

Analyse des SRG Online-Angebotes

Jahresbericht 2022

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

Stefan Thommen
Raphael Eichenberger

© Publicom AG, CH-8802 Zürich, Mai 2023

Management Summary

Die SRG muss, gemäss Art. 18 Abs. 2 der Konzession, in ihren Online-Angeboten bestimmte Bedingungen einhalten. Hauptzielsetzung der **Analyse des SRG Online-Angebotes** im Jahr 2022 ist die Überprüfung, wie die SRG mit ihren Online-Angeboten **srf.ch**, **rts.ch** und **rsi.ch** den **Auftrag** der Konzession umsetzt. Ausserdem gibt die Studie einen Einblick in die **Angebotsstruktur** der SRG Online-Auftritte.

Die Überprüfung beantwortet im Wesentlichen, wie von SRF, RTS und RSI im Jahr 2022 der inhaltliche und zeitliche **Sendungsbezug** hergestellt wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. b), wie bei nicht sendungsbezogenen Beiträgen die **Längenbeschränkung** der Texte eingehalten wird (Abs. 2 Bst. c) und wie das Kriterium der **A/AV-Verknüpfung** eingehalten wird (Art. 18 Abs. 2 Bst. d). Zusätzlich wird dargelegt, inwieweit **externe Links** aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f).

Der methodische Ansatz von Publicom ist als **laufende Vollerhebung** sämtlicher Online-Inhalte der SRG des Jahres 2022 angelegt und liefert damit eine hoch repräsentative Datenbasis zur Überprüfung der Konzessionskonformität. Unter Zuhilfenahme eines halb-automatisierten Forschungssystems mit spezifischen Analyse-Algorithmen und systematischen Qualitätssicherungsmaßnahmen, werden die erforderlichen Indikatoren ermittelt.

Die Beurteilung des Ausmasses der **Konzessionskonformität** folgt der Auslegungspraxis des BAKOM. Publicom weist die Resultate nach Vorgabe der Auftraggeberin aus und hat keine Deutungshoheit über die Erfüllung des Auftrags durch die SRG.

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

Die redaktionelle Analyse umfasst gut **174'000 Online-Beiträge** und knapp 198'000 Sendungsbezüge, die hinsichtlich der Erfüllung des Konzessionsauftrags geprüft wurden. Es zeigt sich, dass die Online-Angebote der SRG das Kriterium der **Längenbeschränkung** im Newsportal **fast immer einhalten**, also bei Textbeiträgen über 1'000 Zeichen einen zeitlich und thematisch nahen Sendungsbezug integrieren: Insgesamt 97% aller Textbeiträge aus den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales sind konform mit der Konzessionsvorgabe Art. 18 Abs. 2 Bst. c, und nur 3%

überschreiten die Grenze von 1'000 Zeichen, ohne einen konformen Sendungsbezug auszuweisen. Der Anteil an konformen Newsportal-Textbeiträgen ist bei RSI mit 96% nur unwesentlich tiefer als bei RTS sowie SRF mit jeweils 98%.

Das **Kriterium der A/AV-Verknüpfung** in 75% aller Textbeiträge, die nicht älter als 30 Tage sind (Art. 18 Abs. 2 Bst. d), wird in den drei Online-Angeboten der SRG mit durchschnittlich 89% **deutlich übertroffen**. Sowohl SRF (durchschnittlich 94%), als auch RTS (90%) und RSI (82%) erfüllen die Konzessionsvorgabe über alle 12 Monate des Jahres 2022. Auch wenn das Angebot der italienischen Schweiz einen leichten Rückstand auf die anderen beiden Portale ausweist, liegt auch RSI deutlich über der Konzessionsvorgabe.

Für die Linkanalyse hat Publicom, zwecks Überprüfung des **Kommerzialisierungspotenzials**, in den SRG-Auftritten rund **3'045'000 externe Links** von **4'642 Domains** identifiziert. Diese elektronischen Verbindungen wurden nach ihrer Verbindungshäufigkeit und nach fünf funktionalen Kategorien klassiert: Links auf Drittanbieter mit **direktem Werbebezug** (bspw. Adserver) wurden **keine gefunden**. Diese hätten ein ausserordentlich hohes Kommerzialisierungspotenzial und wären vom weitgehenden Werbe- und Sponsoringverbot der SRG sanktioniert.

In der zweiten, kritischen Kategorie befinden sich externe Links auf **E-Shops**, von denen Publicom gut 4'500 identifiziert hat, die sich auf 36 Domains verteilen. Der grösste Teil entfällt auf play.google.com, wo vor allem unbedenkliche Apps und Podcasts von SRF verlinkt wurden. Ein manifester Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial ist die Einbindung der SRG in die Partnersysteme von Drittanbietern, sobald diese in der URL des Links mit einer sogenannten Affiliate-ID erkennbar sind. Hinweise auf ein solches Partnersystem gibt es auch im Jahr 2022 in keinem der drei untersuchten SRG-Online-Angebote.

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

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	2
1. Auftrag und Methode	6
1.1. Ausgangslage und Auftrag.....	6
1.2. Rechtliche Anforderungen und Fragestellungen	6
1.3. Beurteilung der Konzessionskonformität.....	7
1.4. Gliederung Jahresbericht	8
1.5. Methodik	9
1.5.1. Untersuchungsanlage und Vorgehen	9
1.5.2. Instrumentarium und Technologie	10
1.5.3. Untersuchungseinheiten und Erhebungsumfang	11
1.5.4. Reliabilität der Codierentscheidungen	13
2. Strukturanalyse der SRG Online-Angebote	16
2.1. Aufkommen.....	16
2.1.1. Beiträge.....	16
2.1.2. Sendungsbezüge	18
2.1.3. Externe Links und Domains.....	19
2.2. Formale Strukturmerkmale.....	21
2.2.1. Grundstruktur	21
2.2.2. Newsportal.....	24
2.2.3. Sendungsbezüge	27
2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale	30
3. Konzessionskonformität	32
3.1. Längenbeschränkung im Newsportal (Art. 18 Abs. 2 Bst. c)	32
3.2. A/AV-Verknüpfung (Art. 18 Abs. 2 Bst. d)	34

4. Linkanalyse (Art. 18 Abs. 2 Bst. f)	36
4.1. Angebote mit Werbebezug	38
4.2. Links zu E-Shops	39
4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte	43
4.4. Technisch integrierte Inhalte	44
4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter	46
Anhang: Glossar	50

1. Auftrag und Methode

1.1. Ausgangslage und Auftrag

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

Wie viele europäische Länder reguliert die Schweiz auch die **Online-Aktivitäten** der öffentlichen Rundfunkanbieterin. Die SRG darf, gemäss Art. 18 Abs. 2 der Konzession, Online-Angebote nur unter bestimmten Bedingungen verbreiten (vgl. Kapitel 1.2). Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) hat die Publicom AG beauftragt, eine **Analyse des SRG Online-Angebotes im Jahr 2022** durchzuführen. Hauptzielsetzung der Analyse ist die Überprüfung, wie die SRG mit ihren Online-Angeboten den **Auftrag** der Konzession umsetzt. Ausserdem gibt die Studie einen Einblick in die **Angebotsstruktur** der SRG Online-Auftritte.

1.2. Rechtliche Anforderungen und Fragestellungen

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

Art. 18 Übriges publizistisches Angebot

² Für Online-Angebote gelten folgende Grundsätze:

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

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

² Konzession SRG vom 29. August 2018 (Stand 7. September 2022).

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

Das BAKOM interessiert dabei insbesondere

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

1.3. Beurteilung der Konzessionskonformität

Publicom verantwortet die Beschaffung, Erhebung sowie Aufbereitung der Datenbasis zwecks Überprüfung des Auftrags gemäss Art. 18 Absatz 2 der SRG-Konzession. Das Forschungssystem bedient sich eines methodischen und technischen Instrumentariums (vgl. Kapitel 1.5), das darauf angelegt ist, eine möglichst breite und belastbare **Analysegrundlage für die Konformitätsprüfung** zur Verfügung zu stellen: Die laufende Vollerhebung sämtlicher Online-Inhalte der drei SRG-Angebote des Jahres 2022 liefert eine hoch repräsentative Datenbasis, woraus Publicom, unter Zuhilfenahme spezifischer Analyse-Algorithmen und systematischer Qualitätssicherungsmassnahmen, alle erforderlichen **Indikatoren** für die Überprüfung des regulatorischen Auftrags ermittelt.

Auf Basis dieser neutralen Indikatoren wird letztlich die Beurteilung des Ausmasses der **Konzessionskonformität** vorgenommen. Die angewandte Untersuchungsanlage und Methodik liefern hoch valide Ergebnisse, allerdings mit einem gewissen **Fehlerbereich**. Die im vorliegenden Bericht ausgewiesenen Werte für Konzessionskonformität können die tatsächlich erbrachten Leistungen der SRG SSR deshalb leicht über- oder unterschätzen.

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

1.4. Gliederung Jahresbericht

Die Analyse überprüft die Konformität des SRG Online-Angebots mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 (vgl. Kapitel 1.2). Der vorliegende Schlussbericht zur Untersuchungsperiode des Jahres 2022 ist folgendermassen gegliedert:

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

Für ein besseres Verständnis und die Definition des Untersuchungsgegenstands findet sich im Anhang ein **Glossar mit den wichtigsten Begriffen** der Studie (ab Seite 49, am Ende des Dokuments).

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

Zuerst liefert das **Kapitel 2** ab Seite 16 eine **deskriptive Strukturanalyse**, die der Illustration des Aufbaus und von Charakteristika der drei Online-Auftritte der SRG dient³ – und noch keine Aussagen zur Konzessionskonformität macht. Das Unterkapitel 2.1 beziffert das **Aufkommen** für die drei Untersuchungseinheiten – zuerst der Online-Beiträge (Kapitel 2.1.1), dann zu den Sendungsbezügen (Kapitel 2.1.2) und schliesslich der externen Links (Kapitel 2.1.3). Kapitel 2.2 beschreibt die **formalen Strukturmerkmale** der SRG-Auftritte insgesamt (Kapitel 2.2.1), im Newsportal (Kapitel 2.2.2) und von Sendungsbezügen (Kapitel 2.2.3). Kapitel 2.3 gibt schliesslich einen Einblick in **inhaltliche Strukturmerkmale** (inhaltliche Bereiche und Themenfelder).

Kapitel 3 liefert ab Seite 32 die Hauptbefunde zur **Konformität** mit zwei Bestimmungen der SRG-Konzession: Als erstes wird in Kapitel 3.1 die Vorgabe der **Längenbeschränkung im Newsportal** (Art. 18 Abs. 2 Bst. c) überprüft. Anschliessend wird in Kapitel 3.2 das **Kriterium der A/AV-Verknüpfung** (Art. 18 Abs. 2 Bst. d) analysiert.

Kapitel 4 umfasst ab Seite 36 die **Linkanalyse** und legt dar, inwieweit externe Links aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f). Dabei werden elektronische Verbindungen anhand von vier Kategorien untersucht: Angebote mit **Werbebezug** (Kapitel 4.1),

³ Dargestellt wird die Struktur der Online-Auftritte und nicht der Radio- und Fernsehangebote der SRG. Aus dem Abschnitt können deshalb keine Rückschlüsse auf die insgesamt Erfüllung des Programmauftrags durch die SRG gezogen werden. Zu diesem Zweck müssen andere Studien zu Rate gezogen werden, insbesondere die Programmanalysen zu Radio und TV: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien.html>

Links zu **E-Shops** (Kapitel 4.2), **technische Dienstleistungen ohne Inhalte** (Kapitel 4.3), **technisch integrierte Inhalte** (Kapitel 4.4) und letztlich klickbare **Links zu Inhalten Dritter** (Kapitel 4.5).

1.5. Methodik

1.5.1. Untersuchungsanlage und Vorgehen

Zur Analyse des SRG Online-Angebots im Jahr 2022 kommt eine **computergestützte Form der quantitativen Inhaltsanalyse** zur Anwendung. Dabei bedient sich die von Publicom entwickelte Methodik nicht allein automatisierter Kategorisierungen, sondern sie integriert computergestützte und manuelle Arbeitsschritte, unter Anwendung eines einheitlichen Codebuchs und nach wissenschaftlichen Grundsätzen, in gemeinsame Codierprozesse.

Aufgrund der spezifischen Problematik von Web-Analysen (Dynamik und Flüchtigkeit der Inhalte, hohes Datenaufkommen) begegnen statische, stichprobenbasierte Ansätze grossen methodischen Hürden (vgl. Kapitel 1.5.3). Folglich ist die Untersuchung als **laufende Vollerhebung der Grundgesamtheit** angelegt. Dies ermöglicht die Analyse **sämtlicher Online-Inhalte**, welche die SRG 2022 publiziert hat. Stichproben werden zu Qualitätssicherungszwecken gezogen.

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

Im ersten Schritt bestimmt das System **automatisch** die angeforderten Ausprägungen aller Untersuchungsvariablen. Für diese Indexierung bedient sich die Software spezifischer Algorithmen, die auf den Operationalisierungen des projektspezifischen Codebuchs basieren⁶. Sämtliche Kategorisierungen bewertet das System anschliessend mithilfe hinterlegter Regelwerke hinsichtlich ihrer Validität, bzw. der Wahrscheinlichkeit, dass die computerbasierten Codierentscheidungen auch tatsächlich zutreffend sind.

Unklare Fälle gelangen an das Lektorat zur **manuellen Nachcodierung**. Dort werden sie durch projektspezifische Lektoren mittels festgelegter **Qualitätssicherungsrouitinen** (bzw. "Kopfarbeit") – anhand desselben Codebuchs – geprüft, austariert und ergänzt. Im gesamten Datenstamm werden zudem systematisch Stichproben und auffällige Befunde überprüft. Zentrales Mess- und Steuerungsinstrument

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

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

⁶ Zum Beispiel wird dabei analysiert: Ob der Artikel mehr oder weniger als 1'000 Zeichen hat, ob ein Sendungsbezug vorhanden ist und wenn ja wird dieser mit einer hinterlegten Liste abgeglichen, ob ein Ausstrahlungsdatum vorhanden ist etc.

für den integrierten Forschungsprozess sind institutionalisierte **Reliabilitätstests**. Werden in den Such- oder Analyse-Algorithmen Fehler bzw. Lücken entdeckt, nimmt die Projektleitung die notwendigen Anpassungen vor. Die Analysequalität steht damit in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

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



Für die Messung von Strukturkriterien⁷, wie sie im vorliegenden Fall grösstenteils gefordert ist, liefert das computergestützte Verfahren **perfekt reliable**⁸ und – dank wirkungsvollen Qualitätssicherungs-massnahmen – auch **hoch valide** Forschungsergebnisse (vgl. Kapitel 1.5.4).

1.5.2. Instrumentarium und Technologie

Als übergreifende Grundlage für die automatischen und manuellen Codierprozesse wurden die Forschungsfragen zunächst in Variablen und Ausprägungen (Kategorien) übersetzt und in einem **Codebuch** festgelegt. Diese Operationalisierung knüpft an bei den Anforderungen für Online-Angebote im Artikel 18 Abs. 2 der SRG-Konzession (Stand 7. September 2022) und den dazugehörigen Erläuterungen.⁹

⁷ z.B. die Identifikation von Audio- bzw. audiovisuellen Inhalten oder die Zeichenzählung in Texten.

⁸ Codiererbedingte Fehler (wie z.B. Ermüdungseffekte) können grösstenteils ausgeschlossen werden.

⁹ Konzession für die SRG SSR: Erläuternder Bericht (UVEK, 29. August 2018)

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

1.5.3. Untersuchungseinheiten und Erhebungsumfang

Analyseeinheiten

Primäre Untersuchungseinheiten der redaktionellen Analyse sind (aus Nutzersicht) inhaltlich zusammengehörige **Online-Beiträge** auf einzelnen Webseiten (mit eigener URL). Zur Untersuchungseinheit "Beitrag" gehört der vom Betrachter direkt wahrnehmbare Inhalt, der meist in den hauptsächlichen Contentbereich der Webseiten eingepflegt ist, mit allen integrierten Elementen (Text, Audio, Video, Bild, Grafik, Verlinkungen usw.).¹⁰

In Zusammenhang mit den Beiträgen wird zusätzlich die (Sub-)Analyseeinheit "**Sendungsbezug**" erhoben und nach spezifischen Kriterien untersucht. Als Sendungsbezüge gelten Hinweise in textlicher Form und/oder durch Integration bzw. Verlinkung von Audio- oder audiovisuellen (A/AV-) Inhalten, die auf "*redaktionell aufbereitete Sendungen oder Sendeteile*" (Art. 18 Abs. 2 Bst. b) verweisen. Dabei handelt es sich weitgehend um Sendungen, die in den TV- oder Radio-programmen der SRG ausgestrahlt werden.¹¹ Im Bezug soll eine existierende Sendung genannt werden, die in der **Sendungsliste** als konform aufgeführt ist¹² und eine zeitliche und thematische Nähe zum betreffenden Beitrag aufweist.

