

# **Analyse der Radioprogramme der privaten Veranstalter 2011: Regionen Basel, Aargau-Solothurn, Zentralschweiz**

## **Bericht**

---

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

Dr. René Grossenbacher  
Thomas Forsberg  
Thomas Hüppin

© Publicom AG, CH-8802 Kilchberg, 28. September 2012

## Inhaltsverzeichnis

1. Auftrag und Methode .....	5
1.1. Auftrag .....	5
1.2. Instrument .....	6
1.2.1. Charakteristik .....	6
1.2.2. Kategoriensystem .....	7
1.3. Stichprobe .....	9
1.3.1. Programme und Stichtage .....	9
1.3.2. Wichtige Ereignisse während der Stichtage .....	10
1.3.3. Qualitätssicherung .....	12
1.3.4. Reliabilität der Codierentscheidungen .....	13
1.3.5. Auswertung und Bericht .....	13
2. Region Basel .....	15
2.1. Radio Basel .....	15
2.1.1. Programmstruktur .....	15
2.1.2. Formale Gestaltung des Programms .....	16
2.1.3. Information .....	16
2.1.4. Übrige Wortinhalte .....	24
2.1.5. Musik .....	24
2.1.6. Werbung und Sponsoring .....	27
2.2. Radio Basilisk .....	27
2.2.1. Programmstruktur .....	27
2.2.2. Formale Gestaltung des Programms .....	28
2.2.3. Information .....	29
2.2.4. Übrige Wortinhalte .....	36
2.2.5. Musik .....	36
2.2.6. Werbung und Sponsoring .....	38
2.3. DRS 1 - Basel .....	39
2.3.1. Programmstruktur .....	39
2.3.2. Formale Gestaltung des Programms .....	39
2.3.3. Information .....	40
2.3.4. Übrige Wortinhalte .....	49
2.3.5. Sponsoring .....	49
3. Region Aargau/Solothurn .....	50
3.1. Radio Argovia .....	50
3.1.1. Formale Gestaltung des Programms .....	50
3.1.2. Information .....	51
3.1.3. Übrige Wortinhalte .....	59
3.1.4. Musik .....	59

3.1.5.	Werbung und Sponsoring.....	62
3.2.	Radio 32.....	63
3.2.1.	Programmstruktur.....	63
3.2.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	63
3.2.3.	Information.....	64
3.2.4.	Übrige Wortinhalte .....	72
3.2.5.	Musik.....	72
3.2.6.	Werbung und Sponsoring.....	74
3.3.	DRS 1/Aargau-Solothurn .....	75
3.3.1.	Programmstruktur.....	75
3.3.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	75
3.3.3.	Information.....	76
3.3.4.	Übrige Wortinhalte .....	84
3.3.5.	Sponsoring.....	84
4.	Region Zentralschweiz.....	85
4.1.	Radio Pilatus.....	85
4.1.1.	Programmstruktur.....	85
4.1.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	85
4.1.3.	Information.....	86
4.1.4.	Übrige Wortinhalte .....	93
4.1.5.	Musik.....	93
4.1.6.	Werbung und Sponsoring.....	95
4.2.	Radio Sunshine.....	96
4.2.1.	Programmstruktur.....	96
4.2.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	96
4.2.3.	Information.....	97
4.2.4.	Übrige Wortinhalte .....	105
4.2.5.	Musik.....	105
4.2.6.	Werbung und Sponsoring.....	107
4.3.	Radio Central .....	108
4.3.1.	Programmstruktur.....	108
4.3.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	108
4.3.3.	Information.....	109
4.3.4.	Übrige Wortinhalte .....	117
4.3.5.	Musik.....	118
4.3.6.	Werbung und Sponsoring.....	120
4.4.	DRS 1/Zentralschweiz .....	121
4.4.1.	Programmstruktur.....	121
4.4.2.	Formale Gestaltung des Programms .....	121

4.4.3.	Information.....	122
4.4.4.	Übrige Wortinhalte .....	131
4.4.5.	Sponsoring.....	131
5.	Fazit .....	132
5.1.	Grafische und tabellarische Übersicht .....	132
5.2.	Region Basel .....	137
5.3.	Region Aargau/Solothurn.....	139
5.4.	Region Zentralschweiz.....	141
5.5.	Schlussfolgerungen.....	143

## 1. Auftrag und Methode

### 1.1. Auftrag

Rundfunkkonzessionen sind in demokratisch verfassten Gesellschaften in der Regel an **Leistungsaufträge** gebunden. Dies betrifft insbesondere Programme, die knapp verfügbare Frequenzen beanspruchen, und/oder solche, die mit öffentlichen Geldern finanziert werden. Daraus leitet sich der Anspruch des Gesetzgebers bzw. der Regulierungsbehörden ab, die Erfüllung der Leistungsaufträge zu überprüfen.

