



12. Januar 2026

SRG-Programmanalysen 2023/2024

Zusammenfassung

Inhalt

1	Ausgangslage.....	3
2	Auftragnehmerinnen und Methodik.....	3
3	Analysierte Elemente des Leistungsauftrags der SRG SSR.....	4
4	Ergebnisse	4
4.1	SRG-Radio-Programme (französischsprachige Schweiz).....	4
4.2	SRG-TV-Programme (ganze Schweiz)	6
4.3	SRG-Online-Angebot.....	8
5	Zusammenfassung.....	10



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Programmstrukturen RTS-Radiosender 20245

Abbildung 2: Themenstrukturen RTS-Radiosender 20245

Abbildung 3: Programmstrukturen SRG-Fernsehen 2023.....7

Abbildung 4: Nachrichten-Themenstrukturen SRG-Fernsehen 20238

Abbildung 5: Struktur in SRG-Newsportalen 20249

Abbildung 6: Konformität der Textbeiträge in den SRG-Newsportalen 20249

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Auftragnehmerinnen und Methodik der SRG-Programmanalysen 2023/2024.....4

1 Ausgangslage

Laut dem Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) hat die SRG SSR den Programmauftrag, die Bevölkerung «inhaltlich umfassend mit gleichwertigen Radio- und Fernsehprogrammen in den drei Amtssprachen» zu versorgen (Art. 24 Abs. 1 Bst. a RTVG). Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) überprüft als Aufsichtsbehörde, wie die SRG SSR ihren Leistungsauftrag umsetzt (Art. 86 Abs. 1 RTVG). Dieser Auftrag ist in den Bestimmungen des RTVG sowie der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) festgehalten und in der Konzession für die SRG SSR präzisiert. Die aktuelle Konzession vom 29. August 2018¹ formuliert u.a. Anforderungen an die Qualität des publizistischen Angebots, enthält Bestimmungen über die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots (Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung, Sport) sowie über Querschnittsaufgaben, wie beispielsweise die Berücksichtigung der verschiedenen Sprachregionen.

Die Einhaltung des Leistungsauftrags der Radio- und Fernsehprogramme wie auch des Online-Angebots der SRG wird u.a. mittels Programmanalysen durch Forschungsinstitute wissenschaftlich gemessen. Die untersuchten Indikatoren werden aus der Konzession abgeleitet. Analysiert werden die Programm- und Themenstrukturen, um beispielsweise die Relevanz und Vielfalt der Informationen zu untersuchen (Art. 6 SRG-Konzession), wie auch weitere konzessionsrelevante Indikatoren wie z.B. der Regionalbezug (Art. 12 SRG-Konzession) oder die Geschlechtervertretung (Art. 3 Abs. 3 SRG-Konzession). Für Online-Angebote wird darüber hinaus ein Schwerpunkt auf den zeitlichen und thematischen Sendungsbezug der Online-Inhalte gesetzt (Art. 18 Abs. 2 SRG-Konzession).

Die Programme der SRG-Radios werden aktuell jährlich mit einem wechselnden sprachregionalen Schwerpunkt untersucht. Die Analysen der SRG-Fernsehprogramme und des SRG-Online-Angebots werden derzeit alle zwei Jahre durchgeführt. In den folgenden Abschnitten werden die Studienresultate der Analysen 2023 und 2024 zusammengefasst.

2 Auftragnehmerinnen und Methodik

Die aktuellen Auftragnehmerinnen der Studien² sind die YouGov Schweiz AG (Radioprogrammanalysen), h1 Medienanalyse im Auftrag der GöfaK Medienforschung GmbH (Fernsehprogrammanalysen) und die Publicom AG (Analysen des Online-Angebots). Die aus der Konzession für die SRG SSR abgeleiteten Indikatoren werden mittels quantitativer Inhaltsanalysen gemessen. Die Programmanalysen der SRG-Radioprogramme beziehen sich im Analysejahr 2024 auf die vier RTS-Radioprogramme. Die Stichprobe basiert auf einer künstlichen Woche aus dem Jahr 2024 mit insgesamt 532 Programmstunden. Die untersuchten Stichproben für die Programmanalysen der sieben TV-Programme der SRG (ganze Schweiz) wurden in zwei natürlichen Wochen im Frühjahr und Herbst 2023 gezogen, resultierend in 2'352 Sendestunden. Die Programmanalysen der SRG-Online-Angebote erfolgen (teil-)automatisiert, wodurch im Jahr 2024 eine Vollerhebung (180'515 Online-Beiträge) möglich war (vgl. Tabelle 1).