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

¹⁰ Zur Untersuchungseinheit Online-Beitrag nicht zugehörig sind mögliche zusätzliche Inhalte, die über Links auf weiteren Webseiten zugänglich sind, zudem Leser-Kommentare und andere nutzergenerierte Inhalte sowie alle übrigen, meist funktionalen oder übergeordneten Elemente auf der jeweiligen Webseite (u.a. Navigationsbereiche und standardisierte Teasing-Elemente).

¹¹ Unter festgelegten Bedingungen sind auch Bezüge zu Internet-Livestreams aus den SRG-Angeboten und zu Radio- oder TV-Programmen der SRG zugelassen.

¹² Zu diesem Zweck hat Publicom eine Liste aller Sendungen der Radio- und TV-Programme der SRG erstellt und laufend aktualisiert. Das Verzeichnis umfasst fast 700 Einträge mit zulässigen Sendungen für die Bezugnahme (Whitelist). Hinzu kommt eine Blacklist mit rund 40 Einträgen. Die Sendungsnennungen in den Bezügen werden mit diesen Listen abgeglichen und je nach Befund als konform (Whitelist) oder nicht konform (Blacklist) kategorisiert.

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

Untersuchtes Online-Angebot

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

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

Vollerhebung des SRG Online-Angebots

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

Die Publicom-Untersuchungsanlage begegnet diesen webspezifischen Hürden mit einer **laufenden Vollerhebung** aller Beiträge, Sendungsbezüge und externen Links, die zwischen dem **1. Januar und 31. Dezember 2022** auf den Online-Angeboten der SRG publiziert wurden. Daraus resultiert eine umfassende Analysegrundlage für die Konformitätsbeurteilung (Online-Angebot auf srf.ch, rts.ch und rsi.ch der gesamten Untersuchungsperiode 2022):

- > **Online-Beiträge:** N= 174'283
- > **Sendungsbezüge:** N= 197'672
- > **Externe Links:** N= 3'045'042

Diese laufende Vollerhebung aller relevanten Inhalte bringt grosse methodische Vorteile: Sie liefert valide Befunde für die **Grundgesamtheit**, strukturelle Verzerrungen durch zu kleine oder ungünstig gewichtete Stichproben können gänzlich ausgeschlossen werden. Hinzu kommt der Vorteil der

laufenden Datenbeschaffung, welche die dynamischen Webinhalte nahe an ihrem tatsächlichen Nutzungszeitpunkt erfasst und hinsichtlich Konzessionskonformität kategorisiert.¹³ Daraus resultieren jederzeit aktuelle Ergebnisse, für das gesamte Kalenderjahr oder beliebige andere Zeiträume.¹⁴ Das grosse Defizit überholter, unvollständiger Befunde aus statischen Stichtagserhebungen fällt dadurch weg.

Wie bereits dargelegt, werden Online-Inhalte durch ihre **Dynamik** charakterisiert. Dies betrifft nicht nur die Grundgesamtheit, sondern auch jede einzelne Untersuchungseinheit. Denn Webseiten sind – im Gegensatz zu einer gedruckten Tageszeitung – infinit, d.h. sie können nach der Publikation jederzeit korrigiert, ergänzt oder auch gelöscht werden. Um den Eigenheiten redaktioneller Publikationsprozesse im Web besser zu entsprechen, speichert das System für die Analyse der SRG Online-Angebote deshalb von jedem Beitrag **zwei Versionen** zu unterschiedlichen Zeitpunkten – einerseits den "Anfangszustand" beim erstmaligen Crawling des Beitrags und andererseits seine "Endversion", 48 Stunden Erstveröffentlichung des Beitrages.¹⁵ Beide Versionen bilden die Grundlage für die Analysen, insbesondere zur Beurteilung der Konzessionskonformität.¹⁶

1.5.4. Reliabilität der Codierentscheidungen

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

Abgesehen von diesen Massnahmen in den laufenden Forschungsprozessen wurde ein zusätzlicher **Intracoder-Reliabilitätstest** durchgeführt, auf der Grundlage einer unabhängigen, geschichteten Stichprobe¹⁷ von **6'055 Beiträgen** aus den drei Online-Angeboten (SRF: N=2'201; RTS: N=1'749; RSI: N=2'105). Zu diesem Zweck wurde die Übereinstimmung der Codierentscheidungen zwischen Mensch

¹³ Dies ermöglicht u.a. die differenzierte Beurteilung der – von der Konzession in Art. 18 Abs. 2 Bst. c geforderten – zeitlichen Nähe von Sendungsbezügen in Online-Beiträgen.

¹⁴ So kann bspw. die – in der Konzession in Art. 18 Abs. 2 Bst. d konstituierte – 30 Tage-Periode für A/AV-Verknüpfungen anhand jedes beliebigen Kalendertags überprüft werden.

¹⁵ Die Nachvollziehbarkeit von Befunden, die sich auf den Anfangszustand eines Beitrags beziehen, kann in Einzelfällen beeinträchtigt sein. Publicom schätzt, dass sich diese Unschärfe im tiefen einstelligen Prozentbereich bewegt.

¹⁶ Dies ermöglicht die Überprüfung von Beitragsrevisionen – z.B. den Zeitpunkt des Überschreitens der 1000 Zeichen-Grenze (gem. Art. 18 Abs. 2 Bst. c) und eine allfällige nachträgliche Ergänzung von Sendungsbezügen, inkl. zeitlicher Nähe zum Aktualisierungszeitpunkt.

¹⁷ Gewichtet nach Gesamtaufkommen im redaktionellen Angebot der Portale (ohne Play).

und Maschine auf 12 zentralen Erhebungsdimensionen sowie Teil- und Konformitätsindikatoren überprüft und auf den drei Ebenen Beitrag, Sendebezug und Konzessionskonformität¹⁸ ausgewiesen.

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

Tabelle 1: Reliabilitätskoeffizienten – Beiträge

Basis: Stichprobe von 6'055 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=2'201), RTS (N=1'749) und RSI (N=2'105)

Online-Angebot	A/AV eingebunden	Zeichengrenze	Textbeitrag	Textbeitrag in Newsportal (TI)	Durchschnittliche Übereinstimmung
SRF	98%	98%	99%	99%	99%
RTS	99%	99%	99%	99%	99%
RSI	97%	97%	99%	98%	98%

Publicom 2023

Tabelle 2: Reliabilitätskoeffizienten – Sendungsbezüge

Basis: Stichprobe von 6'055 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=2'201), RTS (N=1'749) und RSI (N=2'105)

Online-Angebot	Sendungsnennung	Konformität Sendung (TI)	Konformität Datumsnennung (TI)	Konformität Zeitnennung (TI)
SRF	97%	99%	99%	97%
RTS	96%	98%	99%	96%
RSI	95%	98%	99%	98%

Online-Angebot	Konformität Bezugsdeklaration (TI)	Konformität zeitliche Nähe (TI)	Konformität Sendungsbezug (TI)	Durchschnittliche Übereinstimmung
SRF	96%	98%	94%	97%
RTS	95%	96%	93%	96%
RSI	99%	97%	98%	98%

Publicom 2023

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

Tabelle 3: Reliabilitätskoeffizienten – Konzessionskonformität nach Art. 18 Abs. 2 Bst. c und Bst. d
Basis: Stichprobe von 6'055 Beiträgen aus den drei SRG Online-Angeboten SRF (N=2'201), RTS (N=1'749) und RSI (N=2'105)

Online-Angebot	Längenbeschränkung (Hauptindikator Art. 18 Abs. 2 Bst. c)	A/AV-Verknüpfung (Hauptindikator Art. 18 Abs. 2 Bst. d)
SRF	98%	99%
RTS	97%	98%
RSI	95%	98%

Publicom 2023

Alle Untersuchungen aus den Sozialwissenschaften unterliegen hinsichtlich Ergebnisqualität gewissen Limitationen – auch die vorliegende. Wie bereits im Kapitel 1.3 erwähnt, unterliegt auch die Methode von Publicom einem gewissen **Fehlerbereich**, dessen Umfang schwierig zu beziffern ist.

Trotz systematischer **Kontrollen**¹⁹ (vgl. Kapitel 1.5.1 und Kapitel 1.5.4) ist es unmöglich, angesichts der grossen Datenmenge²⁰, alle systemimmanenten Fehler, die bei der automatisierten Indexierung der Online-Inhalte vorkommen, auch wirklich zu entdecken und auszumerzen. Teilweise können die **Fehlerquellen** komplex und äusserst vielgestaltig sein – zwei häufige Beispiele:

- Ein Sendungsbezug wird vom System nicht richtig erkannt, weil die Sendung im Bezug orthografisch falsch geschrieben wurde. Viele häufige Fehler oder alternative Schreibweisen sind in einer ausführlichen Sendungsliste erfasst, aber es ist unmöglich, jeden potenziellen Fehler präventiv vorzusehen (z.B.: das fehlende "i" bei "Regonaljournal"). Ähnliche Probleme stellt die Notation des Datums und/oder der Uhrzeit.
- Bei der Zeichenzählung ist definiert, welche Elemente eines Beitrags mitgezählt werden müssen. In die Zeichenzählung gehören u.a. der Fliesstext, die Headline, der Lead und Bullet-Aufzählungen. Nicht mitgezählt werden bspw. Texte in Kästchen, Unter- und Zwischentitel sowie Fussnoten. Es ist nicht immer einfach, solche formalen Elemente auf einer Website trennscharf abzugrenzen und zu erkennen. Eine besondere Herausforderung sind abgeänderte oder völlig neue Formen.

Systematische Fehler werden nach Möglichkeit durch ein ständiges Monitoring und Plausibilisieren der Daten minimiert. Hinzu kommen die im Kapitel 1.5.4 erwähnten Tests der Intracoder-Reliabilität. Beide Methoden eignen sich besonders zum Aufdecken systematischer Fehlerquellen, aber eine unbekannte Anzahl von **Einzelfällen** bleibt unentdeckt. Deshalb unterliegen die Erkenntnisse zu konformen und nicht konformen Beiträgen einem Fehlerbereich.

¹⁹ Insbesondere die stetige qualitative Überprüfung und Nachjustierung des Webcrawlers und der Analyse-Algorithmen durch geschultes Personal, anhand von Erkenntnissen aus Stichproben der Untersuchungsergebnisse.

²⁰ Ca. 174'000 Online-Beiträge, 200'000 Sendungsbezüge und 3'000'000 externe Links

2. Strukturanalyse der SRG Online-Angebote

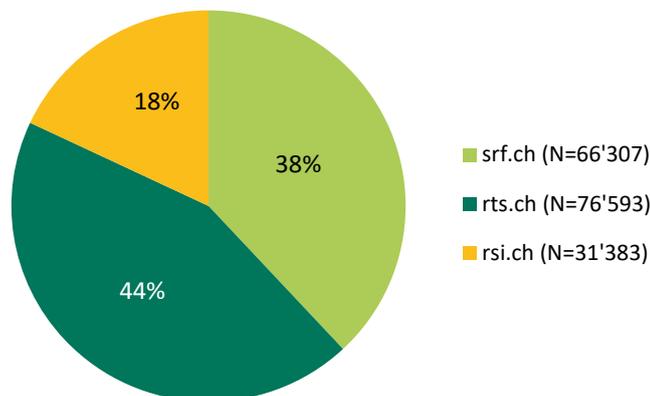
Vorbemerkung: Das vorliegende Kapitel 2 liefert eine **deskriptive Strukturanalyse**, also Einblicke in den Aufbau und einige Charakteristika der drei Online-Auftritte der SRG in Deutsch, Französisch und Italienisch. Analysen zur Konzessionskonformität folgen erst in Kapitel 3 (ab Seite 32).

2.1. Aufkommen

2.1.1. Beiträge

Aus den Online-Aktivitäten der SRG-Auftritte der Deutschen, Französischen und Italienischen Schweiz resultierten im Untersuchungsjahr 2022 insgesamt mehr als **174'000 Beiträge** mit eigenständigem Inhalt (N=174'283, vgl. Abbildung 2).²¹ Die umfangreichste Publikationstätigkeit entfaltete der französischsprachige Auftritt (rts.ch), mit rund 76'600 Online-Beiträgen bzw. einem Anteil von 44%. Mit einem Volumen von gut 66'300 Beiträgen liegt das Angebot der Deutschen Schweiz leicht zurück (srf.ch, 38%). Ein weiteres knappes Fünftel, bzw. rund 31'400 Beiträge, stammen aus der italienischen Schweiz (rsi.ch, 18%). Somit haben die drei Online-Angebote der SRG an **jedem Tag** des Jahres 2022 durchschnittlich knapp **480 neue Beiträge** publiziert (SRF: 182, RTS: 210, RSI: 86). Das mittlere **monatliche Aufkommen** liegt bei gut **14'500** neuen Beiträgen (SRF: 5'526, RTS: 6'383, RSI: 2'615).

Abbildung 2: Beitragsaufkommen – nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge (N=174'283), 1.1. bis 31.12.2022



Publicom 2023

Die drei Portale starten in den ersten zwei Monaten des Jahres 2022 mit regen Publikationsaktivitäten (vgl. Abbildung 3). Spätestens **ab April** erfolgt jeweils ein merklicher **Rückgang** des Aufkommens an

²¹ Nach Elimination von Duplikaten, weitgehenden Similiken, Broken Links und technischen Artefakten.

Beiträgen – zuerst bei srf.ch ab März und ab April in besonderem Ausmass bei rts.ch (im April). RSI verzeichnet weniger deutliche Schwankungen, aber ebenfalls einen stetigen Rückgang von März bis Juni. In der lateinischen Schweiz erfolgt bis Ende 2022 eine Steigerung bzw. Stabilisierung. SRF erhöht die Publikationsaktivität in den Sommermonaten, um danach bis im Dezember nachzugeben (mit Ausnahme eines Zwischenhochs im November).

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

Basis: alle Beiträge (N=174'283)

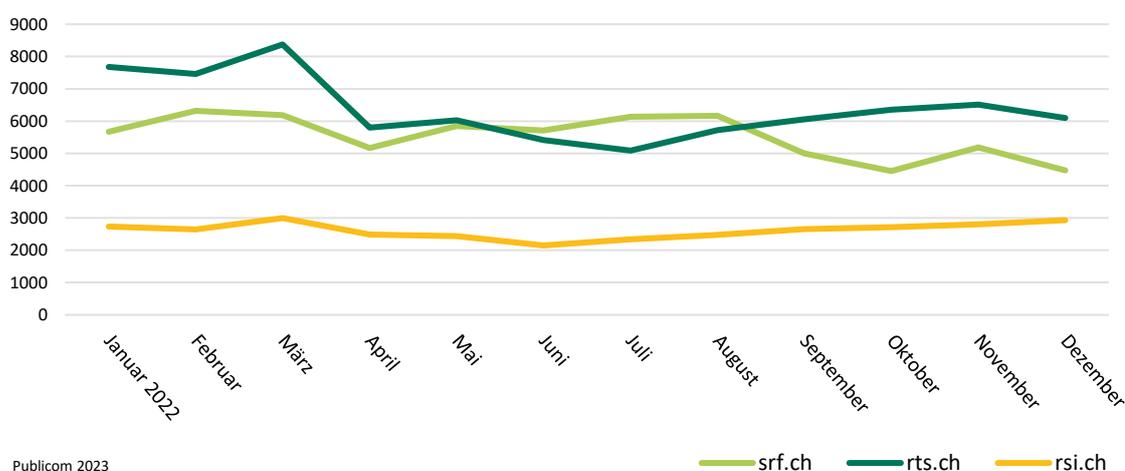
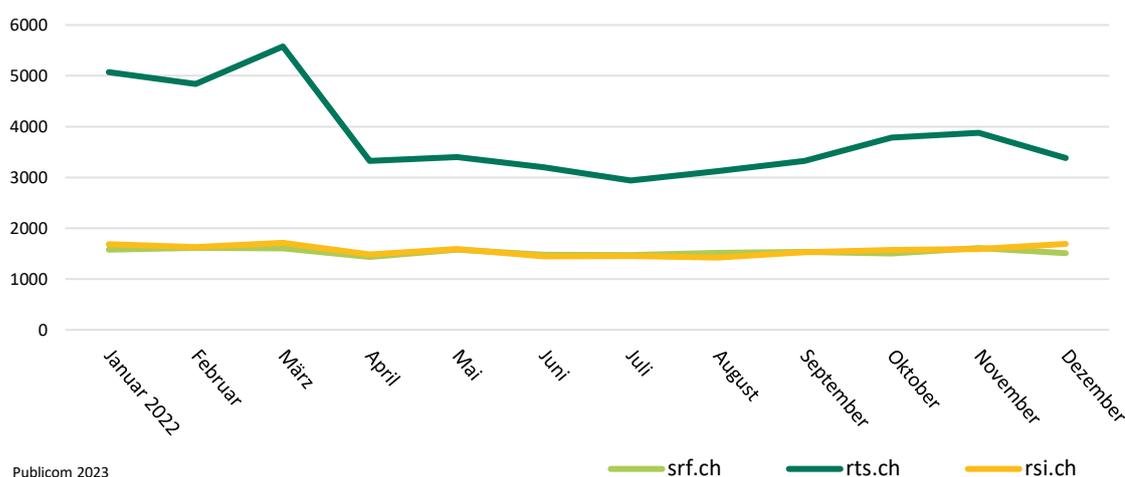