Auch in der Schweiz werden öffentliche und private Programmanbieter gestützt auf das neue Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) konzessionsrechtlich zu bestimmten Leistungen verpflichtet. Die vorliegende systematische **Programmanalyse** soll überprüfen, ob und in welchem Umfang diese Leistungen erbracht werden.

Die **Programme** der privaten Radioveranstalter sollen gemäss Art. 5 der Konzession ein tagesaktuelles Radioprogramm ausstrahlen, das vorwiegend über die relevanten lokalen und regionalen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge informiert sowie zur Erhaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet beiträgt. Sie müssen insbesondere zu den Hauptsendezeiten sicherstellen, dass die Informationsangebote relevante Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport beinhalten, thematisch vielfältig sind, eine Vielfalt an Meinungen wiedergeben und eine Vielfalt von Personen zu Wort kommen lassen. Ausserdem soll das gesamte Versorgungsgebiet berücksichtigt werden.

Dass die empirische **Operationalisierung** der konzessionsrechtlichen Leistungsanforderungen mit wissenschaftlichen Methoden nur bedingt möglich ist, wurde in den umfassenden Vorstudien<sup>1</sup> klar aufgezeigt. Die systematische Programmanalyse kann somit lediglich das empirische Datenmaterial und Interpretationsansätze liefern, nicht jedoch eine abschliessende Bewertung der erbrachten Programmleistungen. Eine solche ist letztlich Sache der Regulierungsbehörden und setzt auch den Einbezug weiterer Daten, insbesondere aus Publikumsbefragungen voraus.

---

<sup>1</sup> Grossenbacher René, Joachim Trebbe (Hg.): Qualität in Radio und Fernsehen. Die inhaltsanalytische Messung konzessionsrechtlicher Vorgaben für die Radio- und Fernsehprogramme der SRG SSR idée suisse. Zürich/Chur 2010

## 1.2. Instrument

### 1.2.1. Charakteristik

Die eingesetzte Programmanalyse ist ein inhaltsanalytisches Verfahren, das Radioprogramme bis auf kleinste strukturelle Details untersucht. Dabei werden nicht nur die Inhaltselemente beschrieben und quantifiziert, sondern es wird auch die Kompositorik, die spezifische Gestaltungsart des Programms, entschlüsselt.

Das verwendete **Instrumentarium** basiert auf dem von der SWR-Medienforschung entwickelten "Baden-Badener-Hörfunkanalysemodell"<sup>2</sup>, das für die spezifischen Zwecke der Untersuchung adaptiert wurde. Diese Art der Programmanalyse wurde seit vielen Jahren in Forschungsprojekten von Publicom eingesetzt. Im Hinblick auf die systematische Programmanalyse der SRG- und Privatradios wurde es auf der Basis der methodischen Vorstudien<sup>3</sup> und hinsichtlich der zu überprüfenden Leistungsmerkmale wesentlich erweitert.

Das Instrumentarium setzt sich zusammen aus den Codebüchern mit den präzisen Kategorisierungsvorgaben, einer Erhebungs-Software mit Musikdatenbank sowie einer mit der Software verbundenen Technologie für Aufnahme und Wiedergabe der Programme. Alle aufgezeichneten Programme werden mit einem Timecode unterlegt, der ein sekundengenaues Abgrenzen inhaltlicher Einheiten ermöglicht.

Eine besondere technische Herausforderung ist die **Aufzeichnung** der Programme: Für die Aufzeichnung von sieben aufeinanderfolgenden Programmtagen ab Satellit wird ein spezielles, für einen solchen Dauerbetrieb geeignetes Aufnahmesystem, das aufgrund von Risikoüberlegungen (z.B. Geräteausfall) mindestens einmal gesichert ist, aufgebaut.