	Programmanalysen SRG-Radio	Programmanalysen SRG-Fernsehen	Analyse des SRG- Online-Angebots
Auftragnehmerin	YouGov Schweiz AG	GöfaK Medienforschung	Publicom AG
Methode	Quantitative Inhaltsanalyse	Quantitative Inhaltsanalyse	Teilautomatisierte Inhaltsanalyse und Linkanalyse
Stichprobe	Programminhalte der vier RTS-Radioprogramme während einer künstlichen Woche im Jahr 2024	Lineares Fernsehprogramm der SRG SSR während zwei natürlichen Kalenderwochen im Jahr 2023	Vollerhebung der Online- Inhalte der SRG SSR im Jahr 2024

¹ [Konzessionierung](#)

² [Aufsichtsforschung](#)

Analysierte Indikatoren	Relevanz (z.B. Informationsanteil), Vielfalt (z.B. Themenvielfalt), weitere konzessionsrechtliche Indikatoren (z.B. Regionalbezug, Geschlechterverteilung, Einordnungsleistung)	Programm- und Themenstrukturen, Regionalberichterstattung, weitere konzessionsrechtliche Indikatoren (z.B. Geschlechterverteilung)	Sendungsbezug, Längenbeschränkung, Verknüpfung mit Audio- bzw. audiovisuellen Inhalten (A/AV), externe Links
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabelle 1: Auftragnehmerinnen und Methodik der SRG-Programmanalysen 2023/2024.

3 Analyisierte Elemente des Leistungsauftrags der SRG SSR

«Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus Online-Beiträgen. Es orientiert sich am Gemeinwohl und bietet dem Publikum eine verlässliche Orientierung in Staat und Gesellschaft» (Art. 3 Abs. 1 und 2 SRG-Konzession). Dabei muss das publizistische Angebot den unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums Rechnung tragen (Art. 3 Abs. 5 SRG-Konzession). Das BAKOM lässt deshalb regelmässig erheben, wie das Publikum die Programme der SRG und der übrigen konzessionierten Veranstalter³ bewertet. Inhaltsanalytische Programmanalysen geben zudem Auskunft darüber, wie die SRG verschiedene weitere Konzessionsvorgaben (z.B. bestimmte Qualitätskriterien wie die Relevanz, Professionalität und Vielfalt des Angebots gemäss Art. 4. Abs. 1 SRG-Konzession) in ihren Programmen erfüllt. Im vorliegenden Bericht werden Resultate dieser Programmanalysen zusammengefasst, die sich auf die folgenden Bestimmungen beziehen:

- Art. 3 Abs. 3 SRG-Konzession: Im publizistischen Angebot der SRG ist eine «angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter» vorgesehen.
- Art. 6 Abs. 1 SRG-Konzession: Die SRG ist beauftragt, für eine «umfassende, vielfältige und sachgerechte Berichterstattung zu sorgen». In diesem Zusammenhang werden insbesondere die Programmstrukturen analysiert, die Aufschluss über die Anteile an informativen Inhalten geben.
- Art. 6 Abs. 2 SRG-Konzession: Der Leistungsauftrag sieht vor, dass sich die Informationsangebote der SRG durch relevante Berichterstattung auszeichnen. Die SRG soll «insbesondere über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche, kulturelle und soziale Zusammenhänge» informieren. Unter relevanter Berichterstattung sind demzufolge insbesondere Inhalte aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport zu fassen. Eine Analyse der Themenstrukturen gibt einen Überblick über die adressierten Gesellschaftsbereiche in den Programmen.
- Art. 6 Abs. 5 SRG-Konzession: Laut Konzession bedient sich die SRG in ihren Programmen unterschiedlicher Darstellungsformate, die Hintergrundinformationen zur besseren Einordnung von Geschehnissen liefern.
- Art. 12 Abs. 1 SRG-Konzession: Die SRG ist dazu beauftragt, in ihrem Informationsangebot die jeweils anderen Sprachregionen zu berücksichtigen.
- Art. 18. Abs. 2 SRG-Konzession: Für das Online-Angebot der SRG gelten besondere Bestimmungen. Der Schwerpunkt soll auf Audio- und audiovisuellen Inhalten liegen (lit. a). Online-Inhalte müssen einen zeitlichen und thematischen Sendungsbezug aufweisen (lit. b). Online-Inhalte ohne Sendungsbezug sind auf 1'000 Zeichen beschränkt (lit. c). Zudem müssen mindestens 75% der Beiträge mit Audio- oder audiovisuellen Inhalten verknüpft sein (lit. d) und Links zu Online-Angeboten Dritter müssen nach redaktionellen und nicht kommerziellen Kriterien gesetzt werden (lit. f).

4 Ergebnisse

4.1 SRG-Radio-Programme (französischsprachige Schweiz)

Die Analysen der vier RTS-Radioprogramme *Première*, *Espace 2*, *Couleur 3* und *Option Musique* verdeutlichen die unterschiedlichen **Programmstrukturen** der einzelnen Sender. So setzt das Programm *Première* den Schwerpunkt auf Wortbeiträge (83% des Programms) respektive informative Inhalte (etwa zwei Drittel der Gesamtsendezeit). Demgegenüber widmen sich die weiteren Programme eher der Musik, während Informationsleistungen nur einen Anteil von 9% (*Option Musique*) bis 17% (*Espace 2*) einnehmen. Generell liegen die Moderationsanteile zwischen 5% und 9%, seltener werden

³ [Aufsichtsforschung](#)

SRG-Programmanalysen 2023/2024 – Zusammenfassung

Serviceelemente (z.B. Staumeldungen) oder Unterhaltungsanteile identifiziert (vgl. Abb.1). Auch die musikalischen Stile variieren zwischen den Programmen und decken unterschiedliche Stilrichtungen ab.

