

Publikumsbefragung elektronische Medien 2020

Im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation – BAKOM

Dr. Benjamin Fretwurst
Prof. Dr. Heinz Bonfadelli

Zürich, Februar 2021

Quellenangabe

Fretwurst, Benjamin/ Bonfadelli, Heinz (2021): *Publikumsbefragung elektronische Medien 2020*. <http://www.iakom.ch/PeM2020/Publikum-elek-Medien-2020.pdf>.

Umsetzung

Entwicklung der Grafiken und Tabellen in R durch Elisabeth Günther.
Infografik von Marianne Guhl www.marysigne.com.

Kontakt

Benjamin Fretwurst
IaKom – Institut für angewandte Kommunikationsforschung
Zürichbergstrasse 124
CH – 8044 Zürich
fretwurst@iakom.ch

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli
IaKom – Institut für angewandte Kommunikationsforschung
Zürichbergstrasse 124
CH – 8044 Zürich
bonfadelli@iakom.ch

Inhalt

Management Summary	1
1. Hintergrund	5
1.1. Ereignishintergrund Coronakrise	5
1.2. Normativer Hintergrund	5
1.3. Forschungsstand	8
2. Methode	11
2.1. Onlinebefragung – CAWI	11
2.2. Stichprobe und Gewichtung	11
2.3. Der Fragebogen	11
2.4. Methodensteckbrief	13
3. Medienausstattung	15
3.1. Im eigenen Haushalt	15
3.2. Am Arbeitsplatz	16
3.3. Unterwegs und mobil	17
4. Mediennutzung	19
4.1. Mediennutzung je Woche	19
4.2. Nutzungsdauer	20
4.3. Nutzungsmotive	21
4.4. Prioritäten bei der Informationssuche	22
5. Bewertung des Medienangebots	25
5.1. Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf	26
5.2. Bewertung der Fernsehsender	27
5.3. Bewertung der SRG-Fernsehsender	28
5.4. Bewertung der Regionalfernsehsender	30
5.5. Bewertung der Radioprogramme	32
5.6. Bewertung der SRG-Radiosender	34
5.7. Bewertung der Lokalradiosender	36
6. Mediennutzung und -bewertung in der Coronakrise	39
6.1. Bewertung der Berichterstattung über Corona	39
6.2. Bedeutung der Medien in der Coronakrise	40
Eine Auswahl typischer positiver Zitate	41
Eine Auswahl typischer negativer Zitate	41
6.3. Sentimentanalyse	44
7. Fazit	45
8. Literatur	47

A. Tabellen	51
A.1. Erläuterungen zu den Tabellen	51
A.1.1. Kennwerte in den Tabellenzeilen	51
A.1.2. Definition der Aufrissgruppen	51
A.2. Medienausstattung	52
A.2.1. Zu Hause	52
A.2.2. Am Arbeitsplatz	54
A.2.3. Unterwegs und Mobil	57
A.3. Mediennutzung	60
A.3.1. Fernsehen	60
A.3.2. Radio	62
A.3.3. Presse	63
A.3.4. Online	64
A.3.5. Klassische Medien online	66
A.3.6. Nutzungsdauer	68
A.3.7. Nutzungsmotive	70
A.3.8. Nutzung über das Internet	72
A.4. Medienbewertung	74
A.4.1. Professionalität	74
A.4.2. Informationsgehalt	79
A.4.3. Lokal-regionale Berichterstattung	84
A.4.4. Ausgewogenheit	89
A.4.5. Glaubwürdigkeit	94
A.4.6. Unterhaltsamkeit	99
A.4.7. Gesamtzufriedenheit	104
A.5. Coronakrise	109
A.5.1. Medienbewertung Coronaberichterstattung	109
A.5.2. Politisches Interesse	110
A.6. Soziodemographie	111
B. Tabelle der Medienprioritäten	117
B.1. über die Schweiz	117
B.2. über die Region	117
B.3. über das Ausland	118
C. Technischer Anhang	118
C.1. Grundgesamtheit und Stichprobendefinition	118
C.2. Ablauf der Befragung	119
C.3. Ausschöpfung	119
C.4. Antwortdauer	120
C.5. Gewichtung	120
C.6. Fragebogen	125
C.7. TV-Versorgungsgebiete mit Karten	136
C.8. UKW-Versorgungsgebiete mit Karten	137

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

2.1	Methodensteckbrief	13
4.1	Nutzung je Woche	20
4.2	Durchschnittliche Nutzungsduer	21
4.3	Medienprioritäten bei der Informationssuche	24
5.1	Medienbewertungen 2020	26
5.2	Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf	27
5.3	Bewertung SRG-TV im Jahresvergleich	28
5.4	Bewertung des privaten Regional-TV im Zeitverlauf	31
5.5	Bewertung der SRG-Radiosender in Zeitverlauf	34
5.6	Bewertung der Lokalradiosender im Zeitverlauf	36
6.1	Medienprioritäten bei der Informationssuche über Corona	39
6.2	Qualität der Berichterstattung zur Coronakrise	40
6.3	Sentimentanalyse zur Berichterstattung über Corona*	44
A.1	Medienbesitz Haushalt - Fernsehgerät	52
A.2	Medienbesitz Haushalt - Radiogerät	52
A.3	Medienbesitz Haushalt - Zeitungs-Abonnement	53
A.4	Medienbesitz Haushalt - Festnetztelefon	53
A.5	Medienbesitz Haushalt - Computer oder Notebook	54
A.6	Medienbesitz Arbeitsplatz - Fernsehgerät	54
A.7	Medienbesitz Arbeitsplatz - Radiogerät	55
A.8	Medienbesitz Arbeitsplatz - Zeitungs-Abonnement	55
A.9	Medienbesitz Arbeitsplatz - Festnetztelefon	56
A.10	Medienbesitz Arbeitsplatz - Computer oder Notebook	56
A.11	Medienbesitz unterwegs - Radiogerät	57
A.12	Medienbesitz unterwegs - Notebook	57
A.13	Medienbesitz übrige - Smartphone (mit Touchscreen)	58
A.14	Medienbesitz übrige - Tablet (mit farbigem Touchscreen)	58
A.15	Medienbesitz übrige - Nachrichtenapps	59
A.16	Kanal-Nutzung - Fernsehen generell	60
A.17	Kanal-Nutzung - Programme des Schweizer Fernsehens	60
A.18	Kanal-Nutzung - Schweizer Regionalfernsehprogramme	61
A.19	Kanal-Nutzung - Ausländische Fernsehprogramme	61
A.20	Kanal-Nutzung - Radio generell	62
A.21	Kanal-Nutzung - Programme des Schweizer Radios	62
A.22	Kanal-Nutzung - Schweizer Lokalradios	63
A.23	Kanal-Nutzung - Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)	63
A.24	Kanal-Nutzung - Gratis-Pendlerzeitungen	64
A.25	Kanal-Nutzung - Das Internet	64
A.26	Kanal-Nutzung - Online-Nachrichtenseiten oder Nachrichtenapps	65
A.27	Nutzung Internet	65
A.28	Internetnutzung - Radio live über das Internet hören	66
A.29	Internetnutzung - Fernsehen live über das Internet sehen	66
A.30	Internetnutzung - Fernsehsendungen über Mediatheken	67

A.31	Internetnutzung - Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)	67
A.32	Medienkonsum - TV-Gerät	68
A.33	Medienkonsum - Radio-Gerät	68
A.34	Medienkonsum - Zeitung	69
A.35	Medienkonsum - Online	69
A.36	Motivation für die Mediennutzung - Radio	70
A.37	Motivation für die Mediennutzung - Fernsehen	70
A.38	Motivation für die Mediennutzung - Online	71
A.39	Internetnutzung - Radio live über das Internet hören	72
A.40	Internetnutzung - Fernsehen live über das Internet sehen	72
A.41	Internetnutzung - Fernsehsendungen über Mediatheken	73
A.42	Internetnutzung - Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)	73
A.43	Professionalität - Schweizer Fernsehen	74
A.44	Professionalität - Regional-TV	75
A.45	Professionalität - Radio SRG	76
A.46	Professionalität - Lokalradio	77
A.47	Professionalität - Online-Nachrichtenseite	78
A.48	Informationsgehalt - Schweizer Fernsehen	79
A.49	Informationsgehalt - Regional-TV	80
A.50	Informationsgehalt - Radio SRG	81
A.51	Informationsgehalt - Lokalradio	82
A.52	Informationsgehalt - Online-Nachrichtenseite	83
A.53	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Schweizer Fernsehen	84
A.54	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Regional-TV	85
A.55	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Radio SRG	86
A.56	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Lokalradio	87
A.57	Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Online-Nachrichtenseite	88
A.58	Ausgewogenheit - Schweizer Fernsehen	89
A.59	Ausgewogenheit - Regional-TV	90
A.60	Ausgewogenheit - Radio SRG	91
A.61	Ausgewogenheit - Lokalradio	92
A.62	Ausgewogenheit - Online-Nachrichtenseite	93
A.63	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Schweizer Fernsehen	94
A.64	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Regional-TV	95
A.65	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Radio SRG	96
A.66	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Lokalradio	97
A.67	Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Online-Nachrichtenseite	98
A.68	Unterhaltsamkeit - Schweizer Fernsehen	99
A.69	Unterhaltsamkeit - Regional-TV	100
A.70	Unterhaltsamkeit - Radio SRG	101
A.71	Unterhaltsamkeit - Lokalradio	102
A.72	Unterhaltsamkeit - Online-Nachrichtenseite	103
A.73	Zufriedenheit mit dem Programm - Schweizer Fernsehen	104
A.74	Zufriedenheit mit dem Programm - Regional-TV	105
A.75	Zufriedenheit mit dem Programm - Radio SRG	106
A.76	Zufriedenheit mit dem Programm - Lokalradio	107
A.77	Zufriedenheit mit dem Programm - Online-Nachrichtenseite	108

A.78	Qualität der Berichterstattung zur Coronakrise	109
A.79	Interesse am aktuellen Geschehen	110
A.80	Personen im Haushalt	111
A.81	Erwerbstätigkeit	111
A.82	Sprache	112
A.83	Sprachregion	112
A.84	Kommunikationsräume	113
A.85	Nationalität - Schweiz	114
A.86	Nationalität - Deutschland	114
A.87	Nationalität - Frankreich	114
A.88	Nationalität - Italien	115
A.89	Nationalität - Portugal	115
A.90	Nationalität - Kosovo	115
A.91	Befragungsmodus	116
B.1	Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region	117
B.2	Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region	117
B.3	Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region	118
C.1	SRPH-Bestellung	118
C.2	Soll-Ist	119
C.3	Ausschöpfung	120
C.4	Ausschöpfung nach Altersgruppen	120
C.5	Stratifizierungsgewichte und Designgewichte	122

Abbildungsverzeichnis

3.1.	Medienbesitz Zuhause	16
3.2.	Medienbesitz am Arbeitsplatz	17
3.3.	Medienbesitz mobil und unterwegs	18
4.1.	Nutzungsmotive	22
5.1.	Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf	26
5.2.	Bewertung der Fernsehangebote	27
5.3.	Bewertung der Radiosender	33
6.1.	WordCloud aus den deutschsprachigen Antworten	42
6.2.	WordCloud der französischen Bewertungen	43
6.3.	WordCloud der italienischen Bewertungen	43

Management Summary

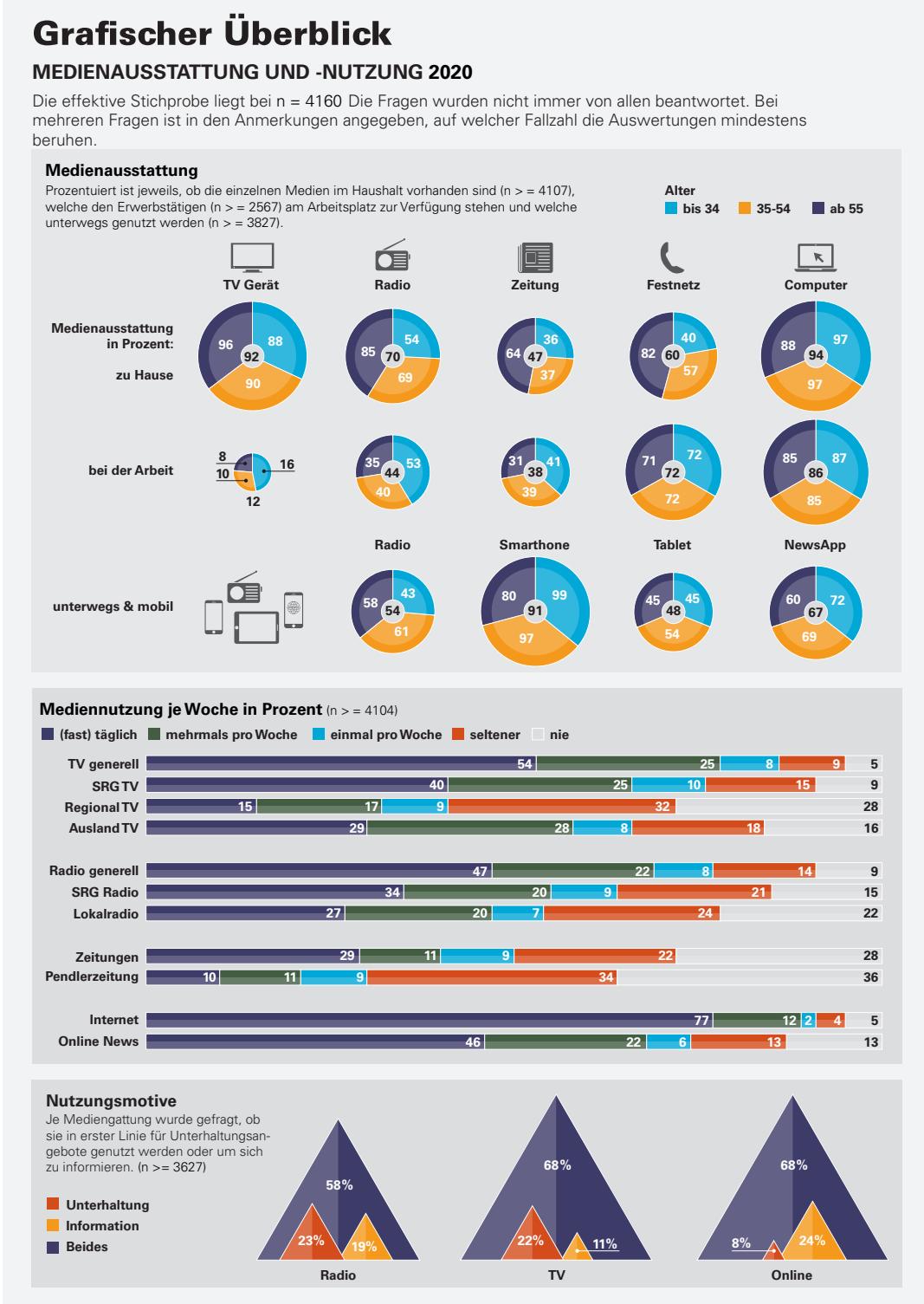
Der Bericht fasst die Ergebnisse der **Studie «Publikumsbefragung elektronische Medien 2020»** zusammen. Erfragt wurden die Medienausstattung sowie deren Nutzung und insbesondere, welche Medien für Informationen über das Geschehen in der Schweiz, in der Region der Befragten und über das Ausland bevorzugt werden. Kernstück der Studie sind die Qualitätsbewertungen bezüglich der von den Befragten genutzten Radiosender und Fernsehsender der SRG sowie der privaten Anbieter und Onlineinhalte. Auf Basis des SRPH-Stichprobenrahmen des BfS wurde eine effektive **Stichprobe von 4160 Fällen** aus der Schweizer Wohnbevölkerung in allen Sprachregionen gezogen. Eine Onlineversion des Berichtes findet sich unter <http://iakom.ch/PeM2020> und interaktive Tabellen unter <https://iakom.shinyapps.io/PeM2020>.

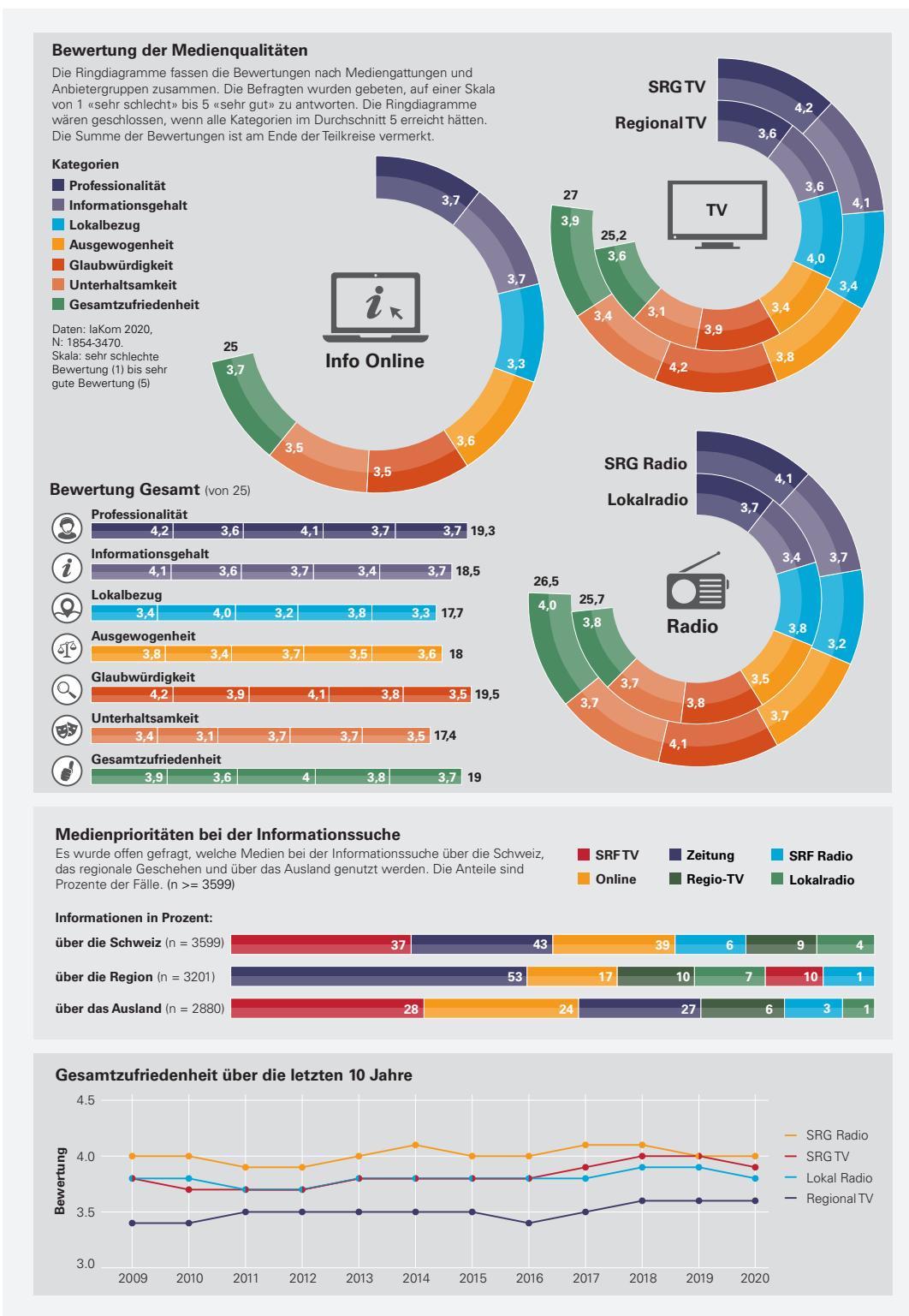
Wie im letzten Jahr verfügen 92 Prozent der Haushalte über mindestens ein Fernsehgerät; die Jüngeren seltener (88%) und die Älteren häufiger (96%). 70 Prozent der Haushalte verfügen über Radio-geräte, wobei hier die Spanne zwischen den Jüngsten (54%) und den Ältesten (85%) grösser ist. Die Verfügbarkeit von Zeitungen wurde auch im Coronajahr von 47 Prozent der Befragten bestätigt, wobei die beiden jüngeren Gruppen (36% und 37%) im Vergleich zu den Befragten ab 55 (64%) zurück liegen. Dagegen verfügen in den beiden jüngeren Gruppen 97 Prozent über einen Computer und bei den Ältesten 88 Prozent. Der Besitz von Smartphones ist minimal gestiegen: Bei den Jüngsten auf 99 Prozent und bei den Ältesten auf 80 Prozent. **Im Coronajahr hat die Nutzung von News-Apps um drei auf 67 Prozent zugenommen, und das vor allem bei den Ältesten.**

Bei den TV-Angeboten der SRG findet sich eine Zunahme der täglichen Nutzung um drei Prozentpunkte auf 40 Prozent. Ein Drittel der Befragten nutzt die Regionalfernsehangebote, aber eher selten. Die Angebote aus dem Ausland werden nach wie vor von 29 Prozent der Befragten (fast) täglich genutzt. **Der Anteil derer, die das Internet (77%) und News-APPs (46%) (fast) täglich nutzen ist um vier beziehungsweise sechs Prozentpunkte gestiegen.** Für den überwiegenden Teil der Befragten sind Radio und Fernsehen bei der Suche nach **Unterhaltung und Information gleich wichtig**. Allerdings ist zu erkennen, dass 2020 alle Medien verstärkt für die Informationssuche genutzt wurden und etwas weniger allein zur Unterhaltung.

Die Bewertungen der elektronischen Medien sind auf hohem Niveau stabil. Die «Gesamtzufriedenheit» (Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut») mit den Fernsehangeboten der SRG liegt mit 3.9 leicht unter dem Vorjahr. Wie im Vorjahr liegen mit 4.2 die «Professionalität» und die «Glaubwürdigkeit» an der Spitze, die Informationsqualität nahezu gleichauf (4.1) und der «Lokalbezug» sowie die «Unterhaltsamkeit» mit 3.4 deutlich dahinter. Die «Ausgewogenheit» wurde (wie 2019) mit 3.8 bewertet, was angesichts der Themendominanz von Corona bemerkenswert ist. In der Gesamtwertung führen 2020 die SRG-Radioangebote mit einem Durchschnitt von 4.0. Allerdings ist der Durchschnitt für die «Ausgewogenheit» von 3.9 auf 3.7 zurück gegangen. Die Regionalfernsehangebote werden von ihren Nutzer*innen insgesamt mit 3.6 bewertet und erfüllen ihre Funktion als Lokalberichterstatter in hoher Masse (4.0). Sie werden von ihren Nutzer*innen als besonders «glaubwürdig» angesehen (3.9). Wie in den Vorjahren, wird hier die «Ausgewogenheit» eher niedrig eingestuft (3.4). Die Lokalradiosender zeigen ihre Qualität ebenfalls im «Lokalbezug» sowie in der «Glaubwürdigkeit» und kommen insgesamt auf eine «Gesamtzufriedenheit» von 3.8.

FAZIT Die Bewertung der Medienangebote hat trotz der Dominanz des Themas «Corona» – einem starken Informationsbedürfnis einerseits und zunehmender Themamüdigkeit andererseits – kaum Veränderungen erfahren. Es hat sich gezeigt, dass die Menschen in der Schweiz auch in der Krise zufrieden sind mit den Medien, die sie für sich aus dem Angebot auswählen.





1. Hintergrund

1.1. Ereignishintergrund Coronakrise

Das Jahr 2020 wird in Zukunft rückblickend als das erstes Jahr der «Coronakrise» betrachtet werden. Die Coronakrise hat Gewissheiten erschüttert, sehr vielen Menschen gesundheitlich geschadet (körperlich und psychisch) und die Wirtschaft massiv belastet. Für die zwischenmenschliche Kommunikation, haben die Krise und insbesondere die Kontaktbeschränkungen erhebliche Auswirkungen gezeigt (vgl. Friemel, Geber, und Egli 2020). Dabei kann die Digitalisierung der Kommunikation als Fortschritt und als Belastung gesehen werden. Das Corona-Thema hat die Berichterstattung (vgl. Eisenegger et al. 2020) und die Informationssuche der Mediennutzer*innen geprägt (vgl. Friemel, Geber, Egli, und Udris 2020). Auf der Suche nach verlässlichen Informationen haben sich die Menschen den direkten Onlineinformationen des Bundes und den ihnen vertrauten und bekannten Medien zugewendet (vgl. Friemel, Geber, und Egli 2020). Die Medienkonferenzen des BAG und des Bundesrates waren TV-Ereignisse mit hohen Einschaltquoten. Auf der Suche nach schnellen Informationen hat die Nutzung von News-Apps auf Smartphones signifikant zugenommen – vor allem in der ältesten Befragtengruppe. Bei vielen Befragten ist deutlich geworden, dass sie unter der Pandemie und der Menge der Informationen gelitten haben oder zumindest von der Menge der Thematisierungen in den Medien generiert waren oder es als «Angstmacherei» eher herunterspielen wollten (vgl. Friemel, Geber, und Egli 2020). Andere haben das Thema sehr ernst genommen und sich verstärkt den etablierten Medien zugewendet, insbesondere dem Informationsangebot der SRG. Der vorliegende Bericht ist insofern von der Coronakrise betroffen als dass die Vermutung naheliegt, dass dieses Jahr – und besonders der Erhebungsmonat Mai – derart aussergewöhnlich war, dass es sich in ungewöhnlichen und stark beeinflussten Statistiken niederschlägt. Der Bericht behält den Kontext der Krise immer im Blick. Entgegen der Vermutung einer verzerrten Stichprobe zeigen die Ergebnisse eine sehr hohe Stabilität. Das Kommunikationssystem in der Schweiz wurde von dieser Krise *nicht* erschüttert. Medienbesitz und Nutzung sind insgesamt kaum verschoben. Bei den Medien zeigt sich eher eine verstärkte Zuwendung und ein gewisser Schub in Richtung Digitalisierung. Auch die Bewertung der Medienqualität hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum geändert. Das gilt sogar für die Kriterien, die in der Regel und schnell an den Medien kritisiert werden: «Ausgewogenheit» und «Glaubwürdigkeit». Beide Kriterien wurden nahezu exakt so bewertet wie in den Jahren zuvor. Darin unterscheiden sich auch die Befragtengruppen nach Alter kaum, was zu erwarten gewesen wäre, da die Altersgruppen recht unterschiedlich von der Pandemie und der Berichterstattung betroffen waren und sind. Es wird in diesem Bericht deutlich, dass die Krise kaum einen Effekt auf die Bewertung der Medien hatte. An den wenigen Stellen, wo es zu Veränderungen gekommen ist, wird immer wieder die Frage gestellt, ob das auf die Coronakrise und die damit zusammenhängende Berichterstattung zurückzuführen ist.

1.2. Normativer Hintergrund

Qualität ist die Eignung, Funktionen zu erfüllen. Insofern muss der Qualitätsanspruch an die elektronischen Medien aus ihrer Funktion abgeleitet werden. Um die Frage von Funktionen beantworten zu können, muss festgestellt werden, für wen oder was der fragliche Gegenstand eine Funktion erfüllen soll. Medien stellen Kommunikationsmittel für und zwischen Menschen dar. Damit haben die Medien Funktionen für Einzelpersonen zu erfüllen (Information und Unterhaltung) sowie zwischen Menschen, also Kommunikationspartner*innen im Sinne konkret fassbarer Gruppen (vor allem Kommunikationsmedien oder Social Media). Die modernen Massenmedien als Gesamtkörper beziehungsweise System erfüllen Funktionen für die Gesellschaft, indem sie erst ermöglichen, dass

sich eine Gesellschaft als solche kommunikativ erkennt und Handeln für und zwischen vielen Menschen abstimmt. Die Medien erfüllen also Aufgaben für eine Gesellschaft und insbesondere für eine demokratische Gesellschaft, die auf kommunikative Beteiligung an Entscheidungsprozessen angewiesen ist (vgl. Luhmann 2015). Die Funktion des Journalismus ist dabei die Herstellung von Öffentlichkeit als Aushandlungsplattform demokratischer Herrschaftsform (vgl. Neuberger 2020). Nur aus einem solchen abgeleiteten Funktionsanspruch kann ein gesellschaftlicher Auftrag an die Medien formuliert werden. Insofern fängt die Herleitung der Qualitätskriterien vor ihrer juristischen Fixierung in Form des rechtlichen Auftrags an (vgl. Schefer und Cueni 2020) und kann mit diesem abgegliichen werden (vgl. Neuberger 2019). Die moderne Demokratie fordert eine freie Willensbildung des Wahlvolkes und damit die freie, vielfältige und ausgewogene Information der Wähler*innen (vgl. Schulz 2015). Das politische System einer Demokratie funktioniert dabei über Wahlen, Legitimation politischer Entscheidungen und Entscheidungsträger*innen in der Öffentlichkeit (Bonfadelli et al. 2008; vgl. Schefer und Cueni 2020) und durch Meinungsumfragen, über die wiederum medial informiert wird (vgl. Noelle-Neumann und Petersen 2005). Insbesondere in der direkten Demokratie der Schweiz muss daher für hochwertige Informationen gesorgt sein (vgl. Neuberger 2020). Aus der Medienwirkungsforschung ist zwar bekannt, dass nicht von der Qualität der Inhalte auf die Wirkung geschlossen werden kann – also auch nicht auf die Informiertheit der Bürger*innen durch Information (vgl. Hasebrink 2018) –, aber die Qualität der Medien ist die notwendige Voraussetzung im Sinne eines Potentials für informierte Bürger*innen.

Bis hierher ist die Medienqualität normativ aus ihrer Funktion für die moderne Demokratie abgeleitet worden. Im Sinne der Medienqualität als Potential informierter Bürger*innen ist ihre tatsächliche Informiertheit unerheblich. Und so muss es auch sein: Wahlfreiheit bedeutet auch, dass das Wahlrecht unabhängig von der Informiertheit der Wähler*innen ist (vgl. Schefer und Cueni 2020). Zwar muss nur sichergestellt sein, dass sie sich frei informieren können, aber für das Funktionieren und die Stabilität einer Demokratie ist entscheidend, inwiefern die Bürger*innen (Wähler*innen und Nichtwähler*innen) dem System vertrauen und sich am politischen Willensbildungprozess beteiligen. Dazu gehört auch, dass sie *das Gefühl haben*, sich hinreichend und frei über Entscheidungen, politisches Handeln und insbesondere den politischen Diskurs informieren zu können. Das Publikum muss also den Medien Glauben schenken können, die Informationsqualität als ausreichend bewerten und sich nicht beeinflusst fühlen, also die Berichterstattung als ausgewogen empfinden. Da Medien als «vierte Gewalt» auch den Staat kontrollieren und daher von ihm unabhängig sein sollen, kann der Staat die Sicherung der medialen Information nicht selbst übernehmen. Der Staat delegiert diese Aufgabe daher an Medien und stellt durch stützende Regulierung sicher (v.a. durch Rundfunk im öffentlichen Auftrag), dass die Schweizer Bürger*innen die Möglichkeit haben, sich aus frei zugänglichen Quellen zu informieren. In der Bundesverfassung leitet sich daraus ein konkreter Leistungsauftrag ab:

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

In der ISO-Norm 9000 ist Qualität als «Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale eines Objekts Anforderungen erfüllt» definiert (vgl. Hagen 1995). Scheufele (2011) weist darauf hin, dass die Qualitätsperspektive aus Sicht des Publikums zwei Merkmale vereint, bei denen es um Makrowirkungen und Mikrowirkungen auf das Publikum geht. Makrowirkungen beziehen sich dabei weniger auf die Summe als auf Emergenzen, die sich aus den Einzelwirkungen auf dem Mikrolevel ergeben.

ben. Die vorliegende Studie erhebt den Anspruch, beide Aspekte zu untersuchen und auszuweisen. Das geschieht durch die Einzelbefragungen der Rezipient*innen auf der Mikroebene und durch die Auswertung auf der Aggregatebene sowie der Interpretation auf der Makroebene. Daher wird untersucht, inwiefern eine Wirkung in Form von Akzeptanz der wählbaren Medien und des Mediensystems vorliegt. Es geht also die um Qualitätsbewertung aus der Sicht des Publikums im Rahmen des Regulierungsauftrags des BAKOM. Die Rezipient*innen wurden darum gebeten, die von ihnen genutzten Medien anhand der Konzessionsnormen des BAKOM zu bewerten. Die Anforderungen mit Zuständigkeit durch das BAKOM sind «Professionalität» (vgl. fög und Schwabe AG 2020), die im Artikel 93 explizit angesprochene «Vielfalt» und «Unterhaltung» sowie die implizit geforderte «Ausgewogenheit» («angemessen zum Ausdruck»), der Informationsgehalt («stellen die Ereignisse sachgerecht dar») sowie der lokale und regionale Bezug («berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone»). Die «Glaubwürdigkeit» als Qualitätsmerkmal ist ein Ziel, das sich daraus ergibt, dass die Ereignisse sachgerecht und angemessen dargestellt werden.

Der Medienmonitor Schweiz interpretiert die Rolle des BAKOM als «unmittelbaren Einfluss auf die Medienvielfalt» (Thommen et al. 2018, S. 9), indem sie Konzessionen anhand von Verbreitungsräumen vergibt. Das ist unbestreitbar richtig, wobei es zu betonen gilt, dass das BAKOM stützend eingreift, indem es Konzessionen mit Leistungsauftrag vergibt und die Veranstalter an dem für das Konzessionsgebiet bestimmten Abgabenanteil beteiligt (vgl. BAKOM 2018, S. 4f). Da insbesondere die Produktion von Fernsehen ressourcenaufwendig ist und daher mit kommerzieller Zahlschranke versehen sein muss oder – wenn frei zugänglich – kaum zu finanzieren wäre, ist der Eingriff des BAKOM als Gewährleistung zu werten und nicht als Beschränkung der Meinungsvielfalt. In der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag sind die Ziele konkreter formuliert:

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

In den letzten Jahren ist in der Schweiz und international der «Public Value» des öffentlich-rechtlichen Rundfunks diskutiert worden (vgl. Buess und Reimann 2016; Gonser 2018; Hasebrink 2018; Mitschka 2019). Im Wesentlichen leitet sich aus dem «Public Value»-Ansatz eine Forderung nach einem Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ab, der gemeinwohlorientiert ist. Da mediale Informationen aus demokratietheoretischen Gründen einen ideellen Wert über den wirtschaftlichen Profit hinaus besitzen, ist ihre Verbreitung aus nicht-wirtschaftlichen Gründen erwünscht. Insofern stellen Radio und Fernsehen ein meritorisches Gut dar, wobei dem Public Service eine Sonderrolle zukommt, die zu erweiterten Anforderungen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk führen. In der Schweiz erfüllt nicht nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen Public-Value, sondern aufgeteilt die SRG und die Privaten zusammen. Die Umsetzung dieses verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages erfolgt dabei auf zwei Ebenen. Die SRG soll den Service public auf nationaler bzw. sprachregionaler Ebene sicherstellen. Demgegenüber soll der Service public auf lokaler Ebene durch private Veranstalter gewährleistet werden.

In der Rechtsauslegung und -formulierung des Bundesrates und Parlaments hat die SRG eine Sonderrolle, die seit 2019 nochmals gestärkt wurde. Hintergrund dieses besonderen Auftrags ist: «Dass

alle Sprachregionen mit gleichwertigen Radio- und Fernsehangeboten versorgt werden und insbesondere der Fernsehbereich mit den finanziell stärkeren Veranstaltern des benachbarten Auslands konkurrieren kann, sind Kernanliegen des RTVG.» (Bundesrat 2016, S. 11) In der Konzession für die SRG steht daher zur Programmqualität:

Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

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

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

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

Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

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

(vgl. Schweizerische Eidgenossenschaft 2018, S. 5545f)

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

1.3. Forschungsstand

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

Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

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

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

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

Die Einhaltung des Leistungs- bzw. Qualitätsanspruchs an die Schweizer Medien wird von unterschiedlichen wissenschaftlichen Studien begleitet. Theoretische Studien bestimmen die Qualität demokratischer Öffentlichkeit normativ (siehe Neuberger 2020; Schefer und Cueni 2020). Die

strukturelle Basis wird mit Hilfe von Strukturanalysen erfasst (Bonfadelli et al. 2006; Künzler 2013; siehe Studer et al. 2014; Puppis und Schweizer 2016; Thommen et al. 2018; Goldmedia 2019). Darauf aufbauend werden die inhaltlichen Angebote mit Hilfe von Inhaltsanalysen gemessen (Latzer et al. 2016; Grossenbacher et al. 2017, 2019; Grossenbacher, Sasso, et al. 2018; Grossenbacher, Brändli, et al. 2018; siehe Trebbe et al. 2018, 2020; Brändli et al. 2019). Mit den Messungen zu den Strukturen und Inhalten kann beschrieben werden, inwiefern die Medien für die Bürger*innen die Möglichkeit schaffen, sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu informieren. Das Vielfaltsgesetz politischer Informationen ist durch den Wandel hin zu digitaler Kommunikation nicht mehr gegen einen Quellenmangel gerichtet, sondern zu einem Kriterium inhaltlicher Vielfalt geworden, das sich gegen Redundanzen wendet, die mit digitalen Kopiermöglichkeiten zum grösseren Problem geworden sind (siehe van Aelst et al. 2017).

Der normative Anspruch an die inhaltliche Qualität der Medien ist in nahezu allen Punkten normativ mit dem Publikum verbunden. Auch um eine paternalistische Interpretation des Qualitätsanspruches zu vermeiden, der nur als Setzung von Behörden und Experten kommt, hat das BAKOM 2008 auf Antrag von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli einer regelmässigen Publikumsbefragung zugestimmt (Bonfadelli und Fretwurst 2009). Diese Erhebung monitort seitdem die Akzeptanz der Medienauswahl. Kerngedanke ist, dass nicht das Publikum pauschal alle Medien bewerten soll und kann, sondern die jeweils individuell genutzten Medien. Insofern geht die individuelle Nutzungsperspektive auf der Mikroebene in die Erhebung ein. Diese wird in den Untersuchungen im Aggregat wiedergegeben, also als Wirkung von Akzeptanz auf der Makroebene. Da hier der Vergleich von Qualitätskriterien auf der Versorgungsebene untersucht wird, entsprechen die Ausweisungen der Bewertungskriterien dem dualen (wenn nicht trialen) Rundfunksystem der Schweiz.¹ Von den befragten Personen werden daher die normativen Qualitätskriterien für die Fernseh- und Radioangebote der SRG sowie der privaten Regionalfernsehanbieter und Lokalradiosender sowie die Leistungen der Onlineinformationsdienste bewertet. Daraus ergibt sich zwingend, dass es eine Befragung zur Bewertung der Medien durch das Publikum geben muss. Diese subjektiven Bewertungen der Medienleistungen durch die Schweizer Mediennutzer*innen werden seit 2009 kontinuierlich im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM erhoben (Bonfadelli und Fretwurst 2012, 2013; Fretwurst und Bonfadelli 2015; Fretwurst et al. 2016, 2017, 2018, 2020). Die Publikumsbefragung hatte seit jeher zu erfassen, wie die Befragten die von ihnen genutzten Sender bewerten. Darüber hinaus wurde auch immer die Mediennutzung erhoben. Bis 2018 wurden die Befragungen mit Hilfe einer Telefonbefragung (CATI) durchgeführt. 2018 wurde die kontinuierliche Publikumsbefragung neu ausgeschrieben und mit neuen Anforderungen versehen. Über die Jahre hat sich die Kommunikationstechnik entwickelt und inzwischen auch die Nutzung der und die Ausstattung mit Kommunikationstechnik verändert. Die Ausstattung mit Festnetztelefonen ist zurückgegangen und der Zugang zu Onlinetechnik ist inzwischen höher. Daher wurde 2018 eine Weiterführung der Publikumsbefragung als Onlineerhebung entworfen und 2019 umgesetzt (vgl. Fretwurst et al. 2020). Für das Jahr 2020 wurde diese Studienform fortgesetzt.

