



Faktenblatt 1

Datum 29.08.2019

Analyse der Programmleistungen der Radios von RTS

Das Forschungsinstitut Publicom hat im Jahr 2018 die Programme der SRG-Radios in der französischen Sprachregion untersucht. Auftraggeber der Studie ist das Bundesamt für Kommunikation. Die vier Service-public-Sender von RTS (*La 1ère*, *Espace 2*, *Couleur 3*, *Option Musique*) werden über Satellit, Kabel, Internet, DAB+ und weitgehend auch über UKW verbreitet. Sie weisen zusammen in der französischen Sprachregion einen Marktanteil von fast 50 Prozent aus.

Viel Information bei RTS

Das Hauptprogramm *La 1ère* setzt einen Schwerpunkt bei der Information. Diese nimmt mit einem Anteil von 67 Prozent am ganzen Programmangebot sehr viel Platz ein. Publicom bezeichnet die journalistische Aufbereitung von Informationen als ausgesprochen vielfältig und abwechslungsreich. Die Orientierung des Publikums, d.h. die Erläuterung und Einordnung von Sachverhalten, weist ein hohes Niveau auf. Zudem werden verschiedenste Unterhaltungselemente wie die Satire, Parodien oder Kurzhörspiele eingesetzt.

Die Schweizer Kultur hat in den RTS-Programmen, insbesondere bei *Espace 2*, einen immer prominenteren Platz. Bei *La 1ère* und *Couleur 3* hat sich der Umfang an Informationen mit Bezug zur Schweizer Kultur seit 2015 mehr als verdoppelt. Auch die Ausstrahlung von Schweizer Musik hat insgesamt zugenommen und beträgt im Durchschnitt mehr als 20 Prozent der ausgestrahlten Musik.

Breit gefächertes Kulturangebot

In Bezug auf das Kulturradio *Espace 2* kommt Publicom zum Schluss, dass sich dieses gegenüber der letzten Erhebung von 2015 weiterentwickelt habe. Das Programm legt grossen Wert auf gepflegte Wortinhalte und weist sich durch aufwändige Aufbereitungen aus. Der Musikanteil wurde zu Lasten der Information ausgebaut, das Stilspektrum öffnet sich nun auch anderen Gattungen ausserhalb klassischer Musik. *Espace 2* widmet dem Kulturgeschehen in der Sprachregion generell mehr Aufmerksamkeit als in früheren Jahren.

Couleur 3 und *Option Musique* sind moderne Begleitradios, die musikalisch komplementär ausgerichtet sind. Das Musikangebot von *Couleur 3* wird als äusserst vielfältig beurteilt. *Option Musique* entspreche aber aufgrund der geringen Informationsleistung und der hauptsächlich auf



Mainstream ausgerichteten Musik eher dem Programmkonzept eines kommerziellen Radios als dem eines Service-public-Senders, urteilt Publicom.

Gewährleistung des Service public

Die SRG-Radios müssen sich gemäss Konzession auf ihre Sprachregion konzentrieren und in erster Linie sprachregionale, nationale und internationale Informationen ausstrahlen. Die vorliegende Programmanalyse erfolgte nach altem Konzessionsrecht. Seit dem 1.1.2019 ist die neue SRG-Konzession in Kraft, die der Bundesrat am 29. August 2018 erteilt hat und die von der SRG mehr Service-public-Leistungen verlangt. Sie setzt kurzfristige Massnahmen zur Stärkung des nationalen Service public um, insbesondere in Bezug auf die Integration (z.B. Berichterstattung über andere Sprachregionen), Qualität und Rechenschaftspflichten der SRG.

Methodik und Ziel der Studie

Untersuchungszeitraum war eine künstliche Woche im Jahr 2018: Dabei wurden zwischen 5 Uhr morgens und 24 Uhr abends alle Radioprogramme der RTS – *La 1ère*, *Espace 2*, *Couleur 3* und *Option Musique* – aufgezeichnet und untersucht. Die Musikanalyse basiert auf einem Mittwoch-Stichtag für das Tagesprogramm (05.00 bis 20.00 Uhr) und dem Abendprogramm der ganzen Woche von 20.00 bis 24.00 Uhr.

Die Studie ist Teil eines Forschungsprogramms, mit dem die Sendungen der Schweizer Radio- und Fernsehsender – mit Konzession oder Leistungsauftrag – durch wissenschaftliche Methoden kontinuierlich beobachtet werden. Die Publikation der wissenschaftlichen Analysen soll die öffentliche Diskussion über die Programmleistungen von Radio und Fernsehen in der Schweiz anregen. Die Studie kostete 246'263 Franken. Wegen unterschiedlichen Stichproben sind die Ergebnisse der SRG-Radios nicht mit denjenigen der untersuchten Lokalradios (vgl. Faktenblatt 2) vergleichbar.

Radionutzung in der Schweiz

In der Deutschschweiz schalten täglich gut 83 Prozent der Bevölkerung (ab 15 Jahren) während über zwei Stunden das Radio ein. In der Suisse romande sind es rund 80 Prozent, die gut 1h40 Minuten Radio hören, in der Svizzera italiana nutzen gut 87 Prozent das Medium Radio während fast 2 Stunden pro Tag.

In der Suisse romande beträgt der Marktanteil der SRG-Radios rund 61 Prozent, jener der Privatradios rund 30 Prozent und die ausländischen Programme 9 Prozent. Marktleader ist das RTS-Radio *La 1ère* mit gut 33 Prozent. In der Deutschschweiz liegt der Marktanteil der SRG-Radios bei gut 61 Prozent, in der Svizzera italiana bei 73 Prozent, jener der Lokalradios bei 35 Prozent in der Deutschschweiz und 21 Prozent in der Svizzera italiana. Ausländische Radiostationen erreichen in der Svizzera Italiana weniger als 6 Prozent, in der Deutschschweiz weniger als 4 Prozent. Marktleader ist Radio *SRF1* mit einem Marktanteil von 28 Prozent, bzw. *Rete Uno* mit rund 35 Prozent.

Quelle: <https://www.mediapulse.ch/ueber-uns/jahresberichte-und-semesterzahlen/>, 1. Semester 2019

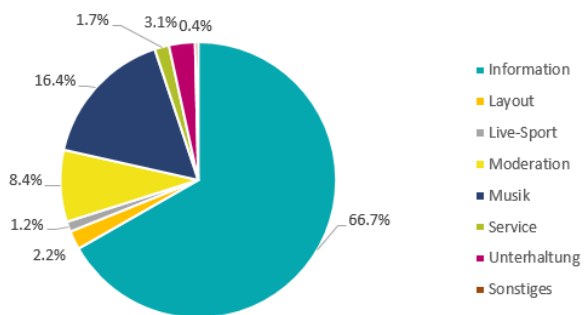


Weitere Informationen

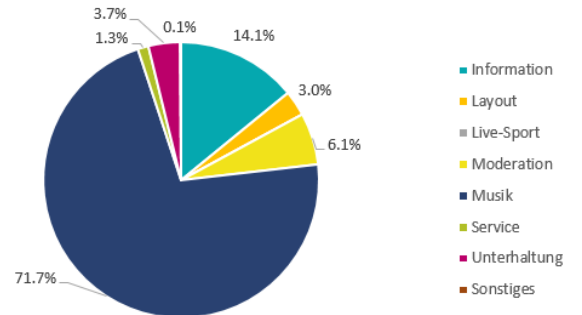
Studie "Programmleistungen der Radios von RTS":

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien/programmanalysen-srg-radios.html>

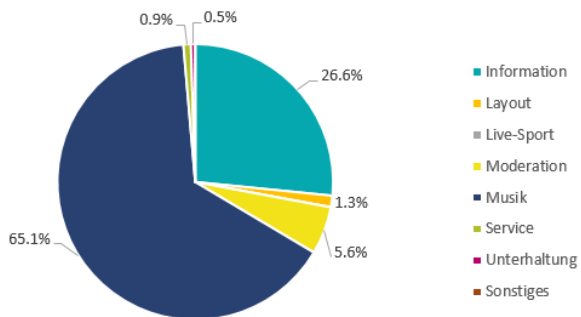
La Première: Programmstruktur 2018



Couleur 3: Programmstruktur 2018



Espace 2: Programmstruktur 2018



Option Musique: Programmstruktur 2018