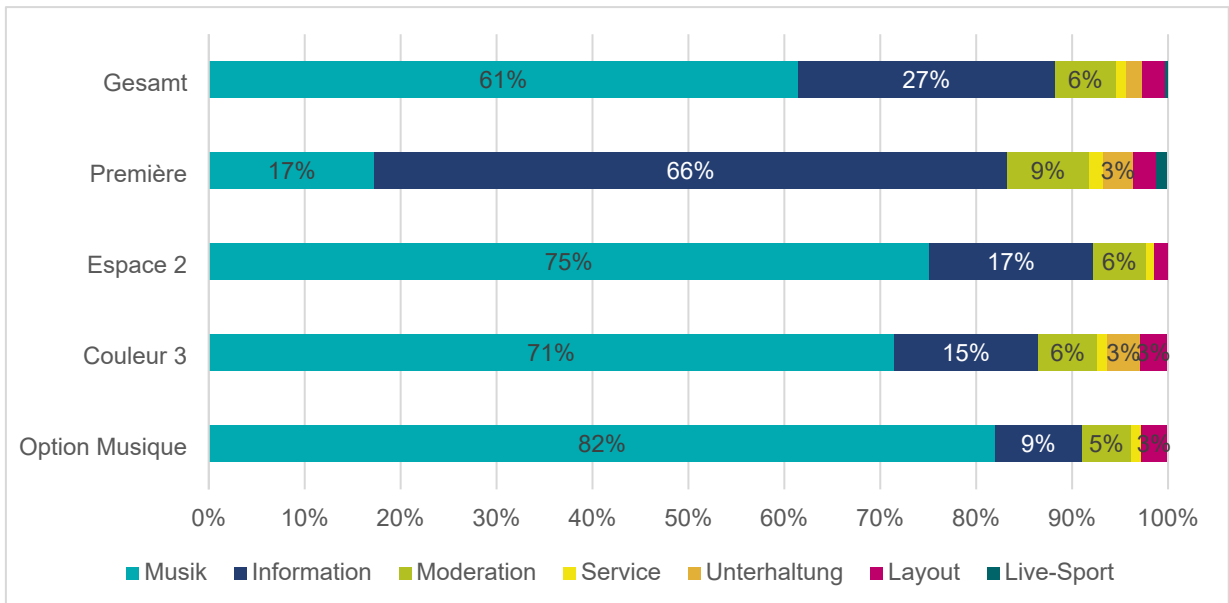


Abbildung 1: Programmstrukturen RTS-Radiosender 2024

Die vier untersuchten Programme verfügen zudem im Hinblick auf ihre Informationsinhalte (siehe Abb. 1: «Information») über ein breites Themenrepertoire und beinhalten allesamt die Themen Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Sport und Human Interest/Bad News. Die **Themenstrukturen** der einzelnen Programme unterscheiden sich dabei jeweils in ihrer Schwerpunktsetzung. So dominiert bei Option Musique vor allem das Thema Politik (33%), während Première das Thema Gesellschaft (42%) und Espace 2 sowie Couleur 3 die Kultur in den Mittelpunkt stellen (57% bzw. 34%). Zudem zeigt sich gesamthaft ein Fokus auf die relevanten Themen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport (vgl. Abb. 2).

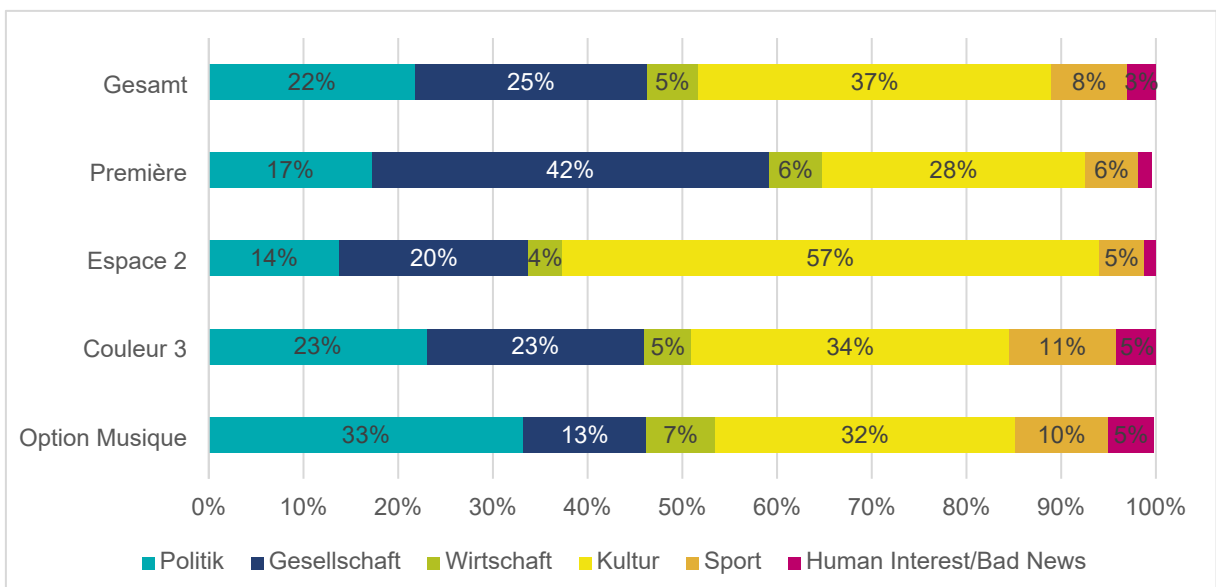


Abbildung 2: Themenstrukturen RTS-Radiosender 2024

Darüber hinaus thematisieren alle vier Programme Informationen zur **Schweizer Kultur**, insbesondere Espace 2 mit insgesamt 33% und Première mit 18% Berücksichtigung der Schweizer Kulturproduktion in ihren Informationsinhalten.