Das **Codebuch** (vgl. Anhang) ist in Form entsprechender Menüs und Anweisungen Bestandteil der **Software**. Fehlcodierungen werden soweit möglich bereits durch das System verunmöglicht. Für alle für die Operationalisierung der konzessionsrechtlichen Vorgaben relevanten Codierungen wurden zudem die Textpassagen transkribiert bzw. stichwortartig präzisiert. Da alle Programminhalte digital vorhanden sind, können diese nach der Erstcodierung über das Erhebungsprotokoll

---

<sup>2</sup> Es basiert auf einem von Hans-Jürgen Bucher und Christian Schröter entwickelten Kategorienschema (vgl. u. a. Bucher, Hans-Jürgen/ Schröter, Christian (1990): Privat-rechtliche Hörfunkprogramme zwischen Kommerzialisierung und publizistischem Anspruch. In: Media Perspektiven, H. 8, S. 517ff) und wurde seit 1993 von der SWR Medienforschung unter Walter Klingler und der Firma Media Trend/IT&Media Group weiterentwickelt. Publicom setzt das Instrument in einer erweiterten und für Schweizer Verhältnisse modifizierten Form seit 1996 für Programm- und Formatanalysen ein.

<sup>3</sup> Grossenbacher, René und Joachim Trebbe (Hg.): a.a.O.

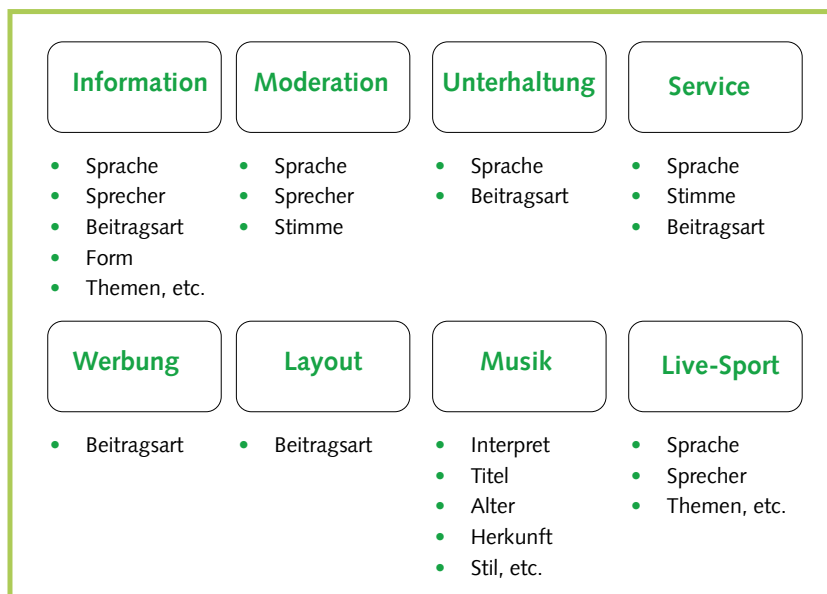
exakt und ohne langes Suchen direkt angesteuert werden. Kontrollen, Korrekturen und Nachcodierungen können auf diese Weise rasch und effizient ausgeführt werden.

### 1.2.2. Kategoriensystem

Da in modernen Radioprogrammen in der Regel keine 'Sendungen' abgrenzbar sind, wird auf Beitragsebene<sup>4</sup> codiert. Der 'Beitrag', die **Untersuchungseinheit**, wird **formal** definiert. Dies bedeutet beispielsweise, dass in einem journalistischen Beitrag sämtliche Einzelemente, also Anmoderation, Bericht, Statement, usw. separat codiert werden. Dies hat den Vorteil, dass Abgrenzungsprobleme weitgehend entfallen und alle inhaltlichen Elemente differenziert und umfassend abgebildet werden.

In Abbildung 1 sind die acht Hauptkategorien (**Beitragstypen**) aufgeführt.

Abbildung 1: Architektur des Kategoriensystems



Publicom 2012

<sup>4</sup> Die Untersuchungseinheit ('Beitrag') ist hier nicht mit einem journalistischen "Beitrag" zu verwechseln. Vielmehr handelt es sich um ein formal abgrenzbares inhaltliches Element, z.B. ein Musikstück, eine Nachricht, ein Experten-Statement oder eine Servicemeldung.