Seit 2009 sind die Bewertungen des von den Befragten genutzten Medienangebots stabil und positiv. Die Entwicklung in den letzten 10 Jahren hat keine Verschlechterung in der Bewertung der Schweizer Medien gezeigt. Im Gegenteil sind die positiven Bewertungen auf einem hohen Niveau eher noch gestiegen. Dennoch gibt es Unterschiede. Die Angebote der Radiosender wurden fast

¹Da es bei der Publikumsbefragung nicht um einzelne «Mediabrands» geht, ist der Ansatz ein anderer als der markenorientierte Erhebungsansatz der Publicom-Studie «MediaBrands» (vgl. Publicom 2020). Die vorliegende Studie untersucht die Zufriedenheit mit dem Medienangebot in der Schweiz, das durch die SRG und privaten Veranstalter zur Verfügung steht.

immer besser bewertet als die Fernsehangebote, weil Radio in der Regel ein Begleitmedium ist und Fernsehen mit höherer Aufmerksamkeit und daraus folgendem Anspruch konsumiert wird. Das galt in jedem Fall im Vergleich der Systeme, also im Vergleich der SRG-Radiosender mit den SRG-Fernsehsendern sowie zwischen den SRG-Radiosendern mit den privat-kommerziellen Lokalradios. Das muss vor dem Hintergrund deutlich grösserer Ressourcen der SRG gesehen werden, die im Wesentlichen (75%) durch Gebühren finanziert wird. Die Stärken der SRG-Fernseh- und -Radioprogramme lagen aus der Sicht ihrer Nutzer*innen in der «Professionalität», im «Informationsgehalt» und der «Ausgewogenheit» der Informationen. Dass die SRG laut Konzession explizit keine Regionalberichterstattung machen soll, drückte sich immer in niedrigeren Werten für den «Lokalbezug» aus. Die Schweizer Lokalradios wurden über alle Kriterien der Programmbeurteilung hinweg, gut bewertet. Die privaten Fernsehanbieter erreichten immer Werte im positiven Bereich, schnitten aber im Vergleich am schwächsten ab. Allerdings haben sich die regionalen Fernsehangebote 2018 auf eine Höchstmarke verbessert. Im letzten Jahr wurde als ein Aspekt von Medienqualität die Wahrnehmung bzw. Angst vor «Fake-News» erfragt. Dabei stellte sich heraus, dass knapp 40 Prozent der Befragten glaubten, dass in der Schweiz versucht wird, mit «Fake News» Wahlen und Abstimmungen zu manipulieren. Das ist als möglicher Grund für die positiveren Bewertungen der klassischen Medienangebote gesehen worden. Die Hoffnungen in starke Medienleistungen durch kostenlose Onlineangebote ist zurückgegangen und führt zu einer gestärkten Akzeptanz der klassischen Medien in der Schweiz. 2019 wurde das Fernsehangebot des SRG so gut bewertet wie noch nie zuvor und zog mit der Bewertungen der SRG-Radioangebote gleich.

2. Methode

Der Bericht fasst die Ergebnisse der Studie «Publikumsbefragung elektronische Medien 2020» zusammen. Eine Stichprobe mit effektiv 4160 Fällen wurde online (sowie ergänzend telefonisch) zu:

1. ihrer Medienausstattung in den Haushalten,
2. ihrer Mediennutzung,
3. den Medienprioritäten für verschiedene Informationen,
4. Politikinteresse und
5. als Kernstück nach ihrer Bewertung der genutzten elektronischen Medien gefragt.

Der Fragebogen ist im Anhang «Fragebogen» ab Seite 125 dokumentiert.

2.1. Onlinebefragung – CAWI

Von 2009 bis 2018 wurde die Publikumsbefragung mit Hilfe von Telefonbefragungen über das Festnetz befragt. In den letzten Jahren der Befragung wurde es immer schwerer sämtliche Bevölkerungsgruppen über das Festnetz zu erreichen. Gleichzeitig stieg die Verbreitung der Onlinezugänge kontinuierlich an und erreichte eine höhere Verbreitung als das Festnetz. Seit 2019 wird die Stichprobe über den inzwischen etablierten Stichprobenrahmen für Personen und Haushalte (SRPH) gezogen und postalisch zu einer Onlinebefragung eingeladen. Insgesamt ist davon auszugehen, dass Onlinebefragungen (CAWI) weniger reaktiv sind, also validere Daten hervorbringt. Im Jahr 2020 wurde die selbe Methode angewendet wie im Jahr 2019. Die Vergleiche im Bericht konzentrieren sich auf diese beiden Erhebungsjahre. Vergleiche mit den Vorjahren sind durchaus zulässig, da erwartete Verschiebungen im Jahr 2019 nicht eingetreten sind und signifikante Mode-Effekte nicht nachgewiesen werden konnten. Sind Auswirkungen der Befragungsmethode denkbar, wird darauf hingewiesen.

2.2. Stichprobe und Gewichtung

Auf Basis des BFS-Stichprobenrahmen-Personen-Haushaltserhebungen (SRPH) wurde eine Bruttostichprobe von 10104 Haushalten gezogen (siehe Tabelle C.1 auf Seite 118). Diese Haushalte wurden angeschrieben und darum gebeten, dass die Person den Fragebogen ausfüllt, die als letztes Geburtstag hatte (Last-Birthday-Verfahren) und mindestens 15 Jahre alt war. Teilgenommen haben 4656 Personen und bilden somit die ungewichtete Nettostichprobe. Die Ausschöpfungsrate beträgt somit 46%. Die immer grösseren Schwierigkeiten der Befragung von jüngeren Personen haben sich durch den Moduswechsel nahezu aufgelöst. Trotz der besseren Annäherung an die demographische Verteilung hat es Non-Response-Verzerrungen gegeben, die eine Gewichtung notwendig gemacht haben. Unabhängig davon war durch die disproportionale Stichprobe der Kommunikationsräume eine Designgewichtung notwendig (vgl. Kish 1995). Durch die Gewichtung nach Geschlecht sowie Bildung nach Alter (kombiniert Quote) sind die Non-Response-Fehler korrigiert worden. Durch die Gewichtung nach Kommunikationsräumen wurde zusätzlich das disproportionale Design angepasst. Nach der notwendigen Gewichtung lag die Stichprobeneffizienz bei 89% Prozent, was zu einer effektiven Stichprobe von 4160 Fällen geführt hat.

2.3. Der Fragebogen

Der Fragebogen ist das Messinstrument dieser Studie (siehe Anhang Fragebogen auf Seite 125). Er liegt in zwei Modi und drei Sprachen vor. Die zwei Modi sind die Onlinebefragung und die Telefonbefragung. Jeweils sind die Fragebögen vom Deutschen ins Französische und Italienische übersetzt

worden. In der rätoromanischen Schweiz wurde ebenfalls befragt, aber in einer der drei anderen Landessprachen.

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

- a) der *Professionalität* des Gesamtprogramms der genannten Sender
- b) dem *Informationsgehalt* der Politikbeiträge
- c) dem Stellenwert der *lokal-regionalen* Berichterstattung
- d) der *Ausgewogenheit* des Programms
- e) der *Glaubwürdigkeit* der Berichterstattung
- f) dem *Unterhaltungswert* des Programmangebots
- g) der *Gesamtzufriedenheit* mit dem Programm

Als Kontrollvariable wird gesondert erhoben, inwiefern sich die Zuhörer*innen und Zuschauer*innen für Politik 8. im Allgemeinen sowie 9. für das aktuelle politische Geschehen interessieren. Im Jahr und Kontext der Coronakrise wurden Antworten auf drei Fragen zur Mediennutzung und -bewertung im Zusammenhang mit Corona erbeten: 1. Welche Medien während der Coronakrise vor allem benutzt wurden, 2. wie die Qualität der Berichterstattung dieser Medien zur Coronakrise beurteilt wird und 3. inwiefern sich die Bedeutung von Informationen aus den Medien während der Coronakrise für die Befragten verändert hat. Abschliessend wurden soziodemographische Merkmale erfasst.

2.4. Methodensteckbrief

Tabelle 2.1: Methodensteckbrief

Kategorie	Publikum elektronischer Medien 2020
Befragungsinstitut	DemoSCOPE
Erhebung	Online (CAWI) und ergänzend Telefoninterviews (CATI) in Adligenswil und Genf
Stichprobenverfahren	Zufallsstichprobe aus dem SRPH-Stichprobenrahmen des BFS nach Kommunikationsräumen
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch und Italienisch
Stichprobengebiet	26 Kommunikationsräume, wie folgt gegliedert: 4 Metropolen: Zürich, Basel, Bern, Genève 9 urbane Regionen: St. Gallen, Zürichland, Aarau, Luzern, Fribourg, Freiburg, Berner Mittelland, Baden, Schaffhausen 13 rurale Regionen: Graubünden, Innerschweiz, Berner Oberland, Berner Seeland, Jura bernois, Lavaux, Valais bas, Oberwallis, Ticino, Vaud, Mittelland, Glarus, Fricktal Alter ab 15 Einfache Haushaltsstichprobe und im Haushalt nach der Geburtstagsmethode ebenfalls per Zufall
Zielpersonen	13.2 Minuten
Stichprobe	Geschlecht, Lokalräume, Bildung in Alterskohorten
Interviewdauer (Durchschnitt)	27. April bis 14. Juni 2020
Gewichtung	46 % (4658 Interviews von 101104 Bruttostichprobe)
Feldzeit	Total 4161 Interviews, davon 243 auf Italienisch, 1005 auf Französisch und 2913 auf Deutsch
Ausschöpfung	IaKom
Effektiv gewichtete Interviews	Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Gewichtung, Aufbereitung, Auswertungen	
Auftraggeber	

3. Medienausstattung

Die Medienausstattung in Haushalten ist sehr stabil. Daran hat auch die Coronakrise kaum etwas geändert. So hat zum Beispiel die Anzahl der Fernsehgeräte in den Haushalten weder ab- noch zugenommen, obwohl es denkbar gewesen wäre, dass Lieferengpässe zu einer geringeren Ausstattung 2020 geführt haben oder das Gegenteil eingetreten wäre, weil Menschen wegen des Lockdowns ihre Haushalte häufiger mit Fernsehgeräten ausgestattet hätten. Auch bei den Zugriffsmöglichkeiten auf Zeitungen hat sich, im Vergleich zu 2019, so gut wie nichts verschoben. Das liegt auch an der Art der Frage. Es wurde gefragt, ob die Befragten in ihrem Haushalt über Zeitungen verfügen. Hier wird also nicht so sehr danach gefragt, wie oft sich die Leser*innen eine Zeitung an einem Kiosk kaufen als vielmehr danach ob sie ein Abonnement haben.

3.1. Im eigenen Haushalt

Die Ausstattung der Haushalte mit TV-Geräten liegt nach wie vor sehr hoch bei 92 Prozent (siehe Abbildung 3.1 auf der nächsten Seite). Das wird nur von der Ausstattung mit Computern übertragen (94%). Computer mit ihren Bildschirmen haben die Fernsehgeräte nicht ersetzt. Das liegt vor allem daran, dass Fernsehgeräte primär zum Konsum von Information und Unterhaltung genutzt werden (häufig «vom Sofa aus») und Computer für den aktiven Input im Sinne von Arbeit. Zudem sind diese Gerätetypen in den Haushalten anders verortet (Computer eher an Arbeitsplätzen und Fernsehgeräte eher nicht). Die Entwicklung der Geräte hat dazu geführt, dass auch Fernsehgeräte grösser und smarter sind und in dieser Funktion neben Computern gekauft werden, die für *aktive* Interaktion im Sinne von Arbeit, *aktiver* Informationssuche und Konsumverhalten gekauft werden. Bei den jüngeren Befragten bis 34 sind es mit 88 Prozent Fernsehgeräte in den Haushalten etwas weniger, wobei hier die Ausstattung mit Computern bei 97 Prozent etwas höher liegt. Bei den jüngeren Nutzer*innen sind zwei grosse Gruppen zu unterscheiden. Eine Gruppe teilt den Haushalt noch mit den Eltern und hat deshalb ein Fernsehgerät im Haushalt. Eine zweite Gruppe hat einen jungen eigenen Hausstand. Letztere Gruppe kann ein eigenes Gerät aus dem Hausstand der Eltern mitgebracht, ein eigenes Gerät angeschafft haben oder darauf verzichten und zum Beispiel Computer oder Tablets für die Funktion eines Fernsehgeräts verwenden. Für die Entwicklung der Anteile ist entscheidend, dass die Kohorte der jüngeren Befragten in späteren Lebensphasen noch Fernsehgeräte anschafft und die Unterschiede in den Ausstattungen mit Fernsehgeräten kein reiner Kohorteneffekt sind, sondern auch von Altersphasen abhängen. In der italienischen Schweiz sind häufiger mehrere TV-Geräte im Haushalt vorhanden als in der Deutschschweiz und der Romandie. Dieser Unterschied ist über mehrere Jahre bestätigt und sagt vermutlich etwas über das Zusammenleben in Familien aus. Bei den Bildungsgruppen zeigt sich für die höher Gebildeten, dass häufiger keine Fernsehgeräte im Haushalt vorhanden sind. Der Unterschied zwischen den Bildungsgruppen wurde nach Alter kontrolliert. Dabei war kein Interaktionseffekt zwischen Alter und Bildung feststellbar.

Bei den Radiogeräten ist der Unterschied zwischen den Altersgruppen noch grösser. Während 54% der jüngeren Befragten angeben, noch über klassische Radiogeräte im Haushalt zu verfügen, sind es bei den Älteren 85%. Das sind die gleichen Anteile wie im Vorjahr. Inwiefern auch dieser Unterschied ein Effekt der Altersphasen ist, also ob im Laufe des Lebens solche Geräte noch angeschafft werden – oder ob es sich um einen Kohorteneffekt handelt – die jüngeren Generationen also auch in Zukunft auf Radiogeräte verzichten – wird sich zeigen müssen. Auch hier ist ein Bildungseffekt feststellbar, der allerdings mit dem Alter der Befragten verbunden ist. Dieses Ergebnis legt nahe, dass die geringere Radioausstattung kein reiner Alterseffekt ist, sondern ein Kohorteneffekt, der sich auch in Zukunft fortsetzen wird.

Auch bei den Zeitungsabonnementen sind die Unterschiede recht gross. Während in den Haushalten der ältesten Befragtengruppe noch zwei Drittel über ein Zeitungsabo verfügen, sind es bei den Jüngsten gerade noch ein Drittel. Die mittlere Gruppe der 35–54jährigen hat nur minimal häufiger ein Zeitungsabo im Haushalt als die jüngste Gruppe. Bei allen drei Altersgruppen zeigen sich leichte Abnahmetendenzen im Vergleich zu den Vorjahren. Das sind Effekte der Alterskohorten, die sich in Verschiebungen von jüngeren in ältere Kohorten niederschlagen.

In den Haushalten der jüngeren Befragten sind Computer häufiger vorhanden (97%) als bei den Älteren (88%). Obwohl die Ausstattung bei der jüngsten Befragtengruppe schon im letzten Jahr gegen eine Sättigung strebte (95%) hat sich der Anteil bei den Jüngeren nochmals leicht erhöht. Es kann davon ausgegangen werden, dass dies ein Effekt des Coronajahrs war, der gerade von jüngeren Erwachsenen in erheblichem Masse verlangt hat, dass sie über eigene Computer verfügen. In Interaktion mit dem Alter der Befragten erklärt die Bildung Unterschiede in der Ausstattung mit Computern. Das Politikinteresse hängt positiv mit dem Besitz von Computern zusammen. Dieser Effekt ist klein, aber auch nach Bereinigung der übrigen Erklärungsvariablen signifikant. Das bedeutet, dass unabhängig von Alter und Bildung ein höheres Interesse für Politik mit dem Vorhandensein von Computern zusammenhängt. Darüber hinaus hängt der Besitz von Computern nach wie vor vom Geschlecht ab. Dieser Gendergap ist zwar immer kleiner, ist aber noch signifikant und kann nicht wegpartialisiert werden.

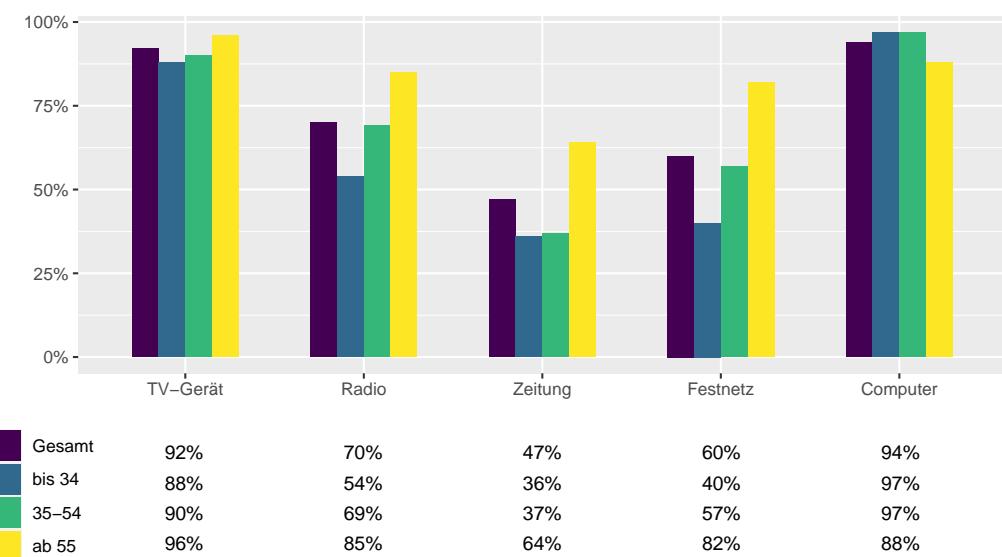


Abbildung 3.1: Medienbesitz Zuhause

3.2. Am Arbeitsplatz

Seit 2019 wird auch nach der Medienausstattung am Arbeitsplatz gefragt (siehe Abbildung 3.2 auf der nächsten Seite). Dabei wird wiederum deutlich, dass – trotz aller Konvergenz zwischen den Medien – Fernsehgeräte und Computer unterschiedliche Funktionen erfüllen. An Arbeitsplätzen sind TV-Geräte deutlich seltener vorhanden als im privaten Kontext. Im Unterschied zum privaten Haushalt geben für den Arbeitsplatz die jüngeren Befragten häufiger die Ausstattung mit Fernsehgeräten an. Ob das auf eher wohnlicher gestaltete Arbeitsumgebungen in Unternehmen mit jüngeren Beschäftigten zurückzuführen ist oder darauf, dass jüngere häufiger zu Hause arbeiten, kann mit Hilfe der vorliegenden Daten nicht aufgelöst werden. Radiogeräte stehen an Arbeitsplätzen noch häufiger

zur Verfügung. Als Hintergrundmedium ist der Konsum von Radioinhalten in Arbeitskontexten eher kompatibel als Fernsehgeräte. Zeitungen stehen wiederum insgesamt etwas seltener zur Verfügung, wobei auch hier die jüngeren Befragten das Vorhandensein von Zeitungen bestätigen. Festnetztelefone gehören bei 72 Prozent der Befragten zur Ausstattung an Arbeitsplätzen, aber auch hier ist der Trend eher rückläufig.

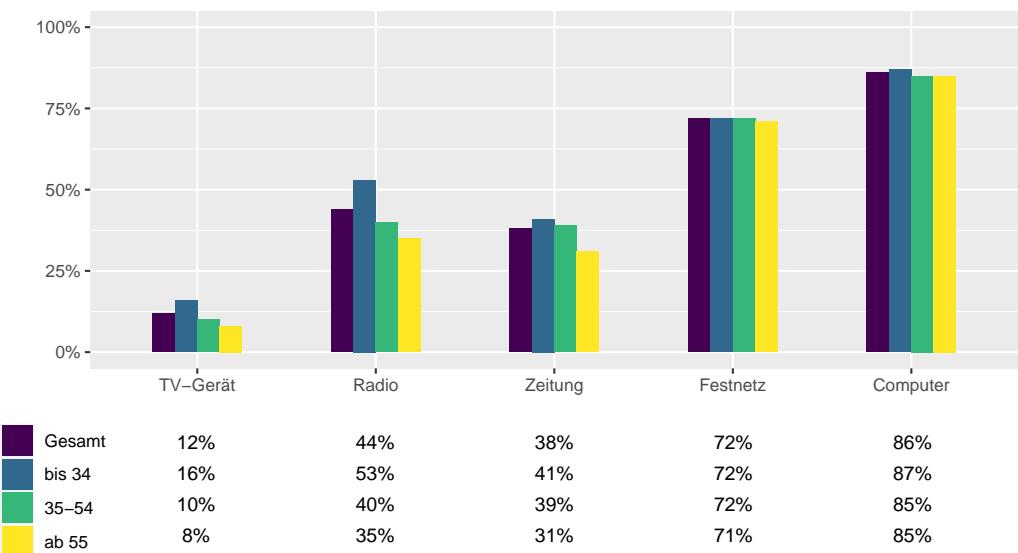


Abbildung 3.2: Medienbesitz am Arbeitsplatz

3.3. Unterwegs und mobil

Ebenfalls seit 2019 erhoben und daher mit dem Vorjahr vergleichbar ist die mobile Medienausstattung (siehe Abbildung 3.3 auf der nächsten Seite). Mobile Radiogeräte (vor allem auch im Auto) sind in der jüngsten Befragtengruppe seltener (43%) als in der mittleren Altersgruppe (61%) und bei den Ältesten (58%). Die Ausstattung mit Radiogeräten ist seit dem letzten Jahr stabil. Etwa ein Drittel der Befragten nutzt Notebooks auch mobil. Der Anteil ist, wie zu erwarten, bei den Jüngeren grösser (40%) als bei den Älteren (28%). Im Vergleich zum Vorjahr hat die mobile Nutzung von Notebooks leicht zugenommen. Notebooks werden vor allem von der höheren Bildungsgruppe mobil verwendet (47%) und weniger von den Befragten mit niedrigerer Bildung (20%).

Die Smartphoneausstattung zeigt mit 99 Prozent eine Sättigung bei der jüngsten Befragtengruppe und eine Steigerung von 78 Prozent auf 80 Prozent bei den ältesten Befragten (2018 waren es noch 66%). Der Zusammenhang mit der Bildung ist ebenfalls deutlich zu sehen und selbst in komplexeren multivariaten Modellen noch sichtbar, wenn für die übrigen Einflussfaktoren kontrolliert wird. Der Bildungseffekt kann also nicht alleine auf Alterskohorten zurückgeführt werden. Tablets sind bei der mittleren Altersgruppe von 35 bis 54 am häufigsten anzutreffen (54%) und bei den Jüngeren (45%) sowie bei den Älteren (45%) seltener. Die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen, die in den Tabellen ersichtlich sind, bleiben auch dann als signifikante Effekte erhalten, wenn die übrigen Merkmale wie Alter und Geschlecht kontrolliert werden, aber die Zusammenhänge sind nicht so stark wie bei den Smartphones.

Die Frage nach den News-Apps ist ein wenig ein Fremdkörper in der Gruppe der Fragen zur Medienausstattung der Haushalte. Hier geht es allerdings um das Vorhandensein von News-Apps auf den Smartphones, also im weiteren Sinne um ein Medium im Sinne einer technischen Voraussetzung

für Zugang zu Medieninhalten. Insgesamt verfügen 67 Prozent der Besitzer smarter Geräte (Smartphone, Tablet oder auch Smart-TV) über News-Apps. Der Anteil ist 2020 im Vergleich zu 2019 um 3 Prozent gestiegen. Im Vergleich der Altersgruppen zeigen die jüngsten Befragten mit 72 Prozent den grössten Anteil, wobei die etwas ältere Gruppe mit 69 Prozent ähnlich häufig über News-Apps verfügt. Die Befragten ab 55 Jahren haben zu 60 Prozent News-Apps installiert. Im Vergleich zum Vorjahr ist in dieser Gruppe der Anteil um 5 Prozent gestiegen. Dieser Anstieg geht sicher auch auf das gesteigerte Informationsbedürfnis im Mai 2020 vor dem Hintergrund der Coronakrise zurück. Entsprechend wurde auch oft in den Angaben der Informationsmedien zur Coronakrise angegeben, dass sich die Befragten über News-Apps über die Zahlen und Entwicklungen informiert haben.

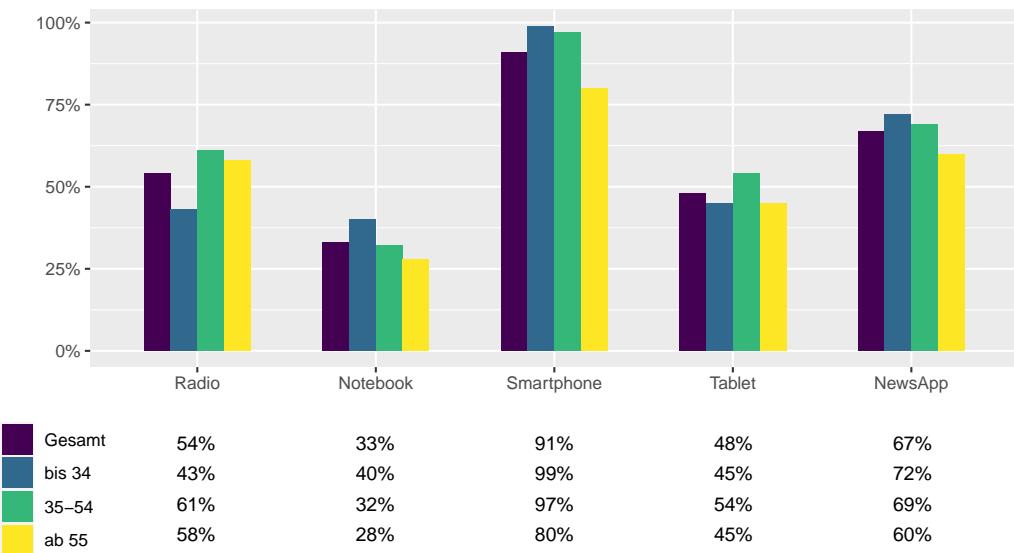


Abbildung 3.3: Medienbesitz mobil und unterwegs

4. Mediennutzung

Die Verfügbarkeit von Medien ist die notwendige, aber nicht hinreichende Voraussetzung für die Mediennutzung. Nachdem die Ausstattung mit Medien auf Haushalts- und Individualebene beschrieben wurde, ist dieses Kapitel der Mediennutzung gewidmet. Im Kontext der Medienbewertung gibt die Mediennutzung eine Auskunft über die Erwartung an die Medien als Motiv der Mediennutzung. Diese Erwartung kann als eine Qualitätsbewertung betrachtet werden. Dabei geht der Ansatz davon aus, dass sich Menschen den Medien zuwenden, von denen sie einen Nutzen erwarten (gratifications sought). Die Menschen erwarten also etwas von den Medien, wenn sie sich den Medien zuwenden. Im «Nutzen- und Belohnungsansatz» («Uses and Gratifications Approach») wird weiterhin davon ausgegangen, dass Menschen ihre Erwartungen während der Mediennutzung anhand der erhaltenen «Belohnungen» anpassen (vgl. Palmgreen 1984). Welche Nutzenerwartung als Motiv hinter einer Nutzung steht, kann anhand der Nutzung nicht abgelesen werden. Der Theorie des «Nutzen- und Belohnungsansatzes» folgend würden wir davon ausgehen, dass zum Beispiel die Nutzung einer Fernsehquizshow auf die Erwartung zurückzuführen ist, dass den Zuschauer*innen der Konsum dieser Show «etwas bringt». Ob sie Unterhaltung erwarten oder denken, dass sie etwas lernen oder die Show sehen, um am nächsten Tag im Büro mitreden zu können oder sie nur als Hintergrund verwenden, damit es in ihrer Wohnung nicht so still ist; all das ist unbekannt und kann oft auch von den Nutzer*innen nicht valide verbalisiert werden.

4.1. Mediennutzung je Woche

Die Ausstattung der Haushalte mit Fernsehgeräten ist nach wie vor hoch und auch die TV-Nutzung ist nicht in grösserem Stil von der Internetnutzung verdrängt worden (siehe Abbildung 4.1 auf der nächsten Seite). Das Medium Fernsehen wird von einer überwiegenden Mehrheit von 95 Prozent der Befragten mindestens hin und wieder genutzt. In der Schweiz werden die Angebote der SRG-Sender von den meisten Befragten mindestens ab und zu eingeschaltet (91%). Regionalfernsehsender schauen hingegen 28 Prozent nie und 72 Prozent mindestens hin und wieder. Im Vergleich zwischen den SRG-Sendern und den Privaten fällt auf, dass bei den Privaten die Gruppe überwiegt, die die Regionalfernsehsender seltener als wöchentlich einschaltet (32%). Den Sendern der SRG wendet sich die grösste Gruppe täglich oder fast täglich zu (40%). Dieser Anteil ist im Vergleich zu 2019 um 4 Prozentpunkte gestiegen. Ein möglicher Grund ist, dass die Menschen sich in der Krise verstärkt den klassisch etablierten Medien zuwenden. Ausländische Sender sehen 84 Prozent der Befragten und damit mehr als die Schweizer Regionalfernsehsender. Die privaten Regionalfernsehsender der Schweiz sind im Wesentlichen Informationssender und von den Sendern aus dem Ausland werden vor allem Unterhaltungsangebote genutzt. Der Vergleich der Nutzergruppen zeigt für die formal höher Gebildeten eine etwas geringere TV-Nutzung als für die tieferen Bildungsgruppen. In der italienischen Schweiz werden die ausländischen Programme intensiver genutzt als in den anderen beiden Sprachregionen.

Die Angebote der SRG-Radiosender oder der privaten Lokalradios werden von 91 Prozent der Befragten genutzt. Knapp die Hälfte (47%) der Befragten hört täglich oder fast täglich einen Schweizer Radiosender. Gut ein Drittel (34%) nutzt die SRG-Programme täglich und 27 Prozent die Lokalradiosender. Grössere Verschiebungen zwischen letztem und diesem Jahr hat es nicht gegeben.

Von den Befragten geben 72 Prozent an, dass sie Zeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen) nutzen, wenn auch zu 14 Prozent nur selten. Knapp ein Drittel der Befragten liest nahezu täglich Zeitung. Dazu kommen 10 Prozent der Befragten, die täglich (oder fast täglich) Pendlerzeitungen lesen. Jeweils 11 Prozent geben an, dass sie mehrmals pro Woche Zeitung bzw. Pendlerzeitungen lesen.

Das Internet nutzen 77 Prozent täglich und 12 Prozent mehrmals die Woche. Damit ist das Internet inzwischen das am häufigsten genutzte Medium. Auch hier muss relativierend darauf hingewiesen werden, dass «das Internet» natürlich nicht dieselben Funktionen erfüllt wie die TV- und Radiosender. Tägliche Internetnutzung kann auch bedeuten, dass zum Beispiel Emails geschrieben werden oder online eingekauft wird. Darum wurde zusätzlich gefragt, wie häufig online «News» konsumiert werden. Knapp die Hälfte der Befragten gab an, dass sie sich Online oder durch News-Apps über das aktuelle Geschehen informieren. Die tägliche Internetnutzung hat im Vergleich zum letzten Jahr von 73 Prozent auf 77 Prozent zugenommen. Bei der ältesten Befragtengruppe liegt der Anstieg bei 7 Prozentpunkten von 54 Prozent im letzten Jahr zu 61 Prozent in diesem Jahr. Ob das ein Trend ist oder sich die Anteile im nächsten Jahr wieder auf das Niveau vor 2020 einpendeln, wird sich zeigen müssen. Das gilt auch und besonders für die Onlinenutzung von Nachrichten. Insgesamt ist dort der Anteil von 40 Prozent auf 46 Prozent tägliche Nutzung gestiegen und bei den Älteren von 31 Prozent auf 37. In der italienischen Schweiz werden zu einem grösseren Anteil täglich Nachrichten online konsumiert (54%) als in der Romandie (43%) und der Deutschschweiz (46%). In der italienischen Schweiz war der Anteil auch im letzten Jahr auf diesem Niveau, und in den anderen beiden Sprachregionen tiefer (jeweils 40%). Bei der Nutzung von Onlinenachrichten gibt es klare Zusammenhänge mit der Bildung und dem Politikinteresse. Männer nutzen das Internet und Onlinenachrichten häufiger als Frauen.

Tabelle 4.1: Nutzung je Woche

Nutzung	TV				Radio			Presse		Online	
	Generell	SRG	Regional	Ausland	Generell	SRG	Lokal	Zeitung	Pendler	Internet	News
nie	5%	9%	28%	16%	9%	15%	22%	28%	36%	5%	13%
seltener	9%	15%	32%	18%	14%	21%	24%	22%	34%	4%	13%
einmal/Woche	8%	10%	9%	8%	8%	9%	7%	10%	9%	2%	6%
mehrmales/Woche	25%	25%	17%	28%	22%	20%	20%	11%	11%	12%	22%
(fast) täglich	54%	40%	15%	29%	47%	34%	27%	29%	10%	77%	46%
n	4135	4121	4110	4114	4131	4120	4117	4104	4107	4129	4112

4.2. Nutzungsduer

Diese Befragung unterschätzt die durchschnittliche Nutzung der Medien eher, da die Nutzer*innen sie selbst unterschätzen oder (bewusst oder unbewusst) geringere Zeitumfänge angeben, weil umfangreicher Fernsehkonsum als sozial weniger erwünscht gilt. Im Ergebnis (siehe Tabelle 4.2 auf der nächsten Seite) geben die Fernsehzuschauer*innen im Durchschnitt eine Tagesnutzung von gut anderthalb Stunden an (94 Minuten). Signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen gibt es nicht (die Konfidenzintervalle «KI» zwischen den Regionen sind zusammen grösser als der Unterschied). Der Umfang des TV-Konsums liegt in den jüngeren Alterskohorten deutlich tiefer (72 Minuten) als bei den älteren (121 Minuten). Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Bildung. Dort geben die Befragten mit tieferem Bildungsstand 113 Minuten an, die mittlere Bildungsgruppe 105 Minuten und die höchste Bildungsgruppe im Durchschnitt nur 75 Minuten. Die Unterschiede zwischen der höchsten gegen die anderen beiden Bildungsgruppen sind signifikant.

Die durchschnittliche Radionutzung liegt bei 98 Minuten. Am meisten Radio wird in der Deutschschweiz gehört (110 Minuten). Deutlich weniger ist es in der italienischen (79 Minuten) und der französischen Schweiz (62 Minuten). Auch Radio wird von der ältesten Befragtengruppe im Durchschnitt signifikant länger gehört (125 Minuten) als von der mittleren Gruppe (95 Minuten) und von

den Jüngsten (69 Minuten). Bei den Bildungsgruppen sieht es sehr ähnlich aus wie beim Fernsehen: Die höchste Bildungsgruppe wendet sich nur seltener dem Radio zu.

Die Zeitungsnutzung fällt im Vergleich mit 24 Minuten pro Tag kurz aus.² Die jüngeren Zeitungleser lesen im Durchschnitt 14 Minuten lang Zeitung, wohingegen die ältesten Befragten fast dreimal so viel für die Zeitungslektüre aufwenden (38 Minuten). Die mittlere Altersgruppe liegt mit 19 Minuten nahe bei der jüngsten Gruppe. Diese Minutenangaben sagen eher etwas über die Selbsteinschätzung aus als über die tatsächliche Zeitungsnutzung. Interessant ist, dass die Durchschnitte in allen Gruppen um etwa 5 Minuten gesunken sind. Das kann allerdings auch daran liegen, dass mit Corona die Mobilität eingeschränkt war und die Anteile wieder steigen, wenn etwas mehr Normalität zurückkehrt. Der Umfang der Zeitungsnutzung hängt kaum mit der Bildung zusammen. Allerdings zeigt sich ein überdurchschnittlicher Zusammenhang zwischen der Dauer der Zeitungslektüre und dem politischen Interesse.

Das Lesen von Onlineinformationen liegt im Durchschnitt bei 46 Minuten und damit 4 Minuten über dem Durchschnitt des letzten Jahres. Signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen gibt es nicht. Der Vergleich zwischen den Altersgruppen fällt aus wie erwartet: Die Jüngsten lesen pro Tag im Durchschnitt 52 Minuten Informationen online, die mittlere Altersgruppe 49 Minuten und die älteste Gruppe knapp 37 Minuten. Während die jüngste Gruppe ihren Konsum nicht ausgeweitet hat, haben sich die mittlere und die älteste Gruppe signifikant länger Onlineinhalten zugewendet. Signifikante Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen und der Stärke des Politikinteresses sind nicht festzustellen.

Tabelle 4.2: Durchschnittliche Nutzungsdauer

Mittelwerte	Gesamt	Region			Alter			Bildung			Politik		
		DS	FR	IT	bis 34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
TV	94.0	92.0	99.7	96.6	71.8	83.4	120.9	112.5	104.9	74.8	92.8	95.9	92.5
KI: TV	2.7	3.0	6.2	13.0	4.1	4.9	4.7	10.6	3.9	3.4	4.4	4.3	5.5
Radio	97.5	110.0	61.6	78.5	68.6	94.4	124.5	112.0	113.0	75.5	98.2	101.8	88.3
KI: Radio	4.8	6.0	7.5	21.4	7.4	8.6	8.8	15.1	7.5	6.8	8.3	7.5	9.3
Zeitung	24.3	25.9	20.0	19.9	13.5	18.9	37.6	23.9	24.8	23.7	16.0	24.4	36.7
KI: Zeitung	0.8	1.0	1.5	3.2	1.0	1.3	1.6	2.5	1.2	1.3	1.0	1.2	2.2
Online	45.9	46.7	42.8	49.2	52.0	48.7	37.3	48.2	45.0	46.6	45.7	44.4	49.2
KI: Online	2.1	2.5	4.0	10.6	4.0	3.5	2.4	6.3	2.9	3.2	3.8	3.0	4.1

4.3. Nutzungsmotive

Medien dienen der Information und der Unterhaltung. Das ist nicht nur normativ so, sondern praktischer Nutzungsalltag. Die meisten Menschen und die meisten Befragten nutzen die Angebote von Radio- und Fernsehsendern und Onlineangebote sowohl zu Unterhaltungszwecken als auch um sich zu informieren (siehe Tabelle 4.1 auf der nächsten Seite). Das Radio als Medium der Musikunterhaltung und Kurznachrichten wird von einem Fünftel der Befragten primär zur Information genutzt. Da Radio ein Nebenbeimedium ist, das weniger Aufmerksamkeit seine Nutzer*innen bindet, wird es von einem erheblichen Anteil der Hörer*innen am Morgen für Nachrichten eingeschaltet. Die musikalische Unterhaltung wird von 23 Prozent der Befragten gezielt angesteuert. Das Fernsehen wird in der gleichen Größenordnung von 22 Prozent der Zuschauer*innen primär zu Unterhaltungszwecken eingeschaltet. Im Unterschied zu den 19 Prozent beim Radio wenden sich nur 11

²Diese Minutenangabe mag auch etwas mit dem Titel der viel gelesenen Zeitung «20 Minuten» zu tun haben.