SRG-Programmanalysen 2023/2024 – Zusammenfassung

Die **Akteursstruktur** ist klar durch die jeweilige Programm- respektive Themenstruktur bedingt. Über alle Programme hinweg werden aber vor allem Akteure aus dem gesellschaftlichen Bereich thematisiert, insbesondere bei *Première* (99%), *Couleur 3* (59%) und *Option Musique* (53%). Bei *Espace 2* kommen am häufigsten Akteure aus dem Bereich Kultur (74%) vor.

Hinsichtlich der **sprachregionalen Bezüge** zeigt sich bei den untersuchten Programmen ein klarer Fokus auf Berichterstattung über die eigene Sprachregion. Am häufigsten berichtet *Espace 2* über Nachrichten mit einem Regionalbezug zur französischen Schweiz (51% der Informationsinhalte). Wenn Bezüge zu anderen Sprachregionen in der Berichterstattung vorkommen, dann am häufigsten zur deutschsprachigen Schweiz (durchschnittlich 10% der Informationsinhalte der RTS-Programme, am häufigsten auf *Option Musique* mit 13%). Die italienischsprachige Schweiz wird bei allen sechs Programmen in maximal 2% der Informationsinhalte thematisiert.

Die vier analysierten Programme variieren hinsichtlich des Gebrauchs unterschiedlicher **journalistischer Darstellungsformen** (z.B. Meldung, Bericht, etc.). Relevant ist insbesondere die **Einordnungsleistung** der jeweiligen Formate. Darunter versteht man, dass nicht nur reine Fakten vermittelt werden, sondern Inhalte thematisch eingeordnet und Hintergrundinformationen geliefert werden. Diese Einordnung ist insbesondere bei meinungsbetonten Formaten (z.B. Kommentare, Glossen) gegeben. Insbesondere *Première* legt einen Schwerpunkt auf einordnende Formate und setzt diese bei 91% seiner Informationsinhalte ein. Am seltensten werden solche Formate bei *Option Musique* genutzt (51%), im Mittelfeld liegen *Couleur 3* und *Espace 2* (71% bzw. 79%). Insgesamt werden in fast 13% der einordnenden Informationsbeiträge der RTS Sender mehr als eine einzelne Perspektive auf Sachverhalte aufgezeigt. Bei *Première* ist die Vielfalt hinsichtlich unterschiedlicher Perspektiven mit einem Anteil von 28% am ausgeprägtesten.

Die **Quellentransparenz**, also Aussagen darüber, woher die Inhalte der Informationen stammen, ist bei etwa 89% aller Informationsinhalte gegeben. Bei *Première* sind die Quellen sogar zu 97% erkennbar. Auch die Offenlegung des Quellenzugangs, also die Erklärung, wie die Redaktionen an Informationen gelangen, ist bei allen Sendern in hohem Masse gegeben (durchschnittlich 93%).

Bezüglich der **Geschlechterverteilung** der Sprechenden zeigt sich, dass Frauen seltener zu Wort kommen (38%) als Männer (52%). In 10% der Beiträge sind sowohl weibliche wie auch männliche Stimmen zu hören.

4.2 SRG-TV-Programme (ganze Schweiz)

Auf Basis der analysierten Programmstunden zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich der **Programmstrukturen**. Der Anteil an Erstsendungen variiert zwischen 38% (RTS Deux) und 72% (RTS Un) pro Tag. SRF info nimmt dabei mit einem noch geringeren Anteil von 10% eine Sonderstellung ein, zumal das Programm explizit fernsehpublizistische Wiederholungen (86%) ausstrahlt. Bei allen weiteren Programmen liegt der Anteil an Wiederholungen zwischen 18% (RSI LA 1) und 56% (RTS Deux). Die restlichen Sendezeiten bestehen aus Werbung, Sponsoring und Programmtrailern.

Auch die Programmsparten variieren zwischen den Programmen erwartungsgemäss. Relevant ist hier die Unterscheidung insbesondere zwischen fiktionaler (z.B. Serien und Filme) und non-fiktionaler (z.B. Shows und Quizsendungen) Unterhaltung sowie Fernsehpublizistik im Sinne informierender Berichterstattung (z.B. Nachrichten, Dokumentationen, Reportagen). Zusätzlich werden die Programme Sport, Religion und das Kinderprogramm erfasst. Generell ist der fernsehpublizistische Anteil am höchsten bei SRF info mit 81% und RTS Deux mit 67%. Betrachtet man die sprachregionalen Programmfamilien SRF, RTS und RSI, wird deutlich, dass sich die Programmprofile stark ähneln. So nimmt Fernsehpublizistik gesamthaft betrachtet einen Anteil zwischen 30% (SRF ohne SRF info) und 48% (RTS) ein, gefolgt von Unterhaltung zwischen 24% (RTS) und 32% (SRF ohne SRF info), Sport und den Kinderprogrammen (vgl. Abb. 3).

SRG-Programmanalysen 2023/2024 – Zusammenfassung

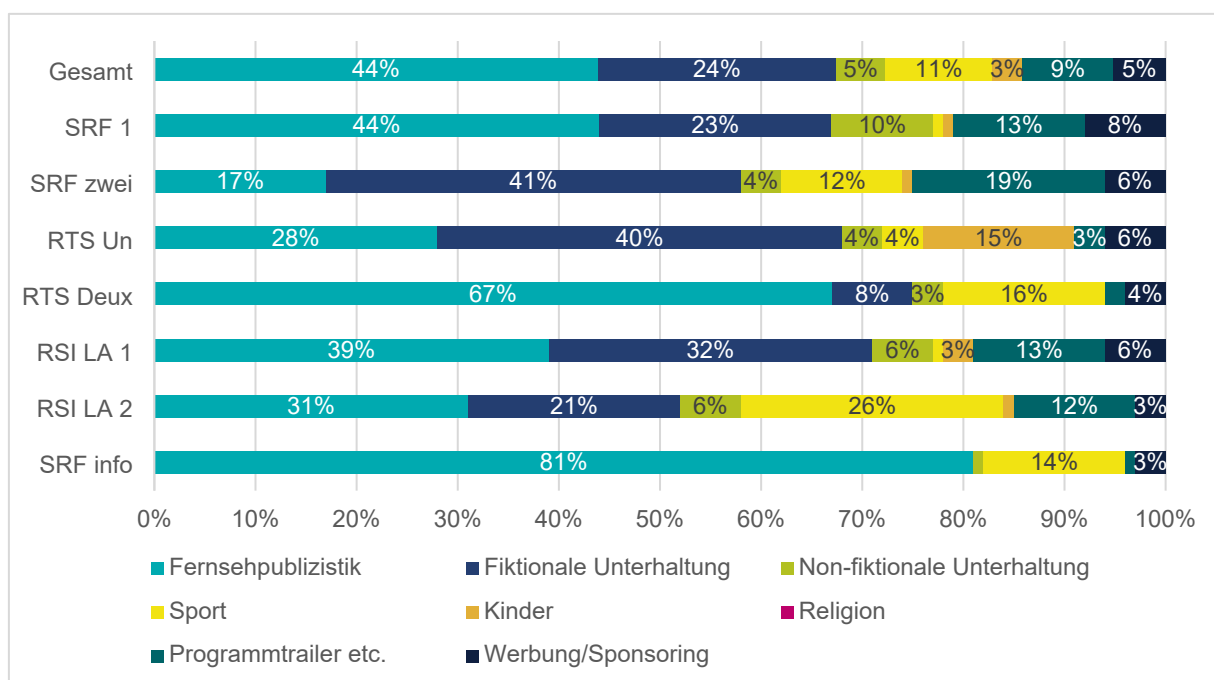


Abbildung 3: Programmstrukturen SRG-Fernsehen 2023

Aufschlussreich ist die **Themenstruktur** der Nachrichtenberichterstattung. Kontroverse Themen (z.B. Politik, gesellschaftliche Diskurse), die von besonders hoher gesellschaftlicher Relevanz sind, nehmen dabei die höchsten Anteile ein, gefolgt von Sachthemen aus (nicht strittigen) gesellschaftlichen Bereichen (z.B. Medien, Technik, Natur). Die restliche fernsehpublizistische Berichterstattung fällt in die Bereiche Human Touch, Lebenswelt und Verbraucher, Sport und Servicebeiträge (vgl. Abb. 4). Insgesamt betrachtet nehmen innerhalb der Nachrichtenberichterstattung kontroverse Themen aus Politik (national wie auch international), Wirtschaft und Gesellschaft einen wesentlichen Stellenwert ein: Kontroverse Themen nehmen bei allen Sendern einen Anteil von mindestens 47% der Nachrichtenberichterstattung ein. Bezüglich der **Aktualität** der Beiträge kommt die Studie zu dem Schluss, dass sich zwischen 74% und 89% der Nachrichtenberichterstattung auf tagesaktuelle Themen beziehen, die maximal 24 Stunden zurückliegen oder sich auf den Folgetag beziehen.

