

Analyse des SRG Online-Angebotes

Jahresbericht 2024

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

Stefan Thommen
Raphael Eichenberger

© Publicom AG, CH-8802 Zürich, Mai 2025

Management Summary

Die SRG muss, gemäss Art. 18 Abs. 2 der Konzession, in ihren Online-Angeboten bestimmte Anforderungen einhalten. Hauptzielsetzung der **Analyse des SRG Online-Angebotes** im Jahr 2024 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 2024 der inhaltliche und zeitliche **Sendungsbezug** hergestellt (Art. 18 Abs. 2 Bst. b), wie bei nicht sendungsbezogenen Beiträgen die **Längenbeschränkung** der Texte eingehalten (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 2024 angelegt und liefert damit eine 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 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 **180'500 Online-Beiträge** und gut 154'600 Sendungsbezüge, die hinsichtlich der Erfüllung des Konzessionsauftrags geprüft wurden. Es zeigt sich, dass die Online-Angebote der SRG das Kriterium der **Längenbeschränkung** im Newsportal **praktisch immer einhalten**, also bei Textbeiträgen über 1'000 Zeichen einen zeitlich und thematisch nahen Sendungsbezug integrieren: Insgesamt **98%** aller Textbeiträge aus den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales sind laut Konzessionsvorgabe Art. 18 Abs. 2

Bst. c **konform**, und nur 2% überschreiten die Grenze von 1'000 Zeichen, ohne einen konformen Sendungsbezug auszuweisen. Der Anteil an konformen Newsportal-Textbeiträgen ist bei RSI (mit 98%) nur unwesentlich tiefer als bei RTS sowie SRF (mit jeweils 99%).

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 88% **deutlich übertroffen**. Sowohl SRF (durchschnittlich 92%), als auch RTS (86%) und RSI (84%) erfüllen die Konzessionsvorgabe, insgesamt und auch über alle 12 Monate des Jahres 2024.

Für die Linkanalyse hat Publicom, zwecks Überprüfung des **Kommerzialisierungspotenzials**, in den SRG-Auftritten rund **3'200'000 externe Links** von gut **5'500 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, potenziell kritischen Kategorie befinden sich externe **Links auf E-Shops**, von denen Publicom rund 74'600 identifiziert hat, die sich auf 34 Domains verteilen. Der grösste Teil entfällt auf die Stores von Apple und Google, wo vor allem die Apps und Podcasts von RSI und SRF verlinkt werden. Ein manifester Indikator für das Kommerzialisierungspotenzial wäre 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 2024 in keinem der drei untersuchten SRG-Online-Angebote.

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	20
2.2.1. Grundstruktur	20
2.2.2. Newsportal	23
2.2.3. Sendungsbezüge	27
2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale	28
3. Konzessionskonformität	30
3.1. Längenbeschränkung im Newsportal (Art. 18 Abs. 2 Bst. c)	30
3.2. A/AV-Verknüpfung (Art. 18 Abs. 2 Bst. d)	32

4. Linkanalyse (Art. 18 Abs. 2 Bst. f)	35
4.1. Angebote mit Werbebezug	37
4.2. Links zu E-Shops.....	38
4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte.....	41
4.4. Technisch integrierte Inhalte.....	42
4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter	44
Anhang: Glossar	48

1. Auftrag und Methode

1.1. Ausgangslage und Auftrag

Die schweizerische Bundesverfassung richtet an das Rundfunksystem einen **Leistungsauftrag**¹, den die SRG SSR (SRG) auf nationaler bzw. sprachregionaler Ebene und private Veranstalter auf lokaler Ebene sicherstellen. 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 2024** durchzuführen. Hauptzielsetzung der Analyse ist die Überprüfung, wie die SRG mit ihren Online-Angeboten den **Auftrag** der Konzession umsetzt. Ausserdem gibt die Studie einen Einblick in die **Angebotsstruktur** der SRG Online-Auftritte.

1.2. Rechtliche Anforderungen und Fragestellungen

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

Art. 18 Übriges publizistisches Angebot²

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 % der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage, sind mit Audio-Inhalten 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).

³ RTR, bzw. das rätoromanische Online-Angebot, ist von der Untersuchung ausgeschlossen.

- 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 2024 liefert eine 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 2024 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 48, 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 dient⁴ – und noch keine Aussagen zur Konzessionskonformität macht. Das Unterkapitel 2.1 beziffert das **Aufkommen** der drei Untersuchungseinheiten – zuerst der Online-Beiträge (Kapitel 2.1.1), dann zu den Sendungsbezügen (Kapitel 2.1.2) und schliesslich der externen Links (Kapitel 2.1.3). Kapitel 2.2 beschreibt die **formalen Strukturmerkmale** der SRG-Auftritte insgesamt (Kapitel 2.2.1), im Newsportal (Kapitel 2.2.2) und von Sendungsbezügen (Kapitel 2.2.3). Kapitel 2.3 gibt schliesslich einen Einblick in **inhaltliche Strukturmerkmale** (inhaltliche Bereiche und Themenfelder).

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

Kapitel 4 umfasst ab Seite 35 die **Linkanalyse** und legt dar, inwieweit externe Links aus publizistischen und nicht aus kommerziellen Gründen gesetzt werden (Art. 18 Abs. 2 Bst. f). Dabei werden

⁴ 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 den Radio- und TV-Programmen der SRG: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien.html>

elektronische Verbindungen anhand von vier Kategorien untersucht: Angebote mit **Werbebezug** (Kapitel 4.1), Links zu **E-Shops** (Kapitel 4.2), **technische Dienstleistungen ohne Inhalte** (Kapitel 4.3), **technisch integrierte Inhalte** (Kapitel 4.4) und letztlich klickbare **Links zu Inhalten Dritter** (Kapitel 4.5).

1.5. Methodik

1.5.1. Untersuchungsanlage und Vorgehen

Zur Analyse des SRG Online-Angebots im Jahr 2024 kommt, wie bereits in den Vorperioden, 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 2024 publiziert hat. Stichproben werden zu Qualitätssicherungszwecken gezogen.

Unterschieden wird dabei eine **redaktionelle Analyse**, welche die Punkte 1 bis 3 der Forschungsfragen bearbeitet⁵ und auf der Untersuchungseinheit einzelner Online-Beiträge basiert, und für Punkt 4 eine **Linkanalyse**⁶, 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 basieren⁷. 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** – anhand desselben

⁵ Art. 18 Abs. 2 Bst. a bis Art. 18 Abs. 2 Bst. e der SRG-Konzession, vgl. Kapitel 1.2

⁶ Art. 18 Abs. 2 Bst. f der SRG-Konzession, vgl. Kapitel 1.2

⁷ Zum Beispiel wird dabei analysiert, ob der Artikel mehr oder weniger als 1'000 Zeichen hat, ob ein Sendungsbezug vorhanden ist, ob eine genannte Sendung in der Sendungsliste aufgeführt ist, ob ein Ausstrahlungsdatum vorhanden ist, etc.

Codebuchs – geprüft, austariert und ergänzt. Im gesamten Datenstamm werden zudem systematisch Stichproben und auffällige Befunde überprüft. Zentrales Mess- und Steuerungsinstrument für den integrierten Forschungsprozess sind institutionalisierte **Reliabilitätstests** (vgl. Kapitel 1.5.4). 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 Ermittlung von Strukturkriterien⁸, wie sie im vorliegenden Fall grösstenteils gefordert ist, liefert das computergestützte Verfahren **reliable**⁹ und – dank wirkungsvollen Qualitätssicherungsmassnahmen – auch **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 bei den Anforderungen für Online-

⁸ z.B. die Erfassung von Audio- bzw. audiovisuellen Inhalten oder die Zeichenzählung in Texten

⁹ Codierer-bedingte Fehler (wie z.B. Ermüdungseffekte) können grösstenteils ausgeschlossen werden.

Angebote im Artikel 18 Abs. 2 der SRG-Konzession (Stand 7. September 2022) und den dazugehörigen Erläuterungen an.¹⁰

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), 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.).¹¹ 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.¹² Im Bezug soll eine existierende Sendung genannt werden, die in der **Sendungsliste** als konform aufgeführt ist¹³ und eine zeitliche und thematische Nähe zum betreffenden Beitrag aufweist.

¹⁰ Konzession für die SRG SSR: Erläuternder Bericht (UVEK, 29. August 2018)

¹¹ Zur Untersuchungseinheit Online-Beitrag nicht zugehörig sind mögliche zusätzliche Inhalte, die über Links auf weiteren Webseiten zugänglich sind, zudem User-Kommentare und andere nutzergenerierte Inhalte sowie alle übrigen, meist funktionalen oder übergeordneten Elemente auf der jeweiligen Webseite (u.a. Navigationsbereiche und standardisierte Teasing-Elemente).

¹² Unter festgelegten Bedingungen sind auch Bezüge zu Internet-Livestreams aus den SRG-Angeboten und zu Radio- oder TV-Programmen der SRG zugelassen.

¹³ Zu diesem Zweck hat Publicom eine Liste aller Sendungen der Radio- und TV-Programme der SRG erstellt und laufend aktualisiert. Das Verzeichnis umfasst rund 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.

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

Der Webcrawler extrahiert die Untersuchungseinheiten "Beitrag" und "externer Link" aus dem Quelltext der jeweiligen Websites. Je nach eingesetzter Technologie und gewählter Präsentationsform bestehen grosse Unterschiede zwischen einzelnen Sprachangeboten, oder auch zwischen Bereichen desselben Angebots. Ausserdem können jederzeit neue Formen oder Technologien auftauchen. Deshalb wurde pro SRG-Auftritt ein **spezifisches Regelwerk** für die Identifikation und Aufbereitung der Datenbasis aufgesetzt und seither 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 medienspezifischen 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 2024** auf den Online-Angeboten der SRG publiziert wurden. Daraus resultiert eine umfassende Analysegrundlage für die Konformitätsbeurteilung (gesamtes Online-Angebot auf srf.ch, rts.ch und rsi.ch der Untersuchungsperiode 2024):

- > **Online-Beiträge:** N=180'515
- > **Sendungsbezüge:** N=154'652
- > **Externe Links:** N=3'213'038

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.¹⁴ Daraus resultieren jederzeit aktuelle Ergebnisse, für das gesamte Kalenderjahr oder beliebige andere Zeiträume.¹⁵ 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 nach Erstveröffentlichung des Beitrages.¹⁶ Beide Versionen bilden die Grundlage für die Analysen.¹⁷

1.5.4. Reliabilität der Codierentscheidungen

Wie bereits beschrieben (vgl. Kapitel 1.5.1), wurden die vom System automatisch veranlagten Codierentscheidungen laufend mittels Qualitätssicherungsroutrinen überprüft und verbessert. Zentrales Instrument sind dabei institutionalisierte **Tests der Intracoder-Reliabilität** zwischen Mensch und Maschine. Abgesehen von diesen Massnahmen in den laufenden Forschungsprozessen wurde ein zusätzlicher Intracoder-**Reliabilitätstest** durchgeführt, auf der Grundlage einer unabhängigen, geschichteten Stichprobe¹⁸ 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 und Maschine auf 12 zentralen Erhebungsdimensionen

¹⁴ 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.

¹⁵ 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.

¹⁶ Die Nachvollziehbarkeit von Befunden, die sich auf den Anfangszustand eines Beitrags beziehen, kann in Einzelfällen beeinträchtigt sein. Publicom schätzt, dass sich diese Unscharfe im tiefen einstelligen Prozentbereich bewegt.

¹⁷ Dies ermöglicht die Überprüfung von Beitragsrevisionen – z.B. den Zeitpunkt des Überschreitens der 1'000 Zeichen-Grenze (gem. Art. 18 Abs. 2 Bst. c) und eine allfällige nachträgliche Ergänzung von Sendungsbezügen, inkl. zeitlicher Nähe zum Aktualisierungszeitpunkt.

¹⁸ Gewichtet nach Gesamtaufkommen im redaktionellen Angebot der Portale (ohne Play).

sowie Teil- und Konformitätsindikatoren überprüft und auf den drei Ebenen Beitrag, Sendebezug und Konzessionskonformität gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c und Bst. d 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	96%	98%	99%	99%	98%
RTS	99%	98%	98%	98%	98%
RSI	98%	97%	97%	97%	97%

Publicom 2025

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	96%	98%	98%	97%
RTS	97%	98%	98%	98%
RSI	96%	97%	98%	98%

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

Publicom 2025

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	97%	98%
RTS	97%	98%
RSI	96%	97%

Publicom 2025

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 in diesem Kapitel 1.5.4 ausgeführten 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. 180'000 Online-Beiträge, 154'000 Sendungsbezüge und 3'200'000 externe Links

2. Strukturanalyse der SRG Online-Angebote

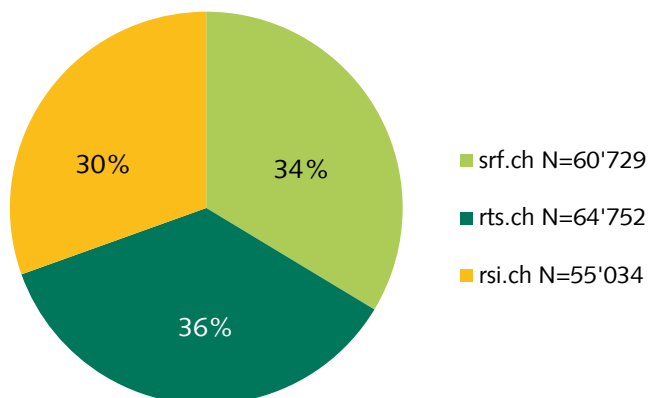
Vorbemerkung: Das vorliegende Kapitel 2 liefert eine **deskriptive Strukturanalyse**, also Einblicke in den Aufbau und einige Charakteristika der drei Online-Auftritte der SRG in Deutsch, Französisch und Italienisch. Analysen zur Konzessionskonformität folgen in Kapitel 3 (ab Seite 30).