Abbildung 4: Monatliches Beitragsaufkommen ohne Play – nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge ohne Play (N=83'074)

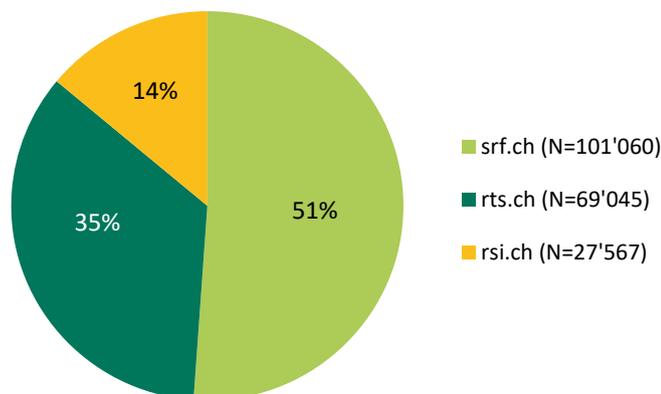


Betrachtet man den Jahresverlauf bei der Publikation "**redaktioneller**" **Online-Beiträge**²² (vgl. Abbildung 4), ohne das Aufkommen in den Play-Portalen²³, zeigen sich bei RTS ähnliche Tendenzen wie in der Gesamtsicht (Abbildung 3). Die Aktivitäten von SRF sind im Vergleich sehr unterschiedlich, da ein Grossteil der deutschsprachigen Publikationstätigkeit in Play geschieht. Dies führt dazu, dass der Trend beim Aufkommen redaktioneller Beiträge bei SRF fast deckungsgleich mit RSI verläuft (während bei der Gesamtsicht, inkl. Play, ein grosser Niveauunterschied zwischen den beiden Angeboten besteht).

Insgesamt haben die drei SRG-Angebote im Jahr 2022 ausserhalb der Play-Portale gut 83'000 redaktionelle Beiträge veröffentlicht, was 6'923 Beiträgen pro Kalendermonat, bzw. einem Tagesdurchschnitt von 228 entspricht. Über die gesamte Periode klar an der Spitze liegt der Auftritt der **Französischen Schweiz** (RTS) mit täglich durchschnittlich 126 redaktionellen Beiträgen, gefolgt von RSI mit 52 und SRF mit 50 täglichen Beiträgen ausserhalb der Play-Portale.

2.1.2. Sendungsbezüge

Abbildung 5: Aufkommen Sendungsbezüge – nach Online-Auftritt
Basis: alle Sendungsbezüge (N=197'672), 1.1. bis 31.12.2022



Publicom 2023

Als Grundlage für die Untersuchung der Konzessionsvorgaben gemäss Absatz Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c (vgl. Kapitel 1.2), hat Publicom aus dem redaktionellen Angebot der drei SRG-Auftritte im Jahr 2022 insgesamt knapp **198'000 Sendungsbezüge** extrahiert (vgl. Abbildung 5). Davon stammt etwas

²² Als "redaktionell" wird in diesem Zusammenhang jeder Online-Beitrag verstanden, den die SRG ausserhalb des Medienarchivs Play publiziert. Neben Inhalten aus der Redaktion (News, Hintergründe usw.) gehören dazu u.a. auch Informationen zu Programmen, Sendungen und zur Organisation.

²³ Mit "Play" wird das Audio- und Video-Medienarchiv der SRG-Angebote bezeichnet.

mehr als die Hälfte von SRF (N=101'060), 35 Prozent entfällt auf RTS (N=69'045), und 14 Prozent der Sendungsbezüge (N=27'567) wurde von RSI gesetzt. Nimmt man das redaktionelle Online-Angebot der SRG (ohne Play) als Basis, wurden im Jahr 2022 demnach pro publizierten Beitrag insgesamt durchschnittlich knapp **2.4 Sendungsbezüge** hergestellt. Die deutlich grösste Bezugsdichte hat der Auftritt von **SRF**, mit knapp **5.5 Bezügen pro redaktionellem Beitrag**. Eine deutlich geringere Bezugsdichte weisen RTS und RSI aus, jeweils mit rund 1.5 Sendungsbezügen pro redaktionellem Online-Beitrag.

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

2.1.3. Externe Links und Domains

Für die Überprüfung, inwieweit **elektronische Verbindungen** aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f), hat Publicom aus den drei Angeboten der SRG im Jahr 2022 rund **3'045'000 Links** extrahiert, die von den gut 174'000 Online-Beiträgen zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (vgl. Abbildung 6, nächste Seite).²⁴ Dies entspricht durchschnittlich rund 17 externen Verlinkungen pro Online-Beitrag der SRG.

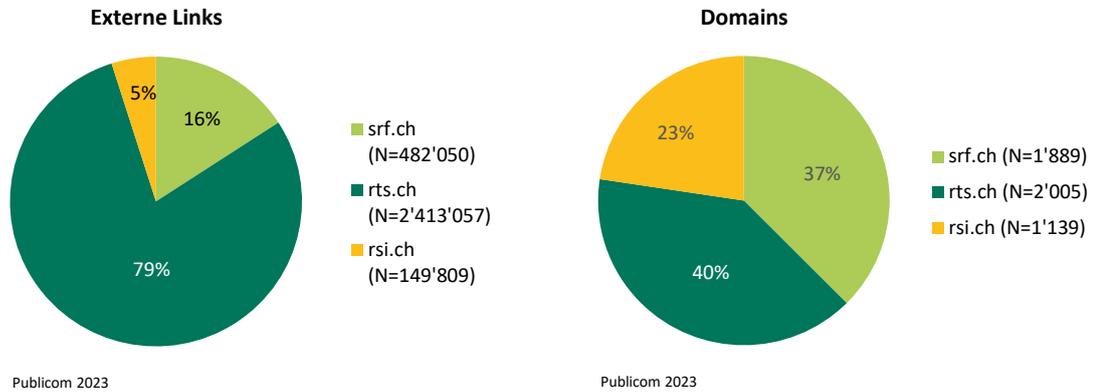
Die gesammelten, gut 3 Millionen Links verweisen auf **5'033** unterschiedliche **Internet-Domains**, wovon 486 auf mehreren SRG-Auftritten vorkommen (netto 4'642 Domains). Somit entfallen im Durchschnitt auf jede Domain gut 656 externe Links. Allerdings ist das Link-Aufkommen je nach Online-Angebot sehr unterschiedlich: Wegen einem extremen Ausreisser²⁵ ist **RTS** für ganze 79% aller gefundenen Links verantwortlich – nämlich für 2'413'057 externe Verbindungen oder durchschnittlich 1'205 Links pro Drittangebot (Abbildung 6). Das Online-Angebot der Französischen Schweiz ist ausserdem für 2'005 Domains bzw. 40% aller Domains verantwortlich. **SRF** setzt am zweithäufigsten externe Links (16%, N=482'050), die auf 1'889 Domains verweisen (37%), was einem Durchschnitt von 255 Links pro Domain entspricht. **RSI** steht bei 5% aller Verlinkungen (N=149'809) und für 23% der extrahierten Domains (N=1'139) und setzt damit 132 Verbindungen pro Anbieter.

²⁴ Im Gegensatz zur Studie des Jahres 2020, welche nur Verlinkungen vom Inhaltsbereich der Online-Beiträge zu Angeboten Dritter untersuchte (also die Websites ohne seitliche Frames, Headers, Footers u.ä.).

²⁵ 1'534'772 bzw. 63% aller bei RTS gefundenen Links verweisen auf <https://cdnjs.cloudflare.com>. Dabei handelt es sich um eine JavaScript-Bibliothek, von welcher verschiedene "Bausteine" und Elemente zum Aufbau einer Webseite abgerufen werden.

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

Basis: alle externen Links bzw. alle verlinkten Domains (N=3'044'916 bzw. N=5'033), 1.1. bis 31.12.2022



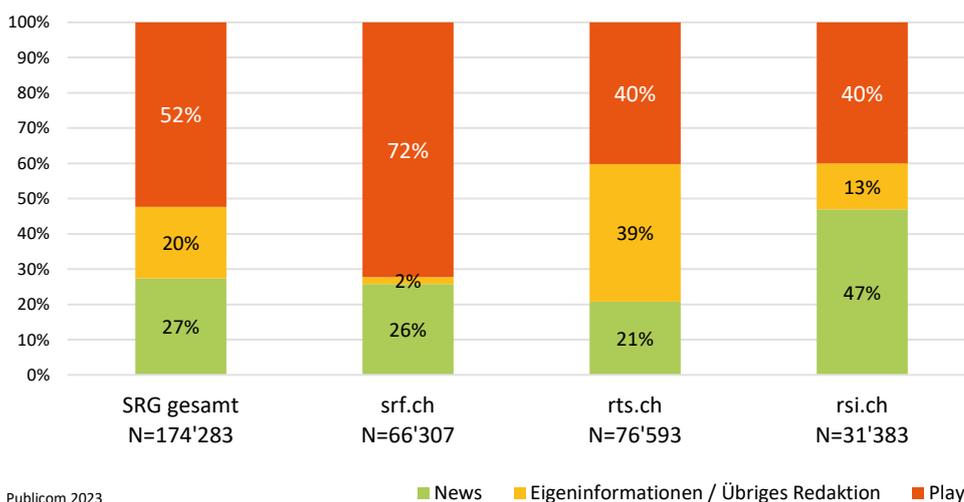
2.2. Formale Strukturmerkmale

2.2.1. Grundstruktur

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

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

Basis: alle Beiträge (N=174'283), 1.1. bis 31.12.2022



Insgesamt liegt der Schwerpunkt auf den **Play-Portalen**, wo im Jahr 2022 etwas mehr als die Hälfte aller neuen Beiträge publiziert wurden (52%, N=91'209, vgl. Abbildung 7). Im **Angebot ausserhalb der Play Portale**, welches die andere, knappe Hälfte aller Beiträge der SRG-Angebote ausmacht (48%, N=83'074), entfällt der grössere Teil auf **News**²⁶ (27%, N=47'716). Die restlichen 20% machen das übrige redaktionelle Angebot und SRG-Eigeninformationen aus (N=35'358). Unter den SRG-Eigeninformationen finden sich grossmehrheitlich Inhalte zu Sendungen (Portraits, Übersichtsseiten, Archive²⁷,

²⁶ Eine strukturelle Analyse der Newsportale folgt in Kapitel 2.2.2.

²⁷ Wie Beispielsweise die Podcast-Sammlung auf rts.ch :www.rts.ch/la-1ere/programmes/paleofutur/podcast/

Vorschauen usw.), zu Programmen (z.B. Radio SRF 1²⁸ oder RTS Un) oder zu Themen- bzw. Fachbereichen (z.B. RTS "Kids" oder SRF "Dok"). Beiträge mit Unternehmensinformationen (Bereiche "Über SRF", "À propos de la RTS" oder "Chi siamo") machen nur einen kleinen Teil der Eigeninformationen aus. Zum übrigen redaktionellen Angebot gehören redaktionelle Beiträge ohne Newsgehalt.²⁹

Im Vergleich der Online-Auftritte der drei SRG-Unternehmenseinheiten zeigen sich grössere **strukturelle Unterschiede**: Bei **SRF** liegt das Hauptgewicht auf **Play**, das Audio- und Videoportal beinhaltet 72% aller deutschsprachigen Beiträge des Jahres. Bei RTS und RSI haben die Play-Portale dagegen, mit je 40%, eine klar geringere Bedeutung. Den mit Abstand grössten Anteil an **News** weist **RSI** mit 47% aus. Im Vergleich dazu macht das Newsportal in der Deutschschweiz nur 26% und in der Romandie lediglich 21% des Gesamtangebots aus. Ein Hauptgrund dieser Differenz liegt beim markant überdurchschnittlichen Anteil an Kurzmeldungen im italienischsprachigen Portal. Bei **Eigeninformationen/Übriges** bildet **RTS**, mit einem äusserst hohen Anteil von 39 Prozent, eine Ausnahme. Der Bereich ist fast so umfangreich wie das französischsprachige Play-Portal.³⁰ Mit 13% bzw. lediglich 2% haben Eigeninformationen und übrige redaktionelle Inhalte bei RSI und vor allem bei SRF ein deutlich kleineres Gewicht als bei RTS.³¹

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

Das untersuchte redaktionelle Angebot (alle Beiträge ohne Play, N=83'074) besteht im Jahr 2022 zu **90%** aus **Textbeiträgen** (N=74'365, vgl. Abbildung 8, nächste Seite). Die drei sprachregionalen SRG-Auftritte liegen innerhalb einer Spanne zwischen 99% (SRF) und 82% (RTS). In absoluten Zahlen publizierte RTS die meisten Textbeiträge (N=37'730), gefolgt von RSI (N=18'398) und SRF (N=18'237).

Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. a der SRG-Konzession sollen "**Audiodinhalte und audiovisuelle Inhalte**" den Schwerpunkt der Online-Angebote bilden (vgl. Kapitel 1.2). Die Analyse zeigt, dass die SRG **dieser**

²⁸ Wie beispielsweise die Programmübersichtseite von Radio SRF 1 auf srf.ch: www.srf.ch/radio-srf-1/ueber-uns/schweizer-radio-und-fernsehen-das-ist-radio-srf-1

²⁹ Darunter zählt beispielsweise ein Beitrag über das Leben und Wirken von Leonardo Da Vinci, ohne massgebliche Bezugnahme auf ein aktuelles Ereignis (z.B. eine Ausstellung).

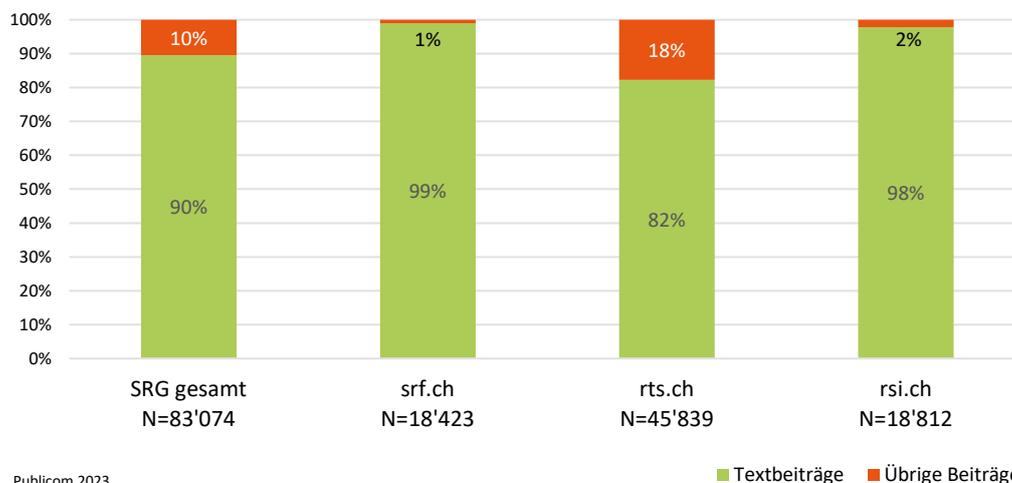
³⁰ Zurückzuführen ist dies auf ein äusserst reichhaltiges Angebot an archivierten Podcasts, die in einem neuen Bereich des redaktionellen Angebots archiviert sind ("Portail audio").

³¹ Der sehr tiefe Wert von SRF (2%) gründet im reichhaltigen Sendungsarchiv, welches vor einigen Jahren noch in den (redaktionellen) Eigeninformationen eingepflegt war, und das in der Zwischenzeit vollständig ins Play-Portal verschoben wurde.