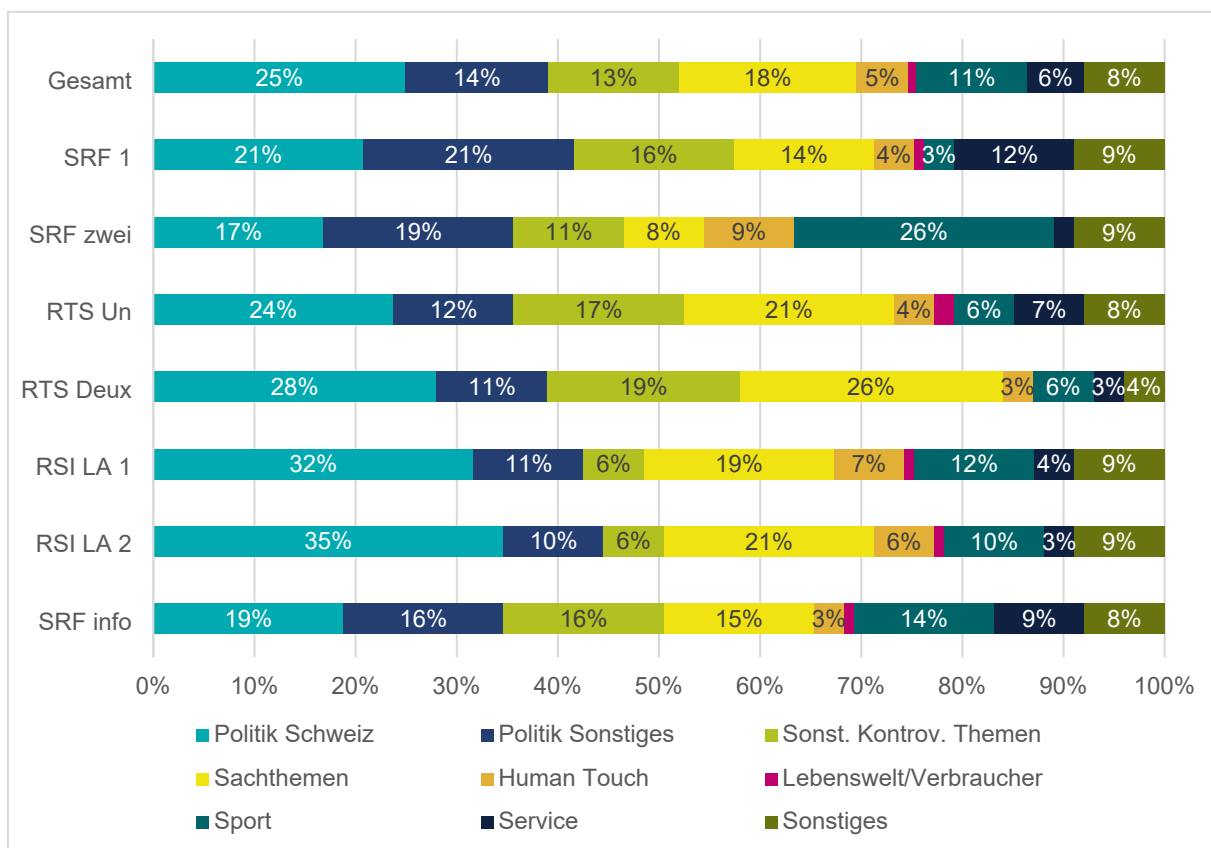


Abbildung 4: Nachrichten-Themenstrukturen SRG-Fernsehen 2023

Hinsichtlich der **regionalen Bezüge** zeigt sich, dass sich die Programme klar auf die Region derjenigen Sprache beziehen, in der das Programm auch ausgestrahlt wird. So verweist beispielsweise SRF 1 in 40% der Beiträge auf die Deutschschweiz, während die anderen Sprachregionen weniger vertreten sind (frankophone Schweiz: 11%; italienischsprachige Schweiz: 5%; rätoromanische Schweiz: 3%). Auch beispielsweise RTS Un bezieht sich in hohem Masse auf die frankophone Schweiz (68%), die italienischsprachigen Sender setzen analog ihre Schwerpunkte auf ihre eigene Sprachregion (z.B. RSI LA 2: 43%). Zudem zeigt sich, dass die französisch- und italienischsprachigen Programme deutlich häufiger auf die Deutschschweiz referenzieren als umgekehrt. Die regionalen Bezüge werden dabei insbesondere durch den Handlungsort oder thematischen Bezug hergestellt, seltener über Akteure.

Bezüglich der **Geschlechterverteilung** bei den zu Wort kommenden Akteuren konnten starke Unterschiede zwischen den Programmen festgestellt werden. Im Schnitt liegt der Anteil an weiblichen Akteurinnen jedoch zwischen 33% und 62%.

4.3 SRG-Online-Angebot

Insgesamt wurden im Jahr 2024 180'515 Beiträge auf den SRG-Online-Auftritten publiziert, 36% davon auf rts.ch, 34% auf srf.ch und 30% auf rsi.ch. Täglich wurden etwa 495 Beiträge veröffentlicht. Ein Grossteil dieser Beiträge, im Schnitt 40%, wurde auf den jeweiligen Play-Portalen publiziert, die zum Abspielen von Audio- und audiovisuellen Inhalten aus dem SRG-Archiv dienen. 33% der Beiträge beziehen sich auf News auf den jeweiligen Webseiten. Die restlichen 27% behandeln übrige redaktionelle Inhalte und Eigeninformationen (z.B. Inhalte zu Sendungen und Programmen).

Insgesamt wurden 154'652 **Sendungsbezüge** identifiziert. Konzessionsrechtlich relevant sind Beiträge mit Newsgehalt, die demnach aktuelle Informationen enthalten (n=60'013). Die thematische Verteilung der Newsbeiträge zeigt, dass das Thema Sport am prominentesten vertreten ist (44%), gefolgt von internationaler Berichterstattung (17%) und Nachrichten aus der Schweiz (16%). Seltener werden regionale Themen (9%) und Wirtschaft (3%) behandelt (vgl. Abb. 5).

SRG-Programmanalysen 2023/2024 – Zusammenfassung

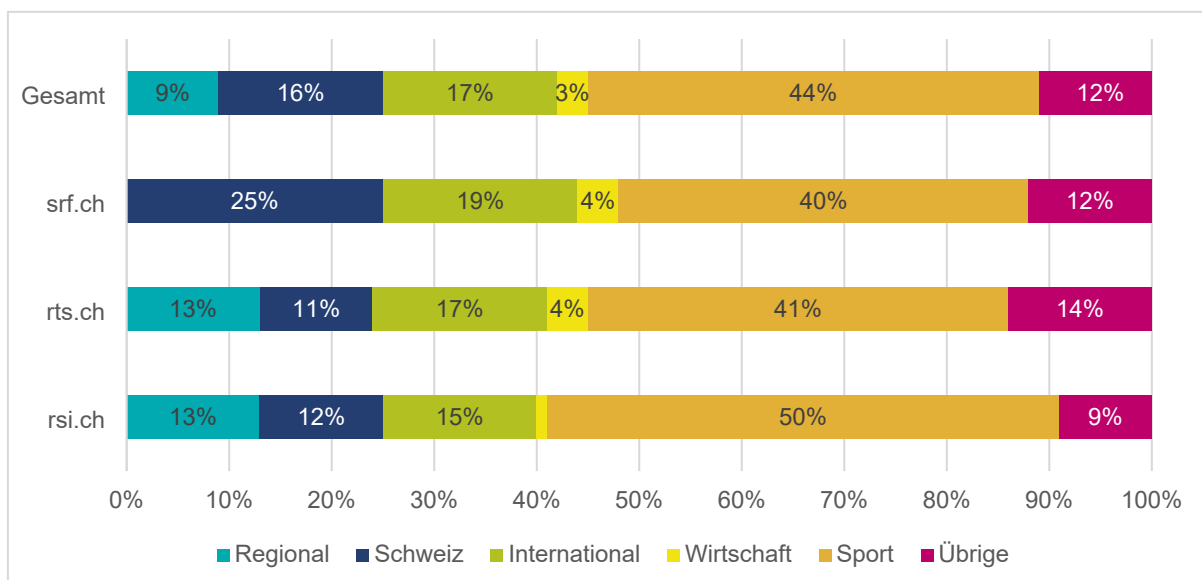


Abbildung 5: Struktur in SRG-Newsportalen 2024

Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass insgesamt 98% der Textbeiträge im Newsportal einen der Konzession konformen Sendungsbezug aufweisen: Die Inhalte haben eine zeitliche und thematische Nähe zur Sendung und nennen diese. Somit entsprechen die Beiträge der Konzessionsvorgabe. Nur 2% der Beiträge überschreiten die in der Konzession festgelegte Grenze von 1'000 Zeichen ohne entsprechenden Sendungsbezug (z.B. fehlende zeitliche Nähe). Die Resultate für RTS, RSI und SRF liegen auf einem vergleichbaren Niveau: Die Beiträge von RSI weichen mit einem korrekten Sendungsbezug von 98% nur minimal von jenen des SRF und RTS (99%) ab (vgl. Abb. 6).

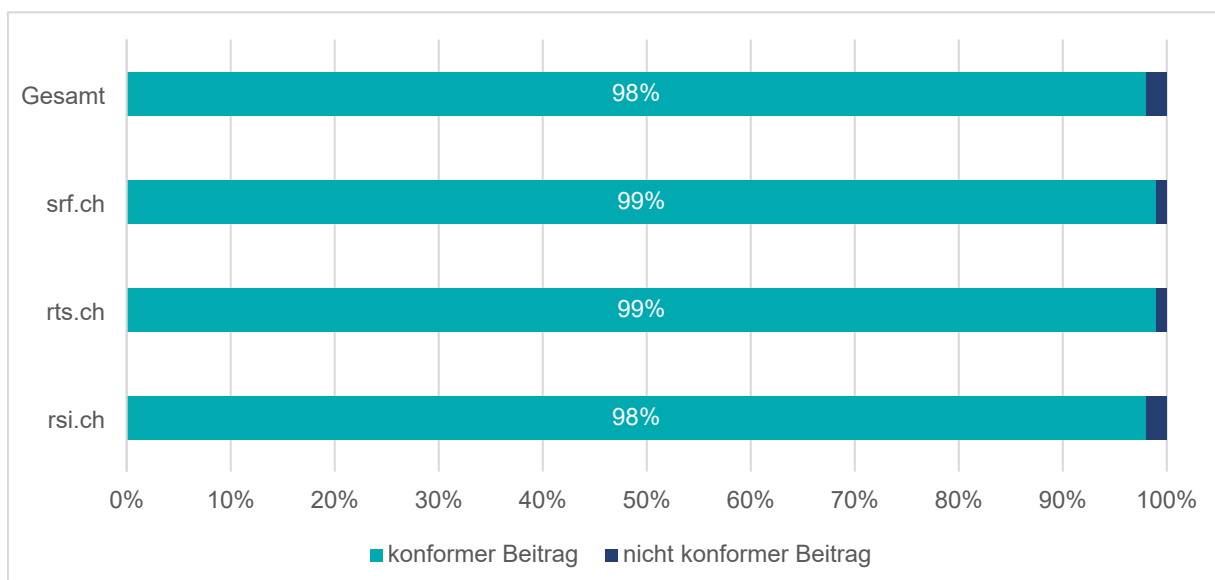


Abbildung 6: Konformität der Textbeiträge in den SRG-Newsportalen 2024

Gemäss Konzession müssen 75% aller Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage, mit Audioinhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft sein. Die Messung ergibt hier einen Durchschnittswert von 88%. Sprachregional gibt es leichte Unterschiede. So liegt der Anteil bei srf.ch bei 92%, bei rts.ch bei 86% und bei rsi.ch bei 84%. Der Leistungsauftrag der A/AV-Verknüpfung ist somit bei allen Angeboten erfüllt.

Laut SRG-Konzession dürfen **externe Links** nur aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden. Insgesamt wurden 3'213'038 externe Links extrahiert, die auf 5'530 Internet-Domains verweisen. Es wurden keine externen Links identifiziert, die einen direkten Werbebezug beinhalten. Der grösste Teil der 74'635 identifizierten E-Shop-Verlinkungen auf 34 Domains, die

SRG-Programmanalysen 2023/2024 – Zusammenfassung

prinzipiell ein weitaus höheres Kommerzialisierungspotenzial haben, entfällt auf play.google.com, wo insbesondere Apps und Podcasts von SRF verlinkt wurden. Dies ist hinsichtlich der Erfüllung des Leistungsauftrages unbedenklich.

5 Zusammenfassung

Die SRG ist laut Konzession zur Erfüllung bestimmter Leistungskriterien verpflichtet, gestaltet ihre Programme aber autonom und staatlich unabhängig (Art. 2 SRG Konzession). Das BAKOM beauftragt externe Institutionen mit der wissenschaftlichen Analyse der Programme im Hinblick auf die Erfüllung des Leistungsauftrags durch die SRG. Dabei gilt es zu beachten, dass die in der Veranstalterkonzession festgelegten Leistungskriterien teilweise nur beschränkt quantifizierbar sind. 2023 betraf die Untersuchung das Fernsehprogramm der SRG. Die Radioprogramme der französischsprachigen Schweiz und das Online-Angebot der gesamten SRG wurden für das Jahr 2024 untersucht.

Folgende zentralen Erkenntnisse gehen aus den Programmanalysen hervor:

- Die **Programmstrukturen** geben zunächst einen Überblick über die Informationsanteile in den unterschiedlichen Programmen. So werden informative Inhalte im Kontext der Radioprogramme der französischsprachigen Schweiz im Jahr 2024 insbesondere über **Première** (66%) vermittelt. Im Schnitt 27% der Gesamtsendezeit aller vier analysierten Programme widmet sich informativen Inhalten. Der fernsehpublizistische Anteil unter den Fernsehprogrammen der SRG ist am höchsten bei SRF info mit 81%. Im Durchschnitt liegt der Anteil bei 44%.
- Die Programmanalysen der SRG-Radio- und TV-Programme verdeutlichen den insgesamt hohen Stellenwert **relevanter Berichterstattung** in den **Themenstrukturen** der Programme. So verzeichnen die RTS-Radioprogramme im Jahr 2024 insgesamt einen Anteil von 97% für die Bereiche Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur und Sport. Auch im TV-Bereich nehmen kontroverse Themen wie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, aber auch Sachthemen und Sport einen hohen Stellenwert ein. Diese Themen werden durchschnittlich in 81% der Nachrichtenberichterstattung thematisiert.
- Insgesamt ist sowohl bei den Radio- wie auch TV-Programmen ein Fokus auf die eigene **Sprachregion** festzuhalten. Sowohl bei den Radio- wie auch TV-Programmen wird deutlich, dass Referenzen in die Deutschschweiz aus der frankophonen und italophonen Schweiz deutlich häufiger festzustellen sind als umgekehrt.
- Hinsichtlich der **Vertretung der Geschlechter** im publizistischen Angebot veranschaulichen die Analysen für das Jahr 2024, dass Frauen (38%) seltener in den SRF-Radioprogrammen zu Wort kommen als Männer (52%). Bei den TV-Programmen liegt der Anteil weiblicher Akteurinnen im Untersuchungsjahr 2023 zwischen 33% bis zu 62%.
- Die Analyse des Online-Angebots für das Jahr 2024 kommt zu dem Ergebnis, dass 98% der Textbeiträge im Newsportal einen der Konzession konformen **Sendungsbezug** aufweisen. Die **A/AV-Verknüpfung** wird bei 88% aller Textbeiträge erfüllt. Die Verknüpfung wird bei über 75% über 30 Tage hinweg eingehalten. Insgesamt wurden keine **externen Links** identifiziert, die einen direkten Werbebezug beinhalten.