2.1. Aufkommen

2.1.1. Beiträge

Aus den Online-Aktivitäten der SRG-Auftritte der Deutschen, Französischen und Italienischen Schweiz resultierten im Untersuchungsjahr 2024 insgesamt mehr als **180'500 Beiträge** mit eigenständigem Inhalt (N= 180'515, vgl. Abbildung 2).²¹ Die umfangreichste Publikationstätigkeit entfaltete der französischsprachige Auftritt (rts.ch), mit rund 64'700 Online-Beiträgen bzw. einem Anteil von 36%. Mit einem Volumen von gut 60'700 Beiträgen liegt das Angebot der deutschen Schweiz leicht zurück (srf.ch, 34%). Ein weiteres knappes Drittel, bzw. rund 55'000 Beiträge, stammen aus der italienischen Schweiz (rsi.ch, 30%). Somit haben die drei Online-Angebote der SRG an **jedem Tag** des Jahres 2024 durchschnittlich **495 neue Beiträge** publiziert (SRF: 166, RTS: 177, RSI: 151). Das mittlere **monatliche Aufkommen** liegt bei gut **15'000** neuen Beiträgen (SRF: 5'061, RTS: 5'396, RSI: 4'586).

Abbildung 2: Beitragsaufkommen – nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge (N=180'515), 1.1. bis 31.12.2024



Publicom 2025

Im Monatsverlauf zeigen SRF und RTS eine erhöhte Publikationsfrequenz zu Jahresbeginn (vgl. Abbildung 3, nächste Seite). RTS erreicht im Januar und Februar das grösste Beitragsaufkommen.

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

SRF publiziert im Dezember die meisten Beiträge, gefolgt vom Januar. Tendenziell wird bei SRF und RTS ein Rückgang zwischen Juni/Juli und Oktober festgestellt. Bei RSI werden von März bis Mai und im August die meisten italienischsprachigen Beiträge publiziert, während das Aufkommen ab September merklich zurückgeht.

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

Basis: alle Beiträge (N=180'515)

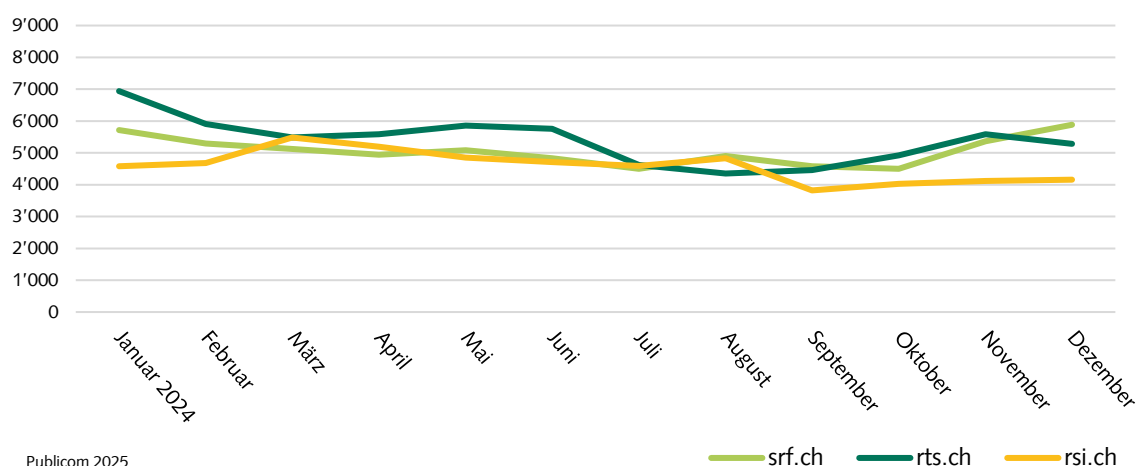
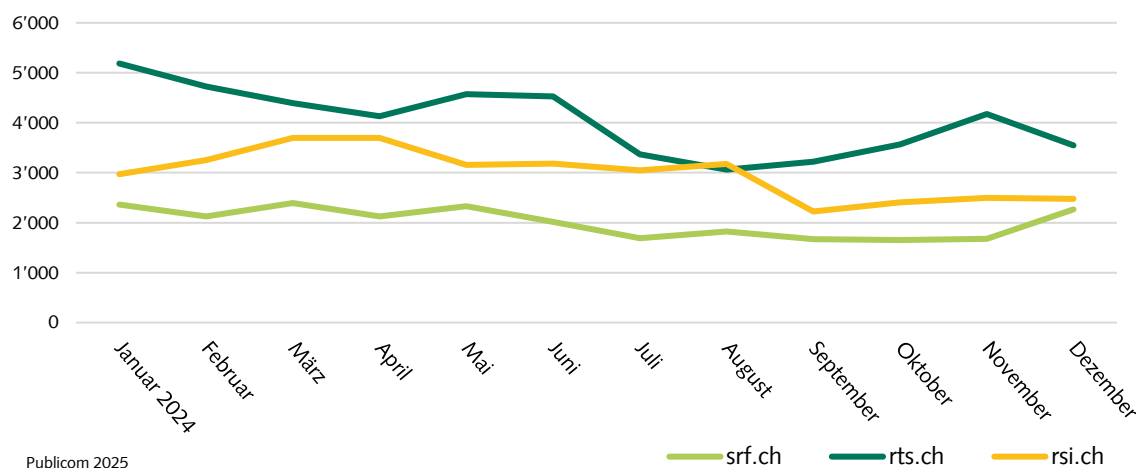


Abbildung 4: Monatliches Beitragsaufkommen ohne Play – nach Online-Auftritt

Basis: alle Beiträge ohne Play (N=108'384)



Betrachtet man den Jahresverlauf bei der Publikation "**redaktioneller**" **Online-Beiträge**²² (vgl. Abbildung 4, vorherige Seite), ohne das Aufkommen in den Play-Portalen²³, zeigen alle drei Auftritte beim Beitragsaufkommen ähnliche monatliche Verläufe wie in der Gesamtsicht (Abbildung 3, vorherige Seite). Während bei der Gesamtsicht, inkl. Play, kein grosser Niveauunterschied zwischen den Angeboten besteht, sind die redaktionellen Aktivitäten von SRF im Vergleich der drei Angebote geringer, denn ein Grossteil der deutschsprachigen Aktivität geschieht im Play-Portal (vgl. Abbildung 7 auf Seite 21).

Insgesamt haben die drei SRG-Angebote im Jahr 2024, ausserhalb der Play-Portale, gut 108'300 redaktionelle Beiträge veröffentlicht, was 9'032 Beiträgen pro Kalendermonat, bzw. einem Tagesdurchschnitt von 297 entspricht. Über die gesamte Periode liegt der Auftritt der **französischen Schweiz** (RTS) klar an der Spitze, mit durchschnittlich 133 täglichen redaktionellen Beiträgen, gefolgt von RSI mit 98 und SRF mit 66 täglichen Beiträgen.

2.1.2. Sendungsbezüge

Als Grundlage für die Untersuchung der Konzessionsvorgaben gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c (vgl. Kapitel 1.2) hat Publicom im Jahr 2024 innerhalb des redaktionellen Angebots der drei SRG-Auftritte insgesamt gut **154'600 Sendungsbezüge** extrahiert (vgl. Abbildung 5, nächste Seite).²⁴ Davon stammt der grösste Teil von SRF (42%, N=65'092), 36% entfallen auf RTS (N=54'955), und 22% aller Sendungsbezüge (N=34'605) wurden von RSI gesetzt.

Nimmt man das redaktionelle Online-Angebot der SRG (ohne Play) als Basis, wurden im Jahr 2024 demnach pro publizierten Beitrag durchschnittlich knapp **1.4 Sendungsbezüge** gefunden. Die deutlich grösste Bezugsdichte hat der Auftritt von **SRF**, mit rund **2.7 Fundstellen pro redaktionellem Beitrag**. Eine deutlich geringere Bezugsdichte weisen RTS und RSI aus, mit 1.1 bzw. 1.0 Sendungsbezügen pro Beitrag.

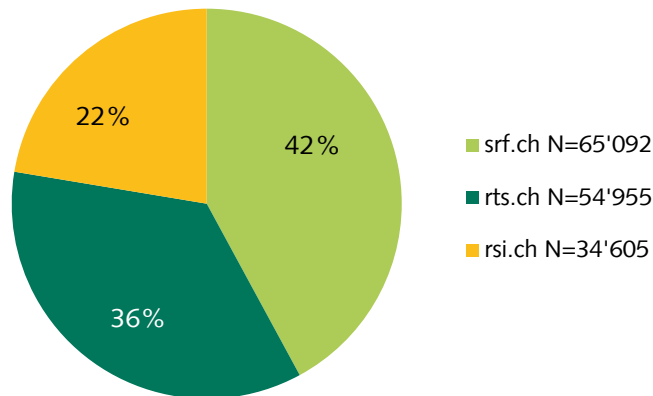
²² Als "redaktionell" wird in diesem Zusammenhang jeder Online-Beitrag verstanden, den die SRG ausserhalb des Medienarchivs Play publiziert. Neben Inhalten aus der Redaktion (News, Hintergründe usw.) gehören dazu u.a. auch Informationen zu Programmen und Sendungen.

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

²⁴ Dabei handelt es sich um Fundstellen im Contentbereich der Online-Beiträge, die Hinweise auf einen möglichen Sendungsbezug (z.B. ein Audio- oder Video-Element, einen Sendungsnamen, eine Zeitangabe o.ä.) enthalten, und deshalb vom System automatisch als Bezug vorgeschlagen werden. Nicht in jedem Fall sind solche Fundstellen aber tatsächlich Sendungsbezüge, die von der SRG aktiv gesetzt wurden.

Im Vergleich zur Vorperiode hat Publicom dieses automatisierte System zur Identifikation von Sendungsbezügen für die Untersuchung 2024 deutlich geschärft, wodurch der Anteil von zu Unrecht gefundenen Bezügen ("false positives") deutlich reduziert wurde. Der Rückgang beim Bezugsaufkommen, der im Jahresvergleich fast 22% beträgt, liegt voraussichtlich grösstenteils an diesen Fortschritten bei der Datenbeschaffung, und er sollte deshalb nicht überinterpretiert werden.

Abbildung 5: Aufkommen Sendungsbezüge – nach Online-Auftritt
Basis: alle Sendungsbezüge (N=154'652), 1.1. bis 31.12. 2024



Publicom 2025

Es ist zu beachten, dass es sich bei den extrahierten Fundstellen um formal und inhaltlich erkennbare **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 2024 rund **3'213'000 Links** extrahiert, die von den gut 180'500 Online-Beiträgen zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (vgl. Abbildung 6, nächste Seite).²⁵ Dies entspricht durchschnittlich rund 17 externen Verlinkungen pro Online-Beitrag der SRG.

Die gut 3.2 Millionen Links verweisen auf **6'344** unterschiedliche **Internet-Domains**, wovon 633 auf mehreren SRG-Auftritten vorkommen (**netto 5'530 Domains**). Somit entfallen im Durchschnitt auf jede Domain gut 581 externe Links. Allerdings ist das Link-Aufkommen je nach Online-Angebot sehr unterschiedlich: Wegen eines Ausreissers²⁶ ist **RTS** für ganze 55% aller

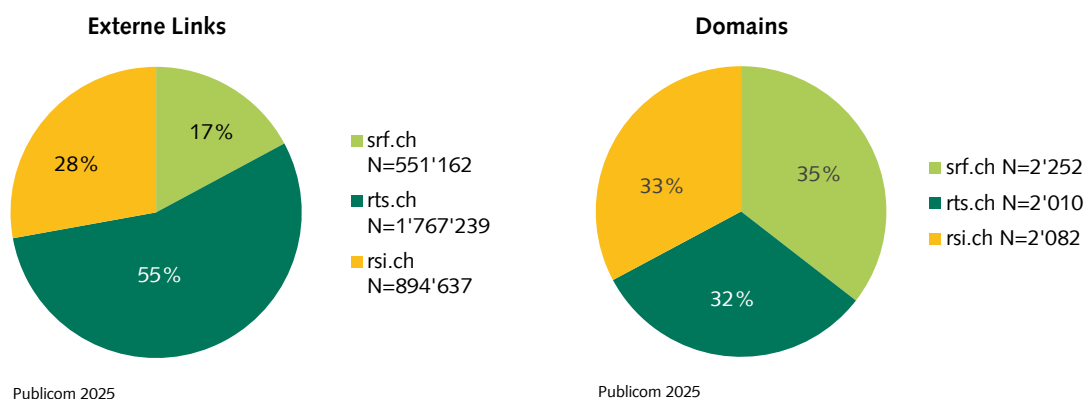
²⁵ Seit dem Untersuchungsjahr 2022 umfasst die Linkanalyse die ganzen Websites, inkl. seitliche Frames, Headers, Footers und ähnlichem. Im Gegensatz dazu integrierte die Studie des Jahres 2020 nur Verlinkungen, die vom hauptsächlichen Inhaltsbereich der Websites zu Angeboten Dritter führten.