Prozent der Zuschauer*innen an erster Stelle für die Informationssuche dem Fernsehen zu. Onlineangebote werden nur von 8 Prozent der Befragten vor allem für die Unterhaltung genutzt. Wie beim Fernsehen sind es 68 Prozent, die Onlineangebote «sowohl als auch» nutzen. Der Anteil derer, die Onlineangebote vor allem für Informationen nutzt, ist der grösste im Vergleich der Mediengattungen. Im Vergleich zum Vorjahr sind es beim Fernsehen und Radio minimal mehr Befragte als im letzten Jahr, die diese Angebote vor allem für Informationen nutzen. Bei den Onlineangeboten ist dieser Anteil trotz Corona zurückgegangen. Hier hat es eine leichte Verschiebung gegeben zugunsten der gleichwertigen Nutzung für Information und Unterhaltung. Das Internet und Onlineangebote werden also vermehrt gleichzeitig für Information und Unterhaltung genutzt. Erwartungsgemäss gibt es Zusammenhänge zwischen der Bildung sowie dem Interesse an Politik mit der primären Informationssuche. Bei den ältesten Befragten ist der Anteil derer, die auch Unterhaltungsangebote online nutzen im Vergleich zum letzten Jahr am stärksten gestiegen.

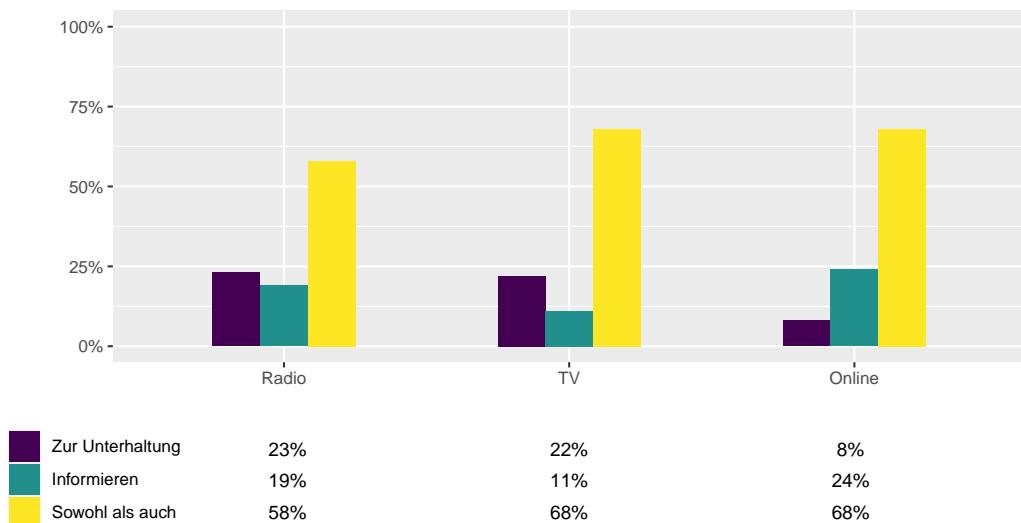


Abbildung 4.1: Nutzungsmotive

4.4. Prioritäten bei der Informationssuche

Die Publikumsbefragung zu den elektronischen Medien erhebt seit mehreren Jahren die Nutzungsrioritäten als Indikator für die Nutzenerwartungen. Um ein möglichst unverfälschtes Bild von den Nutzungsrioritäten zu erhalten wurde gefragt, welche Medien die Befragten an erster Stelle benutztten, wenn sie sich 1. über das Geschehen in der Schweiz, 2. das Geschehen in ihrer Region und 3. über das Geschehen im Ausland informieren möchten. Die Fragen wurden offen gestellt und konnte auch offen beantwortet werden. Auch wenn die Frage so formuliert war, dass nur das Medium genannt werden sollte, das die Befragten jeweils an erster Stelle nutzen, haben die Befragten häufig ein breiteres Medienrepertoire und keine eng umrissenen Präferenzen. Daher wurden oft mehrere Medien pro Informationsziel genannt. Diese Nennungen wurden erfasst, kodiert und aggregiert. In die Zählung wurden bis zu drei gruppierte Prioritäten aufgenommen, also zum Beispiel, wenn jemand geschrieben hat, er oder sie nutze «TeleBärn», «SRF-TV-1» sowie «SRF-TV-2», «Telebasel» die «Berne Zeitung» sowie «google» prioritätär, um sich über die Schweiz zu informieren, dann wurde jeweils in die Prozentuierung gezählt: 1. «Regionalfernsehen» («TeleBärn» und «Telebasel»), 2. «SRG TV» (nur einmal, weil in einer Prioritätengruppe) 3. «Zeitung» («google» wird nicht erfasst, weil es in dem Fall die 4. Gruppe wäre).

37 Prozent der Menschen in der Schweiz informiert sich über das Geschehen in der Schweiz prioritätär über die TV-Angebote der SRG (siehe Tabelle 4.3 auf der nächsten Seite).³ Zusammen mit den Angeboten der Regionalfernsehprogramme (9%) informieren sich 46 Prozent der Befragten prioritätär mit Hilfe von Fernsehangeboten über das Geschehen in der Schweiz. Als erste Quelle für die Suche nach Informationen über das Geschehen in der Schweiz nennen 6 Prozent die Radioangebote der SRG und 4 Prozent ihre lokalen Radiosender.⁴ Die Zeitungen wurden in diesem Jahr zusammengefasst ausgewertet und erreichen einen Anteil von 43 Prozent der Befragten, die ein Presseerzeugnis angaben.⁵ Bei den Onlineangeboten wurde unterschieden in das weltweite Netz («www») und Onlineangebote aus der Schweiz («Online CH»). Die Informationen der globalen Onlineinformationsdienste (z.B. Google, Facebook oder pauschal «das Internet») wurde von 17 Prozent der Befragten genannt, wenn es um Informationen über die Schweiz geht. Die Onlineangebote von reinen Onlinenachrichten wie «watson.ch» oder etablierten Medien wie «nzz.ch» oder auch «search.ch» nutzen 12 Prozent der Befragten. Ausländische Medien wurden hier zusammengezählt und machen insgesamt nur 2 Prozent der Nennungen aus.

Für Informationen über das Geschehen in ihrer Region greifen die Befragten auf ein breiteres Spektrum an Medienangeboten zurück. An diesem Punkt werden deutlich häufiger regionale Zeitungen genannt, wie die «Berner Zeitung», «Bote der Urschweiz», «Aargauer Zeitung» oder «Tribune de Genève». Mehr als 53% der Befragten haben in diesem Punkt generell angegeben, dass sie sich in Zeitungen über ihre Region informieren. Ein Fünftel der Befragten gibt an, sich über Fernsehangebote über ihre Region zu informieren. Davon fallen 10 Prozent auf die privaten Regionalfernsehprogramme und 10 Prozent auf die Angebote der SRG.⁶ Während für die Informationen über die gesamte Schweiz gut vier mal so häufig Sender der SRG angegeben wurden wie Regionalfernsehprogramme, sind es bei den Informationen über die eigene Region sogar etwas häufiger die Regionalfernsehprogramme. Die Radiosender der SRG werden nur von einem Prozent als prioritäres Medium für die Suche nach Informationen über das Geschehen in ihrer Region genannt. Hier werden mit 7 Prozent deutlich häufiger Lokalradiosender angeführt. Bei der Suche nach Informationen über die eigene Region gehen viele Befragte online (17%), wobei 11 Prozent der Befragten lediglich generische Angaben gemacht haben oder die weltweiten Onlineanbieter wie «google» oder «facebook» nennen. 6 Prozent der Befragten haben eindeutig zuordenbar Onlineangebote aus der Schweiz genannt. Auslandsmedien werden hier nur sehr selten genannt.

³Nach der Anzahl der Antworten sind die Angaben in Tabelle (siehe Tabelle B.1 ab 117) aufgeschlüsselt.

⁴Radiosender der SRG und der privaten Anbieter wurden von den Befragten, (wie auch im letzten Jahr) bei diesen Fragen selten als erste Informationsquelle genannt. Das kann daran liegen, dass Radio eher ein Begleitmedium ist. Als Motiv für die Nutzung hatten viele Befragte angegeben, dass sie Radio primär oder gleichwertig für Informationen nutzen. Dennoch stehen offenbar andere Medien in der Priorität höher, wenn es darum geht, die wichtigste Informationsquelle für die Nutzer*innen zu sein. Darüber hinaus hat vermutlich auch die Formulierung der Fragen einen Effekt, da die Befragten darum gebeten wurden, die Medien anzugeben, mit Hilfe derer sie sich aktiv informieren. Eine Frageformulierung, die nach nebenbei, also passiv erhaltenen Informationen fragt, hätte eventuell höhere Zahlen für die Radioangebote und niedrigere für Onlineinformationen zur Folge. Passiv formulierte Fragen wären allerdings mit Fragen nach Prioritäten nicht vereinbar.

⁵In Bezug auf die Zeitungsnutzung vermuten die Studienleiter, dass hier oft nicht zwischen der Papierzeitung und Onlineangeboten unterschieden wurde. Ohne konkrete Angabe, dass es sich bei einer Zeitungsnutzung um die Nutzung von Onlineangeboten geht, wurden die Zeitungen als klassische «Zeitung» kodiert und nicht als «Online CH».

⁶Dass ein Fünftel der Befragten die SRG-Sender dennoch als prioritäre Quelle für Regionalinformationen nennt, ist kein Zeichen für einen Verstoss gegen die Norm der Überregionalität. Nahezu jedes Ereignis über das berichtet wird ist an eine Region gebunden. Wenn das Interesse an der Region nicht gross oder nicht spezifisch ist oder das Empfinden von Regionalität weit gefasst wird, dann können die Informationen der SRG dieses Bedürfnis erfüllen, ohne ihrem Konzessionsauftrag zu widersprechen.

Für die Suche nach Informationen über das Ausland geben 28 Prozent der Befragten die Fernsehangebote der SRG an. An zweiter Stelle stehen die verschiedenen Zeitungen mit 27 Prozent der Befragten. Auslandsmedien werden für solche Informationen deutlich häufiger genannt und kommen auf 21 Prozent. Die internationalen Internetinformationen des «www» werden von 18 Prozent der Befragten als bevorzugte Informationsquelle über das Geschehen im Ausland genannt und die Schweizer Onlinenachrichtenquellen von 6 Prozent. Regionalfernsehsender haben ebenfalls nur für 6 Prozent der Befragten eine höhere Priorität, wenn es um Informationen über das Ausland geht. Die Radioangebote der SRG werden hier noch von 3 Prozent der Befragten genannt und die Lokalradio-programme von einem Prozent.

Tabelle 4.3: Medienprioritäten bei der Informationssuche

Prioritäten	Schweiz		Region		Ausland	
	Anzahl	% Befragte	Anzahl	% Befragte	Anzahl	% Befragte
SRG TV	1556	37%	402	10%	1165	28%
Regionalfernsehen	356	9%	435	10%	248	6%
SRG Radio	235	6%	52	1%	118	3%
Lokalradio	162	4%	310	7%	36	1%
Online CH	490	12%	243	6%	245	6%
www	706	17%	456	11%	766	18%
Zeitung	1772	43%	2186	53%	1107	27%
Auslandsmedien	87	2%	56	1%	856	21%
Anderes	297	7%	246	6%	261	6%
keine Angabe	418	10%	782	19%	685	16%
Gesamt	6079	147%	5168	124%	5487	132%

^a Die offene Frage nach der Priorität bei den jeweiligen Informationssuchen, wurde in vielen Fällen mit mehreren Angaben beantwortet. Gezählt wurde je Person, ob die Kategorien ('Prioritäten') vorkommen. Durch die Mehrfachnennungen addieren sich die Prozente auf mehr als 100%.

5. Bewertung des Medienangebots

Allen Umständen zum Trotz haben sich die Publikumsbewertungen der genutzten Medien kaum geändert. Die Unterschiede in den Bewertungen der verschiedenen Mediengruppen sind ebenfalls stabil. Wäre das Gemessene oder die Messung selbst nicht so stabil, würden die Kennwerte deutlich stärker fluktuieren. Bewertet wurden die Medien, die sich die Befragten aus dem Angebot an Medien ausgewählt haben, auf das sie in der Schweiz – beziehungsweise in ihrer Region – zugreifen können. Dabei wurden die Angebote nach Radio und Fernsehen unterschieden und jeweils in zwei Gruppen differenziert: 1. die Sender der SRG und 2. die privaten Anbieter. Die Befragten wurden also gebeten, erstens die von ihnen am häufigsten genutzten SRG-TV-Sender, zweitens ihre SRG-Radiosender, drittens von ihnen am häufigsten genutzte Regionalfernsehsender und viertens ihre Lokalradiosender zu bewerten. In den Auswertungen sind die Senderbewertungen nach diesen vier Angebotsgruppen zusammengefasst. In jedem Jahr werden die vier Hauptkriterien «Professionalität», «Ausgewogenheit», «Glaubwürdigkeit» und die «Gesamtzufriedenheit» bewertet. In diesem Jahr wurden (wie zuletzt vor zwei Jahren 2018) die übrigen Kategorien «Informationsgehalt», «Lokalbezug» und «Unterhaltsamkeit» abgefragt.

In Tabelle 5.1 auf der nächsten Seite sind die Durchschnittswerte jeder Bewertungskategorie für das Jahr 2020 notiert. Die besten Bewertungen in der Gesamtzufriedenheit wurden für die Angebote der SRG abgegeben. Die Radioangebote der SRG werden höher bewertet als deren Fernsehprogramme und die Lokalradios besser als die Regional-TV-Angebote. Insbesondere die «Professionalität» und die «Glaubwürdigkeit» werden bei den Rundfunkangeboten als «gut» oder «sehr gut» bewertet (bei den Onlineinformationen liegt die Glaubwürdigkeit etwas tiefer). Die «Ausgewogenheit» der Themen und Meinungen wird im Durchschnitt etwas tiefer angesetzt.⁷ Die Gesamtzufriedenheit mit den Sendern der SRG liegt unter den Werten für die «Professionalität» und unter denen der «Glaubwürdigkeit». Das hat vor allem auch damit zu tun, dass die Zufriedenheit mit den Angeboten auch von den Unterhaltungsangeboten und den Erwartungen an diese abhängt. Die «Unterhaltsamkeit» ist mit dem «Lokalbezug» der niedrigste Wert für das SRG-Fernsehen, wobei zu beachten ist, dass der «Lokalbezug» nicht im Auftrag der SRG liegt. Die Bewertung der SRG-Radiosender liegt etwa auf der Höhe der SRG-TV-Sender und zeigt dasselbe Muster in den Kategorien. Die Unterhaltsamkeit wird hier allerdings etwas höher bewertet und auch die Gesamtzufriedenheit liegt leicht über der für das Fernsehen der SRG. Die Lokalradios werden etwas schlechter bewertet als die Radioangebote der SRG. Bei den privaten Radiosendern ist im Vergleich die Ressourcenverteilung zu berücksichtigen, wobei sie im Radiobereich weniger zu Buche schlägt als beim deutlich ressourcenintensiveren Fernsehen. Das private Regionalfernsehen ist als Informationsangebot auf regionaler Ebene angelegt und konzessioniert. Dementsprechend sehen die Befragten auch einen hohen Stellenwert des «Lokalbezugs» beim Regional-TV und werten die Unterhaltsamkeit als «eher nicht zutreffend». Die Qualität der Informationen von Onlinemedien wird insgesamt eher niedrig eingestuft und liegt mit 3.7 nur knapp über den Werten für das Regionalfernsehen. Den von den Befragten gewählten online Informationsquellen wird eher ein geringer Lokalbezug bescheinigt. Unter der Annahme, dass sich die Nutzer*innen Medien aus verschiedenen Gründen zuwenden, die ihnen wichtig sind, scheint der Lokalbezug bei der Suche nach Informationen bei Onlinemedien keine sehr grosse Rolle zu spielen. Da die Gesamtzufriedenheit mit den Onlineinhalten den grössten Wert ausmacht, kann vermutet werden, dass für die meisten Onlinenutzer*innen andere Qualitäten eine

⁷Das liegt auch daran, dass Massenmedien den kleinsten gemeinsamen Nenner treffen müssen und Zuschauer*innen, deren Meinung sich nicht im Rahmen des Konsenses bzw. des Kompromisses bewegen, häufiger das Gefühl haben, dass die Medien ihre Meinung nicht ausgewogen in die Berichterstattung einbeziehen. In der Kommunikationswissenschaft ist das Phänomen als «Hostile Media Effect» bekannt (vgl. Vallone et al. 1985).

Rolle spielen, als sie hier im Kontext der Qualitätsbewertung von elektronischen Medien aufgestellt und gemessen werden.

Tabelle 5.1: Medienbewertungen 2020

Kategorien	SRG-TV	Regional-TV	SRG-Radio	Lokalradio	Online
Professionalität	4.2	3.6	4.1	3.7	3.7
Informationsgehalt	4.1	3.6	3.7	3.4	3.7
Lokalbezug	3.4	4.0	3.2	3.8	3.3
Ausgewogenheit	3.8	3.4	3.7	3.5	3.6
Glaubwürdigkeit	4.2	3.9	4.1	3.8	3.5
Unterhaltsamkeit	3.4	3.1	3.7	3.7	3.5
Gesamtzufriedenheit	3.9	3.6	4.0	3.8	3.7

5.1. Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

Die Gesamtzufriedenheit liegt in den letzten Jahren zwischen 3.4 und 4.1 und immer deutlich über der Skalenmitte von 3.0 (siehe Grafik 5.1 auf dieser Seite und für die Details Tabelle 5.2 auf der nächsten Seite). Die Unterschiede scheinen nicht gross zu sein, sind aber eindeutig interpretierbar und zeigen ein durchaus plausibles Bild. Die Regional-TV-Sender wurden in den letzten 10 Jahren insgesamt eher niedriger bewertet, aber mit einer Verbesserung in den letzten drei Jahren. Das liegt vor allem daran, dass Unterhaltungsangebote im Durchschnitt zu besseren Gesamtbewertungen führen und die privaten Regionalsender auf Informationen über die Region konzentriert sind. Zudem spielen beim Fernsehen die Ressourcen eine erhebliche Rolle und diese sind im Vergleich zwischen den SRG-Sendern und den privaten Fernsehanbietern ungleich verteilt. Gleichzeitig setzt die SRG den Massstab für hochwertiges Fernsehen in der Schweiz. Die Lokalradiosender wurden in der Vergangenheit lange besser oder gleich gut eingestuft wie die Fernsehsender der SRG. Seit 2017 werden die SRG-TV-Sender etwas besser bewertet. In diesem Jahr hat das Lokalradio insgesamt um eine Mittelwertstufe niedrigere Werte und auch darin eine Parallele zur Bewertung des SRG-Fernsehens. Damit setzt sich auch der Positivtrend bei den SRG-Fernsehsendern in diesem Jahr nicht fort. Ob die schlechteren Bewertungen mit den Besonderheiten des Jahres 2020 zu tun haben und 2021 wieder ansteigen, kann im Bericht zur Publikumsbewertung 2021 nachgelesen werden. Die Zufriedenheit mit den SRG-Radioangeboten war immer hoch, hat aber 2019 etwas verloren. Da die Bewertung der SRG-Fernsehangebote leicht gesunken ist, liegen die SRG-Radioprogramme wieder als Maximum an der Spitze.

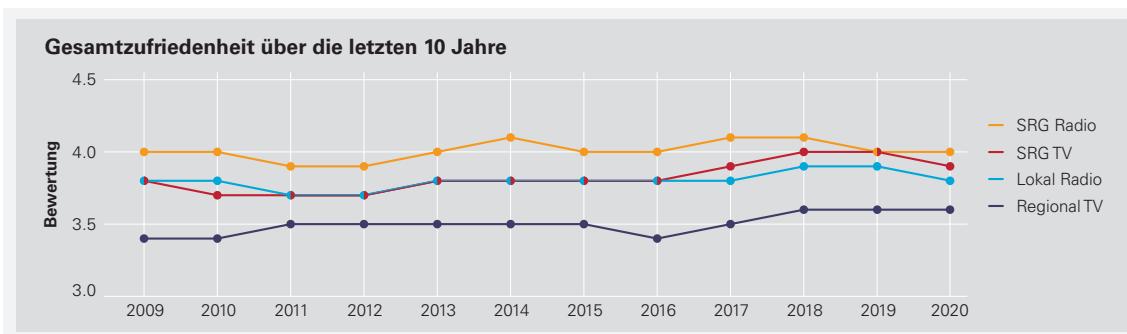


Abbildung 5.1: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

Tabelle 5.2: Gesamtzufriedenheit im Zeitverlauf

Sender	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
SRG TV	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0	3.9
Regional TV	3.4	3.4	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.6
SRG Radio	4.0	4.0	3.9	3.9	4.0	4.1	4.0	4.0	4.1	4.1	4.0	4.0
LokalRadio	3.8	3.8	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8

5.2. Bewertung der Fernsehsender

In der Abbildung 5.2 auf dieser Seite sind die Bewertungen der Fernsehangebote in einem Ringdiagramm dargestellt. Wären alle sieben Durchschnittsbewertungen beim Höchstwert von 5.0, dann wären die Ringe geschlossen. Hier ist leicht zu erkennen, dass der Ring der kumulierten Durchschnittsbewertungen für das Regionalfernsehen kürzer ist (Summe = 25,2) als beim SRG-Fernsehen (Summe = 27,0). Bis auf den Lokalbezug werden die SRG-Programme in allen Qualitätskategorien besser bewertet. Dieses Ergebnis resultiert aus dem Schweizer Rundfunksystem mit gebührenfinanzierten SRG-Programmen und privaten Regionalsendern. Gleichzeitig rechtfertigt der Vergleich das duale System. Die Ringe zeigen auch, dass die Bewertungen etwa bei drei Vierteln des Maximums liegen und damit klar über der Hälfte, die eine neutrale Bewertung dargestellt hätte. Die Menschen in der Schweiz sind also mit den Fernsehangeboten insgesamt eher zufrieden und bewerten die SRG-Programme etwas besser. Im Folgenden werden die Bewertungen je Sendergruppe im Detail betrachtet.

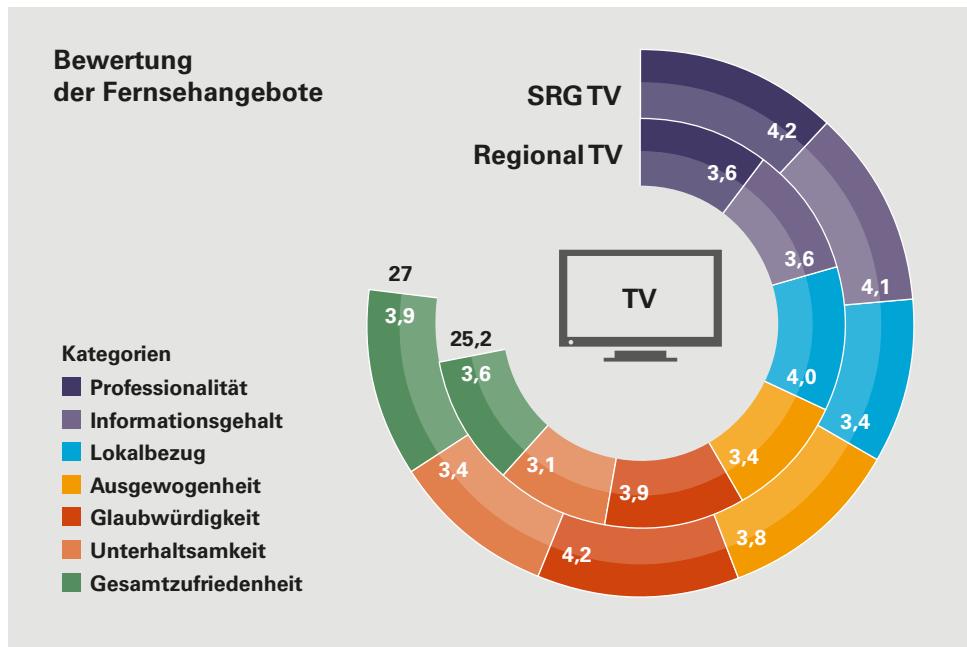


Abbildung 5.2: Bewertung der Fernsehangebote

5.3. Bewertung der SRG-Fernsehsender

Die Bewertungen der SRG-Fernsehsender ist über die letzten zehn Jahre konsistent in den einzelnen Qualitätskategorien und in mehreren Bewertungsdimensionen eher leicht gestiegen (siehe Tabelle 5.3 auf dieser Seite). So wurde die «Professionalität» immer recht hoch eingestuft (4.2) und hat sich von 2011 (3.9) bis heute leicht verbessert. Das gilt in etwas abgeschwächter Forma auch für die «Glaubwürdigkeit», die von 4.1 auf 4.2 gestiegen ist. Der «Informationsgehalt» wird ebenfalls über die Jahre mit recht hohen Werten von 3.9 bis 4.1 bewertet (2013 ist mit der 3.9 fast schon ein Ausreißer). Etwas tiefer liegen die Bewertungen für die «Ausgewogenheit». Von 2011 bis 2017 schwankten in dieser Kategorie die Durchschnittsbewertungen zwischen 3.6 und 3.7. Seit 2018 wird die «Ausgewogenheit» der SRG-Fernsehsender mit 3.8 bewertet. Der «Stellenwert des Lokalen» ist in den letzten zehn Erhebungsjahren immer eher niedrig bewertet worden. In diesem Jahr liegt der Wert etwas über dem Durchschnitt. Das liegt sicher auch an den lokalen und regionalen Informationen über die Verbreitung des Coronavirus in diesem Jahr. Die «Unterhaltsamkeit» ist Geschmackssache, aber ein breit aufgestellter Sender, der die «Unterhaltung» zu seinen Programmzielen zählt, hat sicher auch im Blick, wie die «Unterhaltsamkeit» seiner Angebote im Durchschnitt seiner Zuschauer empfunden wird.

Tabelle 5.3: Bewertung SRG-TV im Jahresvergleich

Bewertungskategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Professionalität	3.9	4.0	3.9	4.0	4.0	4.0	4.1	4.2	4.2	4.2
Informationsgehalt	4.0	4.0	3.9	4.0	4.0	4.0	4.0	4.1	—	4.1
Lokalbezug	3.3	3.3	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	—	3.4
Ausgewogenheit	3.7	3.7	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7	3.8	3.8	3.8
Glaubwürdigkeit	4.1	—	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2
Unterhaltsamkeit	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3	3.3	3.4	3.5	—	3.4
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0	3.9
N-Minimum	2951	2371	2725	3007	3057	3246	3277	3148	3624	3303

Mit Blick auf die Details (siehe Tabelle A.43 auf Seite 74) zeigen sich interessante Zusammenhänge. Die «Professionalität» der SRG-TV-Programme bewerten nur 5 Prozent der Befragten als «gar nicht» oder kaum professionell. Die neutrale Bewertungsmitte wählen 15 Prozent. Gute (35%) und sehr gute (45%) Noten vergeben insgesamt 80 Prozent der Befragten. In der französischen Schweiz wurde besonders häufig (56%) die beste Bewertung vergeben und in der italienischen Schweiz seltener (41%). Auffällig ist, dass die jüngeren Befragten häufiger die Bestwertung «sehr professionell» vergeben (51%) als die älteren (39%). Das korrespondiert auch mit den Werten nach Bildungsgruppen: Befragte mit niedrigerem formalen Bildungsstand vergeben seltener die Bestwertung (40%) als diejenigen mit höherem Bildungsniveau (49%). Da in den jüngeren Alterskohorten der Bildungsstand höher ist als in den älteren Kohorten, hängen Alter und Bildung negativ miteinander zusammen. Die älteren Befragten haben eine stärkere Bindung an das klassische SRG-Fernsehen. Das kann auch heissen, dass jüngere Befragte andere Medien wählen oder SRG-TV-Inhalte spezifischer auswählen, wenn ihnen das SRG-Fernsehen nicht im modernen Sinne professionell vorkommen. Die älteren nutzten die SRG-Angebote umfangreicher, auch wenn sie ihnen kritischer gegenüberstehen.

Der «Informationsgehalt» wurde in diesem Jahr nach einem Jahr Pause wieder abgefragt. Im Vergleich zu 2018 hat es in der Gesamtbewertung des Informationsgehaltes keine Änderung gege-

ben.⁸ Von den Befragten, die SRG-Fernsehsender konsumieren und Qualitätseinschätzungen abgegeben haben (3392), gaben 37 Prozent an, dass sie die Fernsehsender der SRG «sehr informativ» finden. Die etwas grössere Gruppe von 39 Prozent der Befragten schätzt die Angebote der SRG als 4 («eher informativ») ein. Neutrale Bewertungen geben 19 Prozent ab und negative nur 5 Prozent, wobei 1 Prozent der Befragten (25 Personen) angegeben haben, dass sie die Informationen der SRG überhaupt nicht informativ finden. In der italienischen Schweiz wurde der Informationsgehalt signifikant tiefer (3.9) bewertet als in der französischen und deutschen Schweiz (jeweils 4.1). Signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt es hier nicht, aber zwischen den Bildungsgruppen. Die Befragten mit niedrigerem Bildungsstand geben im Durchschnitt 3.9 an und diejenigen mit mittlerer oder hoher Bildung Werte von 4.1. Das Politikinteresse zeigt wiederum einen positiven Zusammenhang zwischen denen mit geringem (4.0) und denen mit starkem politischen Interesse (4.2).

Der Stellenwert der «**Lokal-regionale Berichterstattung**» gehört zu den beiden tiefsten Durchschnittswerten (3.4) für die SRG-Fernsehprogramme (neben der «Unterhaltsamkeit»). Dennoch haben hier 19 Prozent der Befragten die Bestwertung «sehr hoher Stellenwert» gewählt. Deutlich mehr (28%) haben die zweitbeste Kategorie vergeben. Mit einem Drittel der Befragten (32%) haben die meisten die neutrale Mitte gewählt. Einen eher geringen Stellenwert sehen 17 Prozent der Befragten, und 5 Prozent der Befragten (159 Personen) haben «gar keinen Stellenwert» angeklickt. Im Vergleich der Regionen zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen der Deutschschweiz (3.2) und der italienischen sowie der französischen Schweiz (jeweils 3.8). Das hat natürlich auch mit der Grösse der Sprachregionen zu tun. In der eher kleinen italienischen Schweiz haben Geschehnisse in der Sprachregion auch einen stärker als lokal empfundenen Bezug als in der deutlich grösseren deutschen Schweiz. Zwischen den Altersgruppen gibt es in dieser Kategorie interesseranterweise keine Unterschiede, dafür aber zwischen den Bildungsgruppen, wobei die höher Gebildeten den Stellenwert der Lokalinformationen tiefer ansetzen (3.2) als die mit tieferem Bildungsstand (3.6). Da Befragte mit höherem Politikinteresse den Stellenwert des Lokalen nur etwas, aber signifikant tiefer einschätzen als die mit geringerem politischen Interesse, kann daraus geschlossen werden, dass das politische Interesse in der Regel eher auf grössere Zusammenhänge zielt als auf lokale Politik.

Die «**Ausgewogenheit**» des Schweizer Fernsehens wird insgesamt tiefer bewertet (3.8) als die anderen Kernindikatoren. Jede*r vierte Befragte hat das Schweizer Fernsehprogramm als «sehr ausgewogen» bewertet und 39 Prozent als «eher ausgewogen». Die neutrale Mitte haben 27 Prozent gewählt. Die übrigen 10 Prozent halten die Themen und Meinungen im SRG-TV für eher nicht ausgewogen oder «gar nicht ausgewogen» (2% bzw. 73 Befragte). Mit Blick in die Details (siehe Tabelle A.58 auf Seite 89), zeigt sich der signifikante Unterschied zwischen den Sprachregionen nicht mehr, der im letzten Jahr noch deutlich war. Die Romands betrachten ihr Programm als etwas ausgewogen als die Deutschschweizer und die Tessiner und übrigen Befragten der italienischen Schweiz. Altersunterschiede sind hier genauso wenig feststellbar wie ein Zusammenhang mit der Bildung. Dagegen finden sich leichte Unterschiede zwischen den Gruppen nach politischem Interesse. Bei Befragten mit starkem politischen Interesse vergaben 31 Prozent die höchste Wertung und bei den weniger interessierten nur 20 Prozent. Der Eindruck geringer Ausgewogenheit wird seltener, wenn die Zuschauer sich stärker mit Politik beschäftigen.

Die «**Glaubwürdigkeit**» liegt im Durchschnitt sehr hoch bei 4.2. Nochmals besser bewerten die Romands mit 4.3, wobei der Unterschied auch hier klarer wird, wenn man sich die Bestwertung «sehr glaubwürdig» ansieht (siehe Tabelle A.63 auf Seite 94). Diese höchste Wertung vergeben in der französischen Schweiz 47 Prozent der Befragten, in der italienischen Schweiz 39 Prozent und in

⁸Das spricht auch für die alternierende Erhebung.

der Deutschschweiz 46 Prozent. Diese Unterschiede sind allerdings im Mittelwert nicht signifikant. Desgleichen sind keine signifikanten Unterschiede zwischen den übrigen Aufrissgruppen gemessen worden. Die Glaubwürdigkeit des SRG-Fernsehens wird also überwiegend und übergreifend als hoch eingeschätzt.

Als eine von drei Nebenkategorien wird die «**Unterhaltsamkeit**» als Qualitätsnorm nicht mehr jedes Jahr abgefragt. Nach einer Pause 2019 liegt die Durchschnittswertung für den Unterhaltungswert der SRG-Fernsehangebote (3.4) unter dem letzten Wert von 2018 (3.5).⁹ Von den Befragten gaben 13 Prozent an, dass sie die Angebote «sehr unterhaltsam» finden (siehe Tabelle A.68 auf Seite 99). Als «eher unterhaltsam» bewerteten 35 Prozent der Befragten die TV-Programme der SRG, was dem Anteil derer gleicht, die die Unterhaltsamkeit neutral bewerten. Signifikante Mittelwertunterschiede finden sich keine zwischen den Sprachregionen. Die jüngeren Befragten bewerten das Unterhaltungsangebot der SRG interesserweise höher als die jüngeren Befragten. Es gibt auch wieder Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen, die konträr zur Altersverteilung in den Bildungsgruppen verlaufen, da in bei diesem Kriterium die höher Gebildeten (im Schnitt jüngere Kohorten) einen signifikant schlechteren Schnitt aufweisen. Wie bei anderen Kategorien auch, ist hier nicht auszuschliessen, dass die höher Gebildeten und die Älteren sich stärker an die SRG-Fernsehangebote gebunden fühlen und diese dann schlechter bewerten als die weniger gebundenen Gruppen, die das Angebot einfach wechseln, wenn es für sie nicht so unterhaltsam ist bei der SRG (zum Beispiel indem sie auf private Unterhaltungssender aus dem Ausland zurückgreifen).

Die «**Gesamtzufriedenheit**» mit dem SRG-TV insgesamt liegt im Durchschnitt bei 4.0 und weisst die schon beobachteten Unterschiede zwischen den Gruppen auf: Die Romands sind insgesamt zufriedener (4.1) als die italienischen Schweizer (3.9) und Deutschschweizer (3.8, siehe A.73 auf Seite 104). Diese Werte haben sich im Vergleich zum letzten Jahr etwas angeglichen und sind in diesem Jahr alleine gesehen nicht signifikant. In der Bestnote «sehr zufrieden» drückt sich das so aus: Deutschschweiz 27 Prozent, italienische Schweiz 30 Prozent und französische Schweiz 36 Prozent. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind auch in diesem Jahr nicht signifikant, genauso wenig wie die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen und nach Politikinteresse.

5.4. Bewertung der Regionalfernsehsender

Die Tabelle 5.3 auf Seite 28 zeigt zwei dunkelgrünere Streifen mit höheren Bewertungen: 1. den «**Lokalbezug**» und 2. die «**Glaubwürdigkeit**» der Informationen. Die konzessionierten privaten Regionalfernsehsender sind Informationssender mit Schwerpunkt auf Regionalberichterstattung. Insofern sind diese Bewertungen konsistent zum Auftrag und der Ausrichtung dieser Programme. Der Schwerpunkt auf Informationen zeigt sich auch in der Bewertung der «**Unterhaltsamkeit**», die mit einem gelben Streifen in der Tabelle in den letzten 10 Jahren eher niedrige Bewertungen zu verzeichnen hat. Die niedrigeren Bewertungen im Vergleich zu den Fernsehsendern der SRG ist – angesichts sehr unterschiedlicher Ressourcen – systembedingt und erwartungstreu. Im Vergleich zum letzten Jahr hat die Bewertung der «**Professionalität**» wieder den Stand von 2018 erreicht (3.6). Im gesamten Zeitverlauf schwanken die Werte in dieser Kategorie etwas, wobei ein leicht positiver Trend zu erkennen ist. Die «**Ausgewogenheit**» der Regionalfernsehsender (3.4) liegt signifikant über der neutralen Mitte von 3.0 und seit 10 Jahren in dieser Größenordnung. Die Gesamtzufriedenheit mit den genutzten Regionalfernsehsendern liegt mit 3.6 unter denen der übrigen Angebote, ist dabei aber in den letzten Jahren von 3.5 auf 3.6 gestiegen (2016 lag der Wert sogar nur bei 3.4). Schaut man in die Details, zeigen sich wenige Unterschiede zwischen den Befragtengruppen.

⁹Das spricht dafür, mindestens alle zwei Jahre auch diese Kategorie in der Publikumsbefragung weiter mitzuführen.

Tabelle 5.4: Bewertung des privaten Regional-TV im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Professionalität	3.4	3.5	3.4	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.5	3.6
Informationsgehalt	3.6	3.6	3.5	3.5	3.4	3.4	3.5	3.6	—	3.6
Lokalbezug	4.0	4.0	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	4.0	—	4.0
Ausgewogenheit	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.4	3.4
Glaubwürdigkeit	3.9	—	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9	4.0	3.9	3.9
Unterhaltsamkeit	3.0	3.0	3.1	3.1	3.0	3.0	3.1	3.1	—	3.1
Gesamtzufriedenheit	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.6
N-Minimum	1557	1539	1437	1549	1417	1565	1609	1482	2025	1854

Die «**Professionalität**» der privaten Regionalfernsehprogramme (siehe Tabelle A.44 auf Seite 75) wird in der italienischen Schweiz mit 3.9 höher bewertet als in der Deutschschweiz (3.5) und ähnlich wie in der französischen Schweiz (3.8). Diese Unterschiede bestätigen die Ergebnisse des letzten Jahres. Die beste Bewertung «sehr professionell» vergaben in der Deutschschweiz nur 16 Prozent der Regionalfernsehnutzer*innen und in der italienischen Schweiz knapp doppelt so viele. In der französischen Schweiz gaben 28 Prozent die Bestwertung für ihr Regionalfernsehen ab. Wie im letzten Jahr vergaben die älteren Regionalfernsehnutzer*innen bessere Werte (3.7) als die Jüngeren (3.5) (bei den Sendern der SRG war es umgekehrt). Die tiefer Gebildeten geben den Regionalfernsehern häufiger die Bestnote (26%) als die höher Gebildeten (13%). Einen klaren Zusammenhang zwischen dem Interesse an Politik und der Professionalitätsbewertung in Bezug auf die Regionalfernsehsender gibt es nicht.

Der «**Informationsgehalt**» der Regionalfernsehsender wird von 18 Prozent ihrer Zuschauer als sehr hoch eingestuft. Ebenfalls noch eher positiv reagierten 36 Prozent der Regionalfernsehnutzer*innen und fast genauso viele neutral (34%). Gar nicht informativ finden 1 Prozent der Nutzer*innen von Regionalfernsehsendern das Angebot (27 Personen). Signifikante Gruppenunterschiede finden sich zwischen den Bildungsgruppen: Von den höher Gebildeten bewerten 13 Prozent ihre Regionalfernsehsender als «sehr informativ» und von den Regionalfernsehnutzer*innen mit geringerem Bildungsstand 10 Prozentpunkte mehr. Im Durchschnitt liegen die höher Gebildeten damit bei 3.4 und die mit tieferen Abschlüssen bei 3.7.

Der «**Lokal-Regionale Bezug**» ist die Kernaufgabe und die grösste Stärke der privaten Regionalfernsehprogramme. Der Lokalbezug ist daher auch die stärkste Qualitätskategorie der Regionalfernsehprogramme und die einzige Rubrik, in der sie vor der SRG liegen. Das ist im Rundfunksystem der Schweiz so angelegt und gewollt. Von den Regionalfernsehnutzer*innen geben 35 Prozent an, dass sie einen «sehr hohen Stellenwert» des Regionalen bei ihrem Programm sehen und genauso viele geben einen «hohen Stellenwert» an. Neutrale Werte geben hier 22 Prozent ab und 7 Prozent sehen eher einen geringen Stellenwert des Lokalen bei dem von ihnen genutzten und bewerteten Programm. Wiederum 1 Prozent (24 Personen) erkennen «gar keinen Stellenwert» des Lokalen bei ihren Programmen. In der italienischen Schweiz wird der Stellenwert (wie bei den SRG-TV-Sendern) etwas höher bewertet (4.1) als in der Deutschschweiz (3.9). Bei den übrigen Gruppen gibt es keine signifikanten Unterschiede.

Die «**Ausgewogenheit**» der Regionalfernsehsender wird von 13 Prozent der Regionalfernsehnutzer*innen als «sehr ausgewogen» betrachtet (siehe Tabelle A.59 auf Seite 90). Die noch im letzten Jahr sichtbaren Unterschiede – vor allem zwischen der italienischen Schweiz und der Deutschschweiz – sind in diesem Jahr nicht mehr sichtbar. Während es beim SRG-TV keine Unterschiede zwischen den Altersgruppen gab, werden die Regionalfernsehsender von den Älteren im Schnitt si-

gnifikant besser bewertet (3.5) als von den Jüngeren (3.3). Diejenigen mit formal höherem Bildungsabschluss haben häufiger den Eindruck der Unausgewogenheit (22% «eher» oder «gar nicht ausgewogen») als diejenigen mit tieferem Bildungsabschluss (13%). Die im letzten Jahr noch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen nach Politikinteresse wurden in diesem Jahr nicht festgestellt.

Die «**Glaubwürdigkeit**» der privaten Fernsehsender wird von ihren Nutzer*innen zu 40 Prozent als «eher hoch» und von 29 Prozent als «sehr hoch» eingestuft (siehe Tabelle A.64 auf Seite 95). Ein Viertel bewertet die Glaubwürdigkeit eher neutral und 7 Prozent ihre Sender als «eher» oder «gar nicht glaubwürdig». Zwischen den Altersgruppen gibt es keine signifikanten Mittelwertunterschiede und auch in der Prozenten keine besonderen Abweichungen zwischen den Gruppen. Die Regionalfernsehnutzer*innen mit höherem Bildungsabschluss zeigen sich leicht skeptischer als die Befragten mit mittlerem oder tieferem Abschluss. Ob die Nutzer*innen ihre Programme glaubwürdig finden hängt nicht mit der Stärke des Interesses an Politik zusammen.

Die «**Unterhaltsamkeit**» gehört weder zu den Stärken noch zum Auftrag der privaten Regionalfernsehprogramme. Die Bewertungen für diese Kategorie verteilen sich daher auch recht gleichmäßig auf die Zustimmung, Ablehnung und neutrale Mitte. Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen sind nicht signifikant. Bei den Jüngeren finden sich nochmals deutlich weniger Regionalfernsehnutzer*innen, die ihre Sender als besonders unterhaltsam einstufen (26%), während es bei den Älteren in den beiden positiven Bewertungen 39 Prozent sind. Die stärksten Unterschiede sind zwischen den Bildungsgruppen festzustellen: Die Zuschauer*innen mit tieferem formalen Bildungsstand bewerten im Mittel mit 3.3 und die höher Gebildeten mit 2.7. Mit dem politischen Interesse hängt das wiederum nicht zusammen.

Die «**Gesamtzufriedenheit**» mit den Regionalfernsehsendern liegt in der Deutschschweiz etwas tiefer (3.5) als in der italienischen Schweiz (3.7) (siehe Tabelle A.74 auf Seite 105). Die Romandie liegt dazwischen mit 3.6. Grössere Unterschiede zwischen den Altersgruppen, die im letzten Jahr noch deutlich waren, gibt es in diesem Jahr nicht zu verzeichnen. Dafür ist der Unterschied zwischen Personen mit tieferem formalen Bildungsstand (3.7) zu den höher Gebildeten (3.3) grösser geworden.

5.5. Bewertung der Radioprogramme

In der Ringgrafik 5.3 auf der nächsten Seite ist wieder gut zu erkennen, dass die Radioangebote in der Schweiz positiv bewertet werden. Der Unterschied zwischen den Angeboten der SRG und der Lokalradios ist noch etwas kleiner als bei den Fernsehprogrammen. Ebenfalls wie bei den Fernsehprogrammen schneiden die Sender der SRG in allen Qualitätskriterien besser ab, bis auf den Stellenwert des Lokalen, den die Lokalradioprogramme besser erfüllen. Diese Unterschiede entsprechen wieder den normativen und rechtlichen Ansprüchen, also dem Rundfunksystem in der Schweiz. Die Unterschiede zeigen sich in den Details.

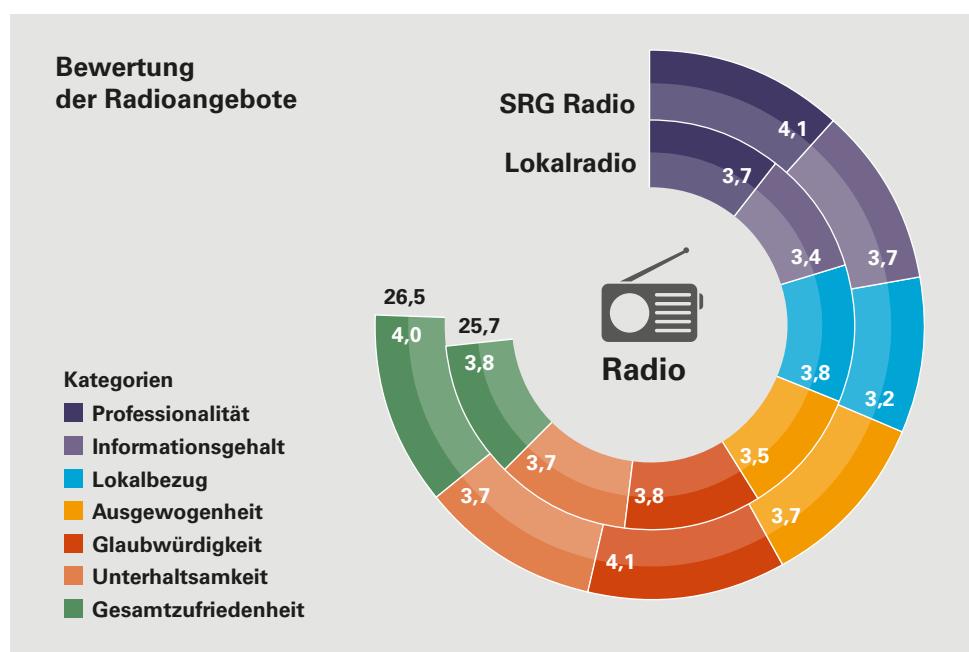


Abbildung 5.3: Bewertung der Radiosender

5.6. Bewertung der SRG-Radiosender

Die SRG-Radiosender führen in diesem Jahr die «Gesamtzufriedenheit» von 4.0 an, nachdem die SRG-TV-Sender im letzten Jahr kurzzeitig gleichgezogen hatten (siehe Tabelle 5.5 auf dieser Seite). In den letzten zehn Jahren hat es, von leichten Schwankungen abgesehen, in der Gesamtzufriedenheit einen klaren Anstieg von 3.7 auf 4.0 für die SRG-Radioprogramme gegeben. In den Einzelkategorien liegen wiederum «Professionalität» und «Glaubwürdigkeit» am höchsten. Über die Jahre hinweg bestätigen die SRG-Hörer*innen eine steigende Professionalisierung. Nachdem auch die «Glaubwürdigkeit» über die Jahre hinweg einen positiven Trend gezeigt hat und bei 4.2 im letzten Jahr sein Maximum hatte, sank der Wert hier leicht auf 4.1 in diesem Jahr, was immer noch über den Bewertungen aller Jahre bis 2018 liegt. Einen überraschend niedrigen Wert haben die SRG-Hörer*innen für den Lokalbezug in diesem Jahr vergeben. Das könnte daran liegen, dass der Stellenwert des Lokalen bei den SRG-Radiosendern kleiner geworden ist, am Methodenwechsel im Jahr 2019 oder auch an der Coronakrise und diesbezüglich stärkeren Alternativen für die Suche nach Information über lokale Gegebenheiten und Coronaregeln. Was hinter diesem tiefen Wert steckt, wird sich erst im nächsten Jahr deutlicher zeigen. Die Bewertung der «Ausgewogenheit» liegt ebenfalls unter dem Wert für 2019, aber nicht so deutlich, wobei hier auch eher 2019 einen Ausreißer darstellt.¹⁰ Im Unterschied zum «Lokalbezug» wird der «Informationsgehalt» in diesem Jahr klar besser bewertet als bei der letzten Erhebung zu diesem Kriterium im Jahr 2018. Die Bewertung der «Unterhaltsamkeit» der SRG-Radiosender schwankt seit Beginn der Publikumsbefragung zwischen den Werten 3.7 und 3.8 (mit der Ausnahme von 2013, wo er bei 3.5 lag).

Tabelle 5.5: Bewertung der SRG-Radiosender in Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Professionalität	3.8	3.8	3.9	3.8	3.8	3.7	3.7	3.8	4.1	4.1
Informationsgehalt	3.6	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5	—	3.7
Lokalbezug	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	—	3.2
Ausgewogenheit	3.5	3.6	3.7	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.9	3.7
Glaubwürdigkeit	3.9	—	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.2	4.1
Unterhaltsamkeit	3.7	3.7	3.5	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	—	3.7
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	4.0	4.0
N-Minimum	1706	1782	2885	1789	1925	2091	2135	2095	3326	2989

Die «**Professionalität**» wurde von den Hörer*innen aus der Deutschschweiz und der Romandie wie im Gesamtdurchschnitt mit 4.1 bewertet (siehe Tabelle A.45 auf Seite 76). In der italienischen Schweiz liegt der Wert mit 4.0 etwas tiefer. Die etwas schlechteren Werte zeigen sich auch in dem geringeren Anteil der Bestnote «sehr professionell», die in der italienischen Schweiz nur von 35 Prozent vergeben wurden und vor allem in der französischen Schweiz deutlich häufiger (43%). Die jüngeren Befragten haben tiefere Werte (4.0) für ihre Sender vergeben als die älteren Hörer*innen (4.2). Die kommerziell ausgerichtete und erfolgreicheren Angebote der privaten Formatradios werden als «professioneller» erachtet. Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen sind nicht mehr sichtbar. Jüngere und tiefer Gebildete geben schlechtere Bewertungen. Das ist bemerkenswert, da die Jüngeren eher die höher Gebildeten sind, die hier allerdings mit 4.2 einen höheren Bewertungsdurchschnitt vergeben als die jüngste Befragtengruppe mit 4.0. Es sind 41 Prozent der hoch gebildeten,

¹⁰Dieser Effekt kann methodisch bedingt sein oder eine Reaktion der SRG-Hörer*innen auf die Debatten in 2019 um den öffentlichen Rundfunk in der Schweiz.

die ihren SRG-Radiosendern bescheinigen «sehr professionell» zu arbeiten, während es bei den tiefer Gebildeten 36% sind. Die Befragten mit geringem politischen Interesse (4.0 und 32% Bestwert) bewerten – wie im Vorjahr – signifikant höher als die mit hohem politischen Interesse (4.2 und 44% Bestwert). Der Unterschied ist allerdings etwas kleiner geworden.

Der «**Informationsgehalt**» der SRG-Radios gehört zu den etwas tiefer bewerteten Kategorien, wobei Radio generell nicht das Medium mit Informationsschwerpunkt ist und auch die anderen Sender hier schwächer abschneiden. Dennoch geben immerhin 64 Prozent der SRG-Hörer*innen an, dass sie ihre Sender für «eher» oder «sehr informativ» halten. Ein Viertel wählt wieder die neutrale Mitte. Ungewöhnlich viele Befragte geben in dieser Kategorie an, dass sie ihren Sender «gar nicht informativ» finden. Dazu gehören aber auch Hörer*innen von reinen Musiksendern, die keine Nachrichten oder sonstige gesprochene Informationsanteile aufweisen. Unterschiede zwischen den Sprachregionen sind nicht festzustellen. Bei den Altersgruppen zeigt sich eine signifikanter Unterschied zwischen den jüngsten SRG-Hörer*innen (3.6) und der Gruppe höheren Alters (3.9). Die Hörer*innen mit starkem politischen Interesse bewerten die von ihnen gewählten Radiosender als informativer als diejenigen mit geringerem politischen Interesse. Das heisst in dem Fall sicher auch, dass sich politisch interessierte Hörer*innen eher Sendern zuwenden, die einen grösseren Informationsanteil aufweisen.

Der «**Stellenwert des Lokalen**» wird von der Hälfte (51%) der SRG-Radio-Hörer*in als «eher hoch» oder «sehr hoch» eingestuft und liegt mit einem Durchschnitt von 3.2 leicht unter dem Wert von 2018. Über die Zeit zeigt sich auch hier eine hohe Stabilität der Ergebnisse. Im Vergleich zwischen den Bildungsgruppen empfinden die SRG-Hörer*innen mit tieferem formalen Bildungsstand den «Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens» signifikant höher (3.5) als die höher gebildeten (3.0). Wie bei den SRG-TV-Programmen hängt der Eindruck des «Lokalbezugs» negativ mit der Grösse der jeweiligen Sprachregion zusammen. Die italienischsprachigen Schweizer werten den «Stellenwert der Lokalberichterstattung» etwas höher (3.6) als die Deutschschweizer (3.1) und etwas höher als die Romands (3.4).

Die «**Ausgewogenheit**» der SRG-Radiosender wird in den Sprachregionen als etwa gleich gut bewertet (3.7) (A.60 auf Seite 91). Demgegenüber gibt es bei den Altersgruppen auch hier Unterschiede und wieder ist es die jüngste Gruppe, die ihren Sendern eine geringere «Ausgewogenheit» bescheinigt (3.5), während die mittlere (3.7) und älteste Gruppe mit 3.8 signifikant darüber liegen. Das war auch 2019 so. Im Unterschied dazu finden sich in diesem Jahr allerdings keine Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen. Die Bewertungen der Ausgewogenheit sind wiederum bei den politisch stärker Interessierten (3.9) grösser als bei den politisch weniger interessierten (3.6).

Die «**Glaubwürdigkeit**» der SRG-Radiosender wird insgesamt als hoch eingestuft (4.1) (A.65 auf Seite 96). Das gilt für alle Sprachregionen unterschiedslos. Auch hier geben die älteren Hörer*innen bessere Noten (4.2) für ihre Sender als die jüngsten Befragten (4.0). Bildungsunterschiede finden sich hier nicht. Da sich politisch stärker Interessierte eher den stärkeren Informationssendern zuwenden, bewerten sie deren «Glaubwürdigkeit» auch höher (4.3) als die politisch weniger interessierten (4.0).

Die «**Unterhaltsamkeit**» der SRG-Radiosender gehört nicht zu ihren Kernmerkmalen, schneidet aber genauso gut ab (3.7), wie der «Informationsgehalt». Zwischen den Sprachregionen gibt es keine signifikanten Unterschiede. Der Unterschied zwischen den Altersgruppen ist signifikant, wobei die jüngste Gruppe einen Mittelwert von 3.5 aufweist und die älteste Gruppe einen von 3.9. Zwischen den Bildungsgruppen gibt es keine Unterschiede (alle 3.7). Interessanterweise vergeben, die politisch stärker Interessierten auch bei der «Unterhaltsamkeit» etwas höhere Werte als die Hörer*innen mit geringerem politischen Interesse.

Die «**Zufriedenheit**» ganz allgemein mit den Radiosendern der SRG fällt in der Deutschschweiz

und der italienischen Schweiz mit 4.0 genauso hoch aus wie im letzten Jahr und wie im Gesamt durchschnitt (siehe Tabelle A.75 auf Seite 106). Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen sind in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit nicht signifikant. Wie in den anderen Kategorien schon geschehen, bewerten die Hörer*innen der jüngeren Programme ihre Sender niedriger (3.8 und 26% «sehr zufrieden») als die Hörer*innen von Sendern für ältere Zuhörer*innen (4.1 und 37% «sehr zufrieden»). Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen sind keine feststellbar. Dafür gibt es Unterschiede zwischen den Gruppen mit unterschiedlich grossem politischen Interesse, wobei die Befragten mit hohem Interesse ihre Sender etwas besser bewerten (4.1 und 39% «sehr zufrieden») als die Befragten mit geringerem politischen Interesse (3.9 und 26% «sehr zufrieden»). Dieses Bild stimmt mit dem der Messung von 2019 überein.

5.7. Bewertung der Lokalradiosender

Knapp zwei Drittel (64%) der Befragten haben einen Schweizer Lokalradiosender bewertet, den sie am häufigsten hören. Dieser Anteil liegt in der Grössenordnung des letzten Jahres, wo es eher 63 Prozent waren und vor fünf Jahren sogar nur die Hälfte der Befragten. Die Hörer*innen von Lokalradiosendern haben diese in der Gesamtzufriedenheit im Durchschnitt mit 3.8 knapp unter der Bewertung der letzten beiden Jahre angesiedelt (siehe Tabelle 5.3 auf Seite 28). Die Bewertung der «Glaubwürdigkeit» liegt auf dem gleichen Niveau von 3.8. Auf der gleichen Höhe liegt die konzessionskonforme Kernkompetenz der Lokalradiosender: Der hohe Stellenwert der Lokalberichterstattung. Die Bewertung der «Professionalität» fiel mit 3.7 in diesem Jahr genauso aus, wie 2019. Im Vergleich der letzten zehn Jahre haben die Nutzer*innen der Lokalradiosender mit der Zeit kritischer bewertet. Vor zwei Jahren gab es zwischendurch einmal den Wert von 3.8, den diese Bewertung Anfang der 2010er Jahre regelmässig hatte. Dieses Phänomen der sinkenden Qualitätsbewertungen findet sich in leichter Form auch beim «Informationsgehalt». Bei der Bewertung der «Ausgewogenheit» schwanken die Werte eher und haben sich in den letzten fünf Jahren um zwischen 3.6 und 3.5 – wie in diesem Jahr – eingependelt. Auch der «Unterhaltungswert» wird in diesem Jahr mit 3.7 und damit leicht unter dem Wert von 2018 (3.8) gewertet.

Tabelle 5.6: Bewertung der Lokalradiosender im Zeitverlauf

Bewertungskategorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Professionalität	3.8	3.8	3.9	3.8	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7
Informationsgehalt	3.6	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5	—	3.4
Lokalbezug	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	—	3.8
Ausgewogenheit	3.5	3.6	3.7	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.6	3.5
Glaubwürdigkeit	3.9	—	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8
Unterhaltsamkeit	3.7	3.7	3.5	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	—	3.7
Gesamtzufriedenheit	3.7	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8
N-Minimum	1706	1782	2885	1789	1925	2091	2135	2095	2892	2526

Auch hier lohnt der Blick in die Aufrissgruppen. Die «**Professionalität**» der Lokalradios wird in der Romandie (3.8) und im Tessin mit 3.9 etwas besser bewertet als in der Deutschschweiz (3.7) (siehe Tabellen A.46 auf Seite 77). Diese Unterschiede finden sich in jedem Jahr und sind daher auch knapp an der Signifikanzgrenze noch interpretierbar. Zwischen den Altersgruppen bestehen keine signifikanten Unterschiede. Bei den Bildungsgruppen liegen die Durchschnittswerte der höher Gebildeten (3.5) unter denen der Gruppen mit mittlerer (3.8) und tieferer Bildung (3.9). Da das Poli-

tikinteresse mit der Bildung zusammenhängt zeigen sich in etwa die gleichen Unterschiede auch für das Politikinteresse: Die Hörer*innen mit höherem Politikinteresse bewerten die Professionalität ihrer Lokalradiosender tiefer (3.5) als diejenigen mit geringem oder mittlerem Politikinteresse. Anhand multivariater Analysen konnte allerdings festgestellt werden, dass die Bildung einen signifikanten Einfluss hat und der Zusammenhang zwischen Politikinteresse und Bewertung der «Professionalität» eher eine Scheinkorrelation ist.

Der «**Informationsgehalt**» der Lokalradiosender wird insgesamt sehr tief angesetzt (3.4). Das ist auch nicht die Aufgabe oder Funktion der Lokalradiosender und sicher suchen einige Hörer*innen diesen Sender auch aus, weil sie weniger gesprochene Informationen im Programm haben beziehungsweise die Moderationsteile eher unterhaltenden Charakter haben. Die Mehrheit (36%) der Hörer*innen von Lokalradios bewertet daher den Informationsgehalt neutral, 33 Prozent als «eher informativ» und 14 Prozent als «sehr informativ». Eher oder gar nicht informativ finden 16 Prozent den von ihnen gewählten Sender. Signifikante Unterschiede finden sich zwischen den Altersgruppen, wo die jüngste Altersgruppe den Informationsgehalt mit 3.3 bewertet und die älteren Befragten mit 3.6. Der Zusammenhang mit der Bildung ist deutlich, da wieder die höher Gebildeten mit 3.2 einen deutlich niedrigeren Durchschnitt angeben (9% für «sehr informativ») und die Befragten mit tieferem und mittlerem Bildungsstand ein Mittel von 3.6 erreichen (mit 17 beziehungsweise 23 Prozent Bestnotenanteil). In der gleichen Richtung und spiegelbildlich zur Bewertung der «Professionalität» bewerten die Befragten mit starkem «Politikinteresse» den «Informationsgehalt» tiefer als die Befragten mit geringem «Politikinteresse».

Der «**Stellenwert der Lokalberichterstattung**» wird von den Hörer*innen der Lokalradios mit 3.8 im Kategorienvergleich hoch bewertet. Mehr als drei Viertel der Befragten gibt daher auch an, dass sie einen hohen bis sehr hohen Stellenwert des Lokalen bei ihren Sendern erkennen. Dieser Anteil ist bei den Lokalradios der Deutschschweiz etwas höher (3.9) als in der Romandie (3.7). Die italienische Schweiz liegt dazwischen. Hier kehren sich die Bewertungsunterschiede der SRG-Programme um. Dort wurde eher in den kleineren Sprachregionen ein Lokalbezug erkannt, wenn sprachregional berichtet wurde. Bei den Lokalradios erkennen hingegen die Hörer*innen der Deutschschweiz deutlicher den Lokalbezug gegenüber einer Berichterstattung über die gesamte Sprachregion. Die jüngste Befragtengruppe schätzt den Stellenwert des Lokalen etwas tiefer ein als die ältesten Befragten. Zwischen den Bildungsgruppen und nach Politikinteresse gibt es keine Unterschiede.

Die «**Ausgewogenheit**» der Lokalradios wird in der Deutschschweiz und der französischen Schweiz tiefer bewertet (3.5) als in der italienischen Schweiz (3.8) (siehe Tabelle A.61 auf Seite 92). Die jüngste Befragtengruppe hat einen etwas tieferen Durchschnitt (3.4) als die älteren Gruppen mit 3.6. Hier bildet sich wieder der negative Zusammenhang zwischen Alter und Bildung erwartungsgemäss ab, da die höher Gebildeten auch einen tieferen Mittelwert (3.3) zeigen als Befragten mit tieferem Bildungsstand (3.7), die die privaten Lokalradiosender also positiver bewerten. Das Politikinteresse spielt für die Bewertung der «Ausgewogenheit» keine Rolle.

Bei der «**Glaubwürdigkeit**» sind sich die Gruppen tendenziell einig und zeigen daher in den Sprachregionen und den Altersgruppen alle Werte um den Gesamtschnitt um 3.8. Allerdings gibt es einen deutlichen Unterschied zwischen den Bildungsgruppen (siehe Tabelle A.66 auf Seite 97). Die Befragten mit tieferem Bildungsstand bewerten die Glaubwürdigkeit ihrer privaten Radiosender deutlich höher (3.9 und 33% «sehr glaubwürdig») als die höher gebildeten Befragten (3.6 und 17% «sehr glaubwürdig»). Beim politischen Interesse sind die Zusammenhänge in der Richtung gleich, aber etwas schwächer.

Die «**Unterhaltsamkeit**» der Lokalradiosender wird insgesamt von 23 Prozent der Hörer*innen als «sehr unterhaltsam» eingestuft und von 39 Prozent als «eher unterhaltsam». Gruppenunter-

schiede sind wieder bei der Bildung deutlich, wo erneut deutlich wird, dass die Wertungen derer mit tieferem Bildungsstand besser ausfallen (3.9) als diejenigen der höheren Bildungsgruppen (3.6).

Die «**Zufriedenheit allgemein**» mit den privaten Radiosendern liegt bei einem Durchschnitt von 3.8. Zwischen den Sprachregionen gibt es keinen signifikanten Unterschied (siehe Tabelle A.76 auf Seite 107). Bei den Altersgruppen sticht keine heraus. Im Vergleich der Bildungsniveaus zeigt sich wieder, dass die privaten Radioangebote von den höher Gebildeten schlechter angenommen werden (3.7) als von den Befragten mit formal tieferem Bildungsstand (4.0). Je grösser das Interesse an Politik, desto niedriger zufrieden sind die Hörer*innen mit den von ihnen gewählten Lokalradiosendern. Insgesamt ist die Bewertung aber immer im positiven Bereich über 3.0.

6. Mediennutzung und -bewertung in der Coronakrise

Die kontinuierliche Publikumserhebung hat in jedem Jahr ein Spezialthema. Im Jahr 2020 konnte das nur Corona sein. Im Fragebogen wurde das Thema mit der Frage eröffnet, welche Medien die Befragten vor allem genutzt haben, um sich zu informieren. Es konnten drei Medien genannt werden, was einen Unterschied zu den Medienprioritäten darstellt, da dort nur die Medien genannt werden sollten, die jeweils an «erster Stelle» genutzt werden. In der Tabelle 6.1 auf dieser Seite sind die Kategorisierungen für die genannten Medien verzeichnet, jeweils prozentuiert auf die Befragten (4160) und die Anzahl der insgesamt genannten Medien (10104). Im Gesamtdurchschnitt haben die Befragten also hier mehr als zwei Medien genannt.

Tabelle 6.1: Medienprioritäten bei der Informationssuche über Corona

Quelle	Befragte	Antworten
SRG TV	70%	30%
Zeitung	44%	19%
www	35%	15%
Radio CH	21%	9%
TV	20%	9%
Online CH	12%	5%
TV CH	10%	4%
Auslandsmedien	9%	4%
Anderes	8%	3%
SRG Radio	4%	2%
keine Angabe	2%	1%
Total	236%	100%

Knapp ein Drittel der Nennungen bezog sich auf einen der SRF-TV-Sender. Damit haben 70 Prozent der Befragten in der Coronakrise unter anderem die Informationsangebote des SRF-TV genutzt. Dieser Anteil liegt deutlich über dem der Befragten, die das SRG-Fernsehen als ihre wichtigste Quelle nennen, wenn sie sich generell über das Geschehen in der Schweiz informieren möchten. An zweiter Stelle werden allgemein Internetseiten genannt (z.B. Google, Facebook oder Youtube). An dritter Stelle stehen die regionalen Schweizer TV-Sender und Zeitungen mit 30 Prozent der Befragten und 14 Prozent der genannten Medien. Jede*r Fünfte gibt an, sich über Schweizer Radiosender (nicht SRG) zu informieren, wenn es um Corona geht. Das ist eher eine passive Form der Informationssuche. Die Hörer*innen monitoren während des Radiohörens, ob es Neuigkeiten über Corona gibt. Etwas weniger als bei der allgemeinen Informationssuche über die Schweiz informieren sich die Befragten mit Hilfe der Pendlerzeitung «20 Minuten» über die Coronakrise. 12 Prozent der Befragten haben angegeben, dass sie Schweizer Onlinemedien nutzen. Dazu gehören genuine Onlinemedien («watson.ch» oder «search.ch»), Onlineauftritte klassischer Medien («nzz.ch» oder «20min.ch») und häufig auch admin.ch-Seiten des Bundesrates und des BAG. Die Radiosender werden noch von 4 Prozent der Befragten als Quelle genannt, was zwei Prozent der Antworten ausmacht.

6.1. Bewertung der Berichterstattung über Corona

Im Anschluss an die Frage nach der präferierten Quelle wurden die Befragten um eine Bewertung der von ihnen gewählten Medien gebeten. Dabei ging es nur darum, die Qualität ihrer Auswahl ins-

gesamt zu bewerten, ohne die Bewertung einzelnen Medien zuzuordnen.¹¹ Für diese Frage wurde die bekannte Skala der Medienbewertung verwendet, die von 1 bis 5 geht, wobei 1 «sehr schlecht» und 5 «sehr gut» bedeutet. Von 3984 abgegebenen Bewertungen haben 24 Prozent die Qualität der Berichterstattung als «sehr gut» bewertet und 47 Prozent als «eher gut» (siehe Tabelle 6.2 auf dieser Seite). 23 Prozent der Befragten sehen die Qualität der Berichterstattung eher gemischt und 4 Prozent «eher schlecht» oder «sehr schlecht». Insgesamt bewerten die Menschen in der Schweiz die Qualität der Berichterstattung im Durchschnitt mit 3.9. Dieser Wert liegt in der französischen Schweiz etwas tiefer bei 3.7 was vor allem daher röhrt, dass dort nur 17 Prozent die Bestwertung 5 abgegeben haben. In der italienischen Schweiz bewerten sogar nur 14 Prozent der Befragten die Qualität ihrer Medienauswahl mit «sehr gut», aber dafür 60 Prozent mit «eher gut», was dazu führt, dass im Durchschnitt keine signifikante Abweichung zu den anderen beiden Sprachregionen besteht. Im Vergleich der Altersgruppen zeigt sich, dass die älteren Befragten die Berichterstattung signifikant höher bewerten als die jüngeren Befragten. Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen hat es nicht gegeben (siehe auch A.78 auf Seite 109). Recht stark ist der Zusammenhang zwischen Politischem Interesse und der Qualitätsbewertung. Die stärker politisch interessierten Mediennutzer*innen bewerten die Berichterstattung deutlich positiver (4.1) als die Befragten mit geringem Politikinteresse.

Tabelle 6.2: Qualität der Berichterstattung zur Coronakrise

Antworten	Gesamt	Region			Alter (gruppiert)			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	bis 34	35-54	>=55	gering	teils	stark
Sehr schlecht	2%	2%	2%	1%	3%	1%	1%	3%	1%	2%
Eher schlecht	4%	4%	6%	4%	6%	3%	4%	5%	4%	4%
Teils/teils	23%	23%	24%	20%	29%	25%	17%	29%	22%	16%
Eher gut	47%	44%	51%	60%	46%	47%	48%	46%	50%	43%
Sehr gut	24%	27%	17%	14%	17%	24%	30%	17%	23%	35%
Mittelwert	3.9	3.9	3.7	3.8	3.7	3.9	4	3.7	3.9	4.1
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	177	118	45	14	80	34	63	93	25	12
Valide Angaben	3984	2795	960	229	1342	1159	1482	1491	1587	870

Frage: (CORON2): Wie beurteilen Sie die Qualität der Berichterstattung dieser Medien zur Coronakrise?

Skala: 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut»

6.2. Bedeutung der Medien in der Coronakrise

In einem dritten Schritt wurden die Befragten gebeten, welche besondere Bedeutung die Medien für sie während der Coronakrise hatten. In der exakten Formulierung: «Bitte erzählen Sie uns kurz, wie sich die Bedeutung von Informationen aus den Medien während der Coronakrise für Sie verändert hat». Ein sehr grosser Teil der Befragten berichtet, dass für sie Informationen aus den Medien sehr wichtig waren, um sich über die Pandemie zu informieren (siehe Abbildung 6.1 auf Seite 42). Viele Befragte berichten davon, dass für sie die Medien und Nachrichtenberichterstattung sehr viel bedeutender geworden sind. Oft wird auch darauf eingegangen, dass der Bundesrat sehr gut informiert hat und die Befragten sich sicher gefühlt haben. Als Quelle wurden häufig die Information der SRG und insbesondere der «Tagesschau» genannt.

¹¹Aus diesem Grund kann keine Zuordnung zu den einzelnen Mediengattungen oder Systemgruppen erfolgen.

In den negativen Kommentaren war häufig von «Informationsflut» und allgemeiner Skepsis gegenüber den etablierten Medien. Es wurde beklagt, dass andere wichtige Themen in den Hintergrund traten oder dass einige wenige Expert*innen überproportional viel in Erscheinung traten. «Einseitigkeit» war ein noch relativ neutraler Vorwurf an die Medien. Häufig wurde über den Eindruck von «Panik-/Angstmacherei» geschrieben und davon, dass die Medien der Steuerung der Menschen dienen. Andererseits wurden zuweilen bestimmte Medien dafür kritisiert, dass sie Falschmeldungen verbreiten würden, wobei nicht immer ganz klar war, ob damit eher die SRG gemeint war oder Boulevardmedien oder Facebook.

Aus 1871 kürzeren bis längeren Textantworten werden hier einige wenige zitiert, um dieses Bild genauer zu fassen:

Eine Auswahl typischer positiver Zitate

Für mich ist es wichtig, dass die Informationen transparent sind. Dabei lege ich grossen wert darauf, mir nur Informationen aus Qualitativ guten Medien zu holen.

Zu viele Informationen und Sendung zum selben Thema verwirrt mehr als das es hilft.

Ich habe mich viel stärker als sonst über die Medien informiert. So habe ich täglich die Tagesschau von SRF geschaut und oft auch 10vor10. Für mich waren die aufbereiteten Informationen sehr wertvoll. Die Medienkonferenzen des Bundesrates habe ich teilweise direkt (Website des Bundes) verfolgt, teilweise auch über die SRF News-App. Die Aufbereitung, Zusammenfassung und Einordnung der Informationen war für mich bei diesem Thema sehr wichtig und hat auch meine Meinung dazu geprägt.

Die Bedeutung hat sich schon stark verändert. Ich fand alles sehr spannend. Ich informierte mich viel öfters über das aktuelle Geschehen in unsere Welt.

Informationen betreffend der Coronakrise sehr wichtig, es gab online aber auch viele Falschmeldungen / Fakenews im Umlauf

Ich habe mich schon immer täglich mehrmals informiert. Während der Coronakrise war es aber besonders anfangs Krise noch wichtiger für mich. Mittlerweile störe ich mich daran, dass praktisch alles um die Coronakrise geht. Die anderen Themen haben keine Chance mehr (Klimaerwärmung, Flüchtlingskrise, ...)

Am Anfang eher langweilig, schon wieder Corona, dann sehr interessiert, da es die Schweiz immer mehr betroffen hat. Sehr gute Infos vom Bundesrat. Fühlte mich sicher.

Am Anfang war beängstigend (zu viel Informationen), Es war Thema Nr. 1, viele Sondersendungen, dann liess das ganze nach. Aber man wurde sehr gut informiert!

Sehr Wichtig geworden, da weniger soziale Kontakte.

Eine Auswahl typischer negativer Zitate

Sehr negativ. Es wurde Hofberichterstattung des Bundesrates gemacht. Es wurde die angeordneten Massnahmen vor allem in Bezug auf die Verhältnismässigkeit von den Medien kaum kritisch hinterfragt, was eigentlich ihre Aufgabe wäre. Ich bin sehr enttäuscht von den Medien, ich beurteile sie inzwischen als mehrheitlich unglaublich unglaublich.

Ich habe vor langer Zeit aufgehört Zeitung zu lesen und Nachrichten zu schauen. Diese Angstmacherei und Negativität tut mir nicht gut.

Manchmal war es zu durchsichtig, wie die Medien uns manipulieren wollten, mit den Horror Bildern aus den italienischen Spitälern. Wir sollten alle soviel Angst bekommen, dass wir alle schön brav zu Hause bleiben. Das war zu offensichtlich und nicht gut.

Am Anfang ernster genommen. Später nervten die ganzen ‹Experten› eher.

Massenmedien = Panikmacher / glücklicherweise gibt's Internet/fb



Abbildung 6.1: WordCloud aus den deutschsprachigen Antworten

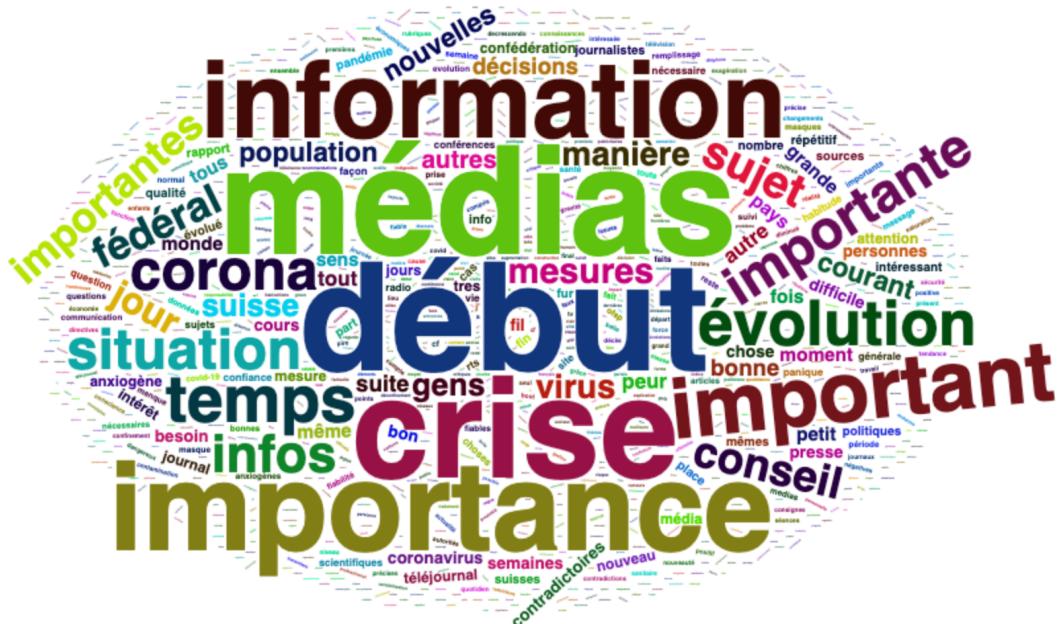


Abbildung 6.2: WordCloud der französischen Bewertungen



Abbildung 6.3: WordCloud der italienischen Bewertungen

6.3. Sentimentanalyse

Die Bewertungen der Berichterstattungsqualität bestehen in positiven Äusserungen zu den Leistungen der Medien, des Bundesrates und des BAG. Einige negative Äusserungen wenden eher gegen die Medien, beziehen sie sich mehr auf Ängste gegenüber dem Virus und wiederum andere auf die Coronamassnahmen oder wenden sich gegen Menschen, die sich an die gemeinsamen Regeln nicht halten wollen. Eine Sentimentanalyse hat leichte Unterschiede zwischen den Sprachregionen erkennen lassen.

Tabelle 6.3: Sentimentanalyse zur Berichterstattung über Corona*

Antworten	Gesamt	Region			Alter (gruppiert)			Bewertung SRG-TV		
		DE	FR	IT	bis 34	35-54	>=55	negativ	neutral	positiv
negativ	21%	19%	25%	23%	25%	18%	20%	37%	21%	19%
neutral	52%	52%	53%	44%	51%	57%	50%	43%	54%	51%
positiv	27%	28%	22%	33%	24%	25%	31%	21%	24%	31%
Mittelwert	2.1	2.1	2	2.1	2	2.1	2.1	1.8	2	2.1
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.3	0.1	0.1
Fehlende Angaben	2553	1764	634	154	907	747	899	46	469	1444
Valide Angaben	1608	1149	370	89	515	446	647	33	305	994

Frage: (CORON3): Bitte erzählen Sie uns kurz, wie sich die Bedeutung von Informationen aus den Medien während der Coronakrise für Sie verändert hat

Skala: 1 "negativ", 2 "neutral", 3 "positiv"

*Die Sentimentanalyse wurde mit Hilfe der Google Cloud Natural Language API durchgeführt.

In Tabelle 6.3 auf dieser Seite ist zu erkennen, dass die Bewertungen in der französischen Schweiz seltener positiv ausfallen (22%) als in der italienischen Schweiz (33%). In der Deutschschweiz liegt der Anteil der positiven Bewertungen bei 28 Prozent. In der Deutschschweiz sind weniger negative Bewertungen festgestellt worden als in der Romandie. Die Altersunterschiede unterscheiden sich entlang der Betroffenheitsgruppen. Die älteren Befragten mit höherer Betroffenheit zeichnen ein positiveres Bild der Entwicklung der Coronaberichterstattung (31%) als die jüngeren Befragten (24%) und die mittlere Altersgruppe (25%). Besonders deutlich werden die Unterschiede, wenn ein Vergleich mit den Bewertungen der Medien generell gezogen wird. Diejenigen, die mit dem Fernsehangebot der SRG insgesamt eher unzufrieden sind, zeichnen auch eher ein negatives Bild von der Entwicklung der medialen Berichterstattung um die Coronakrise (37%). Bei den Befragten mit positiver Einstellung zur SRG wird die Berichterstattung in der Schweiz dieses Jahres etwas seltener negativ bewertet (19%) und dafür häufiger positiv (31%) gegenüber 21 positiven Darstellungen bei den Kritiker*innen der SRG. Insgesamt kann festgehalten werden, dass ein Grossteil der Menschen in der Schweiz ein positives Bild der Informationsleistung zeichnen. Die negativen Rückmeldungen sind zu einem grossen Teil substantielle Kritik an Medien und zum Teil bezogen auf die Situation der Pandemie sowie der Gegenmassnahmen. Eine detaillierte Aufschlüsselung und Verteilung der Erzählungen kann nur in einer qualitativeren Detailanalyse erfolgen, die bei der Fülle der Texte allerdings den Rahmen dieser Studie sprengt.

7. Fazit

Die Coronakrise hat 2020 das Leben der Menschen verändert. Die Gesellschaft der Schweiz war vor grosse Herausforderungen gestellt, mit gesundheitlicher Unsicherheit umzugehen, Massnahmen gegen das Virus durchzusetzen, mit den sozialen und wirtschaftlichen Folgen der der Pandemie und der erfolgten Gegenmassnahmen umzugehen und eine Fülle von korrekten Informationen, bleibenden Ungewissheiten und gezielten Desinformationen jeweils als solche zu bewerten, einzuordnen sowie zu verarbeiten. In einer demokratischen Gesellschaft wie der Schweiz kommt die Aufnahme, Verarbeitung und Weitergabe der gesellschaftlichen Aushandlungsprozesse der Öffentlichkeit zu, die in modernen Massendemokratien durch Massenmedien bereitgestellt wird. Den Menschen in der Schweiz muss ein Zugang zu dieser medialen Öffentlichkeit möglich sein und sie müssen über ein Informationsangebot verfügen können, das ihnen ermöglicht sich zu informieren und sich eine Meinung zu den wichtigsten Themen des Landes zu bilden. Normativ müssen vor allem die Inhalte Qualitätsansprüchen genügen. Dennoch basiert eine moderne Mediendemokratie auch auf der gründlichen und verlässlichen Information und Meinungsbildung ihrer Bürger*innen. Es kommt daher darauf an, dass die Menschen in der Schweiz ausreichend mit Medien ausgestattet sind, diese nutzen und eine hinreichende Akzeptanz gegenüber ihren Medien zeigen. Aus diesen Gründen wird seit 2009 im Auftrag des BAKOM eine repräsentative Publikumsbefragung elektronischer Medien durchgeführt. Im Jahr der Coronakrise musste sich zeigen, ob die hohe Zufriedenheit mit der Qualität der Schweizer Medien auch unter Belastung standhält. Es hat im Jahr 2020 mehr gegeben als diese Coronakrise, aber die Krise liess befürchten, dass sich das Gefühl der Unsicherheit auf die Bewertung der Informationsmedien überträgt und die Medien in der Schweiz nicht als verlässliche Quelle zur Verfügung stehen. Diese Befürchtung hat sich nicht bewahrheitet. Die Schweizer Medien erfüllen ihre Funktion der Information und Unterhaltung zur Zufriedenheit ihrer Nutzer*innen.

Die Medienausstattung hat sich in den letzten Jahren kaum geändert. Vermutungen, dass Computer die Fernsehgeräte ersetzen könnten, haben sich nicht bewahrheitet. Wie im letzten Jahr verfügen 92 Prozent der Haushalte über mindestens ein Fernsehgerät; die Jüngeren seltener (88%) und die Älteren häufiger (96%). Die Nutzung der klassischen Radiogeräte geht allerdings weiter zurück, da ihre Funktion von Smartspeakern und Smartphones übernommen. 70 Prozent der Haushalte verfügen über Radiogeräte, wobei hier die Spanne zwischen den Jüngsten (54%) und den Ältesten (85%) gross ist. Die Verfügbarkeit von Zeitungen wurde auch im Coronajahr von 47 Prozent der Befragten bestätigt, wobei hier die beiden jüngeren Gruppen (36% und 37%) nur im Vergleich zu den Befragten ab 55 (64%) zurück liegen. Dagegen verfügen in den beiden jüngeren Gruppen 97 Prozent über einen Computer und bei den Ältesten, 88 Prozent. Der Besitz von Smartphones ist minimal gestiegen: Bei den Jüngsten auf 99 Prozent und bei den Ältesten auf 80 Prozent. Im Coronajahr hat die Nutzung von News-Apps um drei auf 67 Prozent zugenommen, und das vor allem bei den Ältesten.

Bei den TV-Angeboten der SRG findet sich eine Zunahme der täglichen Nutzung um drei Prozentpunkte auf 40 Prozent. Ein Drittel der Befragten nutzt die Regionalfernsehangebote, aber eher selten. Die Angebote aus dem Ausland werden nach wie vor von 29 Prozent der Befragten genutzt. Der Anteil derer, die das Internet (77%) und News-APPs (46%) nutzen ist um vier beziehungsweise sechs Prozent gestiegen. Für den überwiegenden Teil der Befragten sind Radio und Fernsehen bei der Suche nach Unterhaltung und Information gleich wichtig. Allerdings ist zu erkennen, dass 2020 alle Medien verstärkt für die Informationssuche genutzt wurden und etwas weniger allein zur Unterhaltung.

Die Bewertungen der elektronischen Medien sind auf hohem Niveau stabil. Die «Gesamtzufriedenheit» (Skala von 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut») mit den Fernsehangeboten der SRG lag mit 3.9 leicht unter dem Vorjahr. Wie im Vorjahr liegen mit 4.2 die «Professionalität» und die «Glaubwürdigkeit» an der Spitze, die «Informationsqualität» nahezu gleichauf (4.1) und der «Lokalbezug» sowie die «Unterhaltsamkeit» mit 3.4 deutlich dahinter. Die «Ausgewogenheit» wurde (wie im Vorjahr) mit 3.8 bewertet, was angesichts der Themendominanz von Corona bemerkenswert ist. In der Gesamtwertung führen 2020 wieder die SRG-Radioangebote mit einem Durchschnitt von 4.0. Allerdings sind hier die Werte für die «Ausgewogenheit» von 3.9 auf 3.7 zurückgegangen. Die Regionalfernsehangebote werden (wie im Vorjahr) von ihren Nutzer*innen insgesamt mit 3.6 bewertet und erfüllen ihre Funktion als Lokalberichterstatter in vergleichsweise hohem Masse (4.0). Sie werden von ihren Nutzer*innen als besonders «glaubwürdig» angesehen (3.9). Wie in den Vorjahren, wird hier die «Ausgewogenheit» eher niedrig eingestuft (3.4). Die Lokalradiosender zeigen ihre Qualität ebenfalls im «Lokalbezug» sowie «Glaubwürdigkeit» und kommen insgesamt auf eine «Gesamt-

zufriedenheit» von 3.8. Die Onlineangebote werden insgesamt etwa so bewertet wie die Regionalfernsehangebote (3.7). Hier liegt insbesondere die «Glaubwürdigkeit» unter den Werten der anderen Angebote (3.5). Interessanterweise werden die Angebote häufig von denen kritischer betrachtet, die als die primäre Zielgruppe beziehungsweise Nutzerschaft angesehen werden. So bewerten die älteren Zuschauer*innen die SRG-Fernsehsender kritischer als die Jüngeren und umgekehrt diese bei den Online-Nachrichten-Apps. Offenbar werden gruppentypische Medienangebote (Ältere SRF und Jüngere Watson) des Öfteren aus Gewohnheit oder Normalitätsvermutung genutzt und die gruppenuntypischen Medien eher als bewusste und aktive Entscheidung. Andererseits haben – um im Beispiel zu bleiben – die älteren Zuschauer*innen längere Erfahrung mit den Leistungen der SRG-Fernsehsender und sind vom Wandel hier und da enttäuscht; während die älteren Nutzer*innen die Vorteile von Nachrichten-Apps später entdeckt haben als ihre Kinder und Enkel und letztere in diesem Fall mehr Erfahrung haben und teilweise kritischer sind.

Diese Studie hat nicht die tatsächliche Medienqualität gemessen und sollte das auch nicht tun. Das wird in anderen Studien des BAKOM operationalisiert und untersucht. Mit der vorgestellten Publikumsbefragung sollte festgestellt werden, ob und inwiefern die Schweizer Wohnbevölkerung mit Medien zufrieden sind, die sie sich aus dem möglichen Angebot herausgesucht haben. Es ging also darum, inwiefern das Medienangebot der Schweiz eine zufriedenstellende Auswahl ermöglicht. Diese Frage kann und wurde positiv beantwortet. Die Zufriedenheitswerte sind hoch und das über die Sprachregionen und verschiedene Bevölkerungsgruppen hinweg und unabhängig von politischem Interesse und politischen Positionen. Die Bewertung der Medienangebote hat trotz der Dominanz eines Themas, nämlich Corona, einem starken Informationsbedürfnis auf der einen und zunehmender Themamüdigkeit auf der anderen Seite kaum Veränderungen erfahren. Es hat sich gezeigt, dass die Menschen in der Schweiz auch in der Krise zufrieden sind mit den Medien, die sie für sich aus dem Angebot auswählen können und auswählen.

8. Literatur

- Alt, Christina, und Walter Bien. 1994. Gewichtung, ein sinnvolles Verfahren in den Sozialwissenschaften? Fragen, Probleme und Schlussfolgerungen. In *Gewichtung in der Umfragepraxis*, 124–140. Opladen: Westdt. Verl.
- BAKOM. 2007. Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag: Radio und Fernsehen.
- BAKOM. 2018. Verlängerung der Veranstalterkonzessionen der UKW-Lokalradios und Regional-TV 2020–2024.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2009. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2012. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung Frühjahr 2012.
- Bonfadelli, Heinz, und Benjamin Fretwurst. 2013. Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung Frühjahr 2013.
- Bonfadelli, Heinz, Werner A. Meier, und Josef Trappel. 2006. *Medienkonzentration Schweiz: Formen, Folgen, Regulierung*. 1. Aufl. Bern: Haupt.
- Bonfadelli, Heinz, Kurt Imhof, Roger Blum, und Otfried Jarren, Hrsg. 2008. *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brändli, Matthias, Stefano Sasso, und Sonja Glaab-Seuken. 2019. Programmanalyse Schweizer Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag – 2018: Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation.
- Buess, Michael, und Werner Reimann. 2016. Nutzen des gebührenfinanzierten Service Public im Medienbereich. Studie im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Bundesrat. 2016. Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien. Bericht des Bundesrates vom 17. Juni 2016 in Erfüllung des Postulates 14.3298 der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerates (KVF-S).
- Eisenegger, Mark, Vogler, Daniel, Schneider, Jörg, Ingenhoff, Diana, und Bachmann, Philipp. 2020. *MQR-20 – Medienqualitätsrating 2020*. Zürich, Fribourg, Luzern: fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich, DCM Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Fribourg, m Institut für Kommunikation und Marketing (IKM) der Hochschule Luzern.
- fög, - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft, und Schwabe AG. 2020. *Jahrbuch Qualität der Medien 2020 Schweiz - Suisse - Svizzera*.
- Fretwurst, Benjamin, und Heinz Bonfadelli. 2015. Programmqualität in der Bewertung des Publikums Qualitätsmonitoring der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio und TV-Programmen aus der Publikumsperspektive. Abschlussbericht Erhebung 2014.
- Fretwurst, Benjamin, Siri Fischer, Tobias Frey, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2016. Onlinemedien-Nutzung in der Schweiz 2016. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Fretwurst, Benjamin, Céline Murri, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2017. Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2017. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Fretwurst, Benjamin, Thomas Friemel, und Heinz Bonfadelli. 2018. Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM.
- Fretwurst, Benjamin, Lara Kobilke, und Heinz Bonfadelli. 2020. *Publikumsbefragung elektronische Medien 2019. Studie im Auftrag des Bakom*. Zürich.
- Friemel, Thomas, Sarah Geber, Sonja Egli, und Linards Udris. 2020. Informations- und Kommunikationsverhalten in der Corona-Krise. In *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2020, Qualität der Medien*, Hrsg. - fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/UZH, 51–60. Basel: Schwabe.
- Friemel, Thomas, Sarah Geber, und Sonja Egli. 2020. *Informations- und Kommunikationsverhalten in der Corona-Krise: Befunde aus der Deutschschweiz zu Relevanz, Funktionen und Bewertung verschiedener Information- und*

- Kommunikationsformen während der ersten Tage des Lockdowns.* Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) Universität Zürich.
- Gabler, Siegfried, Hrsg. 1994. In *Gewichtung in der Umfragepraxis, ZUMA-Publikationen*. Opladen: Westdt. Verl.
- Goldmedia. 2019. Webmedienmonitor 2019. Onlineaudio- und Onlinevideo-Angebote in der Schweiz.
- Gonser, Nicole, Hrsg. 2018. *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht*. Wiesbaden: Springer VS.
- Grossenbacher, René, Stafano Sasso, und Sonja Glaab-Seuken. 2017. Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag – 2016.
- Grossenbacher, René, Stafano Sasso, und Raphael Eichenberger. 2018. Analyse der Radioprogramme der SRG SSR 2017.
- Grossenbacher, René, Matthias Brändli, Stafano Sasso, und Raphael Eichenberger. 2018. Analyse der Radio-programme der SRG SSR 2018 (Französische Schweiz): Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation.
- Grossenbacher, René, Brändli Matthias, und Stafano Sasso. 2019. Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag – 2018. Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation.
- Hagen, Lutz M. 1995. *Informationsqualität von Nachrichten: Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*: Zugl. Erlangen, Nürnberg, Univ., Diss. Opladen: Westdt. Verl.
- Hasebrink, Uwe. 2018. Public Value als Diskurs. In *Public Open Space*, Hrsg. Konrad Mitschka und Klaus Unterberger, 242–246. Wien: Facultas.
- Kish, Leslie. 1995. *Survey sampling*. New York: Wiley.
- Künzler, Matthias. 2013. *Mediensystem Schweiz*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Latzer, Michael, Natascha Just, Moritz Büchi, und Florian Sauerwein. 2016. SRG Online Beobachtung 2015. Konzessionskonformität von Webseiten und elektronischen Verbindungen.
- Luhmann, Niklas. 2015. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 9. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mitschka, Konrad. 2019. Mehr wert als Geld: der Public Value des ORF. In *Zur Ökonomie gemeinwohlorientierter Medien : Massenkommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, 17–24. Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph. 2019. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs: Substanzielle und proze-durale Bestimmung des gesellschaftlichen Mehrwerts. *Media Perspektiven* 434–443.
- Neuberger, Christoph. 2020. *Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie – Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz*. Berlin: Freie Universität Berlin.
- Noelle-Neumann, Elisabet, und Thomas Petersen. 2005. *Alle, nicht jeder*. Springer-Verlag.
- Palmgreen, Philip. 1984. Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective. *Annals of the International Commu-nication Association* 8: 20–55.
- Publicom. 2020. mediaBrands – Medienmarken in der Schweiz. *mediaBrands – Medienmarken in der Schweiz*.
- Puppis, Manuel, und Corinne Schweizer. 2016. Service public im internationalen Vergleich. Schlussbericht zu-handen des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM).
- Schefer, Markus, und Raphaela Cueni. 2020. *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*. Basel: Universität Basel.
- Scheufele, Bertram. 2011. Medienwirkungen jenseits des einzelnen Rezipienten: Die Herausforderung für die Medienwirkungsforschung durch die Mehr-Ebenen-Problematik am Beispiel von fünf exemplarischen Wirkungsbereichene. In *Ebenen der Kommunikation : Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissen-schaft*, Hrsg. Thorsten Quandt und Bertram Scheufele, 113–142. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schulz, Winfried. 2015. *Medien und Wahlen*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schweizerische Eidgenossenschaft. 2018. Konzession für die SRG SSR: SRG-Konzession.
- Studer, Samuel, Corinne Schweizer, Manuel Puppis, und Matthias Künzler. 2014. Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM).
- Thommen, Stefan, Raoul Steiger, und Raphael Eichenberger. 2018. Medienmonitor Schweiz 2017: Eine Unter-suchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation Hrsg. Publicom AG.
- Trebbe, Joachim, Matthias Wagner, Ada Fehr, und Anne Beier. 2018. Kontinuierliche Fernsehprogrammfor-schung in der Schweiz. Die Programme der SRG SSR im Jahr 2017.

- Trebbe, Joachim, Matthias Wagner, und Eva Spittka. 2020. *Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz Die Programm der SRG SSR im Jahr 2019*. Berlin, Potsdam, Freiburg i. Uechtland: GöfaK Medienforschung GmbH.
- Vallone, Robert P., Lee Ross, und Mark R. Lepper. 1985. The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology* 49: 577–585.
- van Aelst, Peter et al. 2017. Introduction. In *Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?*, Annals of the International Communication Association, Hrsg. Peter van Aelst et al., 3–27.

A. Tabellen

Eine interaktive Version der Tabellen findet sich unter <https://iakom.shinyapps.io/PeM2020>. Dort können weitere Kopfvariablen verwendet und zwischen Prozent und Fallzahlen umgeschaltet werden.

A.1. Erläuterungen zu den Tabellen

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

A.1.1. Kennwerte in den Tabellenzeilen

In der ersten Zeile jeder Tabelle sind die Aufrissgruppen (siehe unten) «Definition der Aufrissgruppen» benannt, nach denen die Werte der jeweiligen tabellierten Variable aufgeschlüsselt sind. In der zweiten Zeile stehen die verschiedenen Ausprägungen der Aufrissgruppen. Im oberen Abschnitt der Tabellen beginnen die Prozentangaben (oder Häufigkeiten) für die einzelnen Antworten der Befragten. Die Prozentangaben addieren sich pro Spalte zu 100% auf. Bei mehreren Antwortmöglichkeiten metrischer Variablen wird in der Zeile «Mittelwert» der Durchschnitt berechnet und mit seinem 95%-Konfidenzintervall (KI) aufgeführt. Zum Beispiel bedeutet ein KI 95% von 0.1 bei einem Mittelwert von 3.5, dass mit 95 prozentiger Sicherheit der wahre Wert in der Grundgesamtheit bei 3.5 ± 0.1 , also zwischen 3.4 und 3.6 liegt. Wenn für zwei Gruppen die Summe ihrer KI-Abweichung kleiner ist als der Unterschied zwischen Mittelwerten der beiden Gruppen (die KIs sich also nicht überschneiden), dann ist der Unterschied signifikant. Anders gesagt: Wenn die Ergebnisse einer Gruppe das Ergebnis der anderen Gruppe statistisch nahezu ausschliesst, dann gehen wir davon aus, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Gruppen gibt (das könnte z.B. die Aufrissgruppen sein, also Menschen aus der italienischen Schweiz vs. Romandie oder die Altersgruppen). Der letzte Block jeder Tabelle gibt die Fallbasis der Ergebnisse pro Spalte wieder. In der Zeile «Fehlende Angaben» ist vermerkt, wie viele Befragte keine Antwort geben konnten oder wollten. In der letzten Zeile «Valide Angaben» steht die gewichtete Fallzahl derer, die auf die Frage eine inhaltliche Antwort gegeben haben.

A.1.2. Definition der Aufrissgruppen

Nach der **Gesamt**-Spalte für die gesamte Schweiz folgen die Angaben für die drei grossen **Regionen** der Schweiz DE, FR und IT. **Geschlecht** Das Geschlecht wurde von den Befragten eingetragen.

Alter gruppiert Das Alter wurde anhand des erfragten Geburtsjahres ermittelt und für die Tabellen in die Gruppen 15-34, 35-54 und ab 55 eingeteilt. **Bildung** Entsprechend der MA Strategy ab 2013 wurde die formale Bildung in drei Gruppen eingeteilt: Primarschule, Sekundarschule und Anlehre wurden als «**tief**»; Berufslehre oder Berufsschule, Diplommittelschule oder allgemeinbildende Schule sowie Handelsschule, Handelsdiplom und jede Form der Matura wurde als «**mittel**» eingestuft. Höhere Fachschulen, Höhere Berufsausbildung und die Fachhochschulen sowie die Universität wurden in der Gruppe «**hoch**» zusammengefasst.

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

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

A.2. Medienausstattung

A.2.1. Zu Hause

Tabelle A.1: Medienbesitz Haushalt - Fernsehgerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nicht	8%	8%	9%	7%	8%	9%	12%	10%	4%	4%	4%	15%	7%	8%	12%
Einmal vorhanden	59%	61%	63%	31%	62%	57%	56%	58%	64%	61%	61%	56%	60%	60%	57%
Mehrmals	32%	31%	28%	62%	31%	34%	33%	32%	32%	35%	34%	28%	33%	32%	32%
Mittelwert	1.2	1.2	1.2	1.6	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3	1.1	1.3	1.2	1.2
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	32	11	14	6	13	19	9	13	10	9	8	2	11	6	1
Valide Angaben	4129	2902	990	237	2065	2059	1413	1180	1536	510	1989	1526	1573	1607	881

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

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

Tabelle A.2: Medienbesitz Haushalt - Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nicht	30%	27%	40%	32%	30%	30%	46%	31%	15%	38%	27%	31%	40%	26%	20%
Einmal vorhanden	37%	37%	38%	32%	39%	35%	32%	35%	43%	35%	39%	35%	37%	39%	35%
Mehrmals	33%	36%	22%	37%	31%	34%	22%	34%	42%	26%	34%	34%	23%	36%	45%
Mittelwert	1	1.1	0.8	1	1	1	0.8	1	1.3	0.9	1.1	1	0.8	1.1	1.3
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	37	17	15	5	16	20	18	11	8	7	11	6	15	6	2
Valide Angaben	4124	2896	990	238	2062	2057	1404	1182	1538	512	1987	1522	1568	1606	881

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

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

Tabelle A.3: Medienbesitz Haushalt - Zeitungs-Abonnement

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nicht	53%	49%	61%	63%	54%	52%	64%	63%	36%	62%	54%	49%	67%	50%	33%
Einmal vorhanden	31%	33%	27%	20%	31%	30%	23%	27%	41%	24%	31%	32%	24%	34%	38%
Mehrmals	16%	18%	12%	17%	15%	17%	14%	11%	23%	14%	15%	19%	9%	16%	30%
Fehlende Angaben	53	34	16	3	19	34	31	8	14	11	20	5	25	10	4
Valide Angaben	4107	2879	989	240	2058	2044	1391	1184	1532	508	1977	1523	1559	1602	878

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

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

Tabelle A.4: Medienbesitz Haushalt - Festnetztelefon

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nicht	40%	37%	47%	45%	39%	41%	60%	43%	18%	39%	37%	45%	49%	37%	29%
Einmal vorhanden	52%	55%	47%	33%	54%	50%	33%	52%	71%	50%	56%	48%	45%	56%	59%
Mehrmals	8%	8%	6%	22%	7%	9%	7%	5%	11%	12%	8%	7%	7%	7%	12%
Fehlende Angaben	31	16	12	3	14	17	9	11	11	8	10	2	11	6	1
Valide Angaben	4129	2897	992	240	2064	2060	1413	1182	1535	511	1987	1526	1572	1606	882

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

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

Tabelle A.5: Medienbesitz Haushalt - Computer oder Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nicht	6%	6%	7%	11%	8%	5%	3%	3%	12%	17%	6%	2%	8%	5%	5%
Einmal vorhanden	30%	30%	34%	18%	32%	28%	22%	29%	39%	40%	33%	22%	33%	30%	26%
Mehrmals	63%	64%	60%	71%	60%	67%	74%	68%	49%	43%	60%	76%	59%	65%	69%
Fehlende Angaben	31	14	14	3	13	17	9	8	14	8	5	4	9	5	1
Valide Angaben	4129	2899	991	240	2064	2060	1413	1185	1532	511	1992	1524	1574	1607	882

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

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

A.2.2. Am Arbeitsplatz

Tabelle A.6: Medienbesitz Arbeitsplatz - Fernsehgerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	88%	88%	87%	92%	89%	88%	84%	90%	92%	87%	89%	88%	88%	88%	88%
Ja	12%	12%	13%	8%	11%	12%	16%	10%	8%	13%	11%	12%	12%	12%	12%
Fehlende Angaben	1565	1061	391	114	845	717	403	177	986	278	761	430	522	590	404
Valide Angaben	2595	1852	614	129	1232	1360	1019	1016	560	241	1237	1097	1062	1022	479

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

Tabelle A.7: Medienbesitz Arbeitsplatz - Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark
Nein	56%	52%	67%	57%	58%	54%	47%	60%	65%	49%	46%	68%	52%	58%	62%
Ja	44%	48%	33%	43%	42%	46%	53%	40%	35%	51%	54%	32%	48%	42%	38%
Fehlende Angaben	1554	1053	389	112	840	712	398	168	987	279	751	428	518	585	400
Valide Angaben	2606	1859	616	131	1238	1366	1024	1024	558	240	1247	1100	1066	1027	482

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

Tabelle A.8: Medienbesitz Arbeitsplatz - Zeitungs-Abonnement

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark
Nein	62%	62%	61%	67%	61%	63%	59%	61%	69%	74%	65%	55%	66%	60%	56%
Ja	38%	38%	39%	33%	39%	37%	41%	39%	31%	26%	35%	45%	34%	40%	44%
Fehlende Angaben	1594	1078	401	114	860	732	416	188	990	282	773	441	536	601	404
Valide Angaben	2567	1834	604	128	1218	1346	1006	1004	556	238	1224	1086	1047	1012	479

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

Tabelle A.9: Medienbesitz Arbeitsplatz - Festnetztelefon

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	28%	27%	30%	45%	24%	32%	28%	28%	29%	51%	27%	24%	30%	25%	27%
Ja	72%	73%	70%	55%	76%	68%	72%	72%	71%	49%	73%	76%	70%	75%	73%
Fehlende Angaben	1549	1049	389	111	837	709	396	170	983	277	757	422	513	585	402
Valide Angaben	2611	1864	615	132	1240	1368	1026	1022	563	243	1241	1105	1071	1027	481

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

Tabelle A.10: Medienbesitz Arbeitsplatz - Computer oder Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	14%	13%	14%	26%	13%	15%	13%	15%	15%	36%	18%	5%	19%	12%	8%
Ja	86%	87%	86%	74%	87%	85%	87%	85%	85%	64%	82%	95%	81%	88%	92%
Fehlende Angaben	1545	1051	384	110	833	710	389	172	984	279	754	419	512	581	401
Valide Angaben	2615	1862	621	133	1244	1368	1033	1020	561	240	1243	1109	1071	1032	481

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

A.2.3. Unterwegs und Mobil

Tabelle A.11: Medienbesitz unterwegs - Radiogerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	46%	49%	39%	38%	51%	42%	57%	39%	42%	50%	46%	45%	50%	41%	48%
Ja	54%	51%	61%	62%	49%	58%	43%	61%	58%	50%	54%	55%	50%	59%	52%
Fehlende Angaben	117	56	47	14	64	53	33	28	55	20	46	31	44	33	22
Valide Angaben	4043	2857	958	229	2014	2025	1389	1164	1490	499	1952	1497	1539	1579	861

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.12: Medienbesitz unterwegs - Notebook

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	67%	67%	67%	58%	69%	64%	60%	68%	72%	80%	73%	53%	73%	65%	57%
Ja	33%	33%	33%	42%	31%	36%	40%	32%	28%	20%	27%	47%	27%	35%	43%
Fehlende Angaben	124	60	52	13	65	59	35	31	58	22	53	31	44	42	20
Valide Angaben	4036	2853	953	230	2013	2019	1387	1162	1488	498	1945	1496	1540	1570	863

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.13: Medienbesitz übrige - Smartphone (mit Touchscreen)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	9%	9%	7%	14%	10%	8%	1%	3%	20%	15%	9%	5%	7%	8%	11%
Ja	91%	91%	93%	86%	90%	92%	99%	97%	80%	85%	91%	95%	93%	92%	89%
Fehlende Angaben	3 ¹	17	12	2	20	12	7	4	20	5	12	3	6	8	4
Valide Angaben	4129	2896	993	241	2058	2066	1415	1188	1525	514	1986	1524	1577	1604	879

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.14: Medienbesitz übrige - Tablet (mit farbigem Touchscreen)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	52%	53%	49%	51%	53%	52%	55%	46%	55%	62%	54%	45%	54%	50%	51%
Ja	48%	47%	51%	49%	47%	48%	45%	54%	45%	38%	46%	55%	46%	50%	49%
Fehlende Angaben	37	20	14	3	26	11	13	7	17	5	12	8	15	6	2
Valide Angaben	4123	2893	991	240	2051	2067	1409	1186	1528	514	1986	1519	1569	1607	881

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

Tabelle A.15: Medienbesitz übrige - Nachrichtenapps

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Nein	33%	33%	32%	39%	36%	30%	28%	31%	40%	41%	32%	31%	37%	30%	31%
Ja	67%	67%	68%	61%	64%	70%	72%	69%	60%	59%	68%	69%	63%	70%	69%
Fehlende Angaben	333	228	77	28	180	153	26	46	261	79	155	61	105	123	80
Valide Angaben	3827	2685	928	215	1898	1925	1396	1147	1284	440	1843	1466	1479	1489	803

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

Skala: 0 «Nein» / 1 «Ja»

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

A.3. Mediennutzung

A.3.1. Fernsehen

Tabelle A.16: Kanal-Nutzung - Fernsehen generell

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	5%	5%	5%	6%	4%	5%	6%	5%	3%	4%	4%	6%	6%	3%	4%
seltener	9%	9%	7%	7%	8%	9%	15%	8%	4%	8%	8%	10%	11%	7%	6%
einmal pro Woche	8%	8%	6%	5%	8%	8%	15%	6%	2%	7%	7%	8%	10%	6%	5%
mehrmals pro Woche	25%	26%	26%	18%	28%	23%	33%	29%	15%	23%	26%	25%	30%	25%	19%
(fast) täglich	54%	52%	56%	64%	52%	55%	31%	52%	76%	58%	54%	50%	42%	58%	67%
Fehlende Angaben	26	14	9	2	16	10	10	4	12	5	7	—	7	2	2
Valide Angaben	4135	2898	996	240	2062	2068	1412	1189	1534	514	1990	1527	1577	1610	881

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

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

Tabelle A.17: Kanal-Nutzung - Programme des Schweizer Fernsehens

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	9%	9%	10%	11%	9%	9%	12%	10%	6%	10%	8%	11%	13%	6%	7%
seltener	15%	16%	12%	15%	15%	15%	23%	15%	8%	17%	15%	15%	21%	12%	10%
einmal pro Woche	10%	11%	8%	9%	10%	10%	18%	10%	4%	11%	9%	11%	14%	9%	6%
mehrmals pro Woche	25%	25%	26%	24%	26%	25%	29%	29%	20%	23%	26%	25%	27%	26%	21%
(fast) täglich	49%	39%	43%	41%	39%	41%	19%	37%	62%	40%	41%	38%	26%	46%	55%
Fehlende Angaben	39	25	11	3	23	16	16	9	14	10	12	2	14	5	4
Valide Angaben	4121	2888	994	240	2055	2062	1406	1183	1532	509	1985	1525	1570	1608	878

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

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

Tabelle A.18: Kanal-Nutzung - Schweizer Regionalfernsehprogramme

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	28%	28%	29%	16%	27%	28%	34%	27%	22%	20%	24%	36%	29%	26%	28%
seltener	32%	32%	34%	17%	32%	31%	35%	31%	28%	30%	31%	32%	33%	31%	29%
einmal pro Woche	9%	9%	10%	7%	9%	9%	11%	10%	7%	9%	9%	9%	9%	8%	9%
mehrmals pro Woche	17%	17%	16%	31%	18%	17%	13%	21%	18%	20%	19%	14%	17%	18%	16%
(fast) täglich	15%	15%	11%	29%	14%	15%	6%	11%	25%	22%	16%	10%	11%	17%	19%
Fehlende Angaben	51	31	15	5	28	23	25	10	17	16	15	4	22	9	2
Valide Angaben	4110	2881	990	238	2050	2055	1398	1183	1529	503	1982	1523	1561	1603	881

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

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

Tabelle A.19: Kanal-Nutzung - Ausländische Fernsehprogramme

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	16%	17%	16%	9%	17%	15%	23%	16%	10%	14%	16%	17%	21%	14%	10%
seltener	18%	19%	16%	18%	18%	19%	25%	17%	12%	18%	18%	19%	20%	17%	16%
einmal pro Woche	8%	8%	7%	7%	8%	8%	11%	8%	5%	7%	7%	9%	9%	7%	8%
mehrmals pro Woche	28%	29%	28%	25%	29%	27%	23%	31%	32%	28%	28%	29%	25%	32%	29%
(fast) täglich	29%	28%	32%	41%	28%	31%	17%	28%	42%	32%	31%	26%	27%	29%	37%
Fehlende Angaben	46	29	12	5	28	18	22	10	14	11	18	2	15	6	5
Valide Angaben	4114	2883	993	238	2050	2060	1400	1182	1532	508	1980	1526	1568	1606	878

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

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

A.3.2. Radio

Tabelle A.20: Kanal-Nutzung - Radio generell

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	9%	8%	13%	11%	10%	9%	12%	8%	8%	12%	8%	9%	12%	7%	7%
seltener	14%	13%	17%	19%	14%	14%	20%	13%	10%	18%	13%	14%	18%	11%	12%
einmal pro Woche	8%	7%	9%	6%	8%	8%	11%	9%	4%	8%	6%	10%	9%	7%	6%
mehrmals pro Woche	22%	22%	22%	25%	21%	23%	26%	22%	18%	21%	22%	23%	22%	24%	18%
(fast) täglich	47%	50%	39%	39%	47%	47%	31%	48%	60%	42%	51%	44%	39%	50%	57%
Fehlende Angaben	30	16	12	2	16	14	9	7	14	5	9	1	9	4	2
Valide Angaben	4131	2897	993	241	2061	2064	1413	1186	1532	514	1988	1526	1574	1609	881

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

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

Tabelle A.21: Kanal-Nutzung - Programme des Schweizer Radios

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	15%	14%	21%	17%	16%	15%	20%	15%	12%	19%	15%	14%	22%	12%	9%
seltener	21%	20%	23%	21%	23%	19%	28%	21%	15%	24%	21%	21%	26%	19%	16%
einmal pro Woche	9%	9%	9%	7%	9%	10%	13%	10%	5%	7%	9%	11%	10%	9%	8%
mehrmals pro Woche	20%	21%	20%	23%	19%	22%	21%	22%	19%	19%	20%	21%	18%	24%	19%
(fast) täglich	34%	36%	27%	32%	34%	34%	19%	33%	48%	30%	35%	33%	24%	36%	48%
Fehlende Angaben	40	22	16	3	23	17	13	14	14	12	10	3	18	4	2
Valide Angaben	4120	2891	989	240	2055	2060	1410	1179	1532	507	1988	1524	1566	1608	881

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

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

Tabelle A.22: Kanal-Nutzung - Schweizer Lokalradios

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	22%	20%	26%	20%	22%	21%	24%	17%	23%	25%	18%	24%	23%	19%	23%
seltener	24%	24%	24%	25%	23%	25%	23%	25%	25%	24%	22%	28%	23%	25%	25%
einmal pro Woche	7%	7%	8%	5%	7%	7%	9%	8%	4%	6%	6%	9%	8%	7%	7%
mehrmals pro Woche	20%	20%	19%	23%	19%	21%	22%	21%	18%	19%	22%	19%	19%	21%	21%
(fast) täglich	27%	28%	24%	27%	28%	26%	21%	29%	31%	27%	33%	20%	27%	29%	24%
Fehlende Angaben	43	21	17	5	23	20	15	13	16	11	16	2	16	7	4
Valide Angaben	4117	2891	987	238	2054	2058	1407	1180	1530	508	1982	1525	1567	1605	879

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

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

A.3.3. Presse

Tabelle A.23: Kanal-Nutzung - Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	28%	28%	27%	27%	29%	27%	36%	27%	20%	34%	29%	23%	39%	23%	14%
seltener	22%	19%	27%	27%	22%	21%	30%	25%	11%	24%	20%	23%	25%	23%	14%
einmal pro Woche	10%	10%	12%	7%	11%	9%	12%	11%	8%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
mehrmals pro Woche	11%	11%	12%	16%	11%	12%	12%	13%	10%	11%	11%	12%	10%	13%	11%
(fast) täglich	29%	32%	22%	23%	28%	31%	10%	24%	51%	21%	30%	32%	16%	31%	51%
Fehlende Angaben	56	27	24	6	34	22	23	14	20	21	15	4	26	8	6
Valide Angaben	4104	2886	981	237	2043	2056	1399	1179	1526	498	1982	1524	1558	1604	877

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

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

Tabelle A.24: Kanal-Nutzung - Gratis-Pendlerzeitungen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	36%	37%	35%	40%	38%	35%	36%	36%	37%	35%	35%	38%	38%	35%	36%
seltener	34%	35%	32%	31%	34%	34%	34%	35%	33%	29%	33%	37%	33%	34%	35%
einmal pro Woche	9%	9%	10%	8%	9%	9%	9%	8%	9%	11%	10%	8%	9%	9%	9%
mehrmals pro Woche	11%	11%	11%	14%	10%	12%	12%	12%	10%	11%	12%	10%	11%	12%	10%
(fast) täglich	10%	9%	12%	7%	9%	11%	9%	10%	11%	13%	10%	8%	9%	11%	10%
Fehlende Angaben	53	29	18	5	33	20	23	11	19	15	18	4	18	10	5
Valide Angaben	4107	2883	987	237	2045	2058	1399	1182	1527	505	1980	1523	1565	1602	878

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

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

A.3.4. Online

Tabelle A.25: Kanal-Nutzung - Das Internet

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	5%	5%	4%	10%	6%	3%	0%	1%	12%	14%	5%	1%	5%	5%	4%
seltener	4%	4%	4%	4%	4%	3%	1%	3%	7%	7%	4%	1%	5%	3%	4%
einmal pro Woche	2%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	3%	3%	2%	1%	2%	2%	2%
mehrmals pro Woche	12%	12%	12%	12%	14%	11%	8%	11%	17%	16%	14%	9%	13%	11%	12%
(fast) täglich	77%	77%	77%	72%	74%	80%	89%	84%	61%	60%	75%	87%	74%	79%	79%
Fehlende Angaben	31	15	13	3	19	12	10	7	15	10	7	0	10	3	2
Valide Angaben	4129	2898	991	240	2058	2066	1413	1185	1531	509	1991	1527	1573	1609	880

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

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

Tabelle A.26: Kanal-Nutzung - Online-Nachrichtenseiten oder Nachrichtenapps

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	13%	13%	11%	16%	15%	11%	7%	6%	24%	23%	14%	7%	16%	11%	10%
seltener	13%	14%	13%	11%	15%	12%	12%	12%	16%	18%	15%	10%	16%	12%	11%
einmal pro Woche	6%	6%	9%	5%	8%	5%	9%	6%	4%	8%	7%	6%	9%	6%	4%
mehrmals pro Woche	22%	22%	24%	14%	23%	21%	24%	22%	19%	19%	22%	23%	22%	22%	19%
(fast) täglich	46%	46%	43%	54%	40%	51%	47%	54%	37%	32%	43%	54%	36%	50%	55%
Fehlende Angaben	48	26	19	2	22	27	14	11	24	14	14	4	13	6	10
Valide Angaben	4112	2886	985	240	2056	2051	1408	1182	1522	505	1984	1523	1570	1606	873

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

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

Tabelle A.27: Nutzung Internet

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ja	52%	50%	57%	49%	46%	61%	92%	83%	42%	46%	54%	67%	53%	48%	54%
Nein	48%	50%	43%	51%	54%	39%	8%	17%	58%	54%	46%	33%	47%	52%	46%
Fehlende Angaben	3790	2665	918	206	1854	1931	1393	1141	1256	405	1819	1490	1418	1488	818
Valide Angaben	370	247	87	37	224	146	29	52	289	114	178	37	165	124	65

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

Skala: 1 «Ja» / 2 «Nein»

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

A.3.5. Klassische Medien online

Tabelle A.28: Internetnutzung - Radio live über das Internet hören

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	68%	68%	70%	63%	70%	66%	51%	61%	77%	71%	68%	64%	68%	62%	80%
seltener	17%	18%	13%	18%	17%	16%	28%	20%	12%	18%	15%	21%	18%	20%	8%
einmal pro Woche	3%	2%	3%	7%	2%	4%	8%	4%	1%	1%	3%	4%	4%	2%	3%
mehrmals pro Woche	6%	5%	9%	6%	5%	7%	7%	10%	4%	4%	7%	5%	5%	8%	3%
(fast) täglich	6%	7%	5%	7%	5%	7%	6%	6%	6%	6%	7%	6%	5%	8%	6%
Fehlende Angaben	3381	2376	812	194	1660	1717	1267	1007	1107	371	1587	1343	1250	1337	728
Valide Angaben	779	537	193	49	418	360	155	185	439	148	411	184	333	275	155

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

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

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

Tabelle A.29: Internetnutzung - Fernsehen live über das Internet sehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	64%	64%	66%	55%	66%	61%	50%	58%	71%	72%	62%	60%	64%	62%	68%
seltener	22%	23%	18%	24%	21%	23%	27%	26%	18%	15%	24%	24%	21%	24%	21%
einmal pro Woche	3%	2%	3%	8%	3%	2%	7%	3%	1%	2%	2%	4%	4%	2%	2%
mehrmals pro Woche	6%	6%	8%	9%	5%	8%	12%	7%	4%	4%	7%	8%	7%	6%	5%
(fast) täglich	6%	6%	5%	4%	5%	7%	4%	7%	6%	6%	6%	5%	5%	6%	5%
Fehlende Angaben	3378	2371	814	193	1657	1717	1267	1007	1104	370	1585	1343	1250	1336	728
Valide Angaben	782	541	191	50	420	361	155	186	441	149	412	184	334	276	155

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

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

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

Tabelle A.30: Internetnutzung - Fernsehsendungen über Mediatheken

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	72%	72%	74%	60%	72%	72%	57%	65%	80%	75%	70%	71%	71%	69%	77%
seltener	19%	19%	18%	22%	19%	19%	24%	21%	17%	17%	21%	17%	21%	20%	14%
einmal pro Woche	3%	3%	4%	4%	4%	2%	8%	5%	1%	1%	3%	5%	4%	3%	2%
mehrmals pro Woche	5%	5%	2%	14%	4%	6%	11%	7%	2%	2%	6%	6%	3%	6%	5%
(fast) täglich	1%	1%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	4%	0%	1%	1%	1%	1%
Fehlende Angaben	3414	2387	830	196	1679	1730	1277	1020	1117	386	1599	1348	1273	1344	729
Valide Angaben	747	525	174	47	398	348	145	173	429	133	398	180	311	269	154

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

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

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

Tabelle A.31: Internetnutzung - Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	63%	68%	53%	54%	65%	61%	28%	54%	80%	65%	63%	60%	54%	66%	77%
seltener	14%	13%	16%	22%	14%	14%	15%	21%	11%	14%	15%	13%	18%	12%	10%
einmal pro Woche	5%	5%	5%	3%	4%	6%	10%	5%	3%	5%	4%	8%	6%	6%	3%
mehrmals pro Woche	11%	9%	14%	16%	9%	14%	27%	16%	4%	7%	12%	13%	14%	11%	6%
(fast) täglich	6%	5%	12%	5%	7%	5%	21%	5%	2%	8%	6%	7%	9%	5%	3%
Mittelwert	1.8	1.7	2.2	2	1.8	1.9	3	2	1.4	1.8	1.8	1.9	2.1	1.8	1.5
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2
Fehlende Angaben	3387	2380	812	194	1660	1722	1266	1010	1110	375	1586	1345	1251	1339	729
Valide Angaben	774	533	192	49	418	356	156	183	435	144	411	182	332	273	154

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

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

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

A.3.6. Nutzungsdauer

Tabelle A.32: Medienkonsum - TV-Gerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 45min	22%	23%	18%	17%	19%	24%	30%	24%	14%	23%	18%	26%	22%	21%	22%
46-90min	33%	32%	33%	40%	33%	32%	36%	36%	28%	31%	29%	38%	33%	32%	34%
91-120min	25%	25%	24%	21%	26%	24%	24%	26%	25%	18%	29%	22%	26%	24%	24%
mehr als 120min	21%	19%	25%	21%	22%	19%	11%	14%	33%	29%	24%	14%	18%	23%	20%
Mittelwert	2.4	2.4	2.6	2.5	2.4	2.4	2.2	2.3	2.8	2.5	2.6	2.2	2.4	2.5	2.4
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	992	642	284	66	488	504	430	300	262	149	424	356	440	341	157
Valide Angaben	3168	2270	721	177	1589	1574	993	892	1284	370	1573	1171	1143	1271	726

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

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.33: Medienkonsum - Radio-Gerät

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 20min	25%	22%	31%	28%	23%	26%	36%	24%	17%	23%	20%	30%	26%	25%	23%
21-45min	20%	18%	24%	24%	20%	20%	21%	24%	16%	19%	17%	24%	19%	20%	21%
46-120min	33%	33%	32%	33%	31%	34%	27%	30%	39%	30%	36%	30%	31%	32%	37%
mehr als 120min	23%	26%	13%	15%	26%	20%	16%	22%	28%	28%	27%	16%	24%	24%	19%
Mittelwert	2.5	2.6	2.3	2.3	2.6	2.5	2.2	2.5	2.8	2.6	2.7	2.3	2.5	2.6	2.5
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1284	794	394	96	653	631	566	357	361	205	601	404	630	406	187
Valide Angaben	2876	2119	610	147	1425	1446	856	836	1185	314	1396	1123	954	1206	696

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

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.34: Medienkonsum - Zeitung

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 10min	26%	25%	31%	29%	27%	26%	44%	30%	13%	24%	27%	27%	36%	26%	15%
11-20min	25%	23%	31%	28%	24%	25%	31%	29%	18%	30%	24%	24%	30%	23%	22%
21-30min	24%	24%	22%	29%	25%	24%	17%	29%	26%	20%	24%	25%	22%	27%	22%
mehr als 30min	25%	28%	16%	13%	24%	25%	9%	12%	43%	25%	25%	23%	12%	24%	40%
Mittelwert		2.5	2.6	2.2	2.3	2.5	1.9	2.2	3	2.5	2.5	2.4	2.1	2.5	2.9
Fehlermarge (95%)		0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1365	870	386	109	725	638	619	430	316	219	651	416	711	449	147
Valide Angaben	2795	2043	619	134	1353	1440	803	762	1230	300	1346	1111	872	1164	736

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

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

Tabelle A.35: Medienkonsum - Online

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
bis 10min	16%	15%	20%	9%	17%	15%	15%	14%	19%	19%	17%	14%	18%	15%	14%
11-30min	44%	44%	43%	48%	45%	43%	42%	44%	46%	38%	45%	45%	44%	46%	42%
31-60min	26%	26%	25%	28%	25%	26%	25%	27%	25%	27%	25%	27%	24%	27%	27%
mehr als 60min	14%	15%	13%	15%	13%	16%	17%	15%	11%	16%	14%	14%	14%	13%	17%
Mittelwert		2.4	2.4	2.3	2.5	2.3	2.4	2.4	2.4	2.3	2.4	2.4	2.3	2.4	2.5
Fehlermarge (95%)		0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	935	575	301	59	514	420	261	211	463	208	469	178	439	310	130
Valide Angaben	3226	2338	704	184	1564	1657	1162	981	1083	311	1528	1349	1145	1302	752

Frage: (Dauer_Online): Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Online?

Skala: Offene Nennung bis 1440 Minuten

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

A.3.7. Nutzungsmotive

Tabelle A.36: Motivation für die Mediennutzung - Radio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Zur Unterhaltung	23%	23%	23%	23%	24%	22%	30%	22%	17%	23%	23%	23%	30%	20%	16%
Informieren	19%	17%	23%	24%	18%	20%	18%	17%	21%	25%	16%	19%	16%	19%	25%
Sowohl als auch	58%	60%	54%	53%	58%	58%	51%	61%	62%	52%	61%	58%	54%	61%	60%
Fehlende Angaben	534	288	197	48	273	260	225	141	168	103	214	182	269	161	68
Valide Angaben	3627	2624	808	195	1805	1818	1197	1052	1378	416	1783	1346	1315	1452	815

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

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

Tabelle A.37: Motivation für die Mediennutzung - Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Zur Unterhaltung	22%	23%	19%	14%	23%	21%	36%	20%	10%	25%	22%	20%	31%	17%	13%
Informieren	11%	10%	12%	13%	10%	12%	7%	10%	14%	16%	9%	10%	9%	10%	15%
Sowohl als auch	68%	67%	69%	73%	68%	68%	56%	71%	75%	59%	69%	70%	61%	73%	72%
Fehlende Angaben	295	185	88	22	133	161	115	105	75	30	94	150	103	101	68
Valide Angaben	3866	2728	917	221	1944	1916	1307	1088	1471	489	1904	1377	1481	1512	815

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

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

Tabelle A.38: Motivation für die Mediennutzung - Online

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Zur Unterhaltung	8%	7%	9%	6%	7%	8%	13%	5%	4%	14%	9%	4%	13%	4%	3%
Informieren	24%	26%	22%	17%	25%	24%	13%	21%	40%	29%	24%	23%	18%	24%	37%
Sowohl als auch	68%	67%	69%	77%	68%	68%	74%	74%	56%	57%	67%	73%	69%	72%	60%
Fehlende Angaben	381	238	111	33	229	152	29	58	294	108	170	53	155	121	70
Valide Angaben	3779	2675	894	210	1849	1926	1393	1134	1252	412	1827	1474	1429	1491	813

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

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

A.3.8. Nutzung über das Internet

Tabelle A.39: Internetnutzung - Radio live über das Internet hören

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	68%	68%	70%	63%	70%	66%	51%	61%	77%	71%	68%	64%	68%	62%	80%
seltener	17%	18%	13%	18%	17%	16%	28%	20%	12%	18%	15%	21%	18%	20%	8%
einmal pro Woche	3%	2%	3%	7%	2%	4%	8%	4%	1%	1%	3%	4%	4%	2%	3%
mehrmals pro Woche	6%	5%	9%	6%	5%	7%	7%	10%	4%	4%	7%	5%	5%	8%	3%
(fast) täglich	6%	7%	5%	7%	5%	7%	6%	6%	6%	6%	7%	6%	5%	8%	6%
Fehlende Angaben	3381	2376	812	194	1660	1717	1267	1007	1107	371	1587	1343	1250	1337	728
Valide Angaben	779	537	193	49	418	360	155	185	439	148	411	184	333	275	155

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

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

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

Tabelle A.40: Internetnutzung - Fernsehen live über das Internet sehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
nie	64%	64%	66%	55%	66%	61%	50%	58%	71%	72%	62%	60%	64%	62%	68%
seltener	22%	23%	18%	24%	21%	23%	27%	26%	18%	15%	24%	24%	21%	24%	21%
einmal pro Woche	3%	2%	3%	8%	3%	2%	7%	3%	1%	2%	2%	4%	4%	2%	2%
mehrmals pro Woche	6%	6%	8%	9%	5%	8%	12%	7%	4%	4%	7%	8%	7%	6%	5%
(fast) täglich	6%	6%	5%	4%	5%	7%	4%	7%	6%	6%	6%	5%	5%	6%	5%
Fehlende Angaben	3378	2371	814	193	1657	1717	1267	1007	1104	370	1585	1343	1250	1336	728
Valide Angaben	782	541	191	50	420	361	155	186	441	149	412	184	334	276	155

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

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

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

Tabelle A.41: Internetnutzung - Fernsehsendungen über Mediatheken

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark
nie	72%	72%	74%	60%	72%	72%	57%	65%	80%	75%	70%	71%	71%	69%	77%
seltener	19%	19%	18%	22%	19%	19%	24%	21%	17%	17%	21%	17%	21%	20%	14%
einmal pro Woche	3%	3%	4%	4%	4%	2%	8%	5%	1%	1%	3%	5%	4%	3%	2%
mehrmals pro Woche	5%	5%	2%	14%	4%	6%	11%	7%	2%	2%	6%	6%	3%	6%	5%
(fast) täglich	1%	1%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	4%	0%	1%	1%	1%	1%
Fehlende Angaben	3414	2387	830	196	1679	1730	1277	1020	1117	386	1599	1348	1273	1344	729
Valide Angaben	747	525	174	47	398	348	145	173	429	133	398	180	311	269	154

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

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

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

Tabelle A.42: Internetnutzung - Streamingdienste (z.B. Netflix, Swisscom Video-on-Demand)

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark
nie	63%	68%	53%	54%	65%	61%	28%	54%	80%	65%	63%	60%	54%	66%	77%
seltener	14%	13%	16%	22%	14%	14%	15%	21%	11%	14%	15%	13%	18%	12%	10%
einmal pro Woche	5%	5%	5%	3%	4%	6%	10%	5%	3%	5%	4%	8%	6%	6%	3%
mehrmals pro Woche	11%	9%	14%	16%	9%	14%	27%	16%	4%	7%	12%	13%	14%	11%	6%
(fast) täglich	6%	5%	12%	5%	7%	5%	21%	5%	2%	8%	6%	7%	9%	5%	3%
Fehlende Angaben	3387	2380	812	194	1660	1722	1266	1010	1110	375	1586	1345	1251	1339	729
Valide Angaben	774	533	192	49	418	356	156	183	435	144	411	182	332	273	154

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

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

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

A.4. Medienbewertung

A.4.1. Professionalität

Tabelle A.43: Professionalität - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht professionell	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	2%
(2)	4%	4%	3%	7%	3%	5%	3%	2%	5%	6%	3%	4%	3%	4%	4%
(3)	15%	16%	11%	13%	15%	15%	12%	14%	18%	22%	15%	12%	18%	13%	13%
(4)	35%	37%	29%	38%	36%	34%	33%	36%	36%	29%	37%	34%	38%	35%	31%
Sehr professionell	45%	42%	56%	41%	45%	45%	51%	47%	39%	40%	44%	49%	40%	47%	49%
Mittelwert	4.2	4.1	4.4	4.1	4.2	4.2	4.3	4.3	4	4	4.2	4.3	4.1	4.2	4.2
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	719	497	175	47	373	346	314	215	189	119	287	261	356	199	117
Valide Angaben	3441	2416	829	196	1704	1732	1108	977	1356	400	1711	1266	1227	1413	766
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13	
Gar nicht professionell	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	5%	2%	1%		
(2)	4%	3%	1%	5%	5%	2%	3%	6%	4%	4%	2%	2%	9%		
(3)	15%	11%	12%	16%	18%	18%	18%	13%	14%	17%	11%	15%	12%		
(4)	25%	36%	27%	34%	34%	34%	33%	37%	38%	37%	39%	40%	38%		
Sehr professionell	55%	50%	60%	46%	43%	44%	47%	44%	42%	41%	42%	41%	41%		
Mittelwert	4.3	4.3	4.4	4.2	4.1	4.2	4.2	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1		
Fehlermarge (95%)	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2		
Fehlende Angaben	53	67	49	12	59	42	67	56	91	152	28	16	25		
Valide Angaben	205	399	215	61	280	188	226	222	399	803	165	123	152		

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

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

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

Tabelle A.44: Professionalität - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht professionell	2%	2%	2%	0%	2%	2%	4%	2%	1%	1%	1%	4%	2%	2%	2%	
(2)	11%	13%	7%	11%	12%	11%	11%	12%	11%	12%	9%	15%	11%	12%	11%	
(3)	34%	38%	26%	18%	31%	37%	36%	37%	31%	29%	33%	39%	34%	32%	37%	
(4)	33%	32%	37%	43%	35%	32%	32%	33%	34%	31%	35%	29%	33%	33%	34%	
Sehr professionell	19%	16%	28%	29%	21%	18%	17%	16%	23%	26%	21%	13%	20%	21%	16%	
Mittelwert	3.6	3.5	3.8	3.9	3.6	3.5	3.5	3.5	3.7	3.7	3.7	3.3	3.6	3.6	3.5	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	2202	1470	593	138	1114	1085	856	636	710	255	931	931	902	833	399	
Valide Angaben	1959	1443	411	104	964	993	566	556	836	264	1066	597	681	779	484	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht professionell	3%	3%	2%	3%	1%	3%	2%	4%	1%	2%	0%	4%	0%			
(2)	7%	8%	5%	12%	16%	10%	20%	11%	10%	11%	13%	17%	12%			
(3)	29%	30%	25%	32%	40%	35%	40%	38%	39%	35%	32%	34%	17%			
(4)	35%	33%	35%	44%	29%	37%	30%	31%	35%	31%	40%	28%	42%			
Sehr professionell	26%	26%	32%	10%	14%	15%	8%	17%	16%	21%	16%	17%	28%			
Mittelwert	3.7	3.7	3.9	3.5	3.4	3.5	3.2	3.5	3.5	3.6	3.6	3.4	3.9			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2			
Fehlende Angaben	145	294	164	31	206	114	133	131	251	469	95	79	86			
Valide Angaben	113	172	101	42	133	116	160	147	239	485	98	60	91			

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

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

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

Tabelle A.45: Professionalität - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht professionell	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
(2)	4%	3%	4%	5%	3%	4%	4%	3%	4%	4%	3%	4%	4%	4%	3%
(3)	18%	19%	18%	13%	18%	18%	21%	20%	15%	21%	19%	17%	22%	16%	16%
(4)	40%	41%	34%	43%	40%	39%	40%	37%	41%	38%	42%	38%	41%	40%	37%
Sehr professionell	38%	36%	43%	35%	38%	38%	34%	40%	40%	36%	36%	41%	32%	39%	44%
Mittelwert	4.1	4.1	4.1	4	4.1	4.1	4	4.1	4.2	4	4.1	4.1	4	4.1	4.2
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1014	588	353	73	527	485	398	293	323	168	456	330	502	325	130
Valide Angaben	3146	2324	652	170	1551	1593	1024	899	1223	351	1541	1197	1081	1287	752

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht professionell	2%	1%	3%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	2%	1%
(2)	4%	2%	6%	6%	3%	3%	5%	4%	3%	4%	7%	3%
(3)	18%	17%	16%	14%	21%	17%	17%	18%	19%	21%	12%	19%
(4)	25%	39%	39%	37%	38%	41%	42%	40%	41%	42%	45%	40%
Sehr professionell	51%	40%	37%	43%	37%	39%	35%	37%	36%	33%	34%	38%
Mittelwert	4.2	4.1	4	4.2	4.1	4.2	4	4.1	4.1	4	4	4.1
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	128	121	52	42	29	81	72	56	143	58	37	194
Valide Angaben	151	214	125	163	147	247	173	260	514	198	135	815

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

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

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

Tabelle A.46: Professionalität - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht professionell	2%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	3%
(2)	8%	8%	8%	4%	8%	8%	8%	7%	7%	5%	7%	9%	6%	8%	10%
(3)	31%	33%	27%	21%	30%	32%	31%	33%	29%	28%	28%	38%	31%	29%	34%
(4)	38%	39%	33%	48%	38%	38%	38%	38%	38%	33%	42%	34%	38%	40%	35%
Sehr professionell	22%	19%	29%	26%	24%	20%	20%	21%	25%	31%	23%	16%	23%	22%	18%
Mittelwert	3.7	3.7	3.8	3.9	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.9	3.8	3.5	3.8	3.7	3.5
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	15 ¹²	974	431	107	777	733	412	360	740	184	620	631	538	538	376
Valide Angaben	2648	1938	574	136	1300	1345	1010	832	806	336	1377	896	1045	1074	507

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht professionell	2%	2%	3%	3%	1%	2%	1%	1%	2%	0%	1%	1%
(2)	8%	7%	7%	11%	5%	9%	6%	8%	7%	7%	4%	9%
(3)	34%	29%	28%	31%	35%	30%	35%	27%	35%	32%	22%	30%
(4)	26%	36%	45%	36%	43%	38%	38%	43%	35%	41%	48%	37%
Sehr professionell	29%	26%	18%	18%	16%	22%	20%	20%	21%	21%	26%	22%
Mittelwert	3.7	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.9	3.7	
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	148	174	60	74	48	106	77	75	269	104	72	301
Valide Angaben	131	162	117	131	128	222	169	241	388	152	99	707

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

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

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

Tabelle A.47: Professionalität - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht professionell	4%	3%	4%	3%	3%	4%	6%	3%	1%	4%	4%	3%	4%	4%	3%
(2)	10%	10%	13%	7%	10%	11%	13%	9%	7%	7%	11%	11%	11%	11%	8%
(3)	27%	27%	27%	22%	28%	26%	24%	30%	28%	29%	28%	26%	30%	26%	24%
(4)	35%	36%	30%	39%	34%	36%	32%	37%	37%	35%	35%	35%	35%	36%	34%
Sehr professionell	24%	23%	26%	28%	25%	23%	25%	21%	26%	24%	23%	26%	21%	24%	32%
Mittelwert	3.7	3.7	3.6	3.8	3.7	3.6	3.6	3.6	3.8	3.7	3.6	3.7	3.6	3.7	3.8
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1391	885	380	126	741	649	304	315	772	217	645	438	557	487	292
Valide Angaben	2769	2028	625	117	1337	1429	1118	877	774	302	1352	1090	1026	1125	591

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

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

A.4.2. Informationsgehalt

Tabelle A.48: Informationsgehalt - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht informativ	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	1%	0%	1%	
(2)	4%	4%	4%	7%	3%	5%	4%	3%	5%	6%	3%	4%	5%	3%	4%	
(3)	19%	19%	17%	23%	18%	19%	19%	18%	19%	25%	17%	18%	22%	16%	17%	
(4)	39%	39%	39%	39%	41%	38%	39%	39%	40%	34%	41%	39%	41%	42%	31%	
Sehr informativ	37%	37%	40%	31%	38%	37%	37%	39%	36%	33%	37%	39%	31%	38%	47%	
Mittelwert	4.1	4.1	4.1	3.9	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	3.9	4.1	4.1	4	4.1	4.2	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	768	535	183	50	405	363	330	227	211	123	321	275	391	215	115	
Valide Angaben	3392	2378	822	193	1673	1714	1092	965	1335	396	1676	1253	1193	1398	768	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht informativ	0%	1%	1%	0%	1%	2%	0%	0%	1%	1%	3%	1%	0%			
(2)	5%	4%	1%	4%	3%	5%	6%	3%	4%	3%	7%	4%	9%			
(3)	17%	20%	17%	17%	16%	19%	18%	20%	20%	19%	14%	19%	21%			
(4)	35%	40%	38%	39%	45%	36%	34%	41%	40%	39%	39%	38%	43%			
Sehr informativ	42%	35%	43%	39%	35%	39%	42%	35%	35%	38%	38%	38%	39%			
Mittelwert	4.1	4.1	4.2	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4	4.1	4	4.1			
Fehlermage (95%)	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2			
Fehlende Angaben	55	72	54	13	69	42	75	58	93	161	30	16	27			
Valide Angaben	204	393	211	60	270	188	218	220	396	793	164	124	149			

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

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

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

Tabelle A.49: Informationsgehalt - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht informativ	1%	1%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	2%
(2)	10%	11%	8%	4%	9%	11%	11%	10%	9%	9%	9%	13%	9%	10%	11%
(3)	34%	35%	30%	36%	35%	33%	34%	37%	32%	30%	32%	40%	33%	33%	36%
(4)	36%	35%	41%	32%	34%	38%	36%	33%	37%	37%	38%	32%	37%	38%	30%
Sehr informativ	18%	18%	19%	26%	21%	16%	16%	17%	21%	23%	20%	13%	19%	17%	21%
Mittelwert	3.6	3.6	3.7	3.8	3.7	3.5	3.5	3.6	3.7	3.7	3.7	3.4	3.6	3.6	3.6
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	2251	1509	600	142	1144	1105	869	646	737	254	962	950	927	843	411
Valide Angaben	1909	1404	405	101	934	973	554	547	809	265	1035	577	656	769	471

Antworten	TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
Gar nicht informativ	1%	2%	0%	1%	1%	5%	1%	2%	1%	1%	0%	1%	2%
(2)	7%	9%	8%	14%	11%	10%	14%	9%	10%	10%	14%	12%	4%
(3)	33%	30%	28%	34%	34%	38%	39%	38%	40%	32%	23%	42%	36%
(4)	41%	42%	35%	42%	35%	37%	27%	34%	33%	37%	46%	26%	32%
Sehr informativ	19%	17%	27%	9%	18%	11%	20%	17%	16%	20%	16%	20%	26%
Mittelwert	3.7	3.6	3.8	3.4	3.6	3.4	3.5	3.6	3.5	3.6	3.7	3.5	3.8
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.3
Fehlende Angaben	144	301	167	29	207	121	137	134	256	486	96	80	89
Valide Angaben	114	164	98	43	132	110	156	143	234	468	97	60	88

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

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

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

Tabelle A.50: Informationsgehalt - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht informativ	4%	4%	4%	2%	4%	4%	5%	4%	4%	3%	4%	5%	5%	3%	4%
(2)	8%	8%	9%	9%	7%	9%	10%	8%	7%	9%	7%	8%	10%	8%	6%
(3)	24%	23%	26%	27%	23%	25%	28%	24%	21%	25%	24%	25%	27%	24%	19%
(4)	37%	37%	34%	39%	38%	36%	36%	35%	38%	31%	40%	34%	37%	39%	32%
Sehr informativ	27%	27%	26%	23%	28%	26%	21%	28%	31%	31%	25%	28%	21%	25%	39%
Mittelwert	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.6	3.8	3.9	3.8	3.8	3.7	3.6	3.7	4
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1121	664	371	86	582	536	435	311	376	177	511	370	549	345	173
Valide Angaben	3039	2249	634	157	1495	1541	988	882	1170	342	1486	1157	1034	1267	710

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht informativ	5%	6%	4%	4%	4%	3%	4%	5%	5%	3%	2%	4%
(2)	8%	7%	10%	9%	5%	8%	12%	8%	7%	11%	10%	8%
(3)	27%	28%	23%	24%	31%	24%	23%	24%	20%	23%	26%	24%
(4)	33%	30%	37%	35%	36%	35%	34%	36%	38%	37%	38%	39%
Sehr informativ	28%	29%	26%	29%	23%	29%	27%	26%	31%	26%	24%	24%
Mittelwert	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	131	123	54	47	32	91	80	60	167	64	47	223
Valide Angaben	148	212	123	158	144	237	165	256	490	192	125	785

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

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

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

Tabelle A.51: Informationsgehalt - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht informativ	3%	3%	4%	1%	2%	3%	4%	3%	2%	3%	2%	4%	3%	2%	4%
(2)	13%	12%	14%	11%	12%	14%	15%	12%	11%	9%	9%	20%	11%	14%	13%
(3)	36%	37%	34%	37%	36%	37%	37%	38%	33%	33%	36%	38%	35%	35%	41%
(4)	33%	33%	33%	33%	34%	32%	32%	32%	36%	32%	35%	29%	34%	35%	27%
Sehr informativ	15%	15%	14%	18%	16%	15%	13%	14%	19%	23%	17%	9%	17%	14%	15%
Mittelwert	3.4	3.5	3.4	3.6	3.5	3.4	3.3	3.4	3.6	3.6	3.6	3.2	3.5	3.5	3.3
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1577	1032	431	113	806	769	439	374	763	188	650	656	569	563	385
Valide Angaben	2584	1880	573	130	1272	1309	983	818	782	331	1348	871	1014	1049	497

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht informativ	7%	4%	4%	4%	1%	3%	6%	1%	2%	3%	3%	2%
(2)	15%	16%	12%	22%	9%	11%	21%	10%	15%	10%	9%	10%
(3)	40%	38%	30%	33%	38%	34%	36%	39%	37%	35%	35%	35%
(4)	28%	34%	38%	25%	37%	35%	24%	32%	32%	33%	35%	36%
Sehr informativ	10%	8%	16%	16%	15%	16%	13%	18%	14%	19%	18%	17%
Mittelwert	3.2	3.3	3.5	3.3	3.6	3.5	3.2	3.5	3.4	3.6	3.6	3.5
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.1
Fehlende Angaben	145	174	63	80	53	110	83	77	287	105	77	319
Valide Angaben	134	162	114	126	123	217	163	239	370	151	94	690

Frage: (INFO_LR): Wie informativ sind die Beiträge im [LokalRadio]?

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

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

Tabelle A.52: Informationsgehalt - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht informativ	2%	2%	4%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	2%
(2)	10%	10%	11%	9%	9%	11%	10%	11%	9%	10%	10%	10%	9%	12%	8%
(3)	26%	25%	32%	27%	27%	26%	25%	30%	24%	24%	28%	25%	30%	25%	24%
(4)	34%	35%	32%	31%	34%	35%	32%	34%	38%	36%	34%	34%	34%	36%	31%
Sehr informativ	27%	28%	22%	30%	29%	25%	30%	23%	27%	26%	27%	28%	25%	24%	35%
Mittelwert		3.7	3.8	3.6	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.9
Fehlermarge (95%)		0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1412	903	381	127	752	659	309	320	783	219	665	437	580	491	286
Valide Angaben	2749	2010	623	115	1326	1419	1113	872	763	301	1332	1090	1003	1122	596

Frage: (INFO_InfoOn): Wie informativ sind die Beiträge [Online]?

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

A.4.3. Lokal-regionale Berichterstattung

Tabelle A.53: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar keinen Stellenwert	5%	6%	2%	2%	5%	5%	5%	5%	5%	3%	5%	6%	4%	4%	7%	
(2)	17%	20%	8%	7%	15%	19%	16%	17%	18%	11%	16%	21%	14%	17%	21%	
(3)	32%	33%	28%	24%	31%	32%	31%	31%	32%	31%	30%	33%	33%	31%	30%	
(4)	28%	24%	34%	43%	29%	26%	27%	26%	29%	31%	29%	24%	29%	28%	25%	
Sehr hohen Stellenwert	19%	16%	28%	25%	21%	17%	21%	21%	17%	24%	20%	16%	20%	19%	18%	
Mittelwert	3.4	3.2	3.8	3.8	3.5	3.3	3.4	3.4	3.4	3.6	3.5	3.2	3.5	3.4	3.3	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	857	604	200	54	452	405	369	255	233	126	341	338	403	252	151	
Valide Angaben	3303	2309	805	189	1626	1673	1053	937	1312	393	1656	1190	1180	1360	732	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar keinen Stellenwert	3%	1%	2%	3%	5%	5%	5%	6%	7%	5%	9%	9%	2%			
(2)	5%	10%	9%	15%	25%	21%	18%	23%	23%	18%	18%	18%	7%			
(3)	30%	28%	30%	40%	38%	31%	41%	31%	29%	33%	33%	26%	23%			
(4)	33%	34%	29%	34%	20%	24%	19%	21%	28%	28%	25%	29%	43%			
Sehr hohen Stellenwert	30%	27%	30%	8%	12%	19%	17%	19%	13%	17%	14%	19%	25%			
Mittelwert	3.8	3.8	3.8	3.3	3.1	3.3	3.2	3.2	3.2	3.3	3.2	3.3	3.8			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2			
Fehlende Angaben	68	78	54	12	67	51	80	63	93	203	37	18	28			
Valide Angaben	190	387	210	61	272	179	213	214	396	752	156	121	148			

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

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

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

Tabelle A.54: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar keinen Stellenwert	1%	1%	2%	0%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	
(2)	7%	7%	5%	6%	6%	7%	10%	5%	6%	10%	5%	8%	8%	6%	6%	
(3)	22%	24%	18%	20%	23%	21%	24%	20%	23%	29%	22%	20%	25%	20%	22%	
(4)	35%	35%	37%	24%	33%	36%	28%	36%	38%	33%	38%	29%	34%	37%	30%	
Sehr hohen Stellenwert	35%	33%	39%	50%	36%	35%	36%	38%	33%	28%	34%	42%	32%	35%	41%	
Mittelwert	4	3.9	4.1	4.2	4	4	3.9	4	4	3.8	4	4	3.9	4	4	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	2205	1471	592	142	1119	1083	857	633	715	256	931	932	910	824	404	
Valide Angaben	1955	1441	412	101	959	994	565	559	831	263	1067	595	674	788	479	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar keinen Stellenwert	1%	2%	3%	1%	1%	0%	1%	3%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	
(2)	2%	7%	2%	7%	2%	9%	5%	9%	7%	9%	12%	4%	7%			
(3)	23%	15%	21%	16%	29%	29%	23%	16%	23%	22%	25%	25%	17%			
(4)	39%	38%	32%	38%	31%	30%	29%	34%	37%	37%	29%	41%	26%			
Sehr hohen Stellenwert	34%	38%	41%	38%	37%	32%	42%	38%	33%	31%	32%	29%	49%			
Mittelwert	4	4	4.1	4	4	3.9	4.1	4	3.9	3.9	3.8	3.9	4.2			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.3			
Fehlende Angaben	144	290	166	30	203	118	141	129	246	472	93	79	89			
Valide Angaben	115	176	99	43	136	113	152	149	243	482	100	60	87			

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

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

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

Tabelle A.55: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar keinen Stellenwert	9%	10%	7%	5%	9%	9%	8%	11%	9%	5%	8%	12%	9%	8%	11%
(2)	17%	18%	11%	12%	15%	18%	17%	20%	14%	9%	15%	21%	15%	18%	17%
(3)	33%	33%	35%	17%	33%	33%	34%	33%	32%	33%	33%	34%	34%	33%	32%
(4)	27%	25%	30%	44%	29%	25%	27%	24%	29%	34%	29%	22%	30%	26%	23%
Sehr hohen Stellenwert	14%	13%	17%	21%	15%	14%	13%	12%	17%	20%	15%	12%	12%	14%	17%
Mittelwert	3.2	3.1	3.4	3.6	3.2	3.2	3.1	3.3	3.5	3.3	3	3.2	3.2	3.2	3.2
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1128	657	387	84	593	532	435	323	369	169	496	397	542	356	174
Valide Angaben	3033	2256	618	159	1485	1546	987	869	1176	350	1502	1130	1041	1257	709

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar keinen Stellenwert	7%	6%	8%	11%	10%	9%	8%	9%	13%	7%	4%	10%
(2)	9%	10%	12%	19%	26%	13%	20%	21%	16%	19%	14%	17%
(3)	38%	34%	39%	35%	31%	30%	33%	32%	37%	32%	18%	32%
(4)	29%	33%	25%	23%	22%	27%	25%	23%	23%	32%	40%	27%
Sehr hohen Stellenwert	18%	17%	15%	12%	11%	20%	14%	15%	11%	9%	24%	14%
Mittelwert	3.4	3.5	3.3	3.1	3	3.4	3.2	3.1	3	3.2	3.7	3.2
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	141	134	56	39	35	86	84	60	163	65	43	220
Valide Angaben	138	201	121	167	141	242	161	256	494	190	128	789

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

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

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

Tabelle A.56: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar keinen Stellenwert	3%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	2%	1%	3%	3%	3%	2%	2%
(2)	7%	7%	7%	5%	7%	7%	10%	5%	5%	6%	6%	9%	7%	7%	6%
(3)	25%	23%	30%	23%	24%	25%	26%	24%	24%	29%	25%	23%	26%	25%	22%
(4)	37%	37%	35%	44%	37%	36%	34%	37%	39%	40%	38%	34%	37%	36%	38%
Sehr hohen Stellenwert	29%	30%	24%	25%	29%	28%	26%	31%	30%	24%	29%	30%	26%	30%	32%
Mittelwert	3.8	3.9	3.7	3.8	3.8	3.8	3.7	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1557	1012	432	113	804	751	434	370	753	186	642	649	567	550	382
Valide Angaben	2604	1901	573	130	1273	1327	988	823	793	333	1356	879	1016	1062	501

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar keinen Stellenwert	6%	5%	2%	4%	1%	3%	3%	1%	4%	2%	2%	2%
(2)	9%	7%	4%	7%	5%	7%	7%	4%	8%	7%	5%	7%
(3)	36%	33%	23%	22%	19%	23%	26%	25%	27%	20%	24%	22%
(4)	38%	38%	36%	37%	41%	34%	32%	36%	38%	47%	41%	35%
Sehr hohen Stellenwert	12%	17%	35%	30%	34%	33%	32%	34%	23%	24%	27%	33%
Mittelwert	3.4	3.5	4	3.8	4	3.9	3.8	4	3.7	3.8	3.9	3.9
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	146	173	60	75	52	107	85	74	285	104	76	316
Valide Angaben	133	163	117	130	124	221	160	242	372	152	96	692

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

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

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

Tabelle A.57: Stellenwert lokal-regionaler Berichterstattung - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar keinen Stellenwert	6%	7%	4%	3%	5%	7%	6%	7%	5%	3%	5%	8%	4%	6%	8%
(2)	16%	17%	15%	6%	14%	18%	15%	17%	16%	8%	15%	19%	13%	17%	18%
(3)	34%	35%	33%	27%	33%	35%	33%	35%	33%	35%	33%	36%	35%	33%	33%
(4)	29%	27%	33%	38%	30%	27%	29%	28%	29%	33%	30%	26%	31%	29%	24%
Sehr hohen Stellenwert	15%	15%	16%	27%	18%	13%	17%	13%	16%	21%	17%	12%	16%	14%	17%
Mittelwert	3.3	3.3	3.4	3.8	3.4	3.2	3.4	3.2	3.4	3.6	3.4	3.1	3.4	3.3	3.3
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1465	933	399	133	783	681	337	342	786	220	677	477	593	510	307
Valide Angaben	2695	1980	606	110	1294	1397	1085	850	760	299	1320	1050	991	1102	576

Frage: (LokReg_InfoOn): Wie informativ sind die Beiträge [Online]?