Vorgabe im Jahr 2022 gerecht wird: In hohen 93% des untersuchten Gesamtangebots, bzw. in knapp 162'000 Beiträgen, ist mindestens ein A/AV-Element integriert (vgl. Abbildung 9).³² Die deutsche und die französische Schweiz liegen bei 98% bzw. 93%. RSI liegt, wegen der vielen Kurzmeldungen, mit 82% hingegen etwas zurück.

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

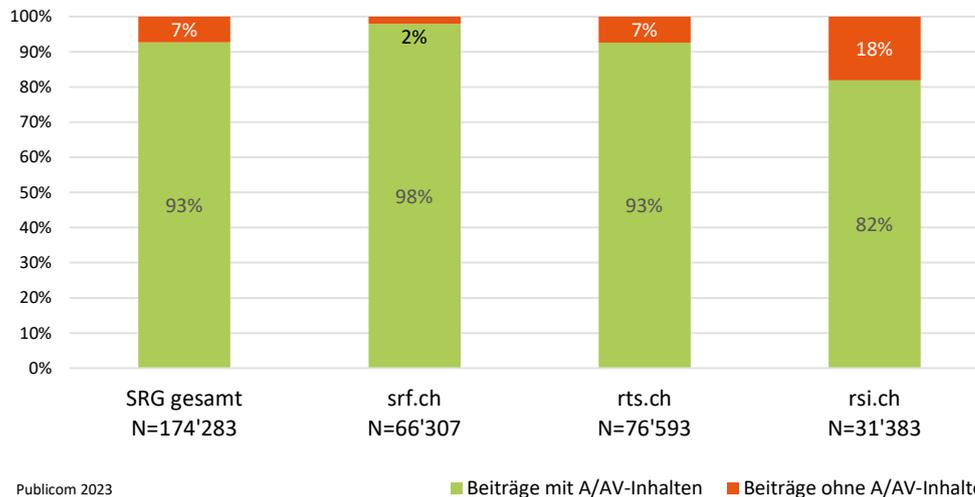
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=83'074), 1.1. bis 31.12.2022



³² D.h. Audioelemente oder Videos werden auf der Webseite entweder direkt oder nach maximal einem Klick abgespielt. Die integrierten A/AV-Inhalte müssen nicht von der SRG stammen.

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

Basis: alle Beiträge (N=174'283), 1.1. bis 31.12.2022



2.2.2. Newsportal

Die SRG betreibt auf ihren Web-Angeboten einen **tagesaktuellen Online-Journalismus**. Die Berichterstattung greift internationale, nationale und regionale Ereignisse auf und verarbeitet sie in multimediale Online-Beiträge. Dieses redaktionelle Informationsangebot prägt die sprachregionalen Auftritte durch eine hohe Visibilität (auf der Startseite) sowie Zugänglichkeit (über die Hauptnavigation). Diese Aktivitäten sind konzessionsrechtlich zulässig und insofern unbedenklich, falls bestimmte Bedingungen berücksichtigt werden (vgl. Kapitel 1.2). So sind, gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession, nicht sendungsbezogene *"Textbeiträge in den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales auf höchstens 1'000 Zeichen beschränkt"*.

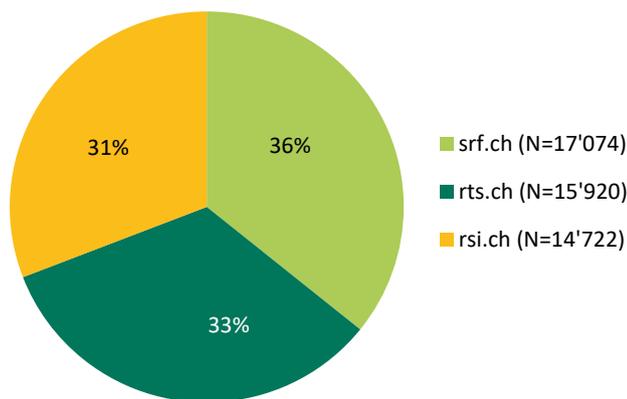
Alle drei SRG-Auftritte pflegen einen strukturell eigenständigen Bereich **"News"** (bzw. "Info" bei RTS), der laufend aktualisiert wird. Dieser bildet, zusammen mit anderen Ressorts wie bspw. **Sport** und **Kultur**³³, die Basis für die zu analysierenden Newsportale. Als konzessionsrelevant gelten allerdings nur **Online-Beiträge mit Newsgehalt**, die Informationen über ein aktuelles Ereignis enthalten.³⁴

³³ Bei RSI kommen noch die Hauptrubriken "Edu" und "Musica" hinzu.

³⁴ Dies trifft auf die grosse Mehrheit aller Online-Beiträge in den besprochenen Ressorts zu. Beiträge ohne Newsgehalt, die Informationen ohne Bezug zu einem aktuellen Ereignis enthalten, sind am ehesten noch im Ressort Kultur anzutreffen.

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

Abbildung 10: Aufkommen in Newsportalen – nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge im Newsportal (N=47'716), 1.1. bis 31.12.2022



Publicom 2023

Im Jahr 2022 wurden in den **Newsportalen** der SRG fast **48'000 Online-Beiträge** publiziert (N=47'716, Abbildung 10). Mit gut 17'000 Beiträgen, bzw. einem Anteil von 36%, entfaltete **SRF** die intensivsten Publikationsaktivitäten der drei Newsportale. Der französischsprachige Auftritt (rts.ch) liegt mit einem Volumen von knapp 16'000 Beiträgen (bzw. 33%) nur wenig dahinter und knapp vor rsi.ch, wo 2022 fast 15'000 Newsbeiträge (31%) veröffentlicht wurden. In den Newsportalen der SRG zusammengekommen sind 2022 somit **täglich** im Durchschnitt **131 neue Newsbeiträge**³⁵ erschienen (bzw. monatlich fast 4'000).

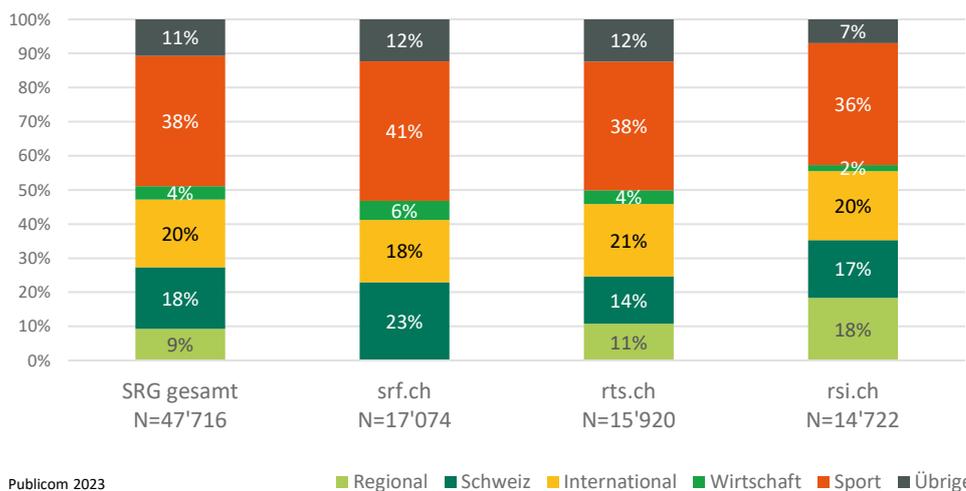
Die Strukturanalyse orientiert sich an den **Newsrubriken** der SRG-Angebote: Insgesamt erhält die Unterrubrik "**Sport**" das grösste Gewicht, mit einem bemerkenswert hohen Anteil von 38% aller Beiträge in den drei SRG-Newsportalen (vgl. Abbildung 11). 20% aller Online-Beiträge des Newsbereichs entfallen auf "**International**", 18% auf "**Schweiz**". Weitere 9% wurden in der Rubrik "**Regional**" publiziert – allerdings nicht mehr bei SRF, wo der Online-Auftritt neu ohne expliziten Bereich "Regional"

³⁵ SRF: durchschnittlich 47 Newsportal-Beiträge pro Tag, RTS: 44 pro Tag, RSI: 40 pro Tag.

auskommt.³⁶ Die deutlich geringste Resonanz erhält der Bereich "**Wirtschaft**" (4%). Die restlichen 11% sind in meist kleineren (Spezial-) Rubriken zu finden, die sich je nach Auftritt unterscheiden können.³⁷

Abbildung 11: Struktur in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge im Newsportal (N=47'716), 1.1. bis 31.12.2022



Im Vergleich der drei SRG-Auftritte offenbaren sich einige strukturelle Unterschiede: Das Newsportal von **SRF** legt den Fokus auf **Sport**, und auch der **nationalen** Berichterstattung wird mehr Platz eingeräumt, wogegen Internationalem im Vergleich der drei Angebote etwas weniger Beachtung geschenkt wird.

Auch in der französischen Schweiz hat der **Sport** ein hohes Gewicht (vgl. Abbildung 11). Er liegt deutlich vor der **internationalen** Berichterstattung, die bei **RTS** im Vergleich mit den anderen Sprachregionen leicht überrepräsentiert ist. Nationale Themen nehmen bei **RTS** mit 14% vergleichsweise wenig Platz in der Berichterstattung ein. **RSI** weist, wie die anderen Portale, einen deutlichen Schwerpunkt beim Sport auf. Die Bereiche Übriges und Wirtschaft sind im Vergleich eher untervertreten, "Regional" ist in der italienischen Schweiz dagegen überrepräsentiert.

Textbeiträge **ohne Sendungsbezug** dürfen im Newsportal einen Umfang von **1'000 Zeichen nicht überschreiten** (SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. c, vgl. Kapitel 1.2). Zur Überprüfung dieser Vorgabe hat

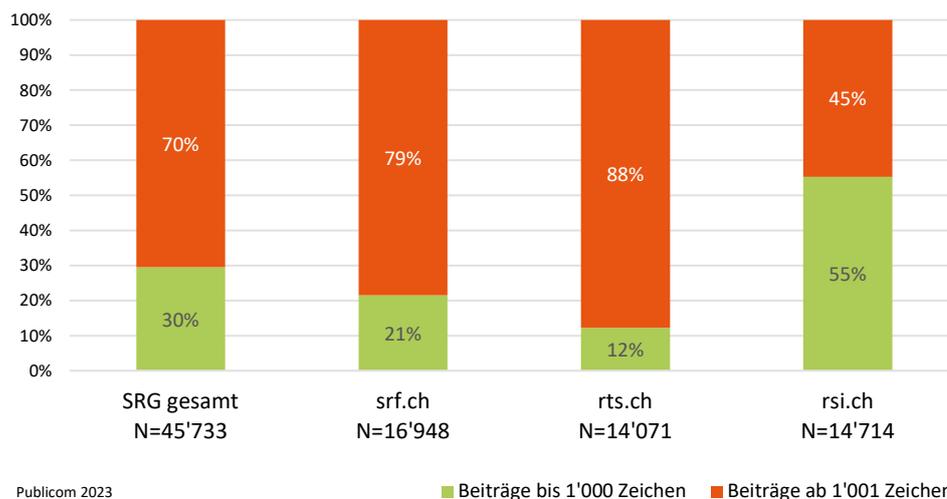
³⁶ Im Jahr 2022 pflegt SRF regionale Online-Beiträge, die nach wie vor von den sechs Regionaljournalen produziert werden, in den übrigen Rubriken ein (meist "Schweiz").

³⁷ Kultur belegt, nebst Wetter, den grössten Anteil unter den übrigen Ressorts.

Publicom im Webcrawler einen **Zähler** integriert, der die Anzahl Zeichen in Lead und Fliesstext extrahiert (ohne Leerschläge).³⁸

Abbildung 12: Zeichenbegrenzung in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=45'733), 1.1. bis 31.12.2022



Betrachtet man nun die Anteile von Textbeiträgen in Newsportalen, welche die **Zeichengrenze überschreiten**, so zeigen sich grosse Unterschiede zwischen den SRG-Auftritten (Abbildung 12): Im nationalen Mittel übertreffen 70% der Textbeiträge im Newsportal den Konzessions-Schwellenwert von 1'000 Zeichen. Bei **RTS** (88%) und **SRF** (79%) ist eine Tendenz zu **langen Berichten** auszumachen. Demgegenüber ist das **RSI**-Newsportal von 55% **Kurzberichten** geprägt, mit lediglich 45% Textbeiträgen über der Zeichengrenze.

2.2.3. Sendungsbezüge

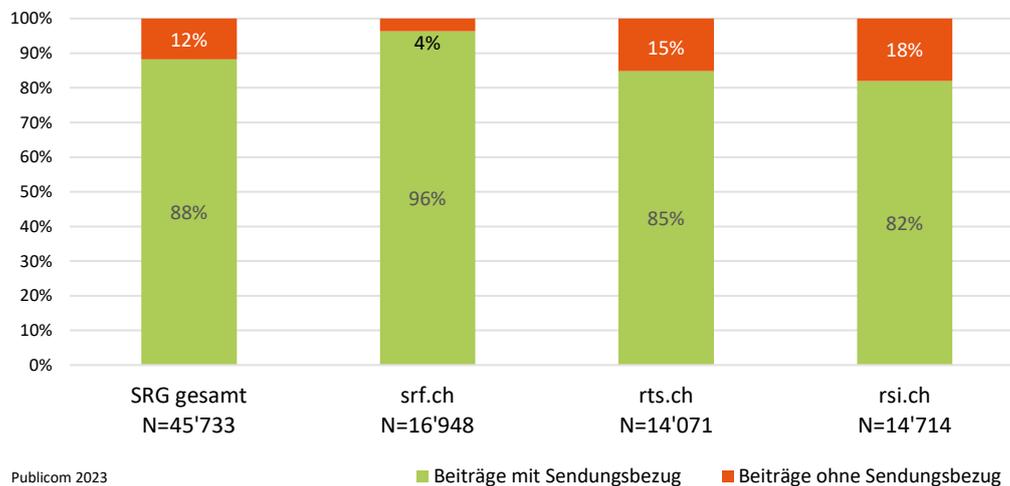
Die SRG-Konzession unterscheidet zwischen Online-Inhalten **mit und ohne Sendungsbezug**. Beide Varianten sind zulässig, wenn die Anforderungen von Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c (vgl. Kapitel 1.2) erfüllt sind.³⁹ Abbildung 13 zeigt, wie gross die Anteile von Textbeiträgen mit und ohne Sendungsbezug in den SRG-Newsportalen sind:

³⁸ Weitere Textelemente wie bspw. Headline, Zwischentitel, Bildlegenden oder Quotes werden nicht mitgezählt.

³⁹ Diese Vorgaben werden in der Folge nicht einbezogen, weshalb die Ausführungen dieses Kapitels keine Beurteilung der Konzessionskonformität anstellen.

Abbildung 13: Sendungsbezüge in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=45'733), 1.1. bis 31.12.2022

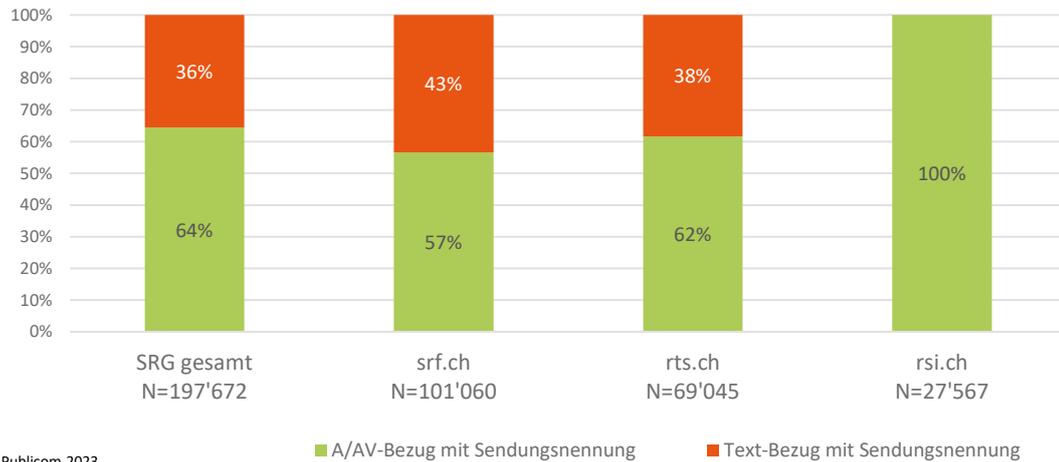


Mit einem Anteil von **88%** überwiegen im Jahr 2022 klar die sendungsbezogenen Textbeiträge (Abbildung 13). Im **SRF-Newsportal** finden sich nur sehr wenige Textbeiträge ohne Bezug, ganze **96%** beinhalten mindestens einen Hinweis auf eine ausgestrahlte Sendung. Auch **RTS** und **RSI** haben in mehr als vier von fünf Online-Beiträgen Sendungsbezüge integriert (85% bzw. 82% mit Bezug). Dies musste beim italienischsprachigen Angebot, angesichts des geringen Anteils von 45% Textbeiträge über der Zeichengrenze (vgl. Abbildung 12), nicht unbedingt erwartet werden.