²⁶ Knapp 1'245'000 bzw. 70% aller bei RTS gefundenen Links verweisen auf <https://cdnjs.cloudflare.com>. Dabei handelt es sich um eine JavaScript-Bibliothek, die dem Abruf von "Bausteinen" und Elementen zum Aufbau einer Webseite dient.

gefundenen Links (insgesamt 1'767'239 externe Verbindungen, vgl. Abbildung 6) und 32% aller Domains verantwortlich, was durchschnittlich 879 Links pro Domain entspricht. **RSI** setzt am zweithäufigsten externe Links (28%, N= 894'637), die auf 2'082 Domains verweisen (33%), im Durchschnitt 430 Links pro Domain. Und **SRF** steht für lediglich 17% aller Verlinkungen (N= 551'162) und für ganze 35% der extrahierten Domains (N= 2'252). Der deutschsprachige Auftritt setzte damit im Jahr 2024 nur 245 Verbindungen pro externen Anbieter.

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

Basis: alle externen Links bzw. alle verlinkten Domains (N= 3'213'038 bzw. N= 6'344), 1.1. bis 31.12.2024



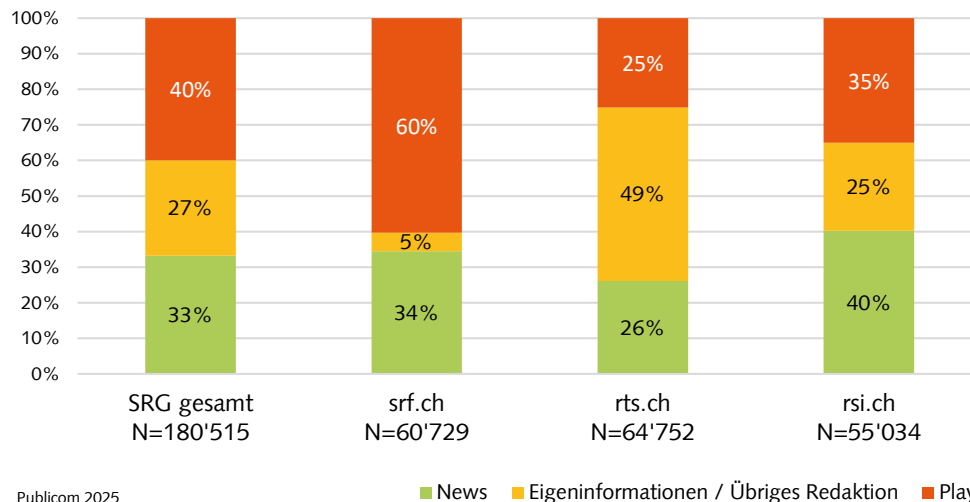
2.2. Formale Strukturmerkmale

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 im **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, nächste Seite). 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=180'515), 1.1. bis 31.12.2024



Insgesamt liegt der Schwerpunkt auf den **Play-Portalen**, wo im Jahr 2024 etwa 40% aller neuen Beiträge publiziert wurden (N=72'131, vgl. Abbildung 7). Im **Angebot ausserhalb der Play Portale**, welches 60% der Beiträge der SRG-Angebote ausmacht (N=108'384), entfällt der grössere Teil auf **News**²⁷ (33%, N=60'013). Die restlichen 27% machen SRG-Eigeninformationen und das übrige redaktionelle Angebot aus (N=48'371). Unter den **SRG-Eigeninformationen** finden sich grossmehrheitlich Inhalte zu Sendungen (Portraits, Übersichtsseiten, Archive²⁸, Vorschauen usw.), zu Programmen (z.B. Radio SRF 1 oder RTS Un) oder zu Themen- bzw. Fachbereichen (z.B. auf rts.ch "Kids" oder auf srf.ch "Dok"). Zum (kleinen) **übrigen redaktionellen Angebot** gehören redaktionelle Beiträge ohne Newsgehalt²⁹.

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 60% aller deutschsprachigen Beiträge des Jahres. Bei RTS und RSI haben die Play-Portale dagegen mit 25% bzw. 35% eine klar geringere Bedeutung. Den mit Abstand grössten Anteil an **News** weist **RSI** mit 40% auf. Im Vergleich dazu macht der Bereich News in der Deutschschweiz 34% und in der Romandie lediglich 26% des redaktionellen Gesamtangebots aus. Im italienischsprachigen Portal liegt die Hauptursache dieser Differenz beim sehr hohen Aufkommen an News-Kurzmeldungen. Bei **Eigeninformationen/Übriges** zeigt **RTS** einen Ausreisser,

²⁷ Eine strukturelle Analyse der Newsportale folgt in Kapitel 2.2.2.

²⁸ Wie beispielweise die Podcast-Sammlung auf rts.ch: www.rts.ch/la-1ere/programmes/paleofutur/podcast/

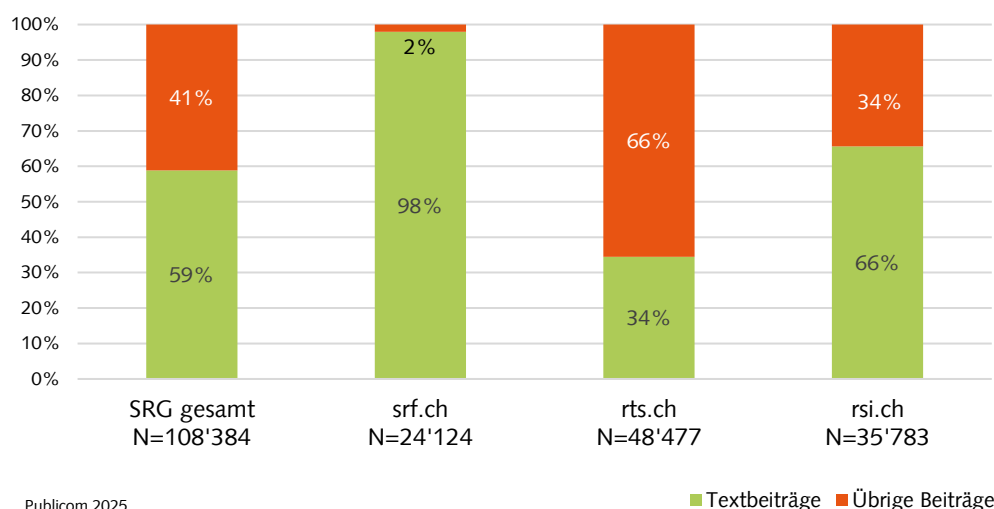
²⁹ Darunter zählt beispielsweise ein Beitrag über das Leben und Wirken von Johann Wolfgang von Goethe, ohne massgebliche Bezugnahme auf ein aktuelles Ereignis (z.B. eine Ausstellung).

mit einem äusserst hohen Anteil von 49%. Dieser Bereich ist im französischsprachigen Angebot umfangreicher als das Play-Portal oder das Newsportal.³⁰ Mit 25% bzw. lediglich 5% 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 usergenerierte Inhalte.

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

Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=108'384), 1.1. bis 31.12.2024



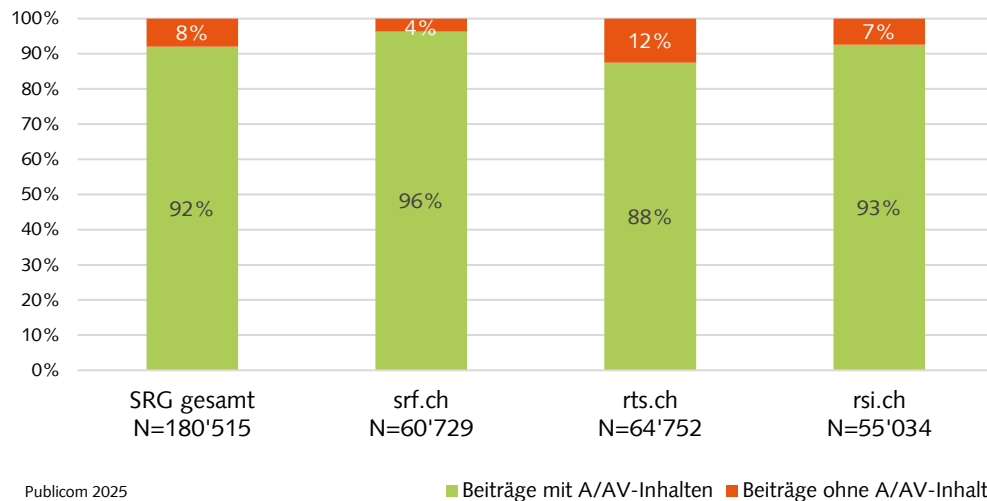
Das untersuchte redaktionelle Angebot (alle Beiträge ohne Play, N=108'384) besteht im Jahr 2024 zu **59%** aus **Textbeiträgen** (N=63'827, vgl. Abbildung 8). Die drei sprachregionalen SRG-Auftritte liegen weit auseinander, mit einer Spanne von 98% Textbeiträgen bei SRF und 34% bei RTS (wo sich bei den übrigen Beiträgen v.a. das umfangreiche Podcast-Archiv niederschlägt). In

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

³¹ Der sehr tiefe Wert von SRF (5%) gründet im reichhaltigen Sendungsarchiv, welches früher noch in den (redaktionellen) Eigeninformationen eingepflegt war, und das in der Zwischenzeit vollständig ins Play-Portal verschoben wurde.

absoluten Zahlen publizierte SRF die meisten Textbeiträge (N=23'630), gefolgt von RSI (N=23'484) und RTS (N=16'714).

Abbildung 9: Beiträge mit und ohne A/AV-Inhalte – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge (N=180'515), 1.1. bis 31.12.2024



Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. a der SRG-Konzession sollen "**Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte**" den Schwerpunkt der Online-Angebote bilden (vgl. Kapitel 1.2). Die Analyse zeigt, dass die SRG **dieser Vorgabe im Jahr 2024 gerecht** wird: In hohen 92% des untersuchten Gesamtangebots, bzw. in gut 166'100 Beiträgen, ist mindestens ein A/AV-Element integriert (vgl. Abbildung 9).³² Die deutsche und die italienische Schweiz liegen bei 96% bzw. 93%. RTS liegt mit 88% bei der A/AV-Integration etwas zurück.

2.2.2. Newsportal

Gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession sind 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**" bei SRF, respektive "**Info**" bei RTS und RSI, der laufend aktualisiert wird. Dieser bildet, zusammen mit anderen Ressorts, wie bspw. **Sport** und **Kultur**³³, die Basis für die zu analysierenden Newsportale. Als

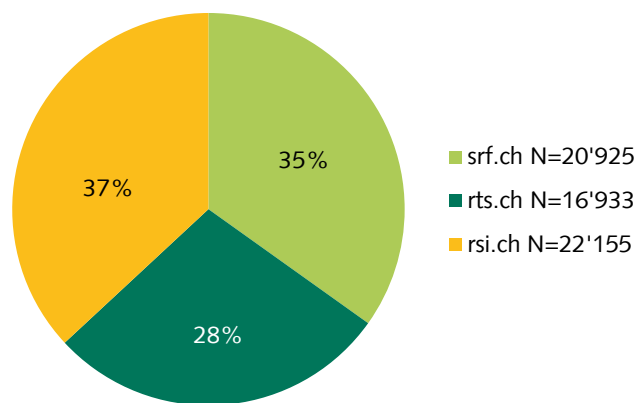
³² D.h. Audioelemente oder Videos werden auf der Webseite entweder direkt oder nach maximal einem Klick abgespielt. Die integrierten A/AV-Inhalte müssen nicht von der SRG stammen.

³³ Bei RSI kommt noch die Hauptrubrik "Edu" hinzu.

konzessionsrelevant gelten allerdings nur **Online-Beiträge mit Newsgehalt**, die Informationen über ein aktuelles Ereignis enthalten.³⁴

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=60'013), 1.1. bis 31.12.2024



Publicom 2025

Im Jahr 2024 wurden in den **Newsportalen** der SRG rund **60'000 Online-Beiträge** publiziert (N=60'013, vgl. Abbildung 10). Mit rund 22'000 Beiträgen, bzw. einem Anteil von 37%, entfaltete **RSI** die intensivsten Publikationsaktivitäten der drei Newsportale. Der deutschsprachige Auftritt (**srf.ch**) liegt mit einem Volumen von knapp 21'000 Beiträgen (bzw. 35%) fast gleichauf. Mit etwas Abstand folgt **RTS**, wo 2024 knapp 17'000 Newsbeiträge (28%) veröffentlicht wurden. In den Newsportalen der SRG zusammengekommen sind 2024 somit **jeden Tag** durchschnittlich **164 neue Newsbeiträge**³⁵ erschienen (bzw. monatlich etwa 5'000).