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

A.4.4. Ausgewogenheit

Tabelle A.58: Ausgewogenheit - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittl	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht ausgewogen	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	4%	2%	2%	2%	1%	3%	
(2)	8%	8%	6%	9%	7%	8%	8%	7%	8%	10%	6%	8%	7%	7%	8%	
(3)	27%	29%	22%	25%	26%	27%	28%	26%	26%	28%	27%	26%	31%	27%	20%	
(4)	39%	38%	41%	44%	40%	38%	40%	39%	39%	36%	40%	39%	40%	40%	37%	
Sehr ausgewogen	24%	23%	30%	20%	24%	24%	23%	26%	24%	21%	25%	25%	20%	24%	31%	
Mittelwert	3.8	3.7	3.9	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	3.7	3.6	3.8	3.8	3.7	3.8	3.9	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	832	575	201	56	441	391	367	259	207	133	339	309	417	236	132	
Valide Angaben	3328	2338	803	187	1637	1687	1056	933	1339	386	1659	1218	1166	1376	751	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht ausgewogen	2%	3%	1%	2%	3%	2%	2%	3%	2%	1%	4%	4%	2%			
(2)	7%	6%	5%	2%	7%	8%	11%	5%	7%	9%	9%	6%	9%			
(3)	22%	23%	23%	28%	30%	27%	29%	27%	30%	27%	24%	30%	26%			
(4)	36%	43%	37%	56%	38%	38%	36%	40%	40%	38%	41%	39%	39%			
Sehr ausgewogen	32%	25%	34%	11%	23%	25%	22%	24%	21%	24%	22%	21%	23%			
Mittelwert	3.9	3.8	4	3.7	3.7	3.8	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2			
Fehlende Angaben	64	80	52	14	63	48	73	68	96	183	38	19	31			
Valide Angaben	194	386	212	59	276	182	221	210	393	771	155	121	145			

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

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

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

Tabelle A.59: Ausgewogenheit - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht ausgewogen	2%	2%	2%	0%	2%	2%	3%	1%	1%	2%	1%	3%	2%	1%	2%
(2)	14%	15%	12%	8%	12%	16%	14%	17%	12%	11%	12%	19%	13%	13%	17%
(3)	38%	39%	35%	36%	38%	38%	42%	37%	37%	33%	39%	40%	38%	41%	34%
(4)	33%	31%	40%	39%	33%	33%	29%	34%	35%	35%	34%	30%	31%	34%	34%
Sehr ausgewogen	13%	13%	11%	16%	15%	11%	12%	11%	15%	18%	14%	7%	15%	11%	12%
Mittelwert	3.4	3.4	3.5	3.6	3.5	3.4	3.3	3.4	3.5	3.5	3.5	3.2	3.4	3.4	3.4
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	2306	1541	622	144	1179	1125	886	675	746	262	989	968	950	869	418
Valide Angaben	1854	1372	383	99	899	953	536	518	800	257	1008	559	634	744	464

Antworten	TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
Gar nicht ausgewogen	4%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	4%	2%	2%	2%	1%	1%
(2)	6%	17%	11%	13%	13%	15%	22%	14%	12%	15%	10%	16%	9%
(3)	38%	31%	35%	49%	51%	41%	35%	37%	40%	39%	37%	36%	36%
(4)	39%	43%	35%	29%	25%	30%	33%	34%	30%	30%	38%	34%	36%
Sehr ausgewogen	12%	7%	17%	7%	12%	13%	8%	11%	16%	15%	13%	13%	18%
Mittelwert	3.5	3.4	3.5	3.3	3.4	3.4	3.2	3.3	3.5	3.4	3.5	3.4	3.6
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2
Fehlende Angaben	151	302	172	35	211	125	141	145	261	489	100	82	90
Valide Angaben	107	164	92	38	128	106	153	133	229	465	93	58	86

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

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

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

Tabelle A.6o: Ausgewogenheit - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht ausgewogen	3%	3%	2%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	4%
(2)	8%	8%	7%	6%	7%	8%	10%	8%	6%	8%	7%	9%	9%	8%	6%
(3)	28%	28%	29%	26%	28%	28%	33%	28%	24%	29%	28%	28%	32%	28%	22%
(4)	38%	38%	39%	43%	39%	38%	36%	38%	39%	36%	38%	39%	37%	41%	36%
Sehr ausgewogen	23%	23%	23%	21%	23%	23%	17%	23%	28%	24%	24%	22%	19%	21%	32%
Mittelwert	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.5	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.9
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1171	688	399	84	615	554	472	340	359	179	509	420	574	361	178
Valide Angaben	2989	2224	606	159	1463	1524	950	853	1186	340	1488	1108	1010	1251	704

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht ausgewogen	5%	3%	1%	3%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	2%	3%
(2)	4%	8%	7%	8%	5%	7%	10%	8%	10%	9%	7%	7%
(3)	26%	29%	33%	28%	25%	29%	28%	29%	25%	33%	25%	29%
(4)	34%	42%	38%	34%	44%	39%	36%	36%	36%	35%	42%	40%
Sehr ausgewogen	30%	19%	20%	26%	22%	23%	24%	23%	26%	21%	24%	22%
Mittelwert	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.8	3.7
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	141	135	59	49	35	97	76	63	165	66	44	240
Valide Angaben	138	201	118	157	140	231	170	253	493	189	127	769

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

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

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

Tabelle A.61: Ausgewogenheit - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht ausgewogen	2%	2%	2%	1%	2%	2%	3%	2%	1%	4%	2%	3%	3%	2%	3%
(2)	10%	10%	10%	5%	9%	10%	12%	9%	8%	5%	9%	13%	8%	10%	11%
(3)	36%	37%	36%	28%	35%	38%	34%	38%	37%	33%	34%	41%	35%	37%	36%
(4)	36%	36%	35%	45%	37%	36%	36%	37%	36%	36%	39%	32%	38%	36%	34%
Sehr ausgewogen	15%	15%	17%	21%	16%	14%	14%	15%	18%	23%	16%	10%	17%	14%	15%
Mittelwert	3.5	3.5	3.5	3.8	3.6	3.5	3.4	3.5	3.6	3.7	3.6	3.3	3.6	3.5	3.5
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1634	1063	457	115	848	784	461	412	761	192	663	697	601	580	393
Valide Angaben	2526	1850	548	128	1230	1293	961	781	785	327	1334	831	983	1032	490

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht ausgewogen	2%	3%	2%	5%	1%	1%	1%	1%	4%	2%	1%	2%
(2)	10%	12%	6%	11%	8%	12%	14%	9%	12%	8%	4%	9%
(3)	40%	38%	39%	38%	40%	40%	38%	36%	36%	31%	27%	35%
(4)	31%	35%	37%	31%	36%	35%	29%	36%	34%	45%	44%	39%
Sehr ausgewogen	17%	12%	16%	16%	15%	12%	18%	17%	14%	14%	24%	16%
Mittelwert	3.5	3.4	3.6	3.4	3.6	3.4	3.5	3.6	3.4	3.6	3.9	3.6
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	155	179	69	83	52	116	80	85	294	105	77	335
Valide Angaben	125	156	108	123	123	212	165	231	363	151	94	673

Frage: (AUSG_LR): Wie ausgewogen in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von [LocalRadio]?

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

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

Tabelle A.62: Ausgewogenheit - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht ausgewogen	3%	3%	4%	0%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
(2)	11%	11%	12%	10%	10%	12%	12%	10%	12%	7%	11%	13%	9%	14%	11%
(3)	32%	31%	35%	30%	31%	32%	30%	36%	30%	32%	32%	32%	34%	30%	30%
(4)	35%	35%	32%	42%	34%	35%	34%	34%	36%	38%	34%	35%	34%	36%	33%
Sehr ausgewogen	19%	20%	17%	17%	21%	17%	20%	17%	20%	21%	21%	16%	19%	17%	23%
Mittelwert	3.6	3.6	3.5	3.7	3.6	3.5	3.5	3.5	3.6	3.7	3.6	3.5	3.6	3.5	3.6
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1443	910	402	131	778	663	333	335	775	218	669	467	591	504	294
Valide Angaben	2717	2002	603	112	1300	1415	1089	857	771	301	1329	1060	992	1108	589

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

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

A.4.5. Glaubwürdigkeit

Tabelle A.63: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht glaubwürdig	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	
(2)	4%	4%	3%	8%	3%	5%	4%	4%	4%	6%	3%	4%	4%	4%	4%	
(3)	13%	13%	13%	14%	12%	15%	11%	12%	16%	13%	12%	13%	13%	13%	13%	
(4)	36%	36%	37%	39%	38%	35%	36%	34%	39%	37%	37%	35%	38%	39%	30%	
Sehr glaubwürdig	46%	46%	47%	39%	47%	44%	48%	50%	40%	42%	46%	47%	43%	45%	52%	
Mittelwert	4.2	4.2	4.3	4.1	4.3	4.2	4.2	4.3	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2	4.2	4.3	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	730	509	172	48	380	350	319	219	192	121	291	269	362	202	116	
Valide Angaben	3430	2403	832	195	1698	1728	1103	973	1354	398	1707	1258	1221	1410	767	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht glaubwürdig	2%	0%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%		
(2)	4%	3%	1%	3%	5%	3%	4%	2%	4%	4%	6%	3%	10%			
(3)	13%	12%	12%	18%	15%	12%	11%	12%	14%	14%	11%	11%	12%			
(4)	34%	39%	35%	42%	40%	42%	38%	31%	33%	35%	37%	40%	36%			
Sehr glaubwürdig	47%	45%	51%	37%	41%	41%	47%	53%	47%	45%	44%	45%	41%			
Mittelwert	4.2	4.3	4.3	4.1	4.2	4.2	4.3	4.3	4.2	4.2	4.1	4.2	4.1			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2			
Fehlende Angaben	53	63	50	13	62	44	71	56	89	157	27	17	24			
Valide Angaben	205	402	215	60	277	186	223	222	401	797	166	122	152			

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

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

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

Tabelle A.64: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht glaubwürdig	1%	2%	0%	3%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%
(2)	6%	7%	5%	3%	7%	6%	8%	7%	5%	9%	5%	9%	7%	6%	6%
(3)	24%	25%	21%	20%	22%	25%	21%	27%	23%	16%	22%	31%	21%	25%	26%
(4)	40%	40%	39%	41%	40%	40%	41%	36%	42%	38%	42%	38%	40%	40%	39%
Sehr glaubwürdig	29%	26%	35%	34%	30%	27%	28%	29%	29%	37%	30%	21%	30%	28%	27%
Mittelwert	3.9	3.8	4	4	3.9	3.8	3.9	3.9	3.9	4	4	3.7	3.9	3.9	3.9
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	2230	1491	600	138	1132	1095	862	638	730	255	947	946	913	837	410
Valide Angaben	1931	1421	405	105	945	983	561	554	816	264	1051	581	671	775	473
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13	
(2)		4%	6%	5%	2%	3%	5%	4%	8%	9%	8%	11%	5%	4%	
(3)		23%	14%	20%	29%	32%	31%	31%	19%	24%	25%	14%	27%	18%	
(4)		36%	47%	34%	39%	39%	38%	42%	43%	35%	41%	43%	38%	42%	
Sehr glaubwürdig		37%	32%	41%	29%	26%	24%	23%	27%	31%	25%	30%	27%	33%	
Gar nicht glaubwürdig		0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	3%	1%	2%	2%	3%	2%	
Mittelwert		4.1	4	4.1	4	3.9	3.8	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	3.8	4	
Fehlermarge (95%)		0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.2	
Fehlende Angaben		144	298	168	31	206	118	140	135	249	477	93	79	86	
Valide Angaben		114	167	97	42	133	112	153	143	241	478	100	61	91	

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

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

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

Tabelle A.65: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht glaubwürdig	1%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%
(2)	4%	4%	5%	6%	4%	5%	5%	4%	3%	7%	3%	4%	5%	4%	3%
(3)	17%	16%	20%	13%	16%	18%	18%	16%	16%	14%	18%	16%	18%	17%	14%
(4)	38%	37%	38%	44%	39%	37%	40%	34%	39%	37%	38%	38%	42%	38%	33%
Sehr glaubwürdig	40%	41%	36%	35%	40%	39%	35%	44%	41%	40%	40%	41%	33%	41%	49%
Mittelwert	4.1	4.1	4	4	4.1	4.1	4	4.2	4.2	4.1	4.1	4.1	4	4.1	4.3
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1136	667	389	80	589	545	429	325	381	174	503	396	551	362	165
Valide Angaben	3024	2246	616	163	1489	1533	993	867	1165	345	1494	1132	1033	1250	717
Antworten		R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere		
Gar nicht glaubwürdig	3%	1%	1%	0%	2%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	
(2)	5%	3%	3%	3%	4%	5%	3%	5%	3%	4%	9%	4%			
(3)	21%	16%	24%	17%	19%	13%	16%	18%	17%	15%	13%	13%			
(4)	36%	45%	31%	37%	36%	36%	41%	35%	35%	46%	42%	38%			
Sehr glaubwürdig	36%	35%	40%	43%	39%	44%	39%	40%	44%	34%	36%	41%			
Mittelwert	4	4.1	4.1	4.2	4.1	4.2	4.1	4	4.2	4.1	4.1	4.1			
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.1		
Fehlende Angaben	132	131	59	46	29	96	77	61	168	64	41	229			
Valide Angaben	148	204	118	160	147	231	168	255	489	191	130	779			

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

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

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

Tabelle A.66: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht glaubwürdig	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	1%
(2)	6%	7%	5%	7%	6%	6%	7%	7%	5%	7%	4%	9%	6%	5%	9%
(3)	26%	26%	29%	18%	24%	28%	29%	25%	22%	20%	24%	31%	26%	26%	25%
(4)	43%	44%	41%	49%	44%	43%	41%	43%	47%	38%	46%	41%	41%	44%	46%
Sehr glaubwürdig	23%	23%	24%	25%	25%	21%	21%	23%	25%	33%	25%	17%	24%	24%	19%
Mittelwert	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8	3.7	3.8	3.9	3.9	3.9	3.6	3.8	3.9	3.7
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1577	1016	453	107	810	765	432	382	763	185	643	668	564	571	382
Valide Angaben	2584	1897	551	135	1267	1313	991	811	782	334	1355	860	1020	1041	500

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht glaubwürdig	1%	2%	1%	2%	0%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	1%
(2)	6%	7%	2%	8%	5%	7%	6%	6%	8%	9%	4%	5%
(3)	37%	30%	24%	28%	23%	28%	27%	24%	30%	20%	16%	23%
(4)	40%	44%	43%	43%	49%	42%	46%	46%	39%	47%	51%	42%
Sehr glaubwürdig	16%	17%	29%	19%	22%	22%	19%	24%	20%	23%	27%	28%
Mittelwert	3.6	3.7	4	3.7	3.9	3.8	3.8	3.9	3.7	3.8	4	3.9
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	148	179	69	80	52	112	79	76	282	105	73	316
Valide Angaben	132	157	108	125	124	215	166	240	375	150	98	693

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

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

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

Tabelle A.67: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht glaubwürdig	3%	3%	4%	4%	2%	4%	4%	2%	2%	4%	3%	3%	3%	3%	2%
(2)	15%	15%	17%	7%	15%	16%	19%	15%	10%	11%	17%	15%	16%	16%	13%
(3)	28%	27%	31%	26%	28%	28%	26%	31%	27%	27%	29%	27%	31%	28%	23%
(4)	32%	33%	30%	38%	33%	31%	30%	31%	37%	32%	31%	34%	32%	33%	32%
Sehr glaubwürdig	22%	22%	19%	26%	23%	21%	21%	21%	24%	26%	21%	22%	18%	21%	30%
Mittelwert	3.5	3.6	3.4	3.8	3.6	3.5	3.4	3.5	3.7	3.6	3.5	3.6	3.5	3.5	3.8
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1402	893	381	128	748	653	308	321	774	214	655	443	562	491	293
Valide Angaben	2758	2020	624	115	1330	1424	1114	872	772	305	1342	1084	1021	1121	590

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

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

A.4.6. Unterhaltsamkeit

Tabelle A.68: Unterhaltsamkeit - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht unterhaltsam	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	2%	4%	5%	2%	3%	4%	3%	3%	
(2)	13%	14%	12%	15%	13%	14%	13%	13%	14%	13%	12%	16%	14%	12%	15%	
(3)	35%	36%	35%	28%	37%	33%	35%	35%	36%	31%	36%	36%	38%	35%	30%	
(4)	35%	35%	34%	32%	33%	36%	36%	36%	33%	34%	36%	33%	32%	36%	37%	
Sehr unterhaltsam	13%	11%	18%	22%	13%	14%	14%	15%	12%	17%	14%	12%	12%	14%	15%	
Mittelwert	3.4	3.4	3.5	3.5	3.4	3.4	3.5	3.5	3.3	3.5	3.5	3.3	3.4	3.5	3.5	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	738	509	182	46	376	361	313	230	195	116	279	291	345	212	132	
Valide Angaben	3422	2403	823	197	1701	1717	1109	962	1351	403	1718	1237	1238	1400	750	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht unterhaltsam		4%	3%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	2%	3%	4%	5%	3%		
(2)		13%	15%	8%	11%	11%	13%	18%	15%	14%	14%	11%	10%	18%		
(3)		35%	34%	39%	37%	36%	34%	35%	38%	34%	37%	34%	30%	28%		
(4)		30%	33%	31%	40%	34%	34%	39%	33%	37%	36%	37%	37%	30%		
Sehr unterhaltsam		18%	15%	19%	9%	15%	15%	5%	11%	13%	11%	13%	17%	21%		
Mittelwert		3.5	3.4	3.6	3.4	3.4	3.4	3.3	3.3	3.4	3.4	3.4	3.5	3.5		
Fehlermarge (95%)		0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2		
Fehlende Angaben		58	69	51	13	58	41	70	56	92	158	28	16	25		
Valide Angaben		200	397	214	60	281	189	223	222	397	797	165	124	151		

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

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

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

Tabelle A.69: Unterhaltsamkeit - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht unterhaltsam	6%	6%	6%	6%	6%	5%	8%	6%	4%	5%	4%	9%	7%	6%	5%
(2)	24%	24%	25%	18%	22%	26%	28%	27%	19%	17%	21%	34%	22%	24%	27%
(3)	37%	37%	39%	34%	39%	36%	37%	36%	39%	31%	40%	36%	39%	40%	33%
(4)	23%	23%	23%	25%	23%	23%	18%	23%	27%	33%	24%	17%	23%	23%	25%
Sehr unterhaltsam	9%	10%	7%	18%	10%	9%	8%	8%	12%	14%	10%	4%	10%	8%	10%
Mittelwert	3.1	3.1	3	3.3	3.1	3	2.9	3	3.2	3.3	3.2	2.7	3.1	3	3.1
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.2	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	2229	1479	609	141	1131	1096	853	645	731	252	942	949	905	846	412
Valide Angaben	1931	1434	396	102	947	982	569	547	814	267	1056	578	678	766	471

Antworten	TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13
Gar nicht unterhaltsam	7%	5%	9%	4%	4%	7%	9%	8%	5%	3%	7%	10%	6%
(2)	27%	26%	18%	29%	26%	25%	37%	26%	24%	20%	19%	16%	20%
(3)	38%	38%	41%	42%	38%	39%	27%	36%	35%	41%	40%	40%	32%
(4)	19%	24%	25%	22%	23%	20%	25%	21%	28%	21%	22%	30%	26%
Sehr unterhaltsam	10%	6%	7%	3%	9%	9%	2%	9%	9%	14%	12%	3%	16%
Mittelwert	3	3	3	2.9	3.1	3	2.8	3	3.1	3.2	3.2	3	3.3
Fehlermarge (95%)	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.3
Fehlende Angaben	153	295	166	32	203	119	134	130	251	479	96	78	89
Valide Angaben	105	171	99	41	136	111	159	148	238	475	98	61	87

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

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

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

Tabelle A.70: Unterhaltsamkeit - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht unterhaltsam	2%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	1%	1%	3%	1%	2%	3%	1%	1%
(2)	9%	9%	6%	11%	8%	9%	13%	7%	6%	10%	8%	9%	11%	7%	7%
(3)	28%	28%	29%	24%	28%	28%	32%	29%	24%	25%	29%	30%	29%	30%	25%
(4)	39%	39%	36%	42%	38%	39%	34%	39%	42%	36%	40%	38%	37%	40%	40%
Sehr unterhaltsam	23%	22%	27%	20%	24%	21%	18%	23%	27%	26%	22%	22%	21%	22%	27%
Mittelwert	3.7	3.7	3.8	3.6	3.7	3.7	3.5	3.8	3.9	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.8
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	973	560	341	72	506	465	377	272	325	159	422	331	474	310	136
Valide Angaben	3187	2352	664	171	1572	1613	1045	921	1221	361	1575	1196	1110	1303	746

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht unterhaltsam	3%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	2%
(2)	4%	5%	11%	7%	7%	7%	14%	9%	7%	11%	15%	9%
(3)	31%	26%	28%	29%	30%	25%	33%	31%	28%	31%	27%	26%
(4)	35%	40%	37%	39%	38%	41%	36%	35%	41%	36%	37%	40%
Sehr unterhaltsam	27%	27%	23%	24%	23%	24%	14%	24%	22%	20%	19%	23%
Mittelwert	3.8	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8	3.5	3.7	3.7	3.6	3.6	3.7
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	125	113	49	40	25	81	70	52	138	56	36	187
Valide Angaben	155	222	128	165	150	247	175	264	519	199	136	822

Frage: (UNT_srgR): Wie unterhaltsam ist für Sie die Berichterstattung von [SRG?

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

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

Tabelle A.71: Unterhaltsamkeit - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht unterhaltsam	2%	2%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	2%
(2)	8%	8%	8%	6%	7%	8%	8%	7%	8%	6%	7%	10%	7%	8%	9%
(3)	28%	28%	28%	30%	28%	29%	27%	29%	30%	24%	27%	32%	27%	30%	30%
(4)	39%	39%	37%	42%	38%	39%	38%	40%	38%	39%	40%	37%	39%	38%	38%
Sehr unterhaltsam	23%	23%	25%	20%	25%	21%	24%	23%	22%	30%	24%	19%	25%	23%	21%
Mittelwert	3.7	3.7	3.8	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.9	3.8	3.6	3.8	3.7	3.7
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1486	966	414	106	756	728	400	351	735	179	605	627	520	533	375
Valide Angaben	2674	1946	591	136	1322	1349	1022	841	811	340	1392	900	1063	1079	508

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht unterhaltsam	1%	2%	1%	2%	1%	3%	3%	2%	1%	2%	0%	2%
(2)	5%	4%	14%	7%	5%	7%	11%	9%	6%	7%	7%	9%
(3)	28%	30%	27%	28%	33%	29%	22%	27%	34%	25%	31%	27%
(4)	40%	39%	40%	36%	40%	37%	46%	38%	36%	40%	39%	39%
Sehr unterhaltsam	28%	24%	18%	27%	22%	24%	18%	24%	23%	26%	22%	22%
Mittelwert	3.9	3.8	3.6	3.8	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7	3.8	3.8	3.7
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	142	166	61	74	48	103	74	74	270	104	72	295
Valide Angaben	138	170	116	132	128	225	171	242	387	152	99	713

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

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

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

Tabelle A.72: Unterhaltsamkeit - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht unterhaltsam	3%	3%	5%	4%	3%	4%	4%	3%	3%	4%	3%	4%	3%	4%	3%
(2)	13%	11%	19%	15%	12%	14%	13%	14%	12%	9%	12%	15%	13%	13%	14%
(3)	34%	33%	36%	34%	35%	32%	30%	36%	36%	33%	33%	35%	36%	33%	30%
(4)	34%	37%	29%	29%	35%	34%	35%	34%	34%	36%	34%	34%	33%	35%	36%
Sehr unterhaltsam	15%	16%	11%	17%	15%	15%	18%	13%	15%	20%	17%	12%	15%	15%	17%
Mittelwert	3.5	3.5	3.2	3.4	3.5	3.4	3.5	3.4	3.4	3.6	3.5	3.4	3.4	3.4	3.5
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1405	894	380	131	746	657	300	328	777	212	651	452	557	493	302
Valide Angaben	2755	2019	625	112	1332	1421	1122	864	769	307	1346	1075	1026	1119	581

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

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

A.4.7. Gesamtzufriedenheit

Tabelle A.73: Zufriedenheit mit dem Programm - Schweizer Fernsehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht zufrieden	2%	3%	1%	4%	2%	2%	2%	1%	4%	3%	2%	2%	3%	1%	3%	
(2)	5%	5%	4%	8%	4%	6%	4%	5%	7%	6%	5%	5%	5%	5%	5%	
(3)	22%	24%	18%	17%	23%	22%	20%	23%	24%	25%	21%	23%	24%	22%	21%	
(4)	41%	42%	40%	42%	41%	41%	45%	41%	38%	32%	42%	42%	42%	42%	38%	
Sehr zufrieden	29%	27%	36%	30%	30%	28%	30%	30%	28%	33%	29%	27%	26%	30%	33%	
Mittelwert	3.9	3.8	4.1	3.9	3.9	3.9	4	3.9	3.8	3.9	3.9	3.9	3.8	3.9	3.9	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	690	481	163	46	353	337	307	212	171	111	265	266	337	195	113	
Valide Angaben	3470	2432	841	197	1725	1741	1115	981	1374	408	1732	1261	1247	1417	769	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht zufrieden		1%	1%	1%	2%	2%	3%	1%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	5%	
(2)		7%	3%	4%	3%	6%	6%	8%	6%	7%	4%	5%	3%	9%		
(3)		19%	21%	16%	25%	25%	23%	26%	21%	21%	27%	20%	19%	17%		
(4)		36%	44%	39%	50%	45%	42%	38%	39%	45%	38%	43%	45%	42%		
Sehr zufrieden		38%	30%	41%	20%	22%	27%	27%	32%	26%	28%	30%	30%	27%		
Mittelwert		4	4	4.1	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.8	3.9	3.9	4	3.8		
Fehlermarge (95%)		0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2		
Fehlende Angaben		49	61	48	12	55	41	64	56	80	152	27	16	25		
Valide Angaben		209	405	216	61	284	189	229	221	410	803	166	123	151		

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

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

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

Tabelle A.74: Zufriedenheit mit dem Programm - Regional-TV

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse			
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark	
Gar nicht zufrieden	2%	2%	2%	2%	1%	3%	3%	1%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	3%	
(2)	11%	11%	11%	13%	11%	12%	12%	13%	10%	11%	9%	17%	12%	11%	11%	
(3)	33%	34%	30%	25%	31%	35%	35%	35%	30%	27%	32%	38%	32%	32%	36%	
(4)	37%	36%	38%	36%	38%	35%	33%	36%	39%	36%	40%	31%	36%	39%	34%	
Sehr zufrieden	17%	16%	19%	24%	19%	15%	17%	15%	19%	25%	18%	11%	19%	16%	17%	
Mittelwert	3.6	3.5	3.6	3.7	3.6	3.5	3.5	3.5	3.6	3.7	3.6	3.3	3.6	3.6	3.5	
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
Fehlende Angaben	2205	1474	594	137	1122	1081	857	638	711	253	931	937	908	831	401	
Valide Angaben	1955	1438	411	106	956	997	565	555	835	266	1067	590	676	781	482	
Antworten		TV1	TV2	TV3	TV4	TV5	TV6	TV7	TV8	TV9	TV10	TV11	TV12	TV13		
Gar nicht zufrieden		2%	2%	2%	2%	1%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	
(2)		9%	13%	10%	5%	10%	16%	19%	11%	10%	9%	12%	8%	15%		
(3)		35%	30%	22%	44%	37%	37%	37%	34%	31%	35%	26%	38%	23%		
(4)		34%	39%	40%	43%	40%	32%	30%	34%	42%	34%	42%	38%	38%		
Sehr zufrieden		20%	16%	25%	6%	12%	13%	10%	19%	16%	20%	18%	14%	22%		
Mittelwert		3.6	3.6	3.8	3.5	3.5	3.4	3.2	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5	3.6		
Fehlermarge (95%)		0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.3		
Fehlende Angaben		143	293	168	31	207	115	134	132	249	470	94	79	86		
Valide Angaben		115	173	97	42	132	115	159	146	241	484	99	60	90		

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

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

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

Tabelle A.75: Zufriedenheit mit dem Programm - Radio SRG

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht zufrieden	1%	1%	0%	3%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
(2)	5%	4%	6%	5%	4%	5%	6%	5%	4%	5%	4%	5%	5%	4%	4%
(3)	22%	23%	20%	19%	22%	22%	27%	24%	16%	21%	23%	22%	26%	21%	18%
(4)	40%	40%	40%	44%	39%	41%	39%	39%	42%	38%	42%	40%	41%	42%	37%
Sehr zufrieden	32%	31%	33%	29%	33%	30%	26%	31%	37%	33%	31%	32%	26%	32%	39%
Mittelwert	4	4	4	3.9	4	3.9	3.8	4	4.1	4	4	4	3.9	4	4.1
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	958	542	341	75	498	457	380	266	311	158	429	313	470	313	122
Valide Angaben	3202	2371	1663	168	1579	1620	1042	926	1234	361	1569	1214	1113	1299	760

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht zufrieden	2%	0%	0%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	2%	1%
(2)	6%	3%	6%	4%	3%	5%	5%	5%	3%	6%	7%	5%
(3)	17%	22%	22%	24%	25%	21%	29%	24%	23%	22%	20%	20%
(4)	37%	45%	36%	38%	44%	38%	37%	40%	35%	45%	43%	44%
Sehr zufrieden	38%	30%	35%	33%	26%	35%	27%	30%	37%	27%	27%	30%
Mittelwert	4	4	4	4	3.9	4	3.8	3.9	4	3.9	3.8	4
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	124	112	49	42	26	80	67	49	134	54	37	183
Valide Angaben	155	224	129	163	150	248	178	267	523	202	134	826

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

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

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

Tabelle A.76: Zufriedenheit mit dem Programm - Lokalradio

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht zufrieden	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
(2)	6%	6%	6%	5%	5%	6%	5%	6%	6%	5%	5%	8%	5%	5%	7%
(3)	28%	27%	30%	20%	27%	29%	28%	27%	27%	22%	26%	32%	27%	27%	30%
(4)	39%	41%	34%	43%	38%	41%	38%	41%	40%	35%	40%	39%	37%	42%	39%
Sehr zufrieden	26%	25%	28%	31%	29%	23%	27%	25%	26%	37%	28%	19%	29%	25%	22%
Mittelwert	3.8	3.8	3.8	4	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	4	3.9	3.7	3.9	3.8	3.7
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1483	961	414	108	757	724	398	354	732	177	604	627	518	536	372
Valide Angaben	2677	1951	591	135	1321	1353	1025	838	814	342	1394	900	1066	1076	511

Antworten	R1	R2	R6	R10	R14	R15	R17	R19	R23	R29	R33	andere
Gar nicht zufrieden	1%	1%	1%	2%	1%	2%	3%	1%	0%	0%	2%	2%
(2)	4%	4%	8%	6%	3%	8%	4%	5%	7%	4%	7%	6%
(3)	31%	32%	31%	25%	27%	28%	29%	27%	29%	24%	21%	27%
(4)	34%	39%	34%	43%	42%	38%	37%	41%	37%	44%	41%	40%
Sehr zufrieden	30%	25%	26%	24%	26%	25%	27%	25%	26%	27%	30%	26%
Mittelwert	3.9	3.8	3.8	3.8	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8
Fehlermarge (95%)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
Fehlende Angaben	142	165	62	74	47	103	72	74	269	101	74	298
Valide Angaben	138	171	115	132	129	225	173	242	388	155	97	711

Frage: (ZUF_LR): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit [LokalRadio]?

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

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

Tabelle A.77: Zufriedenheit mit dem Programm - Online-Nachrichtenseite

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Gar nicht zufrieden	2%	2%	2%	1%	2%	3%	3%	2%	1%	1%	3%	2%	2%	2%	2%
(2)	8%	7%	11%	6%	7%	9%	8%	9%	7%	9%	7%	9%	7%	9%	7%
(3)	29%	28%	31%	31%	28%	29%	27%	33%	27%	25%	30%	29%	31%	28%	26%
(4)	38%	39%	35%	36%	39%	37%	37%	37%	41%	38%	38%	38%	38%	38%	36%
Sehr zufrieden	23%	24%	20%	26%	24%	22%	26%	20%	24%	28%	23%	23%	22%	22%	28%
Mittelwert	3.7	3.8	3.6	3.8	3.8	3.7	3.7	3.6	3.8	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	1365	872	368	125	727	637	294	311	760	209	634	433	545	479	288
Valide Angaben	2795	2041	636	118	1350	1441	1128	882	785	310	1363	1094	1038	1133	594

Frage: (ZUF_InfoOn): Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit[Online]?

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

A.5. Coronakrise

A.5.1. Medienbewertung Coronaberichterstattung

Tabelle A.78: Qualität der Berichterstattung zur Coronakrise

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Sehr schlecht	2%	2%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	1%	3%	2%	2%	3%	1%	2%
Eher schlecht	4%	4%	6%	4%	4%	5%	6%	3%	4%	5%	4%	5%	5%	4%	4%
Teils/teils	23%	23%	24%	20%	23%	23%	29%	25%	17%	26%	23%	22%	29%	22%	16%
Eher gut	47%	44%	51%	60%	47%	47%	46%	47%	48%	43%	48%	48%	46%	50%	43%
Sehr gut	24%	27%	17%	14%	24%	23%	17%	24%	30%	23%	24%	24%	17%	23%	35%
Mittelwert	3.9	3.9	3.7	3.8	3.9	3.8	3.7	3.9	4	3.8	3.9	3.9	3.7	3.9	4.1
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Fehlende Angaben	177	118	45	14	100	77	80	34	63	34	73	33	93	25	12
Valide Angaben	3984	2795	960	229	1978	2001	1342	1159	1482	485	1925	1495	1491	1587	870

Frage: (CORON2): Wie beurteilen Sie die Qualität der Berichterstattung dieser Medien zur Coronakrise?

Skala: 1 «sehr schlecht» bis 5 «sehr gut»

A.5.2. Politisches Interesse

Tabelle A.79: Interesse am aktuellen Geschehen

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Sehr	50%	55%	37%	34%	45%	54%	35%	49%	63%	40%	46%	58%	22%	53%	93%
Eher	42%	38%	50%	51%	45%	38%	50%	45%	32%	48%	45%	36%	58%	45%	6%
Eher nicht	8%	6%	11%	13%	9%	6%	13%	5%	5%	10%	8%	6%	17%	2%	1%
Überhaupt nicht	1%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	3%	2%	0%	3%	0%	0%
Fehlende Angaben	76	50	22	4	39	37	33	23	19	17	24	11	27	5	3
Valide Angaben	4085	2863	983	239	2039	2041	1389	1169	1527	502	1974	1516	1556	1608	879

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

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

A.6. Soziodemographie

Tabelle A.8o: Personen im Haushalt

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
1	17%	16%	20%	19%	18%	16%	12%	15%	23%	16%	17%	17%	18%	17%	16%
2	39%	42%	33%	36%	39%	39%	30%	24%	60%	38%	39%	40%	33%	40%	50%
3	16%	15%	18%	23%	16%	17%	22%	18%	9%	19%	16%	16%	19%	15%	13%
4	18%	18%	18%	17%	17%	19%	23%	29%	5%	15%	19%	19%	20%	18%	15%
5	9%	9%	11%	4%	10%	9%	13%	14%	3%	12%	9%	9%	11%	9%	7%
Mittelwert	2.6	2.6	2.6	2.5	2.6	2.7	3	3	2	2.7	2.6	2.6	2.7	2.6	2.5
Fehlermarge (95%)	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

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

Skala: Offene Nennung

Tabelle A.81: Erwerbstätigkeit

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Ja (voll oder teilzeit)	65%	66%	63%	57%	62%	68%	75%	87%	38%	49%	64%	73%	70%	65%	55%
Nein	35%	34%	37%	43%	38%	32%	25%	13%	62%	51%	36%	27%	30%	35%	45%
Fehlende Angaben	64	41	19	5	23	41	38	11	15	11	24	13	35	12	4
Valide Angaben	4096	2872	986	238	2054	2037	1384	1182	1531	509	1974	1515	1548	1600	879

Frage: (ERW): Sind Sie erwerbstätig?