In der Codierpraxis muss als erstes über die Zuordnung einer Untersuchungseinheit zum passenden Beitragstyp entschieden werden. Die Beitragstypen sind wie folgt definiert:

- **Information**  
Programmelemente mit informierendem Charakter. Im Vordergrund steht die **Vermittlung von Fakten und Meinungen** zu allen gesellschaftlichen Themenbereichen, und zwar unabhängig von spezifischen Sendegefäßen. Information kann somit auch ausserhalb von Nachrichten- oder Informationssendungen vermittelt werden und wird dann folglich auch als solche codiert (z.B. Interview mit einem Arzt in einer Kindersendung, umfassende Ausführungen über einen Interpreten in einer "Moderationsstrecke").
- **Moderation**  
Wortbeiträge, die dazu dienen, **Verbindungen** zwischen den einzelnen Programmelementen herzustellen, z.B. Ansage eines Musiktitels, Einleitung zu einem Interview, Ankündigung eines Gesprächspartners, u.ä.
- **Unterhaltung**  
Klar abgrenzbare Programmelemente (oft **vorproduziert**), die primär der Unterhaltung dienen (z.B. Comical, Sketches, Hörspiel, u.ä.).
- **Service**  
Dienstleistungen am Hörer, in der Absicht, diesem einen unmittelbaren **Nutzen** zu erbringen (z.B. Verkehrsmeldungen, Wetter, Kino, Veranstaltungen, Stellen, Immobilien u.ä.).
- **Werbung**  
Verkaufte Programmzeit (**Spots**) und **Sponsoring** (=inhaltliche Elemente, in denen darauf hingewiesen wird, dass ein Programmelement gesponsert ist, nicht jedoch das gesponserte Programmelement selbst).
- **Layout**  
Vorproduzierte, wiederkehrende Programmelemente (Musik/Akustikeffekte und/oder Wort), die dem Programm seine **akustische Identität** verleihen.
- **Live-Sport**  
Unmittelbare, meist **zeitgleiche Vermittlung** von Sportgeschehen durch in der Regel vor Ort sich befindende Reporter und Kommentatoren.
- **Musik**  
Jegliche Art von **Musikbeiträgen** (auch unvollständige), die ein eigenständiges Programmele-



ment konstituieren, d.h. nicht bloss der Akzentuierung (z.B. Unterlegung) eines anderen Programmelements dienen.

- **Sonstiges**

Residualkategorie für Programmelemente, die keinem der zuvor aufgeführten Beitragstypen zugewiesen werden können. In der Regel handelt es sich um unbeabsichtigte Störungen oder Programmfehler.

Nach erfolgter Zuordnung der Beitragseinheit zum passenden Beitragstypus werden - je nach Beitragstypus - weitere Merkmale codiert. So werden z.B. beim Beitragstyp 'Moderation' die Sprache und die Sprecher codiert (Moderator, Nachrichtensprecher, Hörer usw.). Beim Beitragstyp 'Information' sind zusätzlich gut 20 weitere Merkmale festzuhalten – etwa die journalistische Form, das Thema, welche Quellen angegeben werden, Ortsangaben, Akteure usw.

### 1.3. Stichprobe

#### 1.3.1. Programme und Stichtage

Im Untersuchungsjahr wurden die privaten Radioprogramme der Regionen Basel, Aargau-Solothurn und Zentralschweiz berücksichtigt: Radio **Basilisk**, Radio **Basel**<sup>5</sup>, Radio **Argovia**, Radio **32**, Radio **Pilatus**, Radio **Central** und Radio **Sunshine**. Zum Vergleich wurden ausserdem die **DRS Regionalprogramme** Basel, Aargau-Solothurn und Zentralschweiz berücksichtigt.

Die **Stichprobe** wurde in Form einer "künstlichen" Woche vorgenommen: Zwischen März und September 2011 wurde jeweils ein Wochentag gewählt bis alle fünf Werktage abgebildet waren. Die folgenden, werktags mit der SRG-Programmanalyse synchronisierten, Stichtage wurden berücksichtigt:

Montag, 9. Mai

Dienstag, 14. Juni

Mittwoch, 20. Juli

Donnerstag, 25. August

Freitag, 30. September

---

<sup>5</sup> Bei Radio Basel änderten anfangs 2012 die Besitzverhältnisse, worauf das Programm einem vollständigen Relaunch unterzogen und in Energy Basel umfirmiert wurde. Die Ergebnisse beziehen sich aber noch auf die Situation vor diesem Relaunch und können nicht auf das aktuelle Programm von Energy Basel bezogen werden.

Die Privatradianalyse bezieht sich auf die **Prime Time** zwischen 06.30 und 08.30 Uhr, 11.30 bis 13.30 und 17.00 bis 19.00 Uhr.<sup>6</sup> Die Musikanalyse basiert auf dem Stichtag vom 20.7.2011 von 06.00 - 19.00 Uhr. Dies ergibt ein Total von **391 analysierten Programmstunden**.