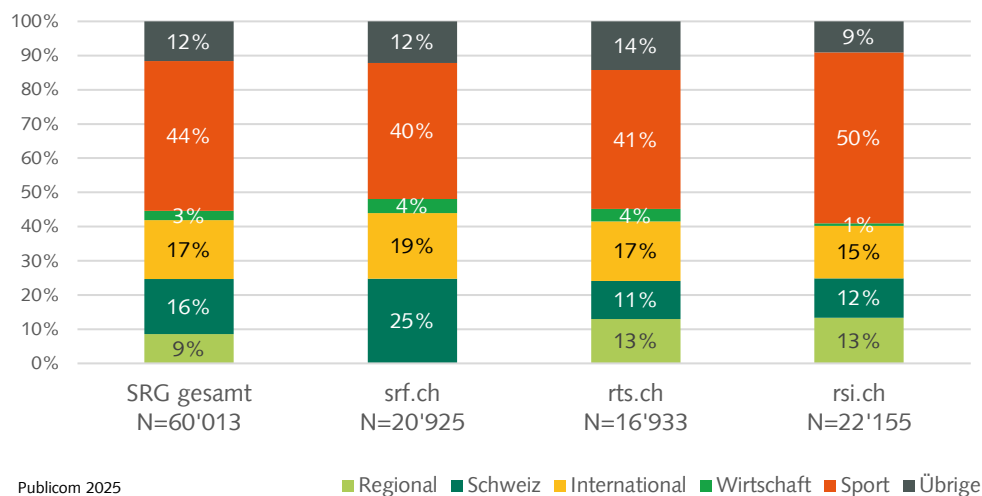
Die Strukturanalyse orientiert sich an den **Newsrubriken** der SRG-Angebote: Insgesamt erhält die Unterrubrik "**Sport**" das grösste Gewicht, mit einem Anteil von 44% aller Beiträge in den drei SRG-Newsportalen (vgl. Abbildung 11). 17% aller Online-Beiträge des Newsbereichs entfallen auf "**International**" und 16% auf "**Schweiz**". Weitere 9% wurden in der Rubrik "**Regional**"

³⁴ Dies trifft auf die grosse Mehrheit aller Online-Beiträge in den besprochenen Ressorts zu. Beiträge ohne Newsgehalt, deren Inhalte nicht auf einem aktuellen Kommunikationsereignis beruhen, sind am ehesten noch im Ressort Kultur anzutreffen.

³⁵ SRF: durchschnittlich neue 57 Newsportal-Beiträge pro Tag, RSI: 61 pro Tag, RTS: 46 pro Tag.

publiziert.³⁶ Die deutlich geringste Resonanz erhält die Rubrik "**Wirtschaft**" mit einem Anteil von lediglich 3%. Die restlichen 12% der Newsportale machen meist kleinere (Spezial-) Rubriken aus, die sich je nach Auftritt unterscheiden können.³⁷

Abbildung 11: Struktur in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle Beiträge im Newsportal (N=60'013), 1.1. bis 31.12.2024



Im Vergleich der drei SRG-Auftritte offenbaren sich 2024 eher geringe strukturelle Unterschiede (vgl. Abbildung 11): Das Newsportal von **SRF** legt den Fokus auf **Sport**. Weil in der deutschen Schweiz Regionales in die nationale Berichterstattung einfließt, liegt der Anteil der Rubrik "**Schweiz**" mit 25% deutlich über den anderssprachigen SRG-Portalen. Auch der **internationalen** Berichterstattung schenkt SRF im Vergleich der Auftritte mit 19% die grösste Beachtung. Bei **RTS** hat der **Sport** mit 41% ein ähnlich grosses Gewicht. Am zweitstärksten schlägt in der französischen Schweiz der Bereich "**International**" zu Buche (mit 17%), und der Bereich "Übrige" nimmt im Portalvergleich mit 14% den grössten Anteil ein. Auf der anderen Seite erhalten nationale Themen, mit 11% der französischsprachigen Berichterstattung, vergleichsweise wenig Raum. **RSI** weist mit 50% den klarsten Schwerpunkt beim **Sport** auf, während die Bereiche International, Übriges und Wirtschaft tiefere Werte aufweisen. Die Rubrik "**Regional**" kommt in den Newsportalen der italienischen und der französischen Schweiz auf einen Anteil von jeweils 13%.

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

³⁶ Ein Ausnahme bildet SRF, wo der Online-Auftritt seit einiger Zeit ohne eigenen Bereich "Regional" auskommt.

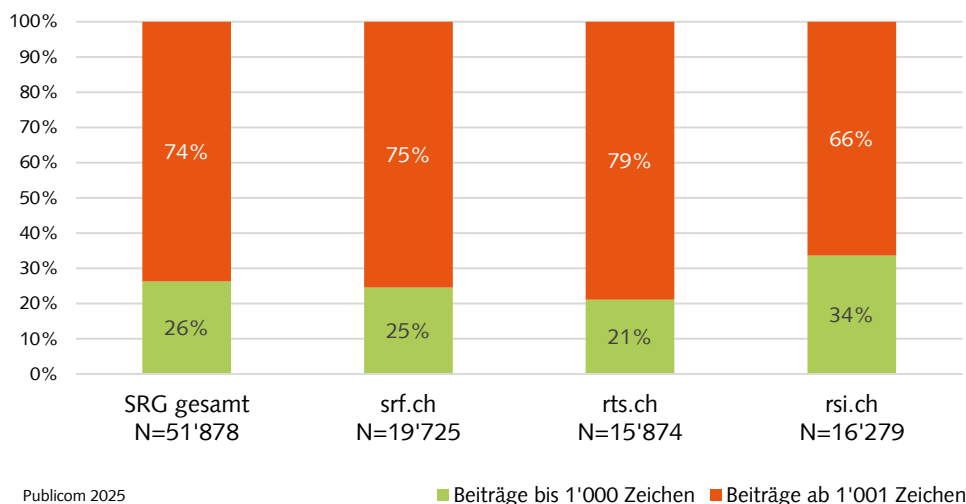
³⁷ Kultur belegt, vor Wissenschaft und News Allgemein, den grössten Anteil unter den übrigen Ressorts.

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

Im nationalen Mittel **übertreffen** in den Newsportalen **74%** der Textbeiträge des Jahres 2024 den Konzessions-Schwellenwert von 1'000 Zeichen (vgl. Abbildung 12). Zwischen den Auftritten der deutschen (75% längere Berichte) und der französischen Schweiz (79%) zeigen sich vergleichsweise geringe Unterschiede. Im Vergleich dazu tendiert das **RSI-Newsportal** stärker zu **Kurzberichten**, sodass mit 66% deutlich weniger italienischsprachige Textbeiträge die Zeichengrenze überschreiten.

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

Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=51'878), 1.1. bis 31.12.2024

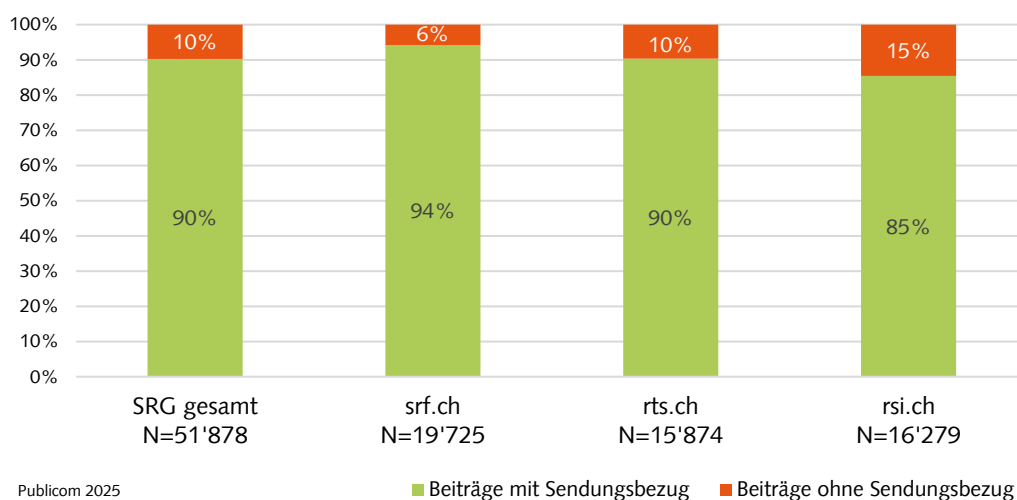


³⁸ Weitere Textelemente wie bspw. Headline, Zwischentitel, Bildlegenden oder Quotes werden nicht mitgezählt.

2.2.3. Sendungsbezüge

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

Abbildung 13: Sendungsbezüge in Newsportalen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N=51'878), 1.1. bis 31.12.2024



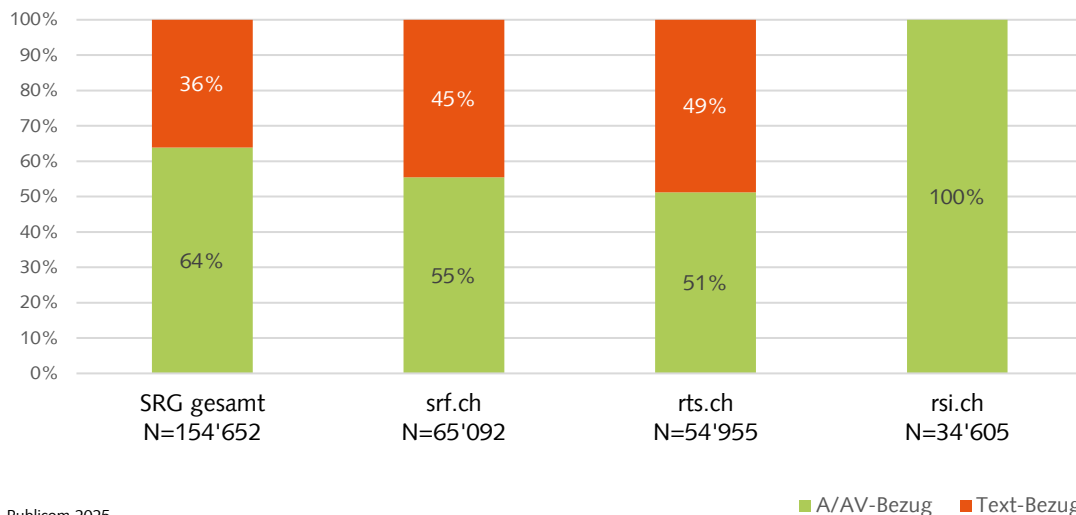
Mit einem Anteil von **90%** überwiegen im Jahr 2024 klar die sendungsbezogenen Textbeiträge. Im **SRF-Newsportal** finden sich am wenigsten Textbeiträge ohne Bezug, denn ganze **94%** beinhalten einen oder mehrere Hinweise auf eine ausgestrahlte Sendung. Aber auch **RTS** und **RSI** integrieren Sendungsbezüge in die allermeisten Online-Beiträge (90% bzw. 85% mit Bezug). Dies musste beim italienischsprachigen Angebot nicht unbedingt erwartet werden – angesichts des erhöhten Anteils von 34% Beiträgen, die unter der Zeichengrenze liegen (vgl. Abbildung 12), und deshalb auch ohne Sendungsbezug auskommen könnten.

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 Online-Angeboten der SRG im Jahr 2024 insgesamt knapp 155'000 Sendungsbezüge

³⁹ Diese Vorgaben werden in der Folge noch nicht einbezogen, weshalb die Ausführungen dieses Kapitels keine Beurteilung der Konzessionskonformität anstellen (vgl. dazu Kapitel 3.1).

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=154'652), 1.1. bis 31.12.2024



Mit einem Anteil von rund **64%** prägen insgesamt die **multimedialen A/AV-Bezüge** das SRG-Angebot, während **36%** in rein **textlicher Form** hergestellt werden. In der italienischen Schweiz (**RSI**) wurden ausschliesslich **A/AV-Bezüge** gefunden. In den Auftritten von **SRF** und **RTS** finden sich beide Formen. Im französischsprachigen Angebot liegt der Anteil von Textbezügen mit 49% leicht höher als bei SRF mit 45%.

2.3. Inhaltliche Strukturmerkmale

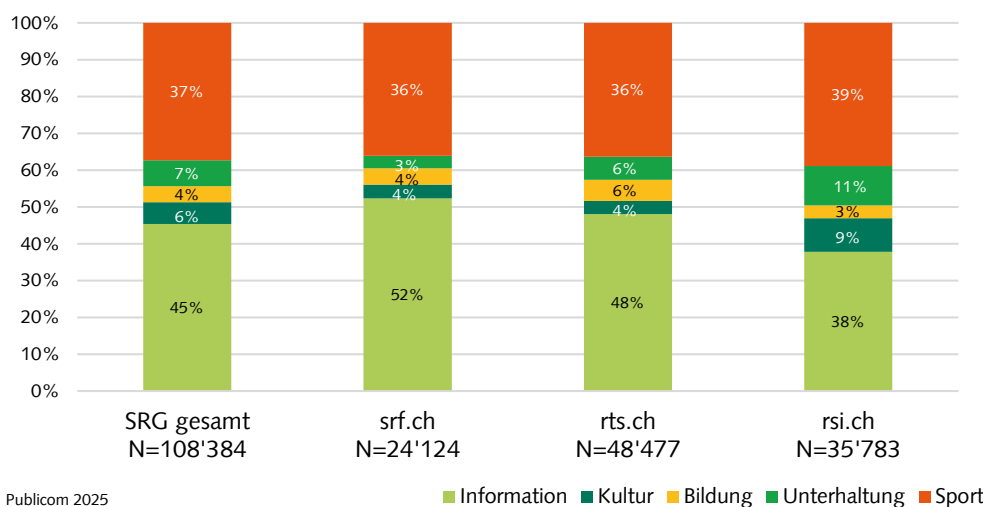
Die Analyse der SRG Online-Angebote übernimmt die inhaltlichen bzw. thematischen Bereiche des publizistischen Angebots, die im 2. Abschnitt der SRG-Konzession (Art. 6 bis Art. 10) vorgegeben sind. Entsprechend wurde das redaktionelle Angebot der Online-Auftritte nach den dort festgelegten Kategorien **Information**, **Kultur**, **Bildung**, **Unterhaltung** und **Sport** anhand von Stichproben (N=6'702) manuell überprüft, kategorisiert und hochgerechnet.