Grundsätzlich ist es der SRG freigestellt, ob der Bezug zu einer Sendung in rein **textlicher Form** vorgenommen wird oder durch die Integration der jeweiligen Sendung als abspielbare **Audio-** oder **Video-**Datei. Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b der SRG-Konzession müssen Textbeiträge allerdings die Information enthalten, auf welche **Sendung** sie sich beziehen. Publicom hat in den drei untersuchten Online-Angeboten der SRG im Jahr 2022 insgesamt knapp 198'000 Sendungsbezüge identifiziert. Abbildung 14 zeigt, wie die SRG diese Sendungsbezüge herstellt. Dabei wird zwischen Textbezügen und Audio- bzw. audiovisuellen Formen (A/AV) unterschieden:

Abbildung 14: Herstellung von Sendungsbezügen – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: alle Sendungsbezüge (N=197'672), 1.1. bis 31.12.2022

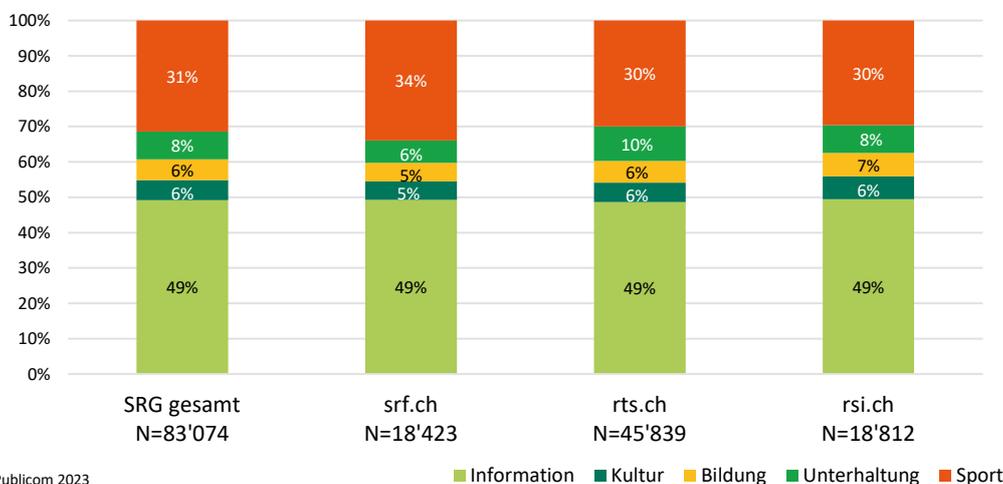


Mit einem Anteil von rund **64%** prägen insgesamt die **multimedialen A/AV-Bezüge** das SRG-Angebot (Abbildung 14). Die restlichen **36%** der Sendungsbezüge werden in rein **textlicher Form** hergestellt. In den Auftritten von **SRF** und **RTS** finden sich beide Formen von Sendungsbezügen. Allerdings ist der Anteil von Textbezügen im französischsprachigen Angebot mit 38% merklich tiefer als auf srf.ch (43%). In der italienischen Schweiz (**RSI**) wurden ausschliesslich **A/AV-Bezüge** gefunden.

2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale

Die Analyse der SRG Online-Angebote übernimmt die inhaltlichen Bereiche des publizistischen Angebots, die im 2. Abschnitt der SRG-Konzession (Art. 6 bis Art. 10) vorgegeben sind. Entsprechend wurde das redaktionelle Angebot der Online-Auftritte nach den dort festgelegten Kategorien **Information**, **Kultur**, **Bildung**, **Unterhaltung** und **Sport** anhand von Stichproben (N=5'774) manuell überprüft, kategorisiert und hochgerechnet:

Abbildung 15: Struktur nach Bereichen des publizistischen Angebots – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=83'074, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.2022



Im gesamten redaktionellen Online-Angebot der SRG nimmt **Information** mit 49% den grössten Anteil ein (vgl. Abbildung 15). An zweiter Stelle folgt der **Sport** mit 31%. **Unterhaltung** mit 8%, sowie **Bildung** und **Kultur** mit je 6% spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Im Vergleich der drei regionalen Auftritte ergeben sich eher kleine Abweichungen: Alle drei sprachregionalen Angebote weisen einen **Informationsanteil von 49%** aus. In der Kategorie **Sport** steht SRF mit 34% an der Spitze, und mit jeweils 30% folgen RTS und RSI nicht allzu weit dahinter. Auch bei den restlichen Kategorien sind die Differenzen gering. Bei der **Unterhaltung** liegt RTS mit 10% noch am deutlichsten vor RSI (8%) und SRF (6%).⁴⁰

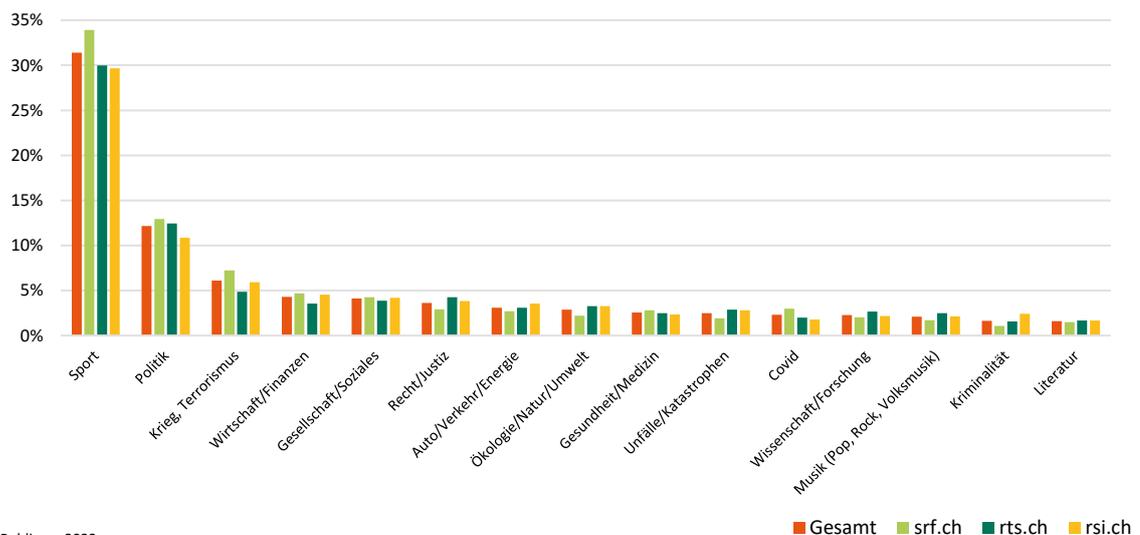
Die inhaltlichen Kategorien basieren auf einer manuellen Analyse nach insgesamt **40 Themenbereichen** aus den genannten Kategorien, die Publicom im redaktionellen Angebot vorgenommen hat (vgl.

⁴⁰ Die teilweise klaren Rückgänge im Vergleich zur Studie 2020, vor allem bei der Unterhaltung (-9%), aber auch hinsichtlich Kultur und Bildung (je -3%), sind wohl in den bereits beschriebenen Migrationen von Inhalten in den vergangenen zwei Jahren begründet (Sendungsarchive aus redaktionellen Bereichen in Play-Portale bei SRF und RSI, Ausbau Podcast-Archiv bei RTS).

Abbildung 16). Wie bereits erwähnt, ist **Sport** das klar häufigste Thema, mit einem Anteil von insgesamt 31% der redaktionellen Online-Angebote.

Daneben zeigt sich der Schwerpunkt auf **Information**, in den drei SRG-Auftritten stammen 11 der 15 stärksten Themen des Jahres 2022 aus diesem Bereich: **Politik** ist, mit beträchtlichem Rückstand auf Sport, der zweitstärkste Aspekt (11%). Nochmals deutlich dahinter rangieren **Krieg, Terrorismus** (6%), danach folgen **Wirtschaft/Finanzen, Gesellschaft/Soziales** und **Recht/Justiz** mit je 4% Anteil. Ebenfalls zum Bereich Information zählen **Auto/Verkehr/Energie, Ökologie/Natur/Umwelt** und **Gesundheit/Medizin** mit jeweils 3% sowie **Unfälle/Katastrophen** und **Covid** mit einem Themenanteil von 2%. Als stärkster Aspekt ausserhalb der Information klassiert sich **Wissenschaft/Forschung** aus dem Bereich Bildung mit ebenfalls 2% auf Rang 12. Nicht weit dahinter finden sich **populäre Musik** (Bereich Unterhaltung), **Kriminalität** (Information) und, zum Abschluss der Top 15, noch **Literatur** (Kultur).

Abbildung 16: Struktur nach Themenbereichen – Top 15 insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=83'074, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.2022



Im Vergleich der sprachregionalen Angebote sind die thematischen Unterschiede wiederum eher gering. In der Themenagenda von **SRF** akzentuieren sich Sport, Politik, Krieg/Terrorismus und Covid (vgl. Abbildung 16). **RTS** setzt im Vergleich stärker auf Recht/Justiz, Ökologie/Natur/Umwelt und Wissenschaft/Forschung. Im redaktionellen Angebot von **RSI** ist Wirtschaft/Finanzen, Auto/Verkehr/Energie und Kriminalität überdurchschnittlich stark vertreten.

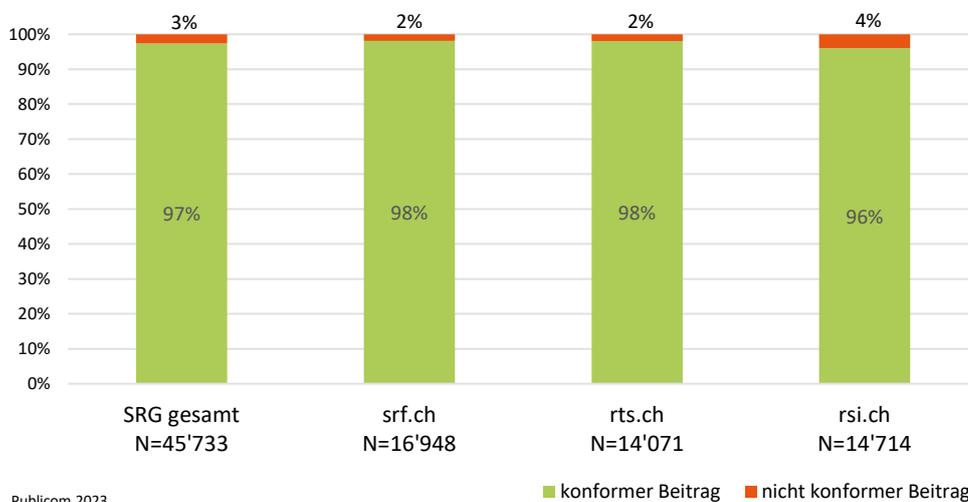
3. Konzessionskonformität

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

Die Konzession der SRG legt fest, dass Textbeiträge im Newstoportal auf höchstens 1'000 Zeichen beschränkt sind, wenn sie keinen Sendungsbezug aufweisen.⁴¹ Newstoportal-Textbeiträge **über 1'000 Zeichen** müssen einen **konformen Sendungsbezug** beinhalten (Art. 18 Abs. 2 Bst. c, vgl. Kapitel 1.2). Dafür muss der Online-Inhalt eine **zeitliche** und **thematische Nähe** zur korrespondierenden Sendung aufweisen und die betroffene **Sendung nennen** (Art. 18 Abs. 2 Bst. b).⁴²

Zwecks Ermittlung der Konzessionskonformität ist in den Newstoportalen der SRG-Auftritte zu prüfen, ob Textbeiträge über 1'000 Zeichen einen **Sendungsbezug** beinhalten. Ist mindestens ein Sendungsbezug vorhanden, wird zusätzlich untersucht, ob eine zulässige **Sendung**⁴³ nachvollziehbar deklariert ist. Trifft dies zu, wird letztlich noch die **zeitliche** und **thematische Nähe** zum Beitrag geklärt. Wenn mindestens ein konformer Sendungsbezug vorliegt, gilt der Online-Beitrag als konform.

Abbildung 17: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. c: Längenbeschränkung im Newstoportal – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newstoportal (N=45'733), 1.1. bis 31.12.2023



⁴¹ Von der Regelung ausgenommen ist das Online-Angebot in rätoromanischer Sprache.

⁴² Dabei gilt auch die Nennung eines Programms als konforme Sendungsnennung (z.B. "Radio SRF 1").

⁴³ Mit Eintrag auf der "Whitelist" im Sendungsverzeichnis (vgl. Kapitel 1.5.3).

In den drei Newsportalen der SRG erfüllen im Jahr 2022 insgesamt hohe **97%** aller Beiträge die genannten Anforderungen und sind **konform** mit Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession (N=44'563, vgl. Abbildung 17). Davon bewegen sich rund 30% unterhalb der Grenze von 1'000 Zeichen (N=13'498) und 70% liegen darüber (N=31'065). Gut **3%** der Textbeiträge in den drei SRG-Newsportalen umfassen mehr als 1'000 Zeichen, erfüllen gleichzeitig nicht alle Konzessionsanforderungen und gelten deshalb als **nicht konform** (N=1'170).

Nur **2%** der Textbeiträge im Newsportal von **SRF** (N=311, Abbildung 17) werden als **nicht konform** beurteilt. Die **98% konformen** Textbeiträge (N=16'637) liegen zu 22% unter (N=3'643) und zu 78% über der Zeichengrenze (N=12'994). In dieser grossen Zahl längerer Texte gelingt es SRF demnach, konforme Sendungsbezüge herzustellen. Abbildung 17 zeigt, dass der Anteil **nicht konformer** Textbeiträge im Newsportal von **RTS** mit knapp **2%** (N=279) praktisch gleich hoch ist wie bei SRF. Daneben umfasst das RTS-Newsportal **98% konforme** Beiträge (N=13'792), wovon nur 12% unter der Zeichengrenze (N=1'719) und fast neun Zehntel darüber liegen (N=12'073). Und auch im Newsportal von **RSI** sind im Jahr 2022 knapp **96%** der Textbeiträge **konform** (N=14'134), und gut **4%** werden nicht allen Anforderungen der SRG-Konzession gerecht (N=580, vgl. Abbildung 17). Die ausgeprägtere Tendenz zu Kurzberichten in der italienischen Schweiz zeigt sich darin, dass 58% der Textbeiträge unterhalb der Zeichengrenze liegen (N=8'136), und 42% in den regulatorisch relevanten Bereich über 1'000 Zeichen fallen (N=5'998).

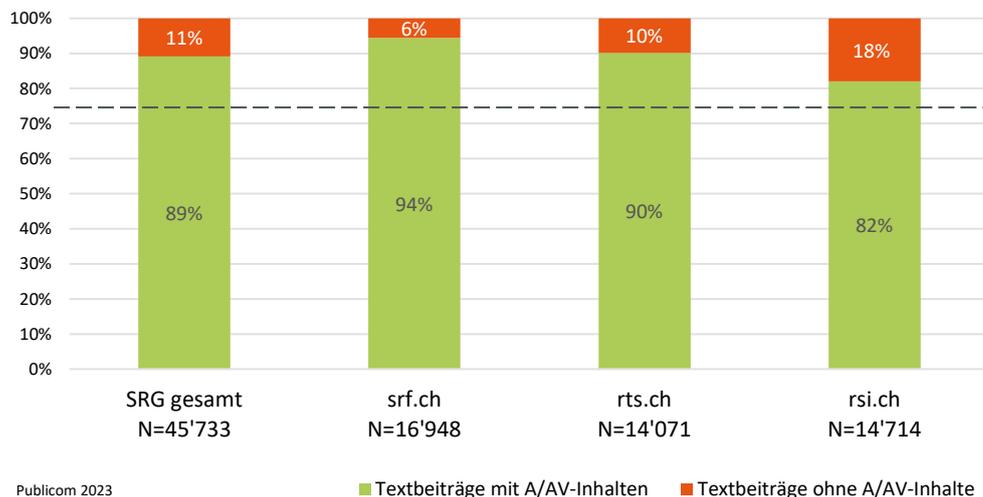
Wie soeben dargelegt, verstossen im Jahr 2022 lediglich etwa 3% aller Textbeiträge der untersuchten drei SRG-Newsportale gegen eine (oder mehrere) der Anforderungen aus Art. 18 Abs. 2 Bst. c bzw. Art. 18 Abs. 2 Bst. b der Konzession. Betrachtet man die Art der Verstösse, geht es am häufigsten um die Gewährleistung der **zeitliche Nähe**. Dabei handelt es sich primär um Online-Beiträge, die nicht konform sind, weil sie auf der jeweiligen Website mehr als 35 Minuten vor der Ausstrahlung der Sendung im Bezug publiziert wurden. In einem kleineren Teil der Verstösse gegen die zeitliche Nähe sind meist die Zeitangaben unvollständig, nicht vorhanden oder können nicht ausgelesen werden, so dass keine zeitliche Nähe ermittelt werden kann. Bei einem kleineren Anteil nicht konformer Newsportal-Textbeiträge beruht der Konzessionsverstoss auf einer **unzureichenden Sendungsnennung**. In diesen Fällen wird im Bezug entweder keine Sendung genannt, eine genannte Sendung ist nicht zulässig (Blacklist, vgl. Kap. 1.5.3) oder es ist keine Sendung identifizierbar.⁴⁴ Bei wenigen strittigen Beiträgen wurde schliesslich gar **kein Sendungsbezug** gefunden – oder eine Fundstelle war nicht ausreichend als Sendungsbezug erkennbar.

⁴⁴ Innerhalb eines Online-Beitrags sind auch mehrfache Verstösse derselben oder unterschiedlichen Art möglich.

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

Die erste Vorgabe im 2. Absatz von Artikel 18 der SRG-Konzession legt fest, dass "Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte" den Schwerpunkt der Online-Angebote bilden müssen (Art. 18 Abs. 2 Bst. a, vgl. Kapitel 1.2). Dieser Grundsatz wird in Art. 18 Abs. 2 Bst. d konkretisiert: **75%** aller Textbeiträge der **letzten 30 Tage** müssen **mit Audioinhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft** sein. In Abbildung 9 (Seite 24) wurde bereits dargelegt, dass in 93% des gesamten SRG Online-Angebots mindestens ein A/AV-Element integriert ist. Für die Überprüfung nach Art. 18 Abs. 2 Bst. d der SRG-Konzession stellt sich nun die Frage nach dem Anteil an **Textbeiträgen** im Newsportal mit integrierten A/AV-Inhalten (vgl. Abbildung 18)⁴⁵:

Abbildung 18: Textbeiträge mit und ohne A/AV-Inhalte – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=45'733), 1.1. bis 31.12.2022



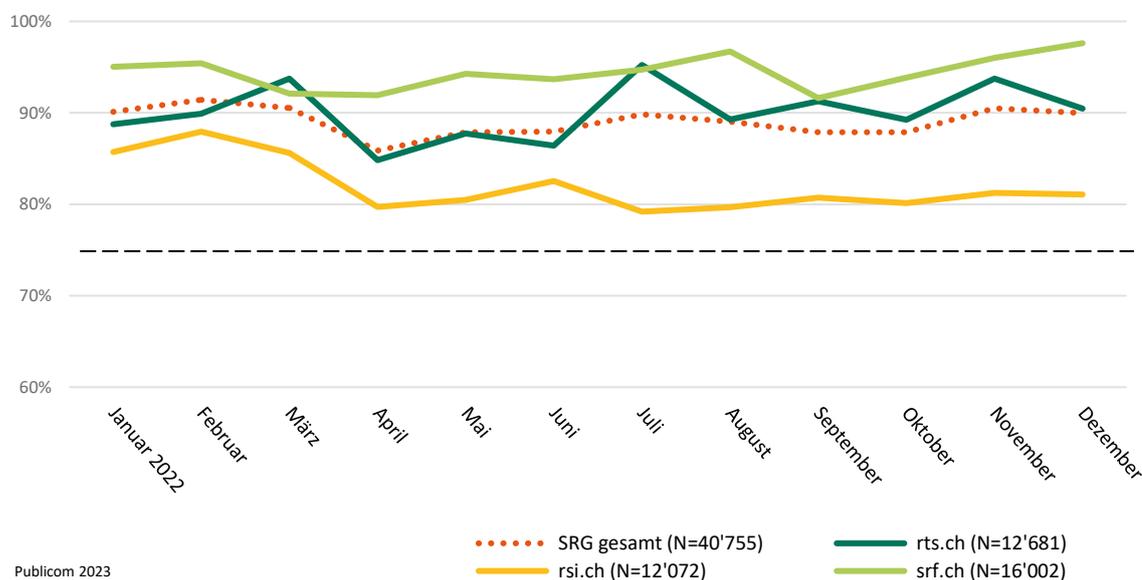
Im Jahr 2022 sind in den drei SRG Online-Angeboten insgesamt **89%** aller Textbeiträge im Newsportal mit **A/AV-Inhalten verknüpft** (vgl. Abbildung 19; N=40'755), womit der in der Konzession geforderte Wert von 75%, über das ganze Jahr gesehen, deutlich **übertroffen** wird. Der **SRF**-Auftritt weist mit 94% (N=16'002) einen leicht überdurchschnittlichen Anteil aus. **RTS** liegt mit **90%** (N=12'681) zwar etwas darunter, aber immer noch markant über der regulatorischen Vorgabe. **RSI** hat mit **82%** (N=12'072) einen etwas grösseren Rückstand, aber auch der italienischsprachige Auftritt erfüllt die 75%-Vorgabe der Konzession deutlich.

⁴⁵Als Basis für die Berechnung gilt hier das gesamte eigenproduzierte publizistische Angebot der SRG ohne Foren, Chats, sonstige User generierte Inhalte sowie auch ohne Serviceleistungen (z.B.: EPG, Radio- und TV-Programme, konkrete Programmhinweise, Impresen, Shops und Unternehmensinformationen).

Zusätzlich legt die SRG-Konzession fest, dass der Grenzwert von 75% Textbeiträgen mit A/AV-Inhalten stets über eine Periode von **30 Tagen** einzuhalten ist. Dies bedeutet, dass die SRG-Angebote das Kriterium der A/AV-Verknüpfung in Textbeiträgen grundsätzlich an jedem Kalendertag eines Jahres für die zurückliegenden 30 Tage zu erfüllen haben. Diesen Nachweis kann die vorliegende Untersuchung dank der laufenden Vollerhebung erbringen. Für eine bessere Lesbarkeit beschränkt sich die folgende Darstellung auf **zwölf Stichtage** im Jahr 2022 (am Ersten jedes Monats) und weist jeweils den Anteil Textbeiträge mit integrierten A/AV-Inhalten für die vergangenen 30 Tage aus (Abbildung 19):

Abbildung 19: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. d: A/AV-Verknüpfungen – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=45'733), 1.1. bis 31.12.2022



Die drei **SRG**-Angebote liegen an jedem Stichtag über dem geforderten Grenzwert von 75%, sie sind **über das ganze Jahr 2022 konform** mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. d (vgl. Abbildung 19).

Im Auftritt der **deutschen Schweiz** ist der Anteil von Textbeiträgen, die mit A/AV-Inhalten verknüpft sind, von Januar bis Dezember 2022 zwar leichten Schwankungen unterworfen. Doch mit einer Spanne zwischen 92% (März, April und September) und sehr hohen **98%** (Dezember) liegt **SRF** stets deutliche 17% bis 23% über der Konzessionsvorgabe.

RTS erreicht, nach einem guten Start, den (problemlos konformen) Jahres-Tiefstwert mit 85% im April. Nach einer deutlichen Steigerung wird danach im Juli mit **95%** der höchste Wert des Jahres erreicht. Im August erfolgt wieder ein Rückgang, dennoch bleibt der Anteil an A/AV-Textbeiträgen bis Ende des Jahres relativ stabil um 90%.

Das Webangebot der **italienischsprachigen Schweiz** weist übers Jahr ebenfalls einen konstanten Anteil an Textbeiträgen mit A/AV-Integration aus. **RSI** liegt, mit einer Spanne zwischen 88% (Februar) und 79% (Juli), zwar etwas hinter den beiden anderen Portalen zurück, übertrifft aber in jedem Monat die Konzessionsvorgabe deutlich.

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

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

Zwecks Überprüfung des Konzessionskriteriums gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. f hat Publicom zuerst alle **elektronischen Verbindungen**⁴⁶ extrahiert, die im Jahr 2022 von den Online-Beiträgen der SRG zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (N=3'045'042, vgl. Abbildung 6). Dabei wurden alle Links untersucht, die von den jeweiligen Online-Beiträgen abgehen. Aus dieser Grundgesamtheit wurden sämtliche verlinkten **Domains** identifiziert (N=4'644, ohne Mehrfachzählungen) und nach ihrer **Verbindungshäufigkeit** klassiert.

Als Grundlage für die Beurteilung des **Kommerzialisierungspotenzials** hat Publicom schliesslich pro Online-Auftritt der SRG eine **Stichprobe** der (mindestens) 100 meistverlinkten Domains gezogen und diese nach ihrer **Funktionalität** untersucht. Die funktionale Kategorie eines verlinkten Angebots gibt Hinweise zum grundlegenden kommerziellen Potenzial, das mit zunehmender Verbindungshäufigkeit anwächst.⁴⁷ Zu diesem Zweck werden die verlinkten Domains in **fünf funktionale Kategorien** eingeteilt, die sich hinsichtlich ihres Kommerzialisierungspotenzials unterscheiden:

1. Angebote mit Werbebezug (vgl. Kapitel 4.1)
2. Links zu E-Shops (vgl. Kapitel 4.2)
3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte (vgl. Kapitel 4.3)
4. Technisch integrierte Inhalte (vgl. Kapitel 4.4)
5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter (vgl. Kapitel 4.5)

⁴⁶ Dabei handelt es sich einerseits um klickbare Links, über die ein externes Angebot erreicht wird, und andererseits um Inhalte und Technologien von Drittanbietern, die mittels Verlinkung im SRG Online-Angebot integriert sind.

⁴⁷ So hat bspw. der hundertfach verlinkte E-Shop ein klar grösseres Kommerzialisierungspotenzial als ein redaktioneller Blog, zu dem nur wenige Verbindungen existieren.

Tabelle 4 zeigt für jeden der drei Online-Auftritte der SRG eine Übersicht seiner **20 meistverlinkten Domains**. Insgesamt verweisen 3'024'202 Links von den SRG-Angeboten auf diese 60 Top-Domains, was ganzen 99.3% aller gefundenen elektronischen Verbindungen entspricht:

Tabelle 4: Top 20-Domains – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 100 meistverlinkte Domains pro Auftritt, 1.1. bis 31.12.2022

SRF	Anzahl	Kat.	RTS	Anzahl	Kat.
schema.org	174'318	3	cdnjs.cloudflare.com	1'534'772	3
twitter.com	39'320	3 (4)	facebook.com	148'955	3 (4)
w3.org	29'041	3	twitter.com	138'232	3 (4)
facebook.com	28'829	3 (4)	instagram.com	78'561	3 (4)
whatsapp.com	28'579	3	youtube.com	78'004	4 (5)
static.chartbeat.com	28'267	3	static.chartbeat.com	67'795	3
sb.scorecardresearch.com	28'267	3	cloud.typography.com	67'795	3
srgssr01.wt-eu02.net	19'190	3	cdn-csd.swisstxt.ch	67'669	3
jptdpz43r4.kameleoon.eu	18'433	3	linkedin.com	67'620	3
www.google.com	15'622	5	avidexperts.ch	67'480	5
widget-cdn.rpxnow.com	15'274	3	schema.org	22'687	3
srf.eu.janraincapture.com	15'274	3	rtssport.typeform.com	19'878	3
datawrapper.dwcdn.net	11'080	3	unpkg.com	19'878	3
try.abtasty.com	7'285	3	googletagmanager.com	18'007	3
play.google.com	4'401	5	datawrapper.dwcdn.net	1'456	3
youtube.com	1'568	4 (5)	t.co	1'263	4
bag.admin.ch	1'136	5	platform.twitter.com	696	4
147.ch	1'074	5	notrehistoire.ch	655	5
143.ch	1'066	5	app.usercentrics.eu	520	3
dureschnufe.ch	1'055	5	w3.org	184	3

RSI	Anzahl	Kat.
w3.org	33'526	3
twitter.com	21'760	3 (4)
facebook.net	16'836	5
pagead2.googleadsyndication.com	16'836	3
facebook.com	15'372	3 (4)
instagram.com	15'316	3 (4)
youtube.com	14'792	5
colibri.akamaized.net	6'101	3
colibri-js.akamaized.net	4'716	3
datawrapper.dwcdn.net	1'762	3
nhl.com	466	5
google.com	81	5
embed.dpa-electionslive.com	66	5
hls-dhs-dss.ch	65	5
map.geo.admin.ch	64	4
it.wikipedia.org	56	5
www4.ti.ch	46	5
meteosvizzera.admin.ch	36	5
core.dpa-infocom.net	32	3
player.vimeo.com	22	4

Kategorien

- Kat. 1 = Links mit Werbebezug
- Kat. 2 = Links zu E-Shops
- Kat. 3 = Techn. Dienste ohne Inhalte
- Kat. 4 = Techn. integrierte Inhalte
- Kat. 5 = Links zu Dritthalten

Unter den 20 meistverlinkten Domains pro Online-Auftritt ist kaum ein Eintrag vorhanden, der einen dringenden Verdacht auf unzulässige Kommerzialisierung aufkommen lassen würde (vgl. Tabelle 4, vorherige Seite).

Ein Grossteil, nämlich 36 von insgesamt 60 Einträgen, bzw. 8 bis 14 der 20 Top-Domains pro Online-Angebot, sind **technische Dienste ohne Inhalte** (Kat. 3, vgl. Kapitel 4.3). Verbindungen dieser Kategorie dienen in der Regel der technischen Bereitstellung der Webseiten (z.B. *cloudflare.com*, *schema.org*, *w3.org*, *scorecardresearch.com*, *chartbeat.com*, *typography.com*, *googlesyndication.com*, *colibri.net*, *datawrapper.net*). Sie repräsentieren ganze 92.7% aller Links der 60 Top-Domains.

Daneben finden sich in den Top 20 noch jeweils drei bis neun **Drittanbieter von Inhalten**, die über **klickbare Links** eingebunden sind (Kat. 5, vgl. Kapitel 4.5, bspw. *google.com*, *bag.admin.ch*, *147.ch*, *143.ch*, *dureschnufe.ch*, *avidexperts.ch*, *nouvo.ch*, *facebook.net*, *youtube.com*, *nhl.com*, *embed.dpa-electionslive.com*). Die Verbindungshäufigkeit zu Drittanbietern ist deutlich geringer als zu den oben genannten technischen Diensten.

Als letztes sind in jedem SRG-Angebot noch drei bis sechs Domains mit **technisch integrierten Inhalten** (Kat. 4, vgl. Kapitel 4.4) aufgeführt. Dabei handelt es sich besonders häufig um Inhalte bzw. Postings aus sozialen Medien (z.B. *twitter.com*, *t.co*, *platform.twitter.com*, *instagram.com*, *youtube.com*, *player.vimeo.com*), die in Online-Beiträgen eingebettet sind. Ebenfalls häufig werden Kartendienste (z.B. *map.geo.admin.ch*) in die SRG-Auftritte integriert.

Es ist zudem auffällig, dass sich unter den Top 20-Domains der SRG-Auftritte **keine Drittanbieter mit Werbebezug** (Kat. 1, vgl. Kapitel 4.1) und auch **keine Links zu E-Shops** (Kat. 2) befinden.⁴⁸ Diese beiden Kategorien bergen das grösste Kommerzialisierungspotenzial, weshalb bei gehäufterem Auftreten eine genauere Prüfung angezeigt ist.

4.1. Angebote mit Werbebezug

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

⁴⁸ Der in den Vorjahren noch gelistete Onlineshop von SRF existiert mittlerweile nicht mehr.

Elektronische Verbindungen auf **Drittanbieter mit direktem Werbebezug** hätten ein **hohes Kommerzialisierungspotenzial**. Insbesondere spezialisierte Dienste, die Online-Werbemittel (Banners, Pop-Ups u.ä.) hosten und an die Werbeträger ausliefern, dürften in den SRG-Aufritten nicht verlinkt sein.

Publicom hat **alle gefundenen Domains** (N=4'644) nach den URLs bekannter Ad-server (u.a. *247real-media.de*, *adition.com*, *adition.de*, *adlink.ch*, *adtech.de*, *google.com/admanager*, *google.com/doubleclick*, *doubleclick.com*, *openx.org*) und werbenahen Schlagworten geprüft. Die Suche war ergebnislos: Im gesamten Online-Angebot der SRG wurden im Jahr 2022 **keine externen Links zu Werbedienstleistern** gesetzt. Die qualitative Analyse hat auch keine anderen elektronischen Verbindungen mit Werbebezug gefunden, die (z.B. in Zusammenhang mit Sponsoring) im Lichte des Konzessionsauftrags Fragen aufwerfen würden.