Die **Aufzeichnung** wurde vom Kooperationspartner von Publicom, der IT+ Media Group GmbH in Baden-Baden (D), realisiert. Die **Musikcodierung** nahmen erfahrene Musikredaktoren bei IT+ Media Group GmbH mit Hilfe einer umfassenden Titeldatenbank vor. Die Codierung der **Wortbeiträge** wurde vom Deutschschweizer Codierteam der Publicom ausgeführt.

### 1.3.2. Wichtige Ereignisse während der Stichtage

Während der Stichtage standen folgende wichtige Ereignisse im Vordergrund:

#### International/National

Tod von Gunter Sachs (9.5)

Rolle Pakistans im Fall Bin Laden; Druck auf pakistanische Regierung (9.5)

Eishockey-WM in der Slowakei (9.5)

Unruhen in Libyen und Syrien (9.5, 14.6, 20.7, 25.8, 30.9)

Euro-Krise, Griechenland (14.6, 30.9)

Abhöraffaire "News of the world" in Grossbritannien (20.7)

Verhaftung von Goran Hadzic (20.7)

Dürre in Somalia, Hungersnot (20.7)

Steve Jobs tritt als Konzernchef von Apple zurück (25.8)

Amerikanische Drohne tötet Top-Terroristen Anwar al-Awlaki (30.9)

Bundesanwaltschaft erhebt Anklage gegen mutmassliche Anschläger auf ein IBM-Gebäude in Rüslikon (9.5)

Vorschlag nationale Zentren für Asylbewerber (9.5)

20 Jahre Frauenstreiktag (14.6)

Brand im Simplontunnel (14.6)

Tödlicher Unfall in Cevi-Lager in Oetwil an der Limmat (14.6)

Schliessung der Papierfabrik in Biberist (20.7)

---

<sup>6</sup> Sie ist daher mit der Analyse der SRG-Radioprogramme, die das gesamte Tagesprogramm umfasst, nicht direkt vergleichbar. Für die Analyse der DRS-Regionalprogramme in der vorliegenden Studie wurde aus Gründen der Vergleichbarkeit dieselbe Zeitschiene (Prime Time) verwendet, da in dieser Programmstrecke die regionalen Sendegefässe ("Regionaljournale") untergebracht sind.

Preisüberwacher genehmigt die höheren Bus- und Bahntarife nur teilweise (20.7)  
Steuerabkommen Schweiz-Grossbritannien (25.8)  
Zustandekommen der Volksinitiative "Volkswahl des Bundesrates" (25.8)  
Verschlechterung der finanziellen Lage der Kantone; Gewinnausschüttung der SNB bleibt aus (30.9)  
UBS-CEO Ermotti gibt umstrittene VR-Mandate ab (30.9)

### **Region Basel:**

Tagsatzung der Baselbieter Kulturdirektion; Kulturdebatte (9.5)  
Grosser Fang der Zollkontrolle in Basel (9.5)  
FDP Baselland verzichtet bei Nationalratswahlen auf Listenverbindungen (14.6)  
UNICEF-Auszeichnung "Kinderfreundliche Gemeinde" für Riehen (14.6)  
Baselland-Transport bringt erstes Tango-Tram auf die Schiene (20.7)  
Überprüfung der Wasserqualität in Baselbieter Bädern (20.7)  
Neugründung BDP Basel-Stadt (25.8)  
Ankündigung eines nicht genehmigten Sperrguttages in Kleinbasel (25.8)  
Neue Spitalliste für Basel-Stadt (30.9)  
Basler Grünliberale verzichten auf eigene Kandidatur für das Basler Strafgericht (30.9)

### **Region Aargau/Solothurn**

Trockenheit in der Region (9.5)  
Bilanzierung einjähriges Rauchverbot im Kanton Aargau (9.5)  
Neues Energiekonzept im Kanton Solothurn (14.6)  
Grundsteinlegung für neuen Campus der Fachhochschule Nordwestschweiz in Brugg-Windisch (14.6)  
Suche nach Erdwärme in Oftringen (20.7)  
Bienensterben in den Kantonen AG und SO (25.8)  
Initiative gegen Treibjagd im Kanton Aargau kommt bald vors Volk (25.8)  
Gewitterschäden in der Region (25.8)  
Im neuen Stadion in Aarau wird nur Fussball gespielt; keine Mantelnutzung vorgesehen (30.9)  
Letzter Sessionstag des langjährigen Ständerats Büttiker (30.9)  
Entschärfung des Verkehrschaos in Olten (30.9)

## Zentralschweiz

Ende der Erlