): Die Fernsehprogramme der privaten Veranstalter mit Leistungsauftrag in der Schweiz. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>
- Publisuisse (2011): Medien der Zukunft 2017. Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing und Kommunikation. Bern. [http://www.publisuisse.ch/mm/mm003/mdz\\_2017\\_d.pdf](http://www.publisuisse.ch/mm/mm003/mdz_2017_d.pdf)
- Publisuisse (2014): Medien der Zukunft 2020. 20 Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing, Kommunikation und deren Entwicklung. Bern. [http://www.publisuisse.ch/mm/mm006/medien\\_der\\_zukunft\\_2020\\_d.pdf](http://www.publisuisse.ch/mm/mm006/medien_der_zukunft_2020_d.pdf)
- Puppis, Manuel/ Schweizer, Corinne (2016): Service public im internationalen Vergleich. Schlussbericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM). <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>
- Ramsauer, Matthias (2010): Qualitätssicherung und Programmanalyse bei den lokalen Veranstaltern. BAKOM-Mediengespräch vom 7. Juli 2010. [http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizerpresse/themen/1\\_100707\\_Qualitaetssicherung\\_und\\_Programmanalyse\\_lokale\\_Veranstalter.pdf](http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizerpresse/themen/1_100707_Qualitaetssicherung_und_Programmanalyse_lokale_Veranstalter.pdf)

- Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 690–712.
- Serong, Julia (2015): *Medienqualität und Publikum*. Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung. Konstanz: UVK-Verlag.
- Studer, Samuel / Schweizer, Corinne / Puppis, Manuel / Künzler, Matthias (2014): Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM). [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de)
- Trebbe, Joachim/ Woelke, Jens (2011): Von den Schwierigkeiten, Fernsehqualität zu definieren und zu messen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): *Programmbericht 2010. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*. S. 205–213.
- Trebbe, Joachim/ Greyer, Janine/ Wagner, Matthias (2016): Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz Die Programme der SRG SSR im Jahr 2015. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/medienforschung-ausbildungsfoerderung/beitraege-und-studien-an-medienforschende/beitraege-und-studien-medienforschung-2015.html>
- Vallone, Robert/ Ross, Lee/ Lepper, Mark (1985): The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. In: *Journal of Personality and social Psychology*. Jg. 49. S. 577–585.

## 8 Fragebogen

### Fragebogen 2017 zum Projekt (1546) 808

„Publikumsbefragung Schweizer Radio- und TV-Nutzung“

Grüezi, mein Name ist XYZ vom Befragungsinstitut Demoscope. Wir führen zurzeit eine Umfrage im Auftrag von Medienforschern vom Institut für angewandte Kommunikationsforschung durch. Ihr Haushalt ist von unserem Computer zufällig für die Befragung ausgewählt worden. Es geht um die Nutzung und Bewertung von Medien (Zeitungen, Radio, TV und Internet). Gerne möchten wir auch Ihnen dazu ein paar Fragen stellen, egal wie viel oder wie wenig Medien Sie nutzen).

(INT Bei Nachfrage: Das Interview dauert etwa 15 Minuten.)

NUR FRAGEN, WENN FIXNET; SONST DIREKT ZU PLZ

Leben noch andere Personen ausser Ihnen in diesem Haushalt?

Nein → DIREKT ZU PLZ

Ja

FALLS NOCH ANDERE PERSONEN IM HAUSHALT

*Wir möchten mit derjenigen Person ab 15 Jahren in Ihrem Haushalt sprechen, die als letzte Geburtstag gehabt hat.*

#### Zuordnung zu Versorgungsgebieten

Wie lautet die Postleitzahl ihres derzeitigen Wohnortes? PLZ: \_\_\_\_\_

INT: WENN BEFRAGTER SICH DERZEIT ANDERSWO AUFHÄLT UND DIE DORTIGE PLZ NENNT, UNBEDINGT DIE PLZ DES WOHNORTS VERLANGEN!

#### Alter

Würden Sie mir bitte sagen, wie alt Sie sind? \_\_\_\_

#### Filter: Alter

Befragt werden Personen ab 15 Jahren, sprachassimiliert (dt., franz., ital.).

#### Geschlecht (Informell)

Mann/ Frau

---

#### Interesse an Politik allgemein

**PH1** Ganz allgemein gesprochen, wie sehr interessieren Sie sich für Politik im Allgemeinen?

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

**PH2** 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

#### Interesse an Politik lokal regional

**PH3** Wie stark interessieren Sie sich für das lokale und regionale politische Geschehen in Ihrer Gegend? Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

---

#### Medienpriorität

**PH4** Wenn Sie sich über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle?

[INT: NICHTS VORLESEN! – EINE Nennung pro Rang egal welche Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung oder Websites. Werden hintereinander drei Medien genannt, wird diese Reihenfolge für die Ränge genommen.

Die übergeordneten Angaben Internet, TV, Radio und Zeitung **nur** dann angeben, wenn nichts Konkretes genannt wird!]

EINE NENNUNG

1. Rang (Name des Senders, der Zeitung oder Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

2. Rang (Name des Senders, der Zeitung oder Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

3. Rang (Name des Senders, der Zeitung oder Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

**PH5** Und wenn Sie sich über das Geschehen **in ihrer Region bzw. in Ihrem Wohnort** informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle ?

[INT: NICHTS VORLESEN! – EINE Nennung pro Rang egal welche Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung oder Websites. Werden hintereinander drei Medien genannt, wird diese Reihenfolge für die Ränge genommen.

Die übergeordneten Angaben Internet, TV, Radio und Zeitung **nur** dann angeben, wenn nichts Konkretes genannt wird!]

EINE NENNUNG

1 Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): .....99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

2. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): .....99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

3. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

### Medienbesitz

**PH6A** Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Medien bzw. Geräte, wo **im Haushalt** vorhanden sein können. Sagen Sie mir jedes Mal, ob das in Ihrem Haushalt nicht vorhanden ist, vorhanden ist oder sogar mehrfach vorhanden ist.

**PH61** Fernsehgerät 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**PH62** Radiogerät 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.

**PH63** Zeitungs-Abonnement 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 w.n. / 9 k.A.

**PH64** Festnetztelefon 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 w.n. / 9 k.A.

**PH65** Computer/Notebook 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 w.n. / 9 k.A.

**PH6B:** Ich nenne Ihnen jetzt weitere Medien bzw. Geräte. Sagen Sie mir jedes Mal, ob **Sie persönlich** über so ein Gerät verfügen.

**PH66** Smartphone mit Touchscreen 0 nein/ 1 Ja

**PH67** Tablet [INT bei Frückfrage: mit Touchscreen farbig] 0 nein/ 1 Ja

### Kanal-Nutzung

**PH7** Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden **Medien und Programme?** Sie können jeweils antworten mit (fast) täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie ist.

EDV: ROTIEREN / INT: VORLESEN! PRO ZEILE EINE ANTWORT

INT:

Mit „Schweizer Fernsehen“ sind SRF eins, SRF zwei, sowie SRF Info gemeint (SRF war bisher SF)

Mit „Schweizer Radio“ sind Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, SRF 3, SRF 4 News SRF Musikwelle und SRF Virus gemeint

Wie häufig nutzen Sie...

**PH701** Programme vom Schweizer Fernsehen (fast) tägl. / mehrmals pro Woche / einmal pro Woche / seltener / nie / weiss nicht./ keine Angabe

**PH702** Schweizer **Regionalf**ernsehprogramme

**PH703** **Ausländische** Fernsehprogramme

- PH704 Programme vom Schweizer Radio
- PH705 Schweizer **Lokal**radios
- PH707 Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)
- PH708 Gratis-Pendlerzeitungen
- PH720 Das Internet

[PROG: Filter: Wenn PH720 = seltener ODER nie ODER W.n. ODER k.A.]

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

Ja

Nein

-----

[Filter: Wenn PH720 > 1 and PH720 < 5]

PH8: **Radio und Fernsehen über Internet nutzen**

Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet? Sie können wieder jeweils antworten mit (fast) täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie.

PROG: **KEIN** RANDOM!

INT: VORLESEN! PRO ZEILE EINE ANTWORT – „INTERNET“ MEINT NUR ÜBER BROWSER. SWISSCOM-UND CABLECOM-ABOS, BEI DENEN LETZTLICH DAS NORMALE FERNSEHPROGRAMM AUCH ÜBER INTERNET EMPFANGEN WIRD, SIND DA NICHT GEMEINT!

PH821 Radio live über das Internet hören

PH822 Radiosendungen zeitversetzt im Internet hören, nachdem es ausgestrahlt worden ist

PH831 Fernsehen live über das Internet sehen

PH832 Fernsehsendungen zeitversetzt über das Internet sehen, nachdem es ausgestrahlt worden ist

[Filter: wieder alle]

**Medienkonsum**

**PH9** **Wie ist das normalerweise an den Tagen, an denen Sie in Ihrer Freizeit Fernseh schauen, Radio hören oder Zeitung lesen?**

PROG: Maximum = 1440 setzen!

PH91 Wie lange schauen Sie da im Durchschnitt etwa fern? .... in Minuten

PH92 Wie lange hören Sie da im Durchschnitt etwa Radio? .... in Minuten

PH93 Wie lange lesen Sie da im Durchschnitt etwa Zeitung? .... in Minuten

PH94 Wie lange lesen Sie da im Durchschnitt etwa Online? .... in Minuten

### Bewertung des Gesamtprogramms von Medien

**PH10R / PH10TV** Jetzt möchte ich Ihre Einschätzung bzw. Bewertung von der Qualität vom Gesamtprogramm einerseits vom öffentlichen Schweizer Fernsehen und vom Schweizer Radio erfahren und andererseits auch vom Lokalradio und vom Regionalfernsehsender in Ihrer Region, wo Sie am meisten nutzen.

Sagen Sie mir darum zuerst den Namen vom öffentlich rechtlichen **Schweizer** Radio und vom **Schweizer** Fernsehsender von der SRG, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen

[INT: Bei Zögern oder der Antwort, dass es eigentlich nicht geschaut wird: Es reicht völlig, wenn Sie einen Sender im letzten Jahr mal gesehen haben.]

[INT: Bei Unsicherheit: Sagen Sie einfach an welchen Sender Sie gerade denken und ich schaue dann nach, ob der zur SRG gehört]:

[INT: Nur wenn Befragter zurückfragt: es ist egal, ob der Sender „klassisch“ über das TV-Gerät oder online genutzt wird]:

Schweizer Radio:	Schweizer Fernsehen:
Radio SRF 1	SRF 1 (TV)
Radio SRF 2 Kultur	SRF zwei (TV)
Radio SRF 3	SRF Info (TV)
Radio SRF 4 News	RTS Un
Radio SRF Virus	RTS Deux
Radio SRF Musikkwelle	LA 1 (TSI 1)
La Première	LA 2 (TSI 2)
Espace 2	HD Suisse
Couleur 3	Televisiun Rumantscha (auf SRF ausgestrahlt)
Option musique	kein Schweizer Fernsehen
Rete uno	
Rete Due	
Rete Tre	
[alle Sprachen]	
Radio Swiss Classic	
Radio Swiss Pop	
Radio Swiss Jazz	
Kein Schweizer Radio	

### PH 10 Bewertung der Regionalprogramme

**PH10LR** Und jetzt noch den Namen vom **Lokalradio** und vom **Regionalfernsehsender** aus Ihrer Region, worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen wollen.

[INT: Wenn es mehrere gibt, dann bitte den nehmen, der am meisten genutzt wird.]

PROG: HIER WIRD FÜR LOKALRADIO BZW. REGIONALFERNSEHEN JE 1 LISTE EINGEBLENDET, DIE JE NACH REGION UNTERSCHIEDLICHE SENDER ENTHÄLT UND DIE EINGABE ERLEICHTERN SOLL.

Lokalradio

➔ Liste je Versorgungsgebiet und angrenzende anhand der PLZ (neue Liste PLZ zu Radioempfang 2017)

99 Kein Lokalradio

### PH10RTV

Canal 9

Canal Alpha

La télé (ehemals Vaud Fribourg TV)

Léman bleu

Tele 1

Tele M1 (INT: UNTERSCHIEDEN VON TELE 1!)

Tele Bärn  
 Tele Basel  
 Tele Bielingue  
 Tele Ostschweiz (TVO)  
 Tele Ticino  
 Tele Top  
 Tele Züri  
 TV Südostschweiz (TSO)  
 99 Kein Lokalfernsehen

Im Folgenden bitte ich Sie um die Bewertungen von den Sendern, wo 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 PH10a bis PH10f. Ausnahme: PH10g muss immer am Ende stehen und wird daher nicht mitrotiert.

### Professionalität des Gesamtprogramms

#### PH10a

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

Schweizer Fernsehen:...	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht professionell / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht professionell / weiss nicht
Radio SRF:...	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht professionell / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht professionell / weiss nicht

### Informationsgehalt der Politikbeiträge

#### PH10b

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht informativ / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht informativ / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht informativ / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht informativ / weiss nicht

### Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung

#### PH10c

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1	gar keinen Stellenwert / w.n.
Regional-TV: .....	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1	gar keinen Stellenwert / w.n.
Radio SRF:	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1	gar keinen Stellenwert / w.n.
Lokalradio .....	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1	gar keinen Stellenwert / w.n.

### Ausgewogenheit des Programms

#### PH10d

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht ausgewogen / weiss nicht

### Glaubwürdigkeit der Berichterstattung

#### PH10e

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Radio DRS:	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1	gar nicht glaubwürdig / weiss nicht

**Unterhaltsamkeit des Programmangebotes****PH10f**

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

**Zufriedenheit mit dem Programm****PH10g**

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

Schweizer Fernsehen	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Regional-TV: .....	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht

---

**Soziodemographie****Schulbildung**

**S05** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

PROG: BISHERIGE LISTE VERWENDEN

Bedanken, verabschieden