Im gesamten redaktionellen Online-Angebot der SRG nimmt **Information** mit 45% den grössten Anteil ein (vgl. Abbildung 15, nächste Seite). An zweiter Stelle folgt der **Sport** mit 37%. **Unterhaltung** mit 7%, sowie **Kultur** (6%) und **Bildung** (4%) spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Im Vergleich der drei regionalen Auftritte ergeben sich gewisse Unterschiede: SRF hat mit 52% den höchsten **Informationsanteil**, knapp vor RTS mit 48%. RSI liegt in dieser Kategorie deutlich

zurück, mit 38%. Dagegen weist RSI in der Kategorie **Sport** (mit 39%), sowie jeweils deutlich für **Unterhaltung** (11%) und **Kultur** (9%) den grössten Anteil aller Portale aus. RTS bietet mit 6% etwas mehr Inhalte zur **Bildung** als die anderen beiden Angebote.

Abbildung 15: Struktur nach Bereichen des publizistischen Angebots – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=108'384, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.2024



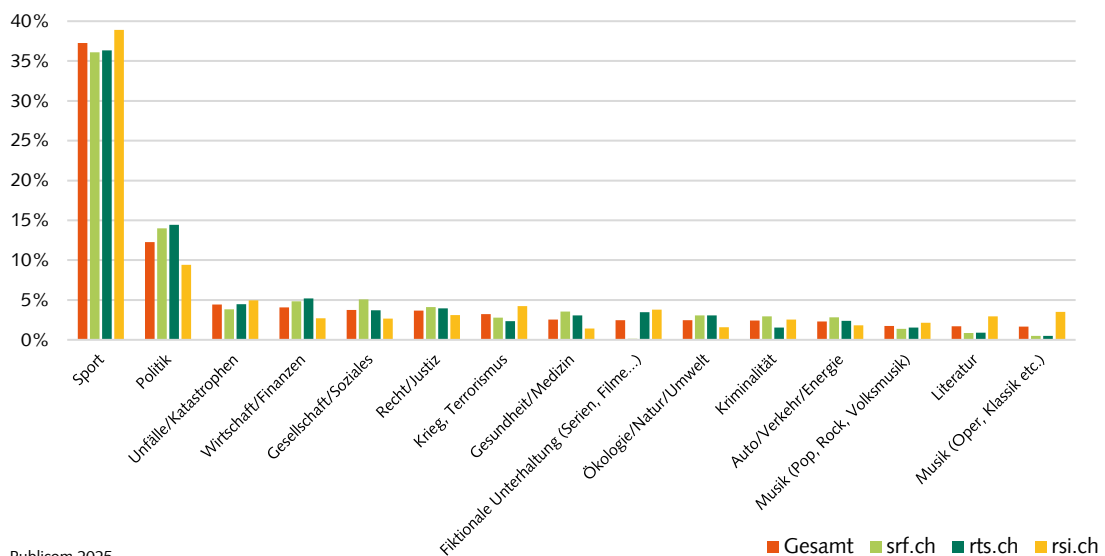
Die inhaltlichen Kategorien basieren auf einer manuellen Analyse anhand von **40 Unterthemen** aus den genannten Kategorien, die Publicom im redaktionellen Angebot vorgenommen hat (vgl. Abbildung 16, nächste Seite). Klar an der Spitze steht auch hier der **Sport** (ohne Unterthemen). Wie oben dargelegt, ist **Information**, mit einem Anteil von insgesamt 45%, der grösste Bereich in den redaktionellen Online-Angeboten der SRG. Denn zur Information gehören **10 der 15 stärksten Unterthemen** des Jahres 2024: **Politik** ist, mit beträchtlichem Rückstand auf Sport, der zweitstärkste Aspekt (12%). Deutlich dahinter rangieren, mit jeweils 4% Anteil, **Unfälle/Katastrophen**, **Wirtschaft/Finanzen**, **Gesellschaft/Soziales** und **Recht/Justiz**, knapp vor **Krieg**, **Terrorismus** und **Gesundheit/Medizin**, mit Anteilen von je 3%. Ebenfalls zum Bereich Information zählen **Ökologie/Natur/Umwelt**, **Kriminalität** und **Auto/Verkehr/Energie**, mit einem Themenanteil von jeweils 2%.

Aus dem Bereich **Unterhaltung** schaffen es mit **Fiktionale Unterhaltung** und **Populäre Musik** zwei Unterthemen in die Top 15, und aus dem Themenbereich **Kultur** stehen **Literatur** und **Musik (Oper, Klassik etc.)** ganz am Ende der Liste.

Im Vergleich der sprachregionalen Angebote sind die Unterschiede gering. Sport und Politik nehmen überall die beiden thematischen Spitzenpositionen ein. In der Themenagenda von **SRF** zeigen sich gewisse Akzente bei Gesellschaft/Soziales, Recht/Justiz, Gesundheit/Medizin sowie

Kriminalität (vgl. Abbildung 16). **RTS** setzt im Vergleich etwas stärker auf Politik, Wirtschaft/Finanzen und Ökologie/Natur/Umwelt. Im redaktionellen Angebot von **RSI** sind Sport, Unfälle/Katastrophen, Krieg/Terrorismus, Fiktionale Unterhaltung, Literatur und (populäre sowie klassische) Musik leicht überdurchschnittlich vertreten.

Abbildung 16: Struktur nach Themenbereichen – Top 15 insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: alle redaktionellen Beiträge (N=108'384, Hochrechnung), 1.1. bis 31.12.204



Publicom 2025

3. Konzessionskonformität

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

Die Konzession der SRG legt fest, dass Textbeiträge im Newsportal auf höchstens 1'000 Zeichen beschränkt sind, wenn sie keinen Sendungsbezug aufweisen.⁴⁰ Newsportal-Textbeiträge **über 1'000 Zeichen** müssen einen **konformen Sendungsbezug** beinhalten (Art. 18 Abs. 2 Bst. c, vgl. Kapitel 1.2). Dafür muss der Beitrag die betroffene **Sendung nennen** und eine **zeitliche** sowie **thematische Nähe** zur korrespondierenden Sendung aufweisen (Art. 18 Abs. 2 Bst. b).⁴¹

Zwecks Ermittlung der Konzessionskonformität ist in den Newsportalen der SRG-Auftritte zu prüfen, ob Textbeiträge über 1'000 Zeichen einen oder mehrere **Sendungsbezüge** beinhalten.

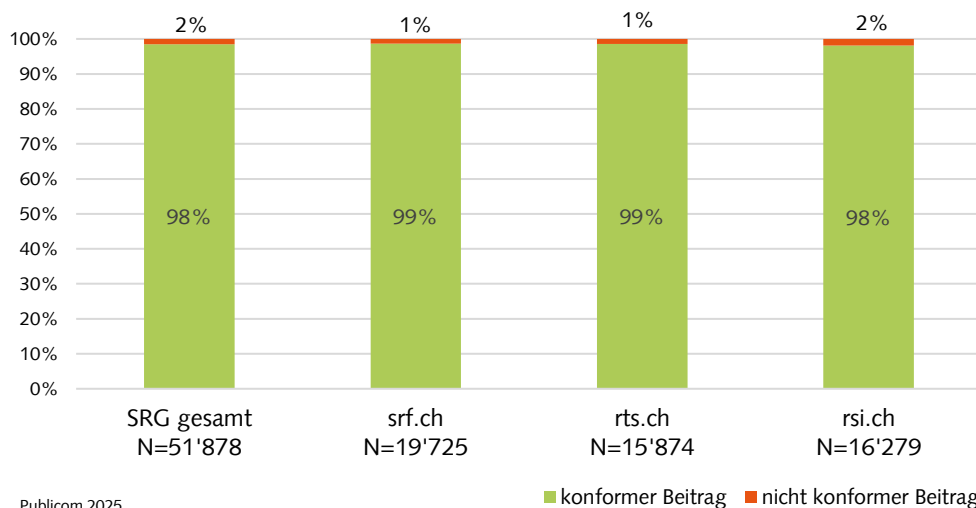
⁴⁰ Von der Regelung ausgenommen ist das Online-Angebot in rätoromanischer Sprache (RTR).

⁴¹ Dabei gilt auch die Nennung eines Programms als konforme Sendungsnennung (z.B. "Radio SRF 1").

Ist mindestens ein Sendungsbezug vorhanden, wird zusätzlich untersucht, ob eine zulässige **Sendung**⁴² 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.

In den drei Newsportalen der SRG zusammengekommen erfüllen **hohe 98%** aller im Jahr 2024 publizierten Textbeiträge die genannten Anforderungen und sind somit **konform** mit Art. 18 Abs. 2 Bst. c der SRG-Konzession (N= 51'078, vgl. Abbildung 17). Nur gerade **2%** 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=800).

Abbildung 17: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. c: Längenbeschränkung im Newsportal – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N= 51'878), 1.1. bis 31.12.2024



Im Newsportal von **SRF** finden sich hohe **99% konforme** Textbeiträge (N= 19'463), und nur gerade **1%** (N=262, Abbildung 17) werden als **nicht konform** beurteilt. 25% (N= 4'851) aller publizierten Newsportal-Textbeiträge liegen unter und 75% (N= 14'874) über der Grenze von 1'000 Zeichen. In dieser grossen Zahl längerer Texte gelingt es SRF demnach weitestgehend, konforme Sendungsbezüge herzustellen. Abbildung 17 zeigt, dass der Anteil **nicht konformer** Textbeiträge im Newsportal von **RTS** mit **1%** (N=224) gleich tief ist wie bei SRF. Daneben umfasst das RTS-Newsportal **99% konforme** Beiträge (N=15'650). Von allen RTS-Textbeiträgen liegen 21% (N= 3'355) unter der Zeichengrenze, und vergleichsweise hohe 79% (N= 12'519) beinhalten mehr als 1'000 Zeichen. Und auch im Newsportal von **RSI** sind im Jahr 2024 knapp **98%**

⁴² Mit Eintrag auf der "Whitelist" im Sendungsverzeichnis (vgl. Kapitel 1.5.3).

der Textbeiträge **konform** (N= 15'965), und gut **2%** werden nicht allen Anforderungen der SRG-Konzession gerecht (N= 314). Die ausgeprägtere Tendenz zu Kurzberichten in der Italienischen Schweiz zeigt sich darin, dass vergleichsweise hohe 34% (N= 5'479) der Newsportal-Textbeiträge unterhalb der Zeichengrenze liegen, und lediglich 66% (N= 10'800) in den regulatorisch relevanten Bereich über 1'000 Zeichen fallen.

Wie soeben dargelegt, verstossen im Jahr 2024 lediglich etwa 2% 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 eine mangelhafte Gewährleistung **zeitlicher Nähe**. Dabei handelt es sich primär um Online-Beiträge, die nicht konform sind, weil sie auf dem jeweiligen SRG-Online-Angebot **mehr als 35 Minuten** vor der Ausstrahlung der Sendung im Bezug publiziert wurden. In einem kleineren Teil der Verstösse kann keine zeitliche Nähe ermittelt werden. In diesen Fällen sind häufig die Zeitangaben im Sendungsbezug unvollständig, seltener sind Zeitangaben gar nicht vorhanden, oder sie können nicht ausgelesen werden. 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.⁴³

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 23) wurde bereits dargelegt, dass in 92% 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, nächste Seite).