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

Tabelle A.82: Sprache

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
Deutsch	70%	100%	0%	0%	70%	70%	67%	69%	73%	61%	74%	68%	62%	71%	84%
Français	24%	0%	100%	0%	24%	24%	26%	26%	21%	32%	21%	25%	30%	25%	13%
Italiano	6%	0%	0%	100%	6%	6%	7%	5%	5%	7%	5%	7%	8%	5%	3%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (SPRACHE): technische Variable

Skala: Deutsch, Französisch, Italienisch

Tabelle A.83: Sprachregion

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
DS	71%	98%	6%	21%	71%	71%	70%	70%	73%	65%	75%	70%	65%	72%	83%
SR	24%	2%	94%	8%	24%	24%	26%	26%	22%	32%	21%	25%	30%	24%	14%
TI	4%	0%	0%	71%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	5%	6%	4%	3%
Fehlende Angaben	6	5	1	—	4	2	4	—	2	1	4	1	3	3	—
Valide Angaben	4154	2908	1004	243	2074	2076	1418	1192	1544	518	1994	1526	1581	1610	883

Frage: (REGION): Sprachregionen

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

Tabelle A.84: Kommunikationsräume

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
Zürich	11%	14%	1%	5%	10%	11%	10%	9%	12%	6%	10%	13%	7%	11%	16%
Zürich Winterthur/SH	8%	11%	1%	3%	8%	7%	7%	7%	9%	6%	8%	8%	7%	7%	11%
Basel	6%	8%	1%	1%	6%	6%	7%	7%	5%	3%	6%	8%	5%	6%	9%
Bern	7%	9%	0%	2%	7%	6%	7%	7%	6%	7%	7%	6%	6%	6%	6%
Genf	7%	0%	26%	4%	7%	7%	6%	8%	7%	8%	5%	8%	7%	8%	4%
Lausanne-Lavaux	5%	0%	19%	1%	5%	4%	6%	5%	4%	7%	4%	5%	6%	5%	3%
St. Gallen	6%	8%	0%	2%	6%	6%	5%	5%	7%	6%	7%	5%	6%	5%	8%
Luzern-Innerschweiz	6%	8%	0%	0%	6%	5%	5%	6%	5%	5%	6%	5%	5%	6%	6%
Aarau	3%	4%	0%	1%	3%	3%	3%	4%	2%	4%	3%	3%	3%	3%	3%
Berner Seeland	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	3%
Bündnerland	3%	4%	0%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	2%	4%	3%	3%	4%	3%
Innerschweiz	2%	2%	0%	0%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
Berner Oberland	3%	4%	0%	0%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	2%
Bern Jura-Neuchâtel	4%	0%	15%	0%	3%	4%	5%	3%	3%	5%	4%	3%	5%	4%	2%
Bas-Valais	4%	0%	14%	1%	3%	4%	4%	4%	3%	5%	4%	3%	5%	4%	1%
Oberwallis	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Ticino	4%	0%	0%	71%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	5%	6%	4%	3%
Freiburg/Fribourg	4%	1%	16%	1%	4%	4%	4%	5%	4%	5%	4%	4%	5%	4%	3%
Vaud	2%	0%	6%	0%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	1%
Mittelland	2%	2%	0%	0%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Glarus	2%	3%	0%	0%	2%	2%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%
Fricktal	1%	2%	0%	0%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	2%
Solothurn	4%	5%	0%	0%	4%	4%	3%	4%	4%	5%	4%	3%	3%	4%	4%
Baden	3%	4%	0%	0%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	2%	3%	3%	3%	3%
Schaffhausen	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Thurgau	2%	3%	0%	0%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	3%	2%	2%	3%	2%
Fehlende Angaben	6	6	—	—	3	4	3	2	2	1	4	—	3	3	—
Valide Angaben	4154	2906	1005	243	2075	2074	1419	1191	1544	518	1994	1527	1581	1610	883

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

Skala: Raumkodierung

Tabelle A.85: Nationalität - Schweiz

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	21%	18%	27%	39%	19%	23%	25%	28%	13%	38%	16%	21%	26%	18%	17%
Yes	79%	82%	73%	61%	81%	77%	75%	72%	87%	62%	84%	79%	74%	82%	83%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_1): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.86: Nationalität - Deutschland

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	96%	95%	100%	100%	96%	96%	97%	94%	97%	99%	98%	93%	97%	97%	93%
Yes	4%	5%	0%	0%	4%	4%	3%	6%	3%	1%	2%	7%	3%	3%	7%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_2): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.87: Nationalität - Frankreich

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	98%	100%	91%	100%	98%	97%	97%	97%	99%	99%	99%	96%	97%	97%	99%
Yes	2%	0%	9%	0%	2%	3%	3%	3%	1%	1%	1%	4%	3%	3%	1%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_3): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.88: Nationalität - Italien

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	95%	97%	95%	66%	95%	94%	94%	95%	96%	91%	95%	96%	92%	96%	97%
Yes	5%	3%	5%	34%	5%	6%	6%	5%	4%	9%	5%	4%	8%	4%	3%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_4): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.89: Nationalität - Portugal

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	97%	99%	93%	94%	97%	97%	96%	96%	99%	88%	98%	99%	95%	98%	99%
Yes	3%	1%	7%	6%	3%	3%	4%	4%	1%	12%	2%	1%	5%	2%	1%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_7): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.90: Nationalität - Kosovo

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tiefe	mittel	hoch	gering	teils	stark
No	99%	99%	99%	100%	99%	99%	98%	99%	100%	97%	99%	100%	99%	99%	99%
Yes	1%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	1%	0%	3%	1%	0%	1%	1%	1%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

Frage: (NAT_11): Was ist Ihre Nationalität?

Skala: 1 genannt / 0 nicht genannt

Tabelle A.91: Befragungsmodus

Antworten	Gesamt	Region			Geschlecht		Alter (gruppiert)			Bildung			Politikinteresse		
		DE	FR	IT	Frau	Mann	bis 34	35-54	>=55	tief	mittel	hoch	gering	teils	stark
CAWI	94%	94%	95%	92%	91%	97%	99%	97%	88%	90%	93%	97%	94%	94%	94%
CATI	6%	6%	5%	8%	9%	3%	1%	3%	12%	10%	7%	3%	6%	6%	6%
Valide Angaben	4160	2913	1005	243	2078	2078	1422	1192	1546	519	1997	1527	1583	1612	883

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

Skala: 1 = CAWI/ 2 = CATI

B. Tabelle der Medienprioritäten

B.1. über die Schweiz

Tabelle B.1: Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region

Prioritäten	Anzahl	Prozent	Antworten
SRG TV	1556	37	37
Regionalfernsehen	356	9	8
SRG Radio	235	6	5
Lokalradio	162	4	3
Online CH	490	12	12
www	706	17	16
Zeitung	1772	43	53
Auslandsmedien	87	2	2
Anderes	297	7	6
keine Angabe	418	10	1

B.2. über die Region

Tabelle B.2: Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region

Prioritäten	Anzahl	Prozent	Antworten
Zeitung	2186	53	66
keine Angabe	782	19	1
www	456	11	10
Regionalfernsehen	435	10	9
SRG TV	402	10	9
Lokalradio	310	7	7
Anderes	246	6	5
Online CH	243	6	6
Auslandsmedien	56	1	1
SRG Radio	52	1	1

B.3. über das Ausland

Tabelle B.3: Medienprioritäten bei der Informationssuche über die Region

Prioritäten	Anzahl	Prozent	Antworten
SRG TV	1165	28	28
Zeitung	1107	27	31
Auslandsmedien	856	21	20
www	766	18	18
keine Angabe	685	16	0
Anderes	261	6	6
Regionalfernsehen	248	6	5
Online CH	245	6	6
SRG Radio	118	3	3
Lokalradio	36	1	1

C. Technischer Anhang

C.1. Grundgesamtheit und Stichprobendefinition

Grundgesamtheit bildete die gesamtschweizerische Wohnbevölkerung (inkl. Ausländer*innen) ab 15 Jahren. Als Grundlage für die Stichprobenziehung diente der Stichprobenrahmen SRPH des Bundesamtes für Statistik BFS. Für die Bestellung beim BFS wurde jede Gemeinde einem von 26 Kommunikationsräumen zugeordnet. In 5 Kommunikationsräumen wurden 200 Antworten angestrebt und je 448 Adressen «Principals» (primär verwendet) sowie je eine Reserve von 88 Adressen angefordert. In 10 kleineren Kommunikationsräumen lag das Ziel bei 150 Antworten, weshalb je 336 Adressen und eine Reserve von 68 Adressen bestellt wurden. Und schliesslich sollten in 11 weiteren Kommunikationsräumen je 100 Antworten resultieren, für die je 256 Adressen und eine Reserve von 48 Adressen benötigt wurden. Überall sollten die Adressen gleichverteilt auf die 4 Altersgruppen 15-24 Jahre, 25-34 Jahre, 35-54 Jahre und 55+ Jahre gezogen werden.

Tabelle C.1: SRPH-Bestellung

K-Räume	Angestrebte Antwortzahl	Principals	Reserve	Adressen Total
5	200	2250	398	2648
10	150	3367	680	4047
11	100	2851	558	3409
Total	3600	8468	1636	10104

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

Tabelle C.2: Soll-Ist

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

C.2. Ablauf der Befragung

Die Befragung wurde termingemäss am 12. April mit dem Versand der Ankündigungsbriefe an die «Principals» gestartet. In den darauffolgenden Tagen nahmen die ersten Personen online an der Umfrage teil, innerhalb weniger Tage kamen bis zum 23. April die ersten 594 Antworten zusammen, was einer (vorläufigen) Response-Rate von 7.0% entsprach. Am 1. Mai erfolgte der Versand des ersten Erinnerungsschreibens bei einem Stand von 951 Antworten (11.2%). Da die Teilnahme in der Folge vorerst nur unwesentlich auf 1166 (13.8%) zunahm, wurde am 7. Mai auch die Reserve aktiviert. Praktisch gleichzeitig (ab 10. Mai) wurde damit begonnen, Personen aus der «Principal»-Gruppe aktiv telefonisch zu kontaktieren und jene zu befragen, die noch nicht auf unsere Schreiben reagiert hatten. Innerhalb kurzer Zeit erhöhte sich nun die Beteiligung bis zum 13. Mai auf 2613 (25.9%), inklusive der ersten 59 realisierten CATI-Interviews. Mit dem Versand des zweiten Erinnerungsschreibens an die «Principals» am 15. Mai trat die Befragung in ihre Schlussphase. Bis zum Feldende am 3. Juni verdoppelte sich die Zahl der Antworten nahezu auf 4605 (45.6%), auch wenn nach Rücksprache mit dem BFS auf ein Reminding bei den Reserveadressen verzichtet wurde. Damit wurden die ursprünglichen Erwartungen von 3600 Antworten bei weitem übertroffen. Dass die Startphase verglichen mit früheren Mixed-Mode-Befragungen zu anderen Themen eher flau verlief, könnte damit zusammenhängen, dass mit Ostern und 1. Mai gleich mehrere Feiertage in diese Zeit fielen. Während des gesamten Erhebungszeitraums standen eine telefonische und eine E-Mail-Hotline zur Verfügung, die beide rege genutzt wurden. Vereinzelt wandten sich Zielpersonen ans BAKOM, das die entsprechenden Informationen unverzüglich an DemoSCOPE weiterleitete. Gelegentlich zeigten Zielpersonen sich ungehalten darüber, dass sie gleich mehrmals in der gleichen Sache schriftlich kontaktiert wurden. Fakt bleibt aber, dass nur so die vom BFS geforderte hohe Ausschöpfung erzielt werden kann.

C.3. Ausschöpfung

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

- Zweimaliges Reminding: Erinnerungsbriefe animierten zur Teilnahme auch in einer späteren Phase der Befragung.
- Telefonische Kontaktierung: Zu 4792 Adressen (47%) standen auch Telefonnummern zur Verfügung. In diesen Fällen konnten die Zielpersonen auch telefonisch kontaktiert und befragt werden. Insgesamt wurden 247 Interviews telefonisch realisiert.

Letztlich resultierte so eine Ausschöpfung von 45.6%. Wie sie zustande kam, zeigt die nachfolgende Tabelle.

Tabelle C.3: Ausschöpfung

Teilnahme	Fälle
Nicht mitgemacht, gesundheitliche Gründe (zu alt, überfordert, verstorben etc.)	66
Nicht mitgemacht, Sprachprobleme	28
Bei Telefonkontakt: sagt, wolle lieber online bzw. habe schon online mitgemacht	31
Nicht erreicht/nicht mitgemacht ohne Mitteilung	5152
Soft-Verweigerungen (keine Zeit, kein Interesse etc.)	80
Grundsätzliche Verweigerungen (Gegen Befragungen, verbietet sich weitere Anrufe etc.)	89
Online-Antworten	4464
Telefonische Antworten	194
Total	10104

Besonders erfreulich an der hohen Ausschöpfungsquote ist die Tatsache, dass alle vier beobachteten Altersgruppen sich in ähnlichem Ausmass an der Umfrage beteiligten. Die bis ins Vorjahr rein telefonisch¹² realisierten Befragungen dieser Studienreihe hatten zunehmend darunter gelitten, dass jüngere Kreise nur noch klar unterdurchschnittlich vertreten waren.

Tabelle C.4: Ausschöpfung nach Altersgruppen

Altersgruppe	Antworten 2020	Antworten 2019
15 - 24 Jahre	1187	1186
25 - 34 Jahre	1015	1038
35 - 54 Jahre	1263	1253
55+ Jahre	1191	1128

C.4. Antwortdauer

Der Median der Ausfülldauer liegt bei den 4358 Online-Antworten bei 683 Sekunden bzw. 11.4 Minuten. 29 Ausfüllende benötigten dabei weniger als 4 Minuten. Diese Fälle wurden aus der Auswertung ausgeschlossen, da davon auszugehen ist, dass die Fragebögen nur durchgeklickt wurden, ohne dass die Fragen und Antworten gelesen wurden. Wir garantieren, dass die Befragung nach den Normen des vsms, des Verbandes Schweizer Markt- und Sozialforscher, durchgeführt wurde.

C.5. Gewichtung

Die Teilstichproben in den Kommunikationsräumen wurden disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräumen und Metropolen in der Stichprobenziehung proportional abbilden wollen, wären in kleinen Regionalräumen zu wenige Personen befragt worden, um sinnvolle Auswertungen machen zu können. Aus statistischer Sicht sind proportionale Stichproben nicht notwendig und wären daher auch bei der Adress-Bestellung aus dem SRPH-Panels nicht genehmigt worden (vgl. Alt und Bien 1994; Gabler 1994). Die echten Proportionen zwischen den Regionen wurden durch die Designgewichte «wiederhergestellt». Dabei wurden die überproportional häufig befragten Personen aus bevölkerungsschwachen Regionen heruntergewichtet und die unterproportional anvisierten bevölkerungsstarken Regionen hochgewichtet. Abgesehen von den Kommunikationsräumen sind

¹²Basis: Elektronisches Telefonbuch + generierte Handy-Nummern (Random Digit Dialing RDD)

die soziodemographischen Merkmale nicht stratifiziert worden und in der Onlinebefragung der Selbstauswahl überlassen. Da das Antwortverhalten (Response) in den Alters- und Bildungsgruppen, sowie nach Geschlecht unterschiedlich ist, hat sich auch in dieser Stichprobe ein gewisser None-Response-Bias eingestellt. Diese Abweichungen der Geschlechter-, Bildungs- und Altersverteilung wurden ebenfalls durch Gewichtung (Poststratifizierung) korrigiert.

In der Tabelle C.5 auf der nächsten Seite sind Angaben zur gewichteten Verteilung und den Gewichten vermerkt. Die ungewichteten Anteile geben die tatsächliche Verteilung in der realisierten Stichprobe wieder. In der Spalte «gew.» stehen die Anteile nach der Gewichtung. Da die Gewichtung entsprechend den realen Verteilungen durchgeführt wurde (mittels Raking), entsprechen die gewichteten Anteile exakt den Vorgaben nach Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BFS). Die gewichteten Fallzahlen sind dahinter notiert. Die Gewichtungsstatistiken dokumentieren das Mittel, das Minimum, Maximum und das 5-Prozent-Perzentil, sowie das 95-Prozent-Perzentil. Am Mittelwert lässt sich ablesen, ob die Gruppe im Schnitt eher hoch (>1) oder runtergewichtet (<1) wurde. Das Minimum gibt an, welches der kleinste Gewichtungsfaktor in der Gruppe war und das Maximum entsprechend das grösste Gewicht. An den Perzentilen kann man ablesen, wie viel Prozent der Fälle ein Gewicht kleiner bzw. grösser dem notierten Gewicht hatten.

Tabelle C.5: Stratifizierungsgewichte und Designgewichte

Merkmale	Verteilung				Gewichte				
	ungew.	BFS	gew.	n	Mittel	Min	Max	5%	95%
Geschlecht									
Mann	48.6	50.0	50.0	2294	1.15	0.54	1.62	0.54	1.62
Frau	51.1	50.0	50.0	2293	1.09	0.52	1.55	0.52	1.55
Alter und Bildung									
bis 24	24.7	13.5	13.5	606	0.53	0.51	0.54	0.52	0.54
25-44 Sek I	2.5	3.2	3.2	143	1.27	1.24	1.30	1.24	1.30
25-44 Sek II	14.2	14.2	14.2	638	0.97	0.94	1.00	0.96	1.00
25-44 Tertiär	16.9	15.7	15.7	702	0.90	0.88	0.92	0.88	0.92
45-64 Sek I	3.7	4.2	4.2	186	1.09	1.07	1.11	1.07	1.11
45-64 Sek II	11.9	15.5	15.5	692	1.27	1.22	1.29	1.24	1.29
45-64 Tertiär	9.1	12.1	12.1	541	1.30	1.24	1.32	1.26	1.32
65+	13.3	21.6	21.6	969	1.59	1.53	1.62	1.55	1.62
Kommunikationsräume									
Zürich	5.1	10.6	10.6	486	2.40	0.42	3.44	1.13	3.44
Zürich Winterthur/SH	5.5	7.7	7.7	355	1.63	0.27	2.26	0.74	2.26
Basel	4.1	6.1	6.1	282	1.70	0.29	2.40	0.79	2.40
Bern	6.0	6.6	6.6	305	1.27	0.21	1.76	0.58	1.76
Genf	4.4	6.7	6.7	309	1.71	0.30	2.46	0.81	2.46
Lausanne-Lavaux	4.0	4.9	4.9	226	1.45	0.25	2.04	0.67	2.04
St. Gallen	3.9	5.9	5.9	273	1.72	0.29	2.42	0.79	2.42
Luzern-Innerschweiz	4.6	5.5	5.5	254	1.37	0.23	1.92	0.63	1.92
Aarau	3.3	3.0	3.0	140	1.08	0.19	1.54	0.51	1.54
Berner Seeland	2.8	2.0	2.0	92	0.81	0.14	1.13	0.37	1.13
Bündnerland	3.4	3.2	3.2	149	1.09	0.19	1.57	0.51	1.57
Innerschweiz	3.0	1.6	1.6	75	0.63	0.11	0.93	0.30	0.93
Berner Oberland	3.3	2.5	2.5	117	0.90	0.16	1.29	0.42	1.29
Bern Jura-Neuchâtel	4.3	3.7	3.7	172	0.98	0.17	1.43	0.47	1.43
Bas-Valais	4.6	3.5	3.5	162	0.88	0.15	1.26	0.41	1.26
Oberwallis	2.4	1.0	1.0	46	0.48	0.08	0.66	0.23	0.64
Ticino	3.9	4.4	4.4	201	1.26	0.22	1.79	0.59	1.79
Freiburg/Fribourg	5.7	4.3	4.3	200	0.87	0.15	1.22	0.40	1.22
Vaud	3.3	1.5	1.5	70	0.52	0.09	0.72	0.24	0.72
Mittelland	3.0	1.8	1.8	81	0.68	0.12	1.01	0.33	1.01
Glarus	3.3	2.0	2.0	91	0.71	0.12	1.01	0.33	1.01
Fricktal	2.4	1.4	1.4	64	0.67	0.11	0.93	0.31	0.93
Solothurn	4.0	3.7	3.7	170	1.09	0.18	1.53	0.50	1.53
Baden	3.8	2.8	2.8	128	0.83	0.14	1.18	0.40	1.18
Schaffhausen	2.7	0.9	0.9	44	0.41	0.07	0.57	0.19	0.57
Thurgau	3.3	2.4	2.4	112	0.85	0.14	1.18	0.39	1.18
Total	4.3	5.2	100.0	4605	1.35	0.07	3.44	0.44	2.65

Kleine Gewichtungsfaktoren sind weniger ein statistisches Problem als vielmehr eines der Kosteneffizienz, da auch Fälle mit sehr kleinen Gewichten natürlich den vollen Preis der Erhebung kosten. Das kleinste Poststratifizierungsgewicht liegt bei 0.51. Weniger als 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor kleiner als 0.52. Das maximale Stratifizierungsgewicht liegt bei 1.62. Diese, im Betrag relativ kleinen, Gewichtungsfaktoren zeigen, dass der Non-Response-Bias relativ gering ausgefallen und also die neue Stichprobenziehung der alten deutlich überlegen ist. Die endgültige stärkere Gewichtung kommt durch die disproportionale Ziehung der Kommunikationsräume zustande, die allerdings ergebnisneutral rückgewichtet werden kann. Das kleinste Gesamtgewicht (Design und Poststratifizierung) lag bei 0.07. Weniger als 5 Prozent der Stichprobenfälle hatten ein Gewicht unter 0.19. Das höchste Gewicht (Zürich) lag bei 3.44. Im Jahr 2019 war eine deutlich niedrigere Gesamt-Gewichtung notwendig als 2018.

C.6. Fragebogen



Fragebogen CAWI 2020

„Publikum elektronischer Medien 2020“

SYMBOLE FÜR ALTER UND GESCHLECHT

Personen im Haushalt

Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt?

Medienpriorität

MpCH Wenn Sie sich über das Geschehen **in der Schweiz** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle? Bitte notieren Sie den Namen Ihres bevorzugten Mediums und NICHT nur ob Fernsehen, Radio, Zeitung oder Webseite.

EINE NENNUNG

(Name des Radio- oder Fernsehsenders, der Zeitung oder Website NOTIEREN):

.....

9 Keine Nennung

MpReg Wenn Sie sich über das Geschehen **in ihrer Region** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle? Bitte notieren Sie den Namen Ihres bevorzugten Mediums und NICHT nur ob Fernsehen, Radio, Zeitung oder Webseite.

EINE NENNUNG

(Name des Radio- oder Fernsehsenders, der Zeitung oder Website NOTIEREN):

9 Keine Nennung

MpAus Wenn Sie sich über das Geschehen **im Ausland** informieren wollen, welches Medium benutzen Sie dafür an erster Stelle? Bitte notieren Sie den Namen Ihres bevorzugten Mediums und NICHT nur ob Fernsehen, Radio, Zeitung oder Webseite.

EINE NENNUNG

(Name des Radio- oder Fernsehsenders, der Zeitung oder Website NOTIEREN):

99 Keine Nennung

Medienbesitz

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

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

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

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

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

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

Erw Zwischenfrage: Sind Sie erwerbstätig?

Ja (voll oder teilzeit)

Nein

[FILTER: WENN ERWERBSTÄTIG]

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

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

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

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

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

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

[FILTER: WIEDER ALLE]

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

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

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

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

MbpSP Smartphone (mit Touchscreen) 0 nein/ 1 Ja

MbpTAB Tablet (mit Touchscreen) 0 nein/ 1 Ja

MBAapp Nachrichtenapps 0 nein/ 1 Ja

Motivation für die Mediennutzung

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

- 1 zur Unterhaltung
- 2 informieren
- 3 sowohl als auch

MotivR Radio

MotivTV Fernsehn

MotivO Online

Kanal-Nutzung

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

- (fast) täglich
- mehrmals pro Woche
- einmal pro Woche
- seltener
- nie

[EDV: ROTIEREN]

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

KN2 Schweizer **Regional**fernsehprogramme

KN3 Ausländische Fernsehprogramme

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

KN5 Schweizer **Lokal**radios

KN6 Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)

KN7 Gratis-Pendlerzeitungen

KN8 Das Internet

KN9 Informationsseiten oder Informationsapps

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

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

Ja

Nein

[Filter: wieder alle]

Medienkonsum

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

PROG: Maximum = 1440 setzen!

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

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

DauerZ Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Zeitung?

DauerO Wie viele Minuten lesen Sie im Durchschnitt etwa Online?

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

RtvInt: Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet?

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

(fast) täglich

mehrmals pro Woche

einmal pro Woche

seltener

nie.

RtvInt1 Radio live über das Internet hören

RtvInt2 Fernsehen live über das Internet sehen

RtvInt3 Fernsehsendungen über Mediatheken

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

Bewertung des Gesamtprogramms von Medien

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

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

srgR

DE:

Radio SRF 1

Radio SRF 2 Kultur

Radio SRF 3

Radio SRF 4 News

Radio SRF Virus

Radio SRF Musikwelle

[FR :

La Première

Espace 2

Couleur 3

Option musique]

[IT:

Rete uno

Rete Due

Rete Tre]

[Alle:

Radio Swiss Classic

Radio Swiss Pop

Radio Swiss Jazz

Radio Rumantsch

Kein Schweizer Radio]

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

srgTV

DE:

SRF eins (TV)

SRF zwei (TV)

SRF Info (TV)

[FR:

RTS Un

RTS Deux]

[IT:

LA 1 (TSI 1)

LA 2 (TSI 2)]

[ALLE:

Televisiun Rumantscha (auf SRF ausgestrahlt)

kein Schweizer Fernsehen]

HD-Suisse

Bewertung der Regionalprogramme

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

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

96 Anderes

97 Kein Lokalradio

98 Weiss nicht

99 Keine Angabe

LR_OTH Anderes [TEXT]

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

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

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

SRF-Tagesschau-App
SRF.ch/news
20min.ch
Blick.ch
Watson.ch
96 Anderes
97 Keine App/Online-Nachrichtenseite
98 Weiss nicht

99 Keine Angabe

INFOON_OTH: [TEXT]

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

Professionalität des Gesamtprogramms

Prof

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

PROF_srgTV: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF_RTV: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF_srgR: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

PROF_LR: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

InfoOn: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

Informationsgehalt der Politikbeiträge

INFO

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

INFO_srgTV: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO_RTV: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO_srgR: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

INFO_LR: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

InfoOn: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung

LokReg

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

INFO_srgTV: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

INFO_RTV: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

INFO_srgR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

INFO_LR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

INFO_LR: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

INFO_InfoOn: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

Ausgewogenheit des Programms

AUSG

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

AUSG_srgTV: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

AUSG_RTV: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

AUSG_srgR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

AUSG_LR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

AUSG_LR: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

AUSG_InfoOn: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

Glaubwürdigkeit der Berichterstattung

Glaub

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

GLAUB_srgTV: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

GLAUB_RTV: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

GLAUB_srgR: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

GLAUB_LR: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

GLAUB_InfoOn: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig

Unterhaltsamkeit des Programmangebotes

UNT

Wie unterhaltsam finden Sie das Angebot vom

UNT_srgTV: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

UNT_RTV: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

UNT_srgR: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

UNT_LR: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

UNT_InfoOn: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

Zufriedenheit mit dem Programm

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

ZUF_srgTV: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

ZUF_RTV: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

ZUF_srgR: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

ZUF_LR: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

ZUF_InfoOn: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden

Interesse am aktuellen Geschehen

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

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

Nationalität

Nat Zwischenfrage: Was ist Ihre Nationalität?

PROG: MEHRFACHNENNUNG ZULASSEN

1 Schweiz

2 Deutschland

3 Frankreich

4 Italien

5 Österreich

6 Spanien

7 Portugal

8 Türkei

9 Serbien

10 Kroatien

11 Kosovo

96 Anderes, nämlich:

Interesse an Politik allgemein

Wir würden jetzt gerne noch ein paar Fragen stellen, die die Politik betreffen.

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

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

Krisenkommunikation**CORON1**

Welche Medien haben Sie während der Coronakrise vor allem genutzt, um sich zu informieren? (Maximal drei Nennungen)

TEXT

TEXT

TEXT

CORON2

Wie beurteilen Sie die Qualität der Berichterstattung dieser Medien zur Coronakrise?

- 1 = sehr schlecht
- 2 = eher schlecht
- 3 = teils/teils
- 4 = eher gut
- 5 = sehr gut

CORON3

Bitte erzählen Sie uns kurz, wie sich die Bedeutung von Informationen aus den Medien während der Coronakrise für Sie verändert hat.

TEXT

- 1= Für mich hat sich die Bedeutung nicht verändert
- 8= Weiss nicht
- 9= Keine Antwort

Soziodemographie**Schulbildung**

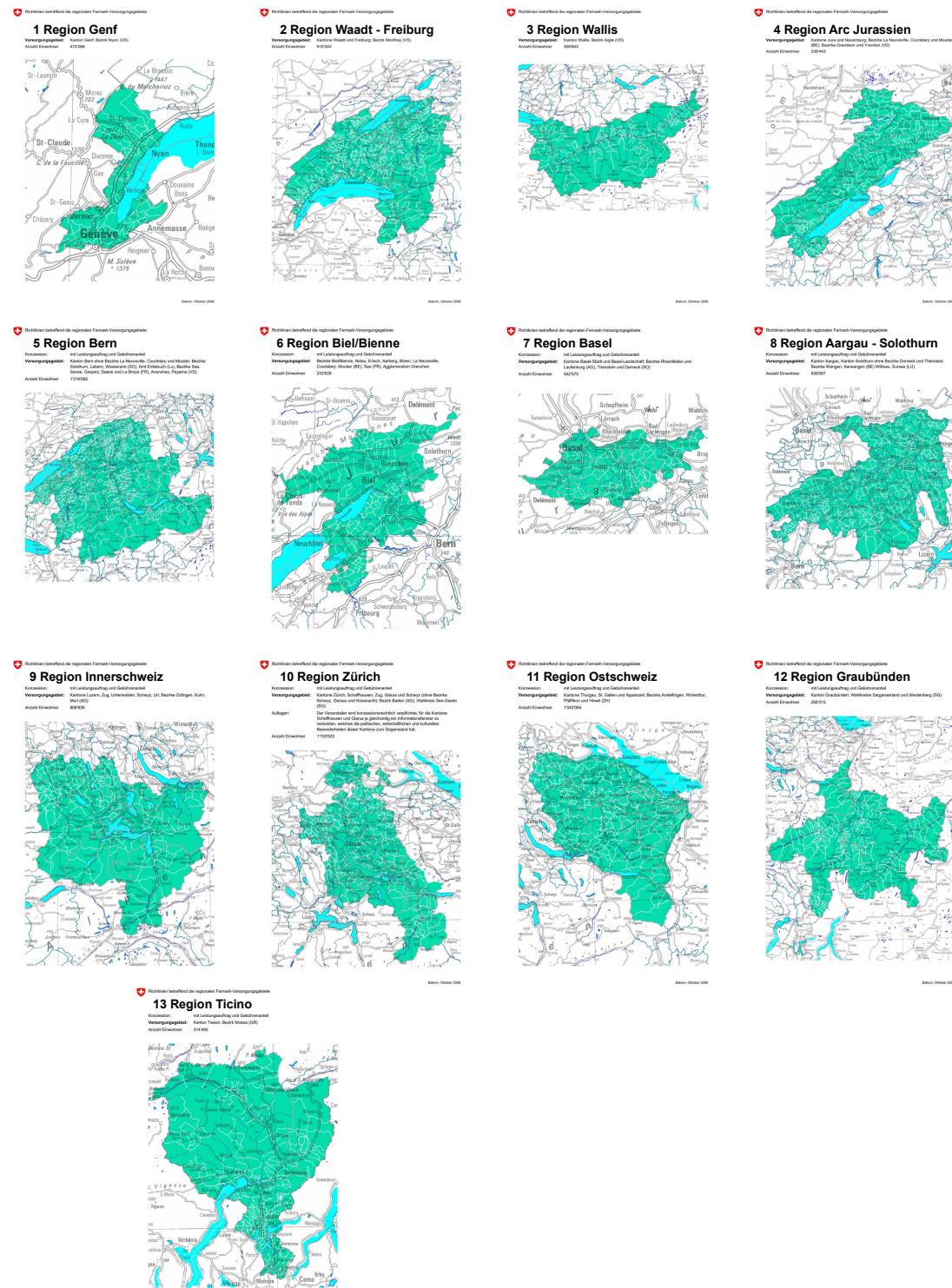
Bild Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

PROG: BISHERIGE LISTE VERWENDEN

Bedanken, verabschieden

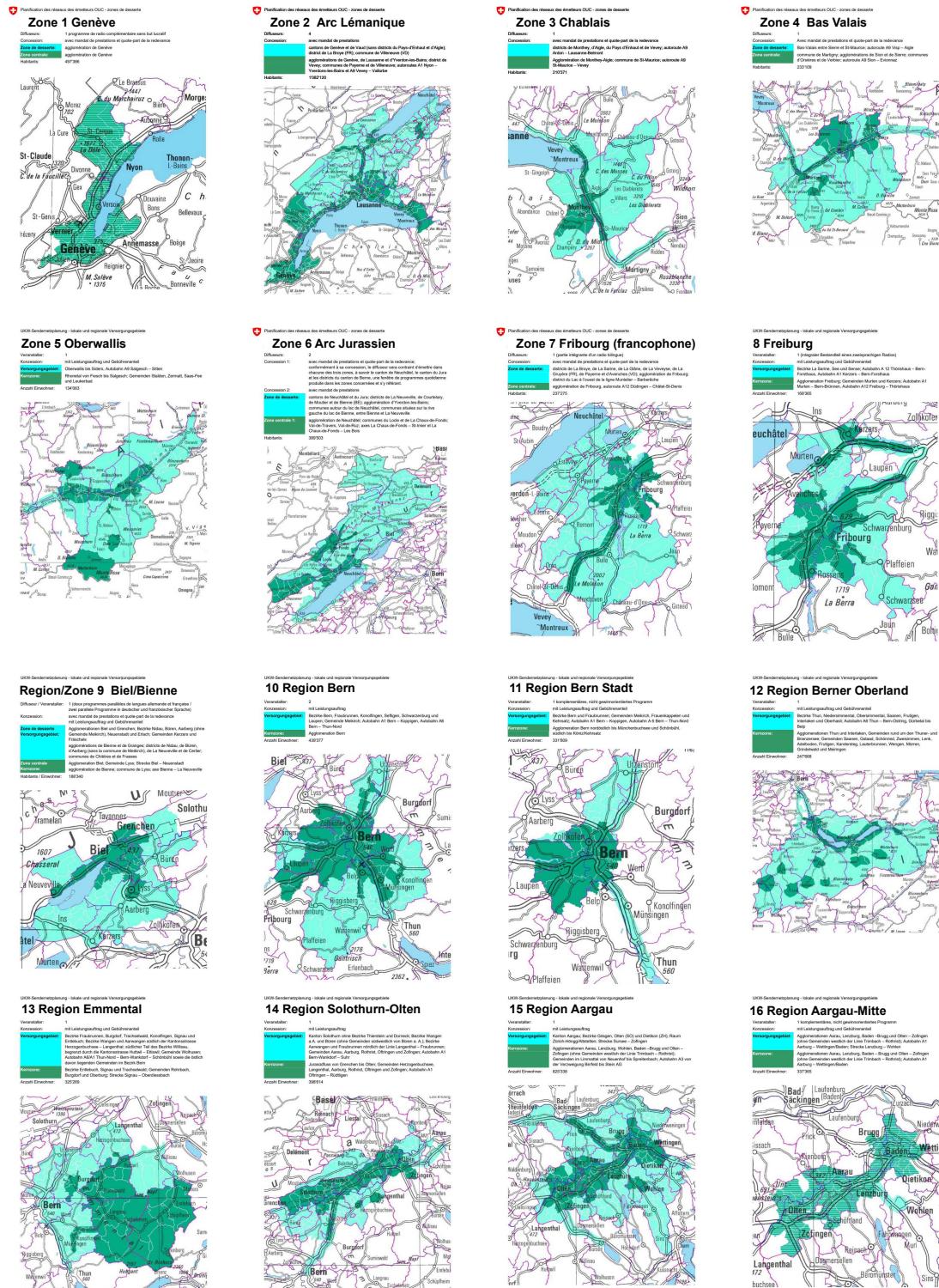
Fragebogen

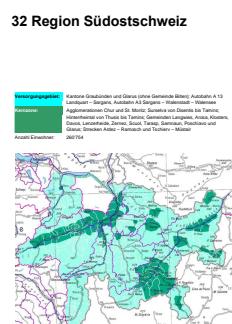
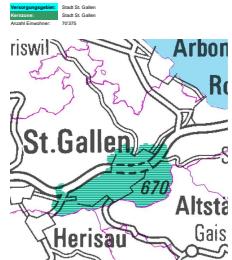
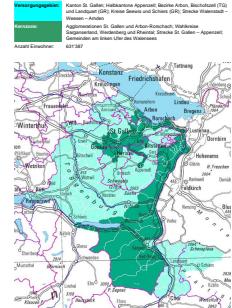
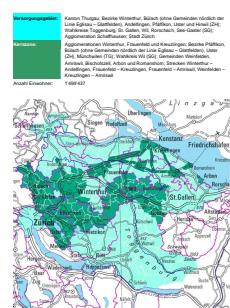
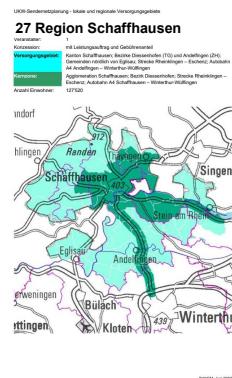
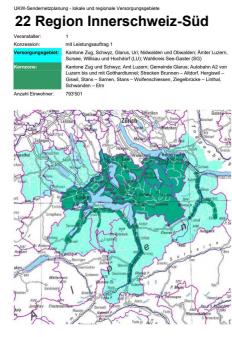
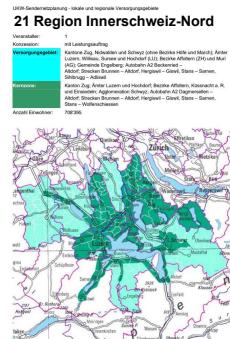
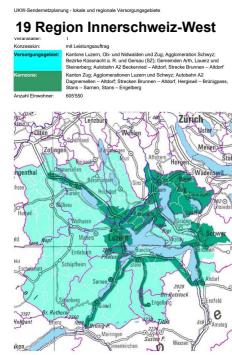
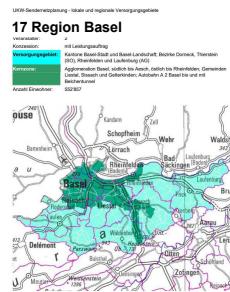
C.7. TV-Versorgungsgebiete mit Karten

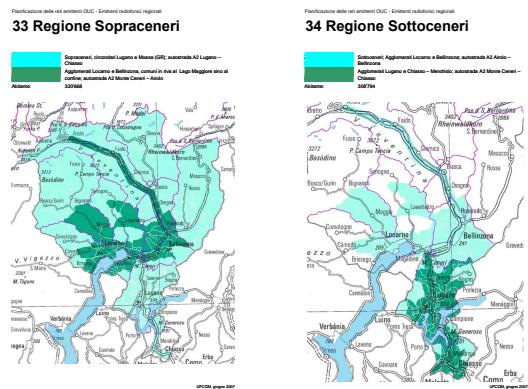


Quelle: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/verordnungen/radio-und-fernsehen/regionale-tv-gebiete-und-karten.html>

C.8. UKW-Versorgungsgebiete mit Karten







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