4.2. Links zu E-Shops

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

Das Werbe- und Sponsoringverbot legt der SRG grosse Einschränkungen bei der Verlinkung von E-Shops auf. Die Förderung des Produktverkaufs von Dritten und die Beteiligung an Affiliate-Programmen sind grundsätzlich nicht statthaft. Nicht als Werbung gelten einzig **ohne Gegenleistung** erfolgte Hinweise auf **Begleitmaterialien**, die einen inhaltlich direkten Sendungsbezug aufweisen (Art. 11 Abs. 1 lit. c RTVV). Ausserdem darf die SRG **eigene Sendungen** verkaufen und ebenso **Produkte**, die einen Programmbezug aufweisen und der Publikumsbindung dienen. Die Überprüfung der Verlinkungen mit E-Shops hat Publicom wiederum in der **gesamtem Analysebasis** vorgenommen und alle 4'644 Domains nach bekannten Anbietern (z.B. Exlibris, Amazon, Galaxus, Ticketcorner) und dreisprachig nach einschlägigen Suchbegriffen (wie z.B. Shop, Ticket, Buch, Verlag, Game, Streaming, Abo) abgesehen.

Im SRG-Angebot des Jahres 2022 wurden insgesamt **4'507 Verlinkungen zu 36 Domains** gefunden, die als E-Shops identifiziert wurden (vgl. Tabelle 5, nächste Seite).⁴⁹ Damit machen E-Shops lediglich 0.1% aller Verlinkungen aus. Der Auftritt von **SRF** vereint die klar grösste Verbindungshäufigkeit (N=4'413). Bei RTS (N=65) und RSI (N=26) werden externe Links zu E-Shops deutlich seltener gefunden.

⁴⁹ Als E-Shop gilt ein von SRG-Aufritten verlinktes Drittangebot mit integrierter Transaktions-Funktionalität ("Kaufen"-Button).

Tabelle 5: Links zu E-Shops – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt

Basis: alle Domains (N=4'644), 1.1. bis 31.12.2022

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
play.google.com	4'401	gallimard.fr	9
apps.apple.com	11	editionschandeigne.fr	8
itunes.apple.com	1	erickbonnier-editions.com	6
		editions.bnf.fr	5
		editions-stock.fr	4
		editions-verdier.fr	3
		editionszoe.ch	3
		cnrseditions.fr	3
		editions-baconniere.ch	2
		ynnis-editions.fr	2
		editions-romann.ch	2
		editionsdurocher.fr	2
		editions-ruedesevres.fr	2
		books.openedition.org	1
		leseditionsnoirsurblanc.fr	1
		editions-tchou.com	1
		editionslep.ch	1
		editionsfavre.com	1
		editions-aire.ch	1
		editionsokama.com	1
		editionmoderne.ch	1
		editions2024.com	1
		editionskinaye.fr	1
		editionsladecouverte.fr	1
		editions-du-sous-sol.com	1
		editions-allia.com	1
		editions.flammarion.com	1

Publicom 2023

Nur bei einer Domain zeugt die Verbindungshäufigkeit von einer zugrundeliegenden Systematik: **play.google.com** wurde im Angebot von **SRF** rund 4'400-mal verlinkt (N=4'413). Zu allen anderen E-Shops ist die Anzahl elektronischer Verbindungen deutlich geringer. Einzig **apps.apple.com** (N=11), **gallimard.fr** (N=9), **editionschandeigne.fr** (N=8) und **erickbonnier-editions.com** (wurden 2022 von den SRG-Angeboten mehr als 5-mal verlinkt. Zu 31 der 36 E-Shop-Domains wurden jeweils weniger als 5 externe Links gesetzt.

Bei der Beurteilung von elektronischen Verbindungen mit E-Shops hinsichtlich kommerzieller Motive ist zu beachten, dass der angewandten Linkanalyse grosse **Einschränkungen** unterliegen: Das

Vorgehen kann sich höchstens dem **Potenzial** für eine Kommerzialisierung von Links annähern. Ohne Einsicht in entsprechende Unterlagen ist es jedoch nicht möglich, die Umsetzung dieses Potenzials in realen Geschäftsbeziehungen nachzuvollziehen oder gar zu beziffern. Insbesondere muss offenbleiben, ob zwischen einem verlinkten E-Shop und der SRG eine (potenziell mögliche) monetäre oder anderweitige Gegenleistung auch tatsächlich erfolgt.

Ein manifester Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial wäre die Einbindung der SRG in die Affiliate- bzw. Partnersysteme von Drittanbietern, sobald diese in der URL des Links mit einer sogenannten **Affiliate-ID**⁵⁰ erkennbar ist. Hinweise auf ein solches Partnersystem gibt es im Jahr 2022 keine. Es konnten zudem keinerlei Verlinkungen zu gängigen Anbietern von Konzerttickets oder sonstigen Veranstaltungen gefunden werden.⁵¹

Klar am häufigsten sind E-Shop-Links zu **play.google.com** auf SRF (N=4'413, vgl. Tabelle 5). Dabei handelt es sich um Links auf (unbedenkliche) Applikationen oder Podcasts von SRF, die im Play-Store und iTunes-Musikstore kostenlos zum Download bereitstehen.⁵²

Die Mehrheit der 36 E-Shop-Domains, die in den Online-Angeboten der SRG im Jahr 2022 verlinkt wurden, sind **Buchverlage**. Insgesamt wurden, meist im redaktionellen Kontext kultureller oder gesellschaftlicher Berichterstattung, elektronische Verbindungen zu 26 Verlagen gesetzt, wovon 27 allein von RTS stammen. Die Verbindungshäufigkeit ist jedoch vergleichsweise gering. Wie Tabelle 5 zeigt, führen die meisten Verlags-Links vom RTS-Auftritt zu *gallimard.fr* (N=9, vgl. Abbildung 1), *editionschandeigne.fr* (N=8) sowie *erickbonnier-editions.com* (N=6) von RSI auf *inaudi.it* (N=5).⁵³

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

⁵⁰ Die Affiliate-ID dient der Identifizierung des Partners und der Messung der Leistungen, die dieser in einem Provisionsprogramm erbringt. Auf dieser Basis werden allfällige Gegenleistungen berechnet und dem Partner zugeschrieben.

⁵¹ Wie bspw. ticketcorner.ch, startticket.ch oder eventfrog.ch

⁵² Unter anderem die Apps SRF News, SRF Meteo und SRF Sport.

⁵³ Bei SRF wurden keine Links auf Verlage gefunden.

Abbildung 20: Link von RTS auf E-Shop von gallimard.fr – Beispiel für Buchtipps

Avec la publication de l'inédit "Guerre", Céline redevient un écrivain

Des manuscrits perdus de l'écrivain français Louis-Ferdinand Céline, retrouvés après 80 ans, ont permis de publier un roman inédit, "Guerre".

Ces 6000 feuillets (sans autres titres) avaient été abandonnés par l'écrivain et ne furent retrouvés qu'en 2017, dans un grenier à Paris. Ils ont été remis à la police et aux ayants droit de l'écrivain, qui ont revendu leur œuvre à Gallimard.

La critique unanime

L'éditeur de Céline, la prestigieuse maison Gallimard, publie en roman de guerre "Guerre", une œuvre inédite.

La presse est unanime pour saluer l'événement: "La fin d'un mystère, la découverte d'un "miracle", un texte bref, vite tracé, en français, à l'usage de tout lecteur et de tout lecteur", d'après Le Monde. "A coup de la nuit", estime Le Journal du Dimanche.

Dans la plus pure tradition du roman celineen, sombre, nerveux et cru, "Guerre" raconte comment un soldat anglais le sauve, puis se convertit à la religion chrétienne, dans la nuit de la bataille de Verdun, en France, et enfin en soldat.

Le séjour outre-Manche sera le sujet d'un autre inédit, plus long, "Londres".

>> L'interview dans Forum d'Emile Brami, écrivain et spécialiste de Céline:

Une œuvre capitale de la littérature française

"Guerre" a été écrit vraisemblablement en 1934, peu après le scandale du "Voyage au bout de la nuit" (1932). Le tournant antisémite, dont il est le témoin, est de 1937, avec la publication du pamphlet "Bagatelles pour un massacre".

Fin 2017, Gallimard annonçait la publication de ce pamphlet et ses autres œuvres appartenant à ce projet a fait long feu, faute des "conditions méthodologiques et mémorielles (...)" pour l'envisager sereinement", selon le PDG Antoine Gallimard.

Maintenant que cette polémique s'est tassée, la réapparition de "Guerre" et "Londres" permet de célébrer une œuvre capitale de la littérature française du 20^e siècle. "Ces manuscrits arrivent à point nommé ou par une divine surprise, comme vous voulez, pour que Céline redevienne un écrivain", estime Philippe Roussin, chercheur spécialiste de Céline interrogé par l'AFP.

Car si le pamphlétaire fait l'unanimité contre lui, le romancier, qu'on aime ou non sa verve populaire, occupe une place de choix dans l'histoire du genre, pour avoir fait voler en éclats la littérature bourgeoise, la narration et le style conventionnels, en traduisant l'angoisse de l'entre-deux-guerres.

afp/sb

Louis-Ferdinand Céline, **"Guerre"**, éd. Gallimard.

<https://www.rts.ch/info/culture/livres/13068790-avec-la-publication-de-linedit-guerre-celine-redevient-un-ecrivain.html>

<https://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD/Blanche/Guerre>

4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte

92% aller externen Links, die im Jahr 2022 in den SRG Online-Angeboten gesetzt wurden, entfallen auf **technische Dienste ohne Inhalte** (vgl. Tabelle 6). Von diesen rund 2.5 Mio. elektronischen Verbindungen gut acht von zehn auf RTS (80%), 16% auf SRF und die restlichen 4% auf RSI. Dabei werden entweder Dritttechnologien in die Webseiten der SRG integriert. Die Links zu diesen Angeboten befinden sich im Quelltext der Webseiten, und sie sind für die Nutzerinnen und Nutzer nur mehrheitlich nicht sichtbar. Eine Ausnahme bilden "Share-Buttons" (z.B. zu Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp), die der Distribution von SRG-Inhalten in soziale Medien dienen.

Tabelle 6: Links zu technischen Diensten ohne Inhalte – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 100 meistverlinkte Domains, Top 6-10, 1.1. bis 31.12.2022

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
schema.org	174'318	cdnjs.cloudflare.com	1'534'772
twitter.com	39'052	facebook.com	145'425
w3.org	29'041	twitter.com	137'536
facebook.com	28'579	instagram.com	78'561
whatsapp	28'579	youtube.com	78'004
static.chartbeat.com	28'267	static.chartbeat.com	67'795
sb.scorecardresearch.com	28'267	cloud.typography.com	67'795
srgssr01.wt-eu02.net	19'190	cdn-csd.swisstxt.ch	67'669
jptdpz43r4.kameleoon.eu	18'433	linkedin.com	67'620
widget-cdn.rpxnow.com	15'274	avisdexperts.ch	67'480

RSI	Anzahl
www.w3.org	33'526
twitter.com	18'937
facebook.net	16'836
pagead2.googleadsyndication.com	16'836
www.facebook.com	15'372
www.instagram.com	15'316

Publicom 2023

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

4.4. Technisch integrierte Inhalte

Tabelle 7: Links zu Anbietern technisch integrierter Inhalte – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 100 meistverlinkte Domains, 1.1. bis 31.12.2022

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
instagram.com	648	twitter.com	10'740
open.spotify.com	424	t.co	1'263
twitter.com	916	arcgis.com	118
t.co	354	vimeo.com	44
facebook.com	250	open.spotify.com	17
tiktok.com	188		
youtu.be	89		
embed.dpa-electionslive.com	54		
vimeo.com	27		
map.geo.admin.ch	25		
vimeo.com	17		

RSI	Anzahl
t.co	1'679
twitter.com	1'144
embed.dpa-electionslive.com	66
map.geo.admin.ch	64
vimeo.com	22
goo.gl	22
instagram.com	18
tiktok.com	16
vimeo.com	14
m3.ti.ch	14
youtu.be	8

Publicom 2023

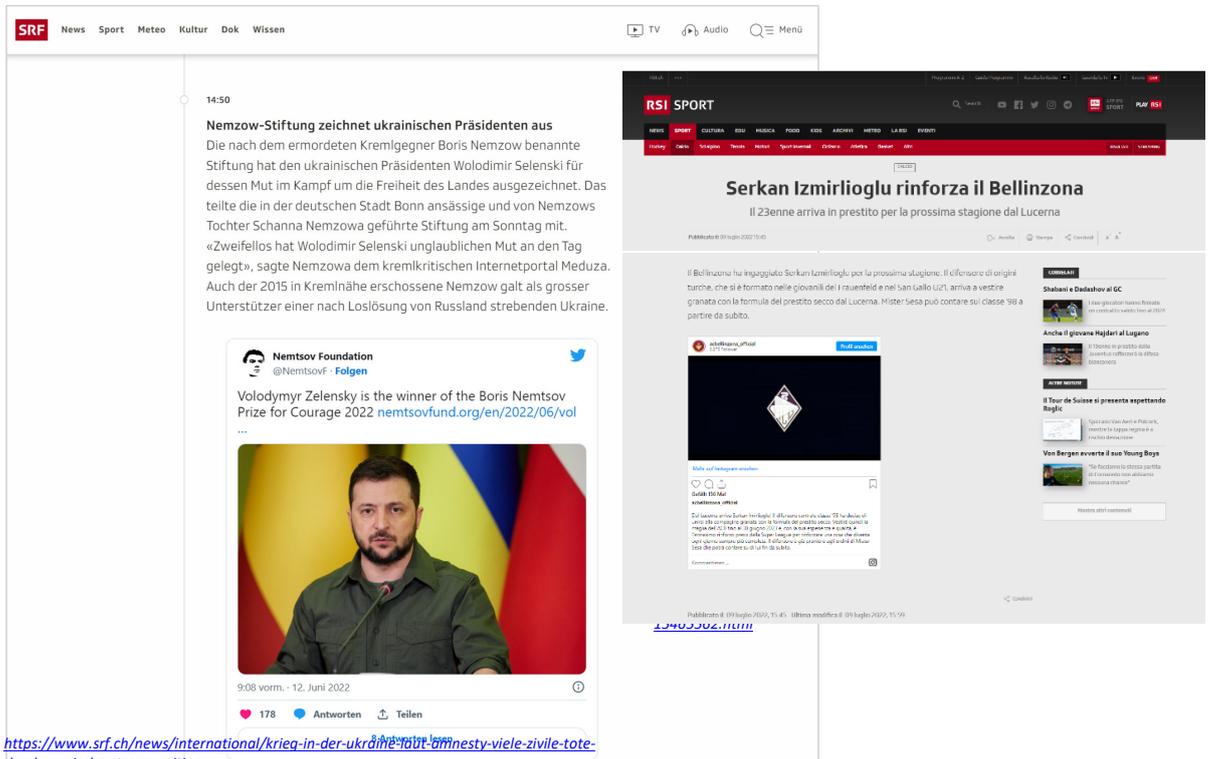
Bei Angeboten mit technisch integrierten Inhalten wird, zwecks Integration in eine Website, nicht nur die notwendige **Technologie**, sondern auch der **Content** mitgeliefert. In den Angeboten der SRG hat Publicom im Jahr 2022 circa **17'600 externe Links** zu Anbietern von technisch integrierten Inhalten identifiziert, was lediglich 0.6% aller abgehenden Verbindungen entspricht (vgl. Tabelle 7). Der grösste Anteil fällt dabei auf den Auftritt von RTS an (69%), RSI (17%) und SRF (13%) weisen deutlich seltener technisch integrierte Inhalte auf.

Mit Abstand am häufigsten werden in allen drei SRG-Auftritten Inhalte von **Twitter** eingebunden (*twitter.com*, *t.co*⁵⁴): Die Online-Beiträge der SRG wurden im Jahr 2022 mit insgesamt rund 16'100 Tweets angereichert (vgl. Tabelle 7). Ein Grossteil sind Kurznachrichten aus der Welt des Sports, gefolgt von

⁵⁴ *t.co* ist ein Twitter-Dienst zum Kürzen von Links. Diese gekürzten Links eignen sich, um lange URLs in Tweets zu teilen, ohne die maximale Anzahl Zeichen zu überschreiten.

News aus Politik sowie Gesellschaft und Vermischtem (Unfälle, Katastrophen, u.ä.). Das Einbetten von **Instagram**-Posts (N=648, vgl. Abbildung 21), **Facebook**-Posts (N=250) und **TikTok**-Videos (N=188) ist vor allem in der Onlineredaktion des SRF gängige Praxis.