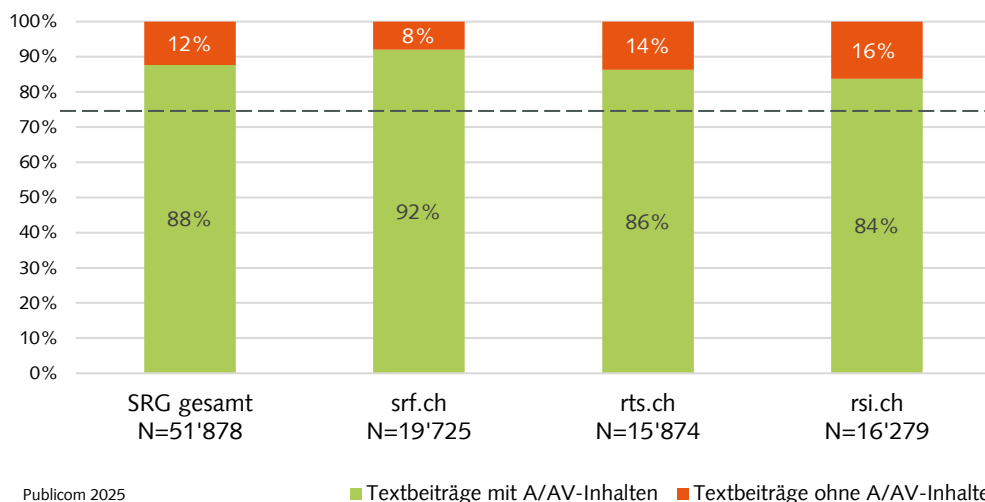
Im Jahr 2024 sind in den drei SRG Online-Angeboten zusammengekommen **88%** (N= 45'502), aller Textbeiträge im Newsportal mit **A/AV-Inhalten verknüpft**. Damit wird der in der Konzession geforderte Wert von 75%, über das ganze Jahr gesehen, insgesamt deutlich **übertroffen**. Das **SRF**-Angebot weist mit **92%** (N= 18'160) einen leicht überdurchschnittlichen Anteil von Textbeiträgen mit A/AV-Inhalten aus. **RTS** liegt mit **86%** (N= 13'702) zwar darunter, aber immer noch klar über der regulatorischen Vorgabe. **RSI** erreicht **84%** (N= 13'641) und positioniert sich damit

⁴³ Innerhalb eines Online-Beitrags sind auch mehrfache Verstösse derselben oder unterschiedlichen Art möglich.

etwas hinter den beiden anderen Angeboten. Doch auch der italienischsprachige Auftritt erfüllt die 75%-Vorgabe der Konzession deutlich.

Abbildung 18: Textbeiträge mit und ohne A/AV-Inhalte – insgesamt und nach Online-Auftritt

Basis: Textbeiträge im Newsportal (N= 51'878), 1.1. bis 31.12.2024

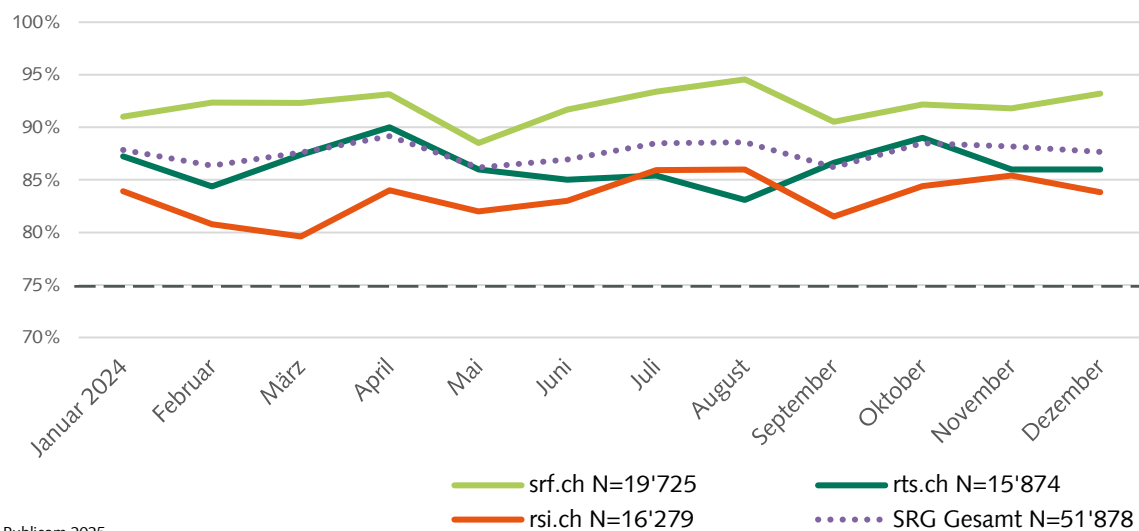


Zusätzlich legt die SRG-Konzession fest, dass der Grenzwert von 75% Textbeiträgen mit A/AV-Inhalten stets über eine Periode von **30 Tagen** einzuhalten ist. Dies bedeutet, dass die SRG-Angebote das Kriterium der A/AV-Verknüpfung in Textbeiträgen grundsätzlich an jedem Kalendertag eines Jahres für die 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 2024 (am Ersten jedes Monats) und weist jeweils den Anteil Textbeiträge mit integrierten A/AV-Inhalten für die vergangenen 30 Tage aus.

Abbildung 19, (nächste Seite) zeigt, dass die drei **SRG**-Angebote an jedem der zwölf Stichtage über dem geforderten Grenzwert von 75% liegen. Somit sind **SRF, RTS und RSI über das ganze Jahr 2024 konform** mit der SRG-Konzession Art. 18 Abs. 2 Bst. d.

Im Auftritt der **deutschen Schweiz** ist der Anteil von Textbeiträgen, die mit A/AV-Inhalten verknüpft sind, von Januar bis Dezember 2024 zwar leichten Schwankungen unterworfen. Doch mit einer Spanne zwischen 89% (Mai) und sehr hohen **95%** (August) liegt **SRF** zwischen 14% bis 20% über der Konzessionsvorgabe.

Abbildung 19: Konformität Art. 18 Abs. 2 Bst. d: A/AV-Verknüpfungen – insgesamt und nach Online-Auftritt
Basis: Textbeiträge im Newsportal (N= 51'878), 1.1. bis 31.12.2024



RTS erreicht mit **90%** den höchsten Wert des Jahres im April. Trotz einiger Schwankungen liegt der Jahres-Tiefstwert, im August, bei immer noch konformen 83% Textbeiträgen mit A/AV-Integration. Das Webangebot von **RSI** liegt zwar etwas hinter den beiden anderen Portalen zurück. Aber auch das italienischsprachige Angebot übertrifft, mit einer Spanne zwischen **86%** (Juli und August) und **80%** (März), die Konzessionsvorgabe in jedem Monat 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**⁴⁴ extrahiert, die im Jahr 2024 von den Online-Beiträgen der SRG zu Angeboten Dritter gesetzt wurden (N=3'213'038, vgl. Abbildung 6 auf Seite 20). Aus dieser Grundgesamtheit wurden sämtliche verlinkten Internet-**Domains** identifiziert (N=5'530, 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.⁴⁵ 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. 4.3)
4. Technisch integrierte Inhalte (vgl. Kapitel 4.4)
5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter (vgl. Kapitel 4.5)

Tabelle 4 (nächste Seite) zeigt für jeden der drei Online-Auftritte der SRG eine Übersicht seiner **20 meistverlinkten Domains**. Insgesamt verweisen 3'191'411 Links von den SRG-Angeboten auf diese 60 Top-Domains, was über 99% aller gefundenen elektronischen Verbindungen entspricht. Unter den 20 meistverlinkten Domains pro Online-Auftritt ist kaum ein Eintrag vorhanden, der auf eine unzulässige Kommerzialisierung hinweisen würde.

⁴⁴ 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.

⁴⁵ So hat bspw. der hundertfach verlinkte E-Shop ein klar grösseres Kommerzialisierungspotenzial als ein redaktioneller Blog, zu dem nur wenige Verbindungen existieren.

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

Basis: 100 meistverlinkte Domains pro Auftritt, 1.1. bis 31.12.2024

SRF	Anzahl	Kat.	RTS	Anzahl	Kat.
schema.org	217'688	3	cloudflare.com	1'244'617	3
usercentrics.eu	35'911	3	facebook.com	72'277	3 / 4
x.com / twitter.com	33'388	3 / 4	x.com / twitter.com	71'482	3 / 4
facebook.com	33'379	3 / 4	chartbeat.com	51'160	3
whatsapp	33'315	3	usercentrics.eu	51'159	3
w3.org	32'626	3	avisdexperts.ch	51'119	5
scorecardresearch.com	32'566	3	typography.com	47'490	3
google.com	31'457	3	w3.org	38'174	3
janraincapture.com	31'379	3	linkedin.com	35'869	3 / 4
widget-cdn.rpxnow.com	31'379	3	schema.org	29'594	3
play.google.com	17'476	2	instagram.com	22'974	3 / 4
datawrapper.dwcdn.net	6'147	3	wa.me	22'735	3
jptdpz43r4.kameleoon.eu	3'345	3	youtube.com	14'732	3 / 4 / 5
glueckschette.ch	2'563	5	whatsapp.com	3'416	3
spotify.com	1'097	4	genevevision.ch	2'155	5
apple.com	514	2	t.co	1'096	4
whatsapp.com	455	3	notrehistoire.ch	665	5
youtube.com	256	3 / 4 / 5	nature.com	139	5
parlament.ch	233	5	lemonde.fr	111	5
engage.swiss-solidarity.org	175	3	youtu.be	99	4
RSI	Anzahl	Kat.	Kategorien		
amazonaws.com	201'981	3	Kat. 1 = Links mit Werbebezug		
usercentrics.eu	176'977	3	Kat. 2 = Links zu E-Shops		
akamaized.net	90'728	3	Kat. 3 = Techn. Dienste ohne Inhalte		
facebook.com	49'272	3 / 4	Kat. 4 = Techn. integrierte Inhalte		
x.com / twitter.com	49'018	3 / 4	Kat. 5 = Links zu Drittinhalten		
instagram.com	45'692	3 / 4			
youtube.com	42'871	3 / 4 / 5			
linkedin.com	36'270	3 / 4			
ingest.sentry.io	35'397	3			
nginx:8101	33'037	3			
apple.com	30'990	2			
play.google.com	25'107	2			
w3.org	20'477	3			
google.com	15'967	3			
whatsapp.com	8'656	3			
open.spotify.com	6'790	4			
www3.ti.ch	5'543	5			
wa.me	4'105	3			
surveygizmo.eu	3'751	5			
t.co	2'325	4			

Publicom 2025

Ein Grossteil, nämlich 42 von insgesamt 60 Einträgen, bzw. 13 bis 15 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, usercentrics.eu, schema.org, amazonaws.com, w3.org, akamaized.net, chartbeat.com, typography.com, ingest.sentry.io, nginx:8101, scorecardresearch.com). Sie repräsentieren ganze 94% aller Links der 20 Top-Domains pro Online-Angebot.

Daneben finden sich in den Top 20 in jedem Online-Angebot noch vier bis sieben **Drittanbieter von Inhalten**, die über **klickbare Links** eingebunden sind (Kat. 5, vgl. Kapitel 4.5, bspw. *open.spotify.com, t.co,youtu.be, instagram.com, youtube.com, glueckskette.ch, parlament.ch, avisdexperts.ch, genevevision.ch, notrehistoire.ch, nature.com, lemonde.fr, www3.ti.ch*). 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) zu finden. Dabei handelt es sich besonders häufig um Inhalte bzw. Postings aus sozialen Medien (z.B. *x.com, spotify.com, youtube.com, instagram.com, linkedin.com, t.co*), die in Online-Beiträgen eingebettet sind.

Im Gegensatz zum Vorjahr finden sich bei RSI und SRF allerdings zahlreiche Links zu **E-Shops** (Kat. 2, vgl. Kapitel 4.2). Diese Verbindungen werden aber als unbedenklich beurteilt, weil es sich um Links zu den Download-Pages der verschiedenen SRG-Apps (u.a. RSI Info/Sport/Cultura, Play RSI, SRF News, Play SRF, SRF Meteo oder SRF Sport) auf den beiden App-Stores *apple.com* und *play.google.com* handelt. **Drittanbieter mit Werbebezug** (Kat. 1, vgl. Kapitel 4.1) wurden unter den Top 20 Domains in den drei Online-Angeboten der SRG keine gefunden.

Diese beiden letztgenannten Kategorien bergen das grösste Kommerzialisierungspotenzial, weshalb bei gehäuftem 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).

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, dürfen in den SRG-Auftritten nicht verlinkt sein. Publicom hat **alle gefundenen Domains** (N= 5'530) nach den URLs bekannter Ad-server (u.a. *247realmedia.de, adition.com, adition.de, adlink.ch, adtech.de, google.com/admanager, google.com/doubleclick, doubleclick.com, openx.org*) und werbenahen Schlagworten

geprüft. Die Suche war ergebnislos: Im gesamten Online-Angebot der SRG wurden im Jahr 2024 **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 Produktverkauf ist, sind daran interessiert, dass ihre Shops von stark beachteten Webangeboten verlinkt werden. Aus diesem Grund ist es gängige Praxis, dass Geschäftsbeziehungen durch Provisionssysteme gestärkt werden, den sogenannten Affiliate-Programmen. Dabei erhält der Partner vom E-Shop-Anbieter eine Vergütung, die an Klickraten und/oder Umsatz gebunden ist.

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

Im SRG-Angebot des Jahres 2024 wurden insgesamt **74'635 Verlinkungen zu 34 Domains** gefunden, die als E-Shops identifiziert wurden (vgl. Tabelle 5, nächste Seite).⁴⁶ Damit machen E-Shops lediglich **gut 2%** aller gefundenen Verlinkungen aus. Die Auftritte von **RSI** (N=56'595) und **SRF** (N=17'996) weisen dabei die klar grössere Verbindungshäufigkeit zu E-Shops auf als **RTS** (N=44). Bei drei Domains zeugt die Verbindungshäufigkeit von einer zugrundeliegenden Systematik: **apple.com** wurde im Angebot von **RSI** fast 31'000-mal, bei **SRF** hingegen nur rund 500-mal verlinkt. Ausgeglichen verhält es sich bei **play.google.com**, das von **RSI** rund 25'100- und von **SRF** 17'400-mal verbunden wurde.⁴⁷ Daneben hat nur noch **podcasts.google.com** (bei **RSI**, N=380) eine grössere Verbindungshäufigkeit. Dabei handelt es sich um Links auf (unbedenkliche) Applikationen (oder Podcasts) die auf den Stores kostenlos zum Download bereitstehen.

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

⁴⁷ Auch bei **RTS** ist **play.google.com** der am häufigsten verlinkte E-Shop, allerdings mit lediglich 21 Verbindungen.

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

Basis: alle Domains (N= 5'530), 1.1. bis 31.12.2024

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
play.google.com	17'476	play.google.com	21
apple.com	514	editionsfavre.com	4
podcasts.google.com	3	editions-ulmer.fr	4
schwabeonline.ch	3	schwabeonline.ch	3
		editions.flammarion.com	3
		editionsdurocher.fr	3
		gallimard.fr	3
		apple.com	1
		books.openedition.org	1
		editionszoe.ch	1

RSI	Anzahl
apple.com	30'990
play.google.com	25'107
podcasts.google.com	380
garzanti.it	16
viella.it	15
edizionicasagrande.com	15
einaudi.it	9
fontanaedizioni.ch	8
gabrielecapellieditore.com	7
adelphi.it	6
fooby.ch	5
castelvecchieditore.com	5
editorialedomani.it	5
lafeltrinelli.it	3
oscardondadori.it	3
raffaello cortina.it	3
slowfoodeditore.it	3
fazieditore.it	2
lanavediteseo.eu	2
neripozza.it	2
bompiani.it	2
edizionisur.it	2
feltrinellieditore.it	2
digital.fondazione carisbo.it	1
fondation-hermitage.ch	1
thewarehousedallas.org	1

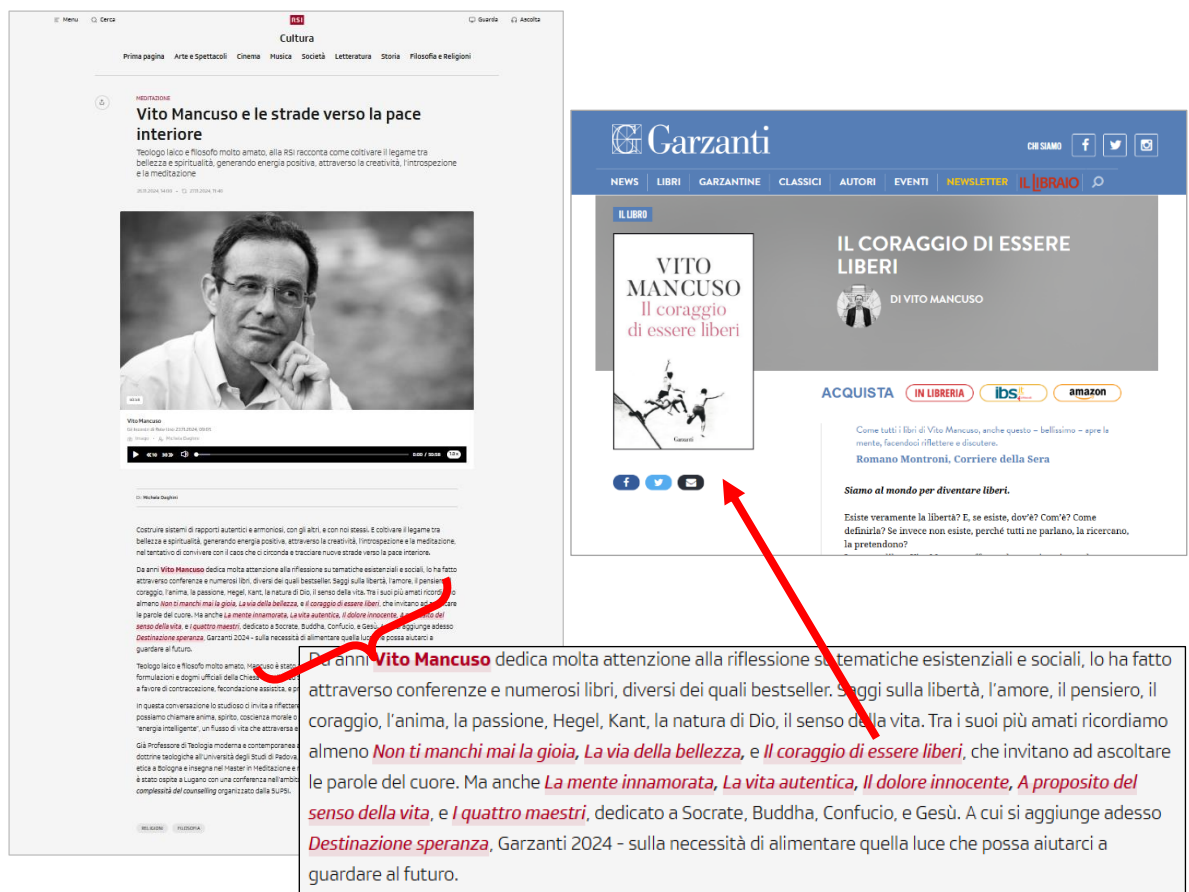
Publicom 2025

Zu allen anderen E-Shops ist die Anzahl elektronischer Verbindungen deutlich geringer. Einzig die Websites von **Verlagen**, namentlich *garzanti.it* (N=16), *viella.it* (N=15) und *edizionicasagrande.com* (N=15), wurden 2024 mehr als 10-mal verlinkt. Insgesamt haben die SRG-Online-Angebote – meist im redaktionellen Kontext kultureller oder gesellschaftlicher Berichterstattung –

im Jahr 2024 elektronische Verbindungen zu 30 Verlagen gesetzt, wovon 22 von RSI und 8 von RTS stammen (SRF hat 2024 keine Buchverlage verlinkt). Daneben wurden zu 28 der 34 gefundenen E-Shop-Domains jeweils weniger als 10, zu 20 sogar weniger als 5 externe Links gesetzt.

Da die externen Links zu Buchverlagen (vgl. Abbildung 20) 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.

Abbildung 20: Link von RSI auf E-Shop von garzanti.it – Beispiel für Buchtipps



<https://www.rsi.ch/cultura/filosofia-e-religione/Vito-Mancuso-e-le-strade-verso-la-pace-interiore--2389426.html>

Publicom 2025

Bei der Beurteilung von elektronischen Verbindungen zu E-Shops ist hinsichtlich kommerzieller Motivation 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 (interne) Unterlagen ist es 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**⁴⁸ erkennbar ist. Hinweise auf ein solches Partnersystem gibt es in den Online-Angeboten der SRG auch im Jahr 2024 keine. Es konnten zudem auch keine Verlinkungen zu gängigen Anbietern von Konzerttickets oder sonstigen Veranstaltungen gefunden werden.⁴⁹

4.3. Technische Dienstleistungen ohne Inhalte

Tabelle 6: Links zu technischen Diensten ohne Inhalte – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt
Basis: alle Domains (N= 5'530), Top 10 pro Auftritt, 1.1. bis 31.12.2024

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
schema.org	217'688	cloudflare.com	1'244'617
usercentrics.eu	35'911	facebook.com	72'277
x.com / twitter.com	33'387	x.com / twitter.com	64'769
facebook.com	33'315	chartbeat.com	51'160
whatsapp.com	33'315	usercentrics.eu	51'159
w3.org	32'626	typography.com	47'490
scorecardresearch.com	32'566	w3.org	38'174
google.com	31'457	linkedin.com	35'869
janraincapture.com	31'379	schema.org	29'594
widget-cdn.rpxnow.com	31'379	instagram.com	22'974

RSI	Anzahl
amazonaws.com	201'981
usercentrics.eu	176'977
akamaized.net	90'728
facebook.com	49'270
instagram.com	45'691
x.com / twitter.com	43'523
youtube.com	42'118
linkedin.com	36'270
ingest.sentry.io	35'397
nginx:8101	33'037

Publicom 2025

⁴⁸ 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.

⁴⁹ Wie bspw. ticketcorner.ch, starticket.ch oder eventfrog.ch

94% aller externen Links, die im Jahr 2024 in den SRG Online-Angeboten gesetzt wurden, entfallen auf **technische Dienste ohne Inhalte** (vgl. Tabelle 6, vorherige Seite). Von diesen rund 3 Mio. elektronischen Verbindungen entfällt mit 56% über die Hälfte auf RTS, daneben 27% auf RSI und die 17% auf SRF. Die meisten Links zu diesen Angeboten befinden sich im Quelltext der Webseiten und sind für die Nutzerinnen und Nutzer nicht sichtbar. Eine Ausnahme bilden "Share-Buttons" (z.B. zu Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp), die der Distribution von SRG-Inhalten in soziale Medien dienen.

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: alle Domains (N= 5'530), 1.1. bis 31.12.2024

SRF	Anzahl	RTS	Anzahl
spotify.com	1'097	youtube.com	14'732
youtube.com	256	twitter.com	6'713
instagram.com	128	t.co	1'096
facebook.com	64	youtu.be	99
youtu.be	18	vimeo.com	28
tiktok.com	11	t.ly	28
map.geo.admin.ch	9	embed.dpa-electionslive.com	22
linkedin.com	8	spotify.com	16

RSI	Anzahl
spotify.com	6'790
twitter.com	5'495
t.co	2'325
youtube.com	751
maps.app.goo.gl	634
embed.dpa-electionslive.com	77
map.geo.admin.ch	53
vimeo.com	26
m3.www3.ti.ch	12

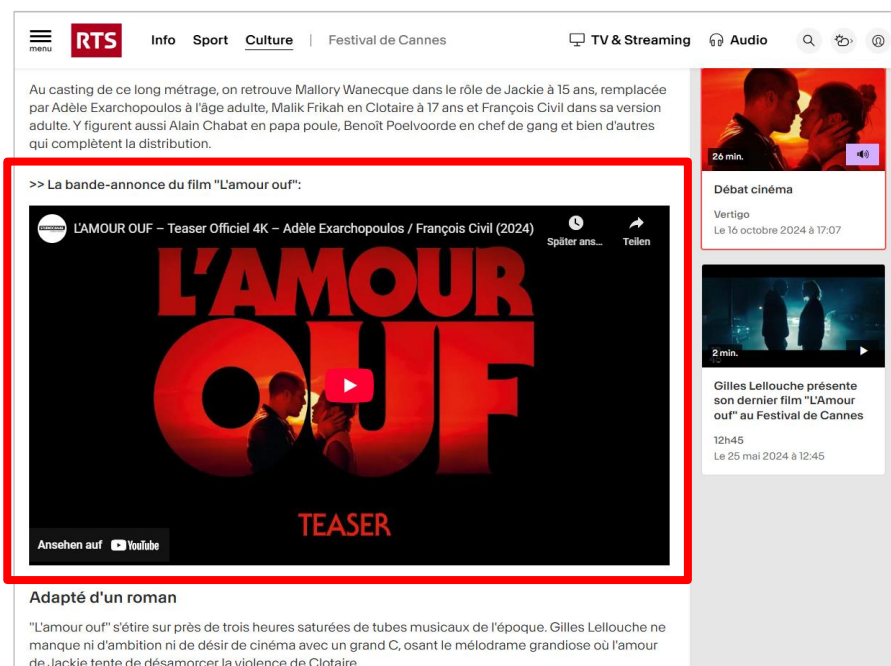
Publicom 2025

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 2024 circa **40'510 externe Links** zu Anbietern von technisch integrierten Inhalten identifiziert, was lediglich 1.3% aller abgehenden Verbindungen entspricht (vgl.

Tabelle 7, vorangegangene Seite). Der grösste Teil fällt dabei in den Auftritten von RTS (56%) und RSI an (40%). Das Angebot von SRF greift deutlich seltener auf technisch integrierte Inhalte zurück (4%).

Eine gängige Praxis ist das Einbinden von Inhalten aus sozialen Medien: Am häufigsten werden dabei Inhalte von **YouTube** eingebunden (*youtube.com*, *youtu.be*). Die Online-Beiträge der SRG, bzw. grossmehrheitlich von RTS, wurden im Jahr 2024 mit insgesamt rund 15'800 YouTube-Videos angereichert (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 21). Das Einbetten von **Tweets** (*twitter.com*, *t.co*, *t.ly*)⁵⁰ ist vor allem bei RTS (N=7'873) und RSI (N=7'820) verbreitet. Dabei handelt es sich meist um Kurznachrichten aus der Welt des Sports oder Tweets von Politikern. Vermehrt anzutreffen sind zudem Einbettungen von musikalischen Beiträgen oder Podcast über **Spotify** – am häufigsten im Auftritt der Italienischen Schweiz (N=6'790), gefolgt von SRF (N=1'097). Das Einbinden von **Instagram**-Posts (N=128), **Facebook**-Posts (N=64) oder **TikTok**-Videos (N=11) geschieht bereits deutlich seltener und ist vor allem im Online-Angebot von SRF anzutreffen.

Abbildung 21: YouTube – Beispiel für technisch integrierte Inhalte auf RTS



<https://www.rts.ch/info/culture/cinema/2024/article/l-amour-ouf-de-gilles-lellouche-un-romeo-et-juliette-dans-la-france-des-annees-1980-28665060.html>

Publicom 2025

⁵⁰ *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.

Daneben ist auf RTS häufig der Online-**Kartendienst** von Google (*maps.app.goo.gl*) eingebunden (N=634), während *map.geo.admin.ch* etwas seltener verwendet wird (N=53). Alle anderen Anbieter technisch integrierter Inhalte kommen in den Online-Angeboten der SRG des Jahres 2024 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 vorhanden zu sein, da Publicom im Jahr 2024 keine auffälligen Negativbeispiele gefunden hat.

4.5. Klickbare Links zu Inhalten Dritter

Die letzte Kategorie umfasst **klickbare Links**, die **zu Drittanbietern von Inhalten** führen. Darunter fällt eine grosse Bandbreite verschiedener Websites. Ganze **98%** aller 2024 gefundenen **Domains** sind solche Drittanbieter von Inhalten. Die einzelnen Domains werden jeweils nur ganz wenige Male verlinkt (vgl. Tabelle 8, nächste Seite). Insgesamt hat Publicom 81'907 Verbindungen dieses Typs identifiziert, womit die Drittinhalte einen Anteil von lediglich knapp 3% am Gesamtaufkommen aller Links haben. 60'047 bzw. hohe 73% dieser Links zu Drittanbietern finden sich auf **RTS**, während 18% auf RSI (N= 13'453) und 15% auf SRF (N= 8'407) entfallen.

Dass die zahlreichen Anbieter, mit wenigen Ausnahmen, nur **selten verlinkt** sind, ist ein Indikator für ein **geringes Kommerzialisierungspotenzial**. Darüber hinaus gestaltet sich eine umfassende Bewertung dieser sehr heterogenen Kategorie (mit rund 5'400 einzelnen Domains) als eher schwierig. Im Folgenden werden die wichtigen Gruppen herausgegriffen und diskutiert:

Mit mehr als 51'000 Verbindungen ist *avisdexperts.ch* klarer Spitzenreiter bei den klickbaren Links zu Inhalten Dritter (vgl. Tabelle 8). Das Expertenportal ist eine (unbedenkliche) Zusammenarbeit von RTS und den französischsprachigen Universitäten sowie Fachhochschulen. Ebenfalls sehr häufig anzutreffen sind Verlinkungen von RSI zu **www3.ti.ch** (N= 5'543) und **survey-gizmo.eu** (N=3'751). Dabei handelt es sich um die Webseite des Kanton Tessin und um ein Umfragetool bzw. diesbezügliche Ergebnisse. Zudem werden in den Online-Beiträgen häufig Websites von **anderen Medien** und anderen **externen Informationsquellen** verlinkt – am häufigsten *notrehistoire.ch* (N=666), *nature.com* (N=253), *lemonde.fr* (N=116), *nytimes.com* (n=114), *de.wikipedia.org* (N=110), *blick.ch* (N=87), *science.org* (N=80), *bbc.com* (N=67), *pumed.ncbi.nlm.nih.gov* sowie *sciencedirect.com* (je N=61), *hls-dhs-dss.ch* (N=59), *orientamento.ch* (N=55), *nzz.ch* sowie *theguardian.com* (je N=53).

Tabelle 8: Links zu Inhalten Dritter – Verbindungshäufigkeit nach Online-Auftritt

Basis: alle Domains (N= 5'530) Top 50, 1.1. bis 31.12.2024

SRF	Anzahl		
glueckskette.ch	2'563	ilern.ch	20
parlament.ch	233	bafu.admin.ch	19
de.wikipedia.org	108	stadt-zuerich.ch	19
nature.com	104	cell.com	18
bfs.admin.ch	75	blv.admin.ch	17
143.ch	71	skppsc.ch	16
147.ch	65	cockpit.gfsbern.ch	16
admin.ch	58	whiterisk.ch	16
fedlex.admin.ch	51	spiegel.de	16
pubmed.ncbi.nlm.nih.gov	47	sac-cas.ch	15
bag.admin.ch	40	link.springer.com	15
eda.admin.ch	39	swisslos.ch	15
science.org	39	trauernetz.ch	14
alert.swiss	37	usz.ch	14
sciencedirect.com	35	ethz.ch	13
gfsbern.ch	31	sem.admin.ch	13
reden-kann-retten.ch	30	hydrodaten.admin.ch	13
nzz.ch	28	meteoschweiz.admin.ch	13
zhaw.ch	28	nytimes.com	12
theguardian.com	25	bbc.com	12
ncbi.nlm.nih.gov	25	wsl.ch	12
newsd.admin.ch	23	thelancet.com	12
en.wikipedia.org	22	astra.admin.ch	12
doi.org	22	royalsocietypublishing.org	12
tagesanzeiger.ch	21	dureschnufe.ch	12
RTS	Anzahl		
avisdexperts.ch	51'119	24heures.ch	28
genevevision.ch	2'155	francetvinfo.fr	28
notrehistoire.ch	665	tcs.ch	26
nature.com	139	chuv.ch	25
lemonde.fr	111	cell.com	24
nytimes.com	82	edition.cnn.com	24
admin.ch	78	ge.ch	22
blick.ch	76	santepsy.ch	22
ubi.admin.ch	75	lepetitmarseillanais.fr	22
cdn.logora.com	66	profa.ch	22
bfs.admin.ch	56	sciencedirect.com	21
vd.ch	56	nzz.ch	21
bbc.com	46	sbb.ch	21
science.org	41	fr.ch	21
esa.int	35	fr.wikipedia.org	21
meteosuisse.admin.ch	33	justice.ge.ch	21
presserat.ch	33	eda.admin.ch	20
vs.ch	33	thelancet.com	20
fedlex.admin.ch	32	stopsuicide.ch	20
letemps.ch	32	dabplus.ch	19
julienlabarre.com	32	bger.ch	19
bafu.admin.ch	30	foundationalicemilliat.com	19
parlament.ch	29	theguardian.com	18
unige.ch	29	economist.com	18
tagesanzeiger.ch	28	science.nasa.gov	18

RSI	Anzahl		
www3.ti.ch	5'543	ville-fribourg.ch	15
surveygizmo.eu	3'751	results.elections.europa.eu	15
www4.ti.ch	100	fedlex.admin.ch	14
s.geo.admin.ch	82	centroculturalechiasso.ch	14
orientamento.ch	55	osi.swiss	14
hls-dhs-dss.ch	43	ti.ch	13
spotify.com	42	lanostrastoria.ch	12
chitarredalmondo.ch	36	flo.uri.sh	12
abstimmungen.gr.ch	34	gemuese.ch	12
supsi.ch	34	meteosvizzera.admin.ch	12
locarnofestival.ch	30	admin.ch	11
patrimoineculinaire.ch	29	bfs.admin.ch	11
luganolac.ch	28	ajv.sid.be.ch	11
ticino.ch	28	museovilladeicedri.ch	11
donazioni.catena-della-solidarieta.ch	26	pgi.ch	11
it.wikipedia.org	26	nature.com	10
myswitzerland.com	24	theguardian.com	10
bag.admin.ch	22	gr.ch	10
nytimes.com	20	enogastro.info	10
cittadeimestieri.ti.ch	20	ccat.ch	10
catena-della-solidarieta.ch	18	iniziativa-centro-finanziario.ch	10
g.co	17	m4.ti.ch	10
finzipasca.com	17	ticinoate.ch	10
usi.ch	17	bbc.com	9
sbt.ti.ch	16	wsj.com	9

Publicom 2025

Eine weitere grosse Gruppe verlinkter Domains stammt von **Behörden** und **öffentlichen Institutionen**. Neben Websites des **Kantons Tessin** (N=5'643) wurde im Jahr 2024 **parlament.ch** am häufigsten verlinkt (N=270, vgl. Tabelle 8). Ein grösseres Aufkommen an Links haben weitere Websites von **Kantonen** (u.a. *vd.ch*, *vs.ch*, *zh.ch*, *gr.ch*, *be.ch*, *fr.ch*, *ne.ch* und *ag.ch*) sowie **Bundesbehörden** und eidgenössische Institutionen (v.a. *admin.ch*, *bfs.admin*, *fedlex.admin.ch*, *s.geo.admin.ch*, *bag.admin.ch*, *ubi.admin.ch*). Hinzu kommen **Bildungsinstitutionen** (u.a. *unige.ch*, *zhaw.ch*, *ethz.ch*), Websites **ausländischer Institutionen** (v.a. *who.int*, *science.nasa.gov*, *europarl.europa.eu*) sowie Verbindungen zu öffentlichen und privaten **Kampagnen** oder Hilfsangeboten (bspw. *143.ch*, *147.ch*, *reden-kann-retten.ch*, *skppsc.ch*, *santepsy.ch*, *profa.ch*).

Diese klickbaren Links bieten vertiefende Informationen zu Online-Beiträgen der SRG, sie liefern Begleitmaterialien oder dienen als Quellenachweis. Oft handelt es sich um öffentliche bzw. nicht-gewinnorientierte Angebote. Ihr Kommerzialisierungspotenzial ist insgesamt 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. Dazu gehören zum Beispiel das bereits erwähnte *avisdexperts.ch*, aber auch *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 zu **SBB** oder **TCS**), handelt es sich um rein publizistische Drittinhalte (z.B. Online-Fahrplan, Bahnverkehrsinformationen zu Störungen, Typs im Strassenverkehr etc.). Dasselbe gilt für alle anderen Links auf gewinnorientierte Organisationen, die von Publicom geprüft wurden (bspw. *spotify.com*, *swisscom.ch*, *gfs-bern.ch*, *locarnofestival.ch*, *moneyland.ch*).

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 Sendungsbezugs 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</i> <i>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</i> <i>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>
Inhaltlicher 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>	<i>nicht konform</i>

<i>Beispiel: Textbeiträge im Newportal unter 1'000 Zeichen sind konform gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c (vgl. Längenbeschränkung)</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>
Newportal	Bestandteil des <i>redaktionellen Angebots</i> Ins Newportal 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 Newportal über 1'000 Zeichen ohne konformen Sendungsbezug gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. c (vgl. Längenbeschränkung)</i>	<i>konform</i>
Online-Beitrag	<i>Untersuchungseinheit der redaktionellen Analyse</i> Zu einem Online-Beitrag gehört der vom Betrachter direkt wahrnehmbare Inhalt, der meist in den hauptsächlichen Contentbereich der Webseiten eingepflegt ist, mit allen integrierten Elementen (Text, Audio, Video, Bild, Grafik, Verlinkungen usw.). Zur Untersuchungseinheit Online-Beitrag nicht zugehörig sind Leser-Kommentare, andere nutzergenerierte Inhalte und alle übrigen, meist funktionalen oder übergeordneten Elemente auf der jeweiligen Webseite (u.a. Navigationsbereiche und standardisierte Teasing-Elemente). Online-Beiträge verfügen über eine unverkennbare, eindeutige <i>URL</i> (nach Ausschluss von Duplikaten, Similikaten, Broken Links und technischen Artefakten).	<i>Sendungsbezug</i> <i>externer Link</i>
Play	siehe <i>Medienportal Play</i> .	

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

Sendungsnennung	<p>Konformitätsindikator in <i>Sendungsbezügen</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b oder Bst. c der Konzession SRG</p> <p>Nachvollziehbare Nennung einer Sendung oder eines Sendungsbestandteiles aus dem Radio- und TV-Programm der SRG (oder von bestimmten Livestreams). Die Sendungsnennung wird anhand des <i>Sendungsverzeichnis</i> hinsichtlich <i>Konformität</i> überprüft.</p>	<p><i>Sendung</i></p> <p><i>Sendungsverzeichnis</i></p>
Sendungsverzeichnis	<p>Grundlage für Überprüfung der <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Liste aller Sendungen der SRG-Programme im Jahr 2024 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>	<i>A/AV-Bezug</i>

	<p>Bezugnahme zu einer Sendung in schriftlicher/textlicher Form, ohne Einbindung eines A/AV-Elements</p> <p>Beispiel: Sendebezug: Radio SRF 3, Abendbulletin, 14.05.2024, 22:00 Uhr</p>	
URL	vgl. <i>externer Link</i>	
Whitelist	<p>Konformitätsindikator für <i>Sendungsnennung</i></p> <p>Teilbereich des <i>Sendungsverzeichnisses</i>. Sendungen der Whitelist gelten als <i>konform</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b Konzession SRG.</p> <p>Beispiel: Tagesschau</p>	<i>Blacklist</i>
Zeichengrenze	Siehe Längenbeschränkung	
Zeitliche Nähe	<p>Konformitätskriterium für <i>Sendungsbezüge</i> gemäss Art. 18 Abs. 2 Bst. b und Bst. c Konzession SRG</p> <p><i>Online-Beiträge</i> dürfen nicht früher als 35 Minuten vor der Ausstrahlung der bezogenen Sendung publiziert werden. Ausserdem darf die bezogene Sendung nur in Ausnahmefällen älter als 10 Tage sein.</p>	<i>thematische Nähe</i>