Abbildung 21: Twitter und Instagram – Beispiel für technisch integrierte Inhalte auf SRF und RSI



Publicom 2023

Häufig ist auf RTS auch der Online-Kartendienst **arcGIS.com** eingebunden (N=118), während **map.geo.admin.ch** etwas seltener verwendet wird (N=64). Zudem verlinkt vor allem SRF auf die Plattform **open.spotify.com** (Audiostreaming, N=424). Alle anderen Anbieter technisch integrierter Inhalte kommen im Jahr 2022 in den Online-Angeboten der SRG höchstens ein paar Dutzend Mal vor.

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

Sensibilität scheint durchaus vorhanden zu sein, da Publicom im Jahr 2022 keine negativen Beispiele gefunden hat.

4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter

Die letzte Kategorie umfasst **klickbare Links**, die zu **Drittanbietern von Inhalten** führen. Darunter fällt ein buntes Sammelsurium zahlreicher Websites. Rund 87% aller 2022 gefundenen Domains sind solche Drittanbieter von Inhalten, von denen jeder einzelne meist nur wenige Male verlinkt wurde (vgl. Tabelle 8). Insgesamt hat Publicom 231'131 elektronische Verbindungen dieses Typs identifiziert, womit diese Drittinhalte einen Anteil von circa 8% am Gesamt-Linkaufkommen haben. 161'373 bzw. 70% dieser elektronischen Verbindungen zu Drittanbietern von Inhalten finden sich auf rts.ch. Auf SRF (15%, N=35'528) und RSI (15%, N=34'230) entfallen etwa gleich viele Links zu Inhalts-Drittanbietern.

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

Mit mehr als 94'300 Verbindungen ist **youtube.com** klarer Spitzenreiter bei den klickbaren Links zu Inhalten Dritter (vgl. Tabelle 8). Dabei werden eigene Präsenzen auf YouTube verbunden oder Inhalte daraus eingebunden. Auf dem zweiten Rang findet sich das Expertenportal **avisdexperts.ch** wieder. Eine Zusammenarbeit von RTS und den französischsprachigen Universitäten sowie Fachhochschulen. Ebenfalls sehr häufig anzutreffen sind Verlinkungen zu **Facebook**. RSI bedient sich dieses Elements relativ häufig (N=16'836). Auch hier handelt es sich Grösstenteils um die eigene Präsenz, aber auch Präsenzen von Persönlichkeiten (z.B. Musikern oder Sportlern) oder Facebook-Videos zu aktuellen Themen der Berichterstattung kommen häufig zum Zug. Zudem werden in den Online-Beiträgen zahlreiche weitere Websites von **anderen Medien** und externen Informationsquellen verlinkt – am häufigsten *google.com* (N=15'707), *nature.com* (N=125), *wikipedia.org* (n=152), *nytimes.com* (N=58), *nasa.gov* (N=56), *blick.ch* (N=56), *letemps.ch* sowie *tagesanzeiger.ch* (je N=45), *laliberte.ch* (N=38), *theguardian.com* (N=37) sowie *nzz.ch* (N=28).

Zu einer grossen Gruppe verlinkter Domains gehören **Behörden** oder **öffentliche Institutionen**. Im Jahr 2022 wird *bag.admin.ch* klar am häufigsten verlinkt (N=1'166, vgl. Tabelle 8). Zu den weiteren öffentlichen Institutionen gehören Links zu Websites der **Kantone** (v.a. *ti.ch*, *vd.ch*, *vs.ch*, *zh.ch*, *gr.ch*, *be.ch*, *fr.ch*, *ne.ch* und *ag.ch*), weiteren **Bundesbehörden** und eidgenössischen Institutionen (v.a. *admin.ch*, *parlament.ch*, *bfs.admin.ch*, *bafu.admin.ch*, *seco.admin.ch*, *sem.admin.ch*), **Bildungsinstitutionen** (u.a. *unige.ch*, *zhaw.ch*, *unine.ch*) und zu Websites **ausländischer** Institutionen (v.a. *ohchr.org*, *ec.europa.eu*, *gov.uk*, *consilium.europa.eu*).

Hinzu kommen zahlreiche Verbindungen zu öffentlichen und privaten **Kampagnen** oder Hilfsangeboten (bspw. *147.ch*, *143.ch*, *dureschnufe.ch*, *elternnotruf.ch*, *branchenhilfe.ch*, *coronavirus.suchtschweiz.ch*, *aphs.ch*, *bonheur.ch*).

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

Daneben finden sich in allen Auftritten externe Links auf Angebote und Organisationen, mit denen Medienpartnerschaften, inhaltliche Kooperationen oder direkte Beteiligungen der SRG bestehen (N=120). Dazu gehören zum Beispiel, *avidexperts.ch*, *glueckskette.ch* oder *notrehistoire.ch*. Die Nennung publizistischer **Partner** bei Koproduktionen ist der SRG ausdrücklich gestattet, weshalb diese Verbindungen unbedenklich sind.

Verlinkungen zu **Unternehmen** und öffentlich-rechtlichen Gesellschaften bergen grundsätzlich eine grössere Gefahr dahinterliegender kommerzieller Motive. Solche Verbindungen kommen in den Online-Angeboten der SRG selten vor, und sie wurden im Einzelfall geprüft. Bei diesen Verbindungen (beispielsweise zur Schweizerischer **Post**, zur **Credit Suisse** oder **SBB**), handelt es sich um rein publizistische Drittinhalte (z.B. Links zu Gebühren-Aufstellung, auf den Online-Fahrplan, zu Bahnverkehrsinformationen bei Störungen, oder zu einer Medienmitteilung). Dasselbe gilt für alle anderen Links auf gewinnorientierte Organisationen, die von Publicom geprüft wurden (bspw. *comparis.com*, *netflix.com*, *gfs-bern.ch*, *fifa.com*, *locarnofestival.ch*, *moneyland.ch*).

Tabelle 8: Links zu Inhalten Dritter – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: 100 meistverlinkte Domains, 1.1. bis 31.12.2022

SRF	Anzahl		
google.com	15'622	thelancet.com	19
youtube.com	1'568	zh.ch	19
bag.admin.ch	1'136	bfe.admin.ch	18
147.ch	1'074	be.ch	18
143.ch	1'066	keystone.23video.com	18
dureschnufe.ch	1'055	covid19.admin.ch	17
elternnotruf.ch	1'049	eda.admin.ch	16
branchenhilfe.ch	1'042	consilium.europa.eu	16
coronavirus.suchtschweiz.ch	1'042	vtg.admin.ch	16
aphs.ch	1'042	blick.ch	15
glueckschette.ch	127	altea-network.com	15
admin.ch	121	ag.ch	15
fedlex.admin.ch	66	cultours.ch	15
nature.com	56	comparis.ch	15
wikipedia.org	51	sciencedirect.com	14
bfs.admin.ch	48	ec.europa.eu	14
onlineexambuilder.com	44	gov.uk	14
parlament.ch	39	energieschweiz.ch	14
bafu.admin.ch	36	naturgefahren.ch	14
seco.admin.ch	34	zg.ch	14
map.schweizmobil.ch	33	nytimes.com	13
stadt-zuerich.ch	32	reden-kann-retten.ch	13
ohchr.org	31	ilern.ch	13
newsd.admin.ch	29	bag-coronavirus.ch	13
sem.admin.ch	28	tagesanzeiger.ch	12
gfsbern.ch	27	pnas.org	12
zhaw.ch	25	bk.admin.ch	12
pubmed.ncbi.nlm.nih.gov	24	sciencetaskforce.ch	12
slf.ch	24	medrxiv.org	12
swissmedic.ch	24	upk.ch	12
g7germany.de	24	bachmannpreis.orf.at	12
medien.bs.ch	22	covid-kennzahlen.apps.be.ch	12
science.org	20		
RTS	Anzahl		
youtube.com	78'004	newsd.admin.ch	16
avidexperts.ch	67'480	magazin.nzz.ch	16
notrehistoire.ch	655	ne.ch	15
nature.com	65	stopsuicide.ch	15
nasa.gov	54	jwst.fr	15
nhl.com	52	cell.com	14
covid19.admin.ch	47	unil.ch	14
parlament.ch	45	exoplanets.nasa.gov	14
admin.ch	42	sem.admin.ch	13
wikipedia.org	42	sciencedirect.com	13
unige.ch	41	fr.ch	13
blick.ch	40	ciao.ch	13
letemps.ch	39	leparisien.fr	13
laliberte.ch	38	home.cern	13
nytimes.com	35	washingtonpost.com	12
tagesanzeiger.ch	32	chuv.ch	12
bfs.admin.ch	29	santepsy.ch	12
vd.ch	29	preventionsuicide-romandie.ch	12

bonheur.ch	29	ontecoute.ch	12
webbtelescope.org	29	arcinfo.ch	12
fedlex.admin.ch	25	ge.ch	12
francetvinfo.fr	25	seco.admin.ch	11
meteosuisse.admin.ch	25	pnas.org	11
esa.int	24	lausanne.ch	11
24heures.ch	23	hubblesite.org	11
bag.admin.ch	22	eda.admin.ch	10
tdg.ch	22	lefigaro.fr	10
theguardian.com	21	jwst.nasa.gov	10
lemonde.fr	21	blogs.nasa.gov	10
science.org	20	jura.ch	9
eso.org	20	frc.ch	9
nzz.ch	19	bloomberg.com	9
bafu.admin.ch	18	zerotracker.net	9
vs.ch	18	webb.nasa.gov	9
liberation.fr	18	blv.admin.ch	8
unine.ch	18	wsl.ch	8
RSI	Anzahl		
facebook.net	16'836	nutritherapia.ch	7
youtube.com	14'792	eda.admin.ch	6
nhl.com	466	nhc.noaa.gov	6
google.com	81	borghisvizzera.ch	6
hls-dhs-dss.ch	65	patrimoineculinaire.ch	6
wikipedia.org	59	app.23degrees.io	6
www4.ti.ch	46	bbcgoodfood.com	6
meteosvizzera.admin.ch	36	svizzeraenergia.ch	6
casadegliartisti.net	22	wsl.ch	5
google.ch	21	slf.ch	5
slowfood.it	15	t.me	5
ticino.ch	14	repubblica.it	5
abstimmungen.gr.ch	14	swissgrid.ch	5
gr.ch	12	elcom.admin.ch	5
ti.ch	12	www2.aspi.ch	5
fondazioneSlowFood.com	11	conprobio.ch	5
nytimes.com	10	focus.it	5
theguardian.com	10	cloudatlas.wmo.int	5
myswitzerland.com	10	nature.com	4
en.wikipedia.org	10	agroscope.admin.ch	4
gemuese.ch	10	amnesty.org	4
laterza.it	10	politrends.gfsbern.ch	4
fedlex.admin.ch	9	nato.int	4
catena-della-solidarieta.ch	9	smartvote.ch	4
lanostrastoria.ch	9	prospicierara.ch	4
bag.admin.ch	8	theritzlondon.com	4
catena-della-solidarieta.ch	8	www3.ti.ch	4
eveni.to	8	lavenderandlovage.com	4
admin.ch	7	moebiuslugano.ch	4
locarnofestival.ch	7	terramadresalonedelgusto.com	4
bwl.admin.ch	7	wikileaks.org	4
agricoltura.ch	7	unjiu.org	4
enogastro.info	7		

Anhang: Glossar

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

kursiv: Begriff wird im Glossar an anderer Stelle geklärt

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

	Beispiel: https://www.admin.ch/ch/d/cf/ko/gremium_10403.html	
Domain	<p><i>Untersuchungseinheit der Linkanalyse</i></p> <p>Eindeutige (Haupt-) Adresse einer Website oder eines Webserver im Internet, Teil der URL eines externen Links.</p> <p>Beispiel: admin.ch</p>	<i>externer Link URL</i>
Inhaltliche Bereich	<p>Inhaltliches Strukturmerkmal gemäss Programmauftrag (Art. 6, 7, 8, 9, 10 der SRG-Konzession)</p> <p>Das redaktionelle Angebot wird anhand der relevanten Kategorien Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport überprüft und kategorisiert.</p>	<i>Themenbereich</i>
Längenbeschränkung im Newsportal	<p>Konzessionskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c</p> <p><i>Textbeiträge</i> ohne <i>Sendungsbezug</i> sind im Newsportal nur zulässig, wenn sie höchstens 1'000 Zeichen aufweisen. Bei der Zählung wird der Fliesstext mit Lead ohne Leerschläge berücksichtigt. <i>Textbeiträge</i> im <i>Newsportal</i> oberhalb der Längenbeschränkung erfordern einen konformen <i>Sendungsbezug</i>.</p>	
Linkanalyse	<p>Überprüfung der <i>Konzessionskonformität</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. f</p> <p>Die Linkanalyse überprüft, ob <i>externe Links</i> aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden. Von der Linkanalyse unterschieden wird die <i>redaktionelle Analyse</i>.</p>	<i>Kommerzialisierungspotenzial redaktionelle Analyse</i>
Kommerzialisierungspotenzial	<p>Indikator für Konformität in der <i>Linkanalyse</i></p> <p>Das Kommerzialisierungspotenzial sagt aus, in welchem Ausmass die Möglichkeit besteht, dass Links aus kommerziellen Gründen gesetzt wurden.</p> <p>Beispiel: Häufig verlinkte E-Shops haben ein erhöhtes Kommerzialisierungspotenzial</p>	<i>Linkanalyse</i>
Konform Konzessionskonform	<p>Einhaltung der Bestimmungen der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Bst. f</p> <p><i>Online-Beiträge</i>, <i>Sendungsbezüge</i> und <i>externe Links</i> können konform sein.</p> <p><i>Beispiel: Textbeiträge im Newsportal</i> unter 1'000 Zeichen sind konform gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c (vgl. Längenbeschränkung)</p>	<i>nicht konform</i>

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

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

	<i>Sendungsverzeichnis</i> hinsichtlich <i>Konformität</i> überprüft.	
Sendungsverzeichnis	<p>Grundlage für Überprüfung der <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Liste aller Sendungen der SRG-Programme im Jahr 2022 mit gut 700 Einträgen. Umfasst die konformitätsrelevanten Teilbereiche <i>Whitelist</i> und <i>Blacklist</i>. Die Sendungsnennungen in den Bezügen werden mit diesen Listen abgeglichen und kategorisiert.</p>	<i>Sendungsnennung</i>
Thematische Nähe	<p>Konformitätskriterium für <i>Sendungsbezüge</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p> <p>Die thematische Nähe eines Bezuges zu einer Sendung ist gegeben, wenn sich der <i>Online-Beitrag</i> auf das gleiche Kommunikationsereignis bezieht wie die Sendung im Bezug.</p>	<i>zeitliche Nähe</i>
Themenbereich	<p>Untereinheit zur Bestimmung der <i>inhaltlichen Bereiche</i>.</p> <p>Die inhaltlichen Bereiche Information, Kultur, Bildung und Unterhaltung werden anhand der Themenbereiche gebildet.</p> <p>Beispiel: Politik, Wirtschaft/Finanzen, Unfälle/Katastrophen und Sport sind einige Themenbereiche der Kategorie Information.</p>	<i>inhaltliche Kategorie</i>
Textbeitrag	<p>Konformitätskriterium gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b bis Bst. d Konzession SRG</p> <p>Jeder <i>Online-Beitrag</i> mit mehr als 100 Zeichen in Lead und Fliesstext gilt als Textbeitrag.</p>	
Textbezug	<p>Form eines <i>Sendungsbezugs</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p> <p>Bezugnahme zu einer Sendung in schriftlicher/textlicher Form, ohne Einbindung eines <i>A/AV-Elements</i></p> <p>Beispiel: Sendebezug: Radio SRF 3, Abendbulletin, 14.05.2020, 22:00 Uhr</p>	<i>A/AV-Bezug</i>
URL	vgl. <i>externer Link</i>	
Whitelist	<p>Konformitätsindikator für <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Teilbereich des <i>Sendungsverzeichnisses</i>. Sendungen der <i>Whitelist</i> gelten als <i>konform</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b Konzession SRG.</p>	<i>Blacklist</i>

	Beispiel: Tagesschau
Zeichengrenze	Siehe Längenbeschränkung
Zeitliche Nähe	Konformitätskriterium für <i>Sendungsbezüge</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG <i>Online-Beiträge</i> dürfen nicht früher als 35 Minuten vor der Ausstrahlung der bezogenen Sendung publiziert werden. Ausserdem darf die bezogene Sendung nur in Ausnahmefällen älter als 10 Tage sein.

thematische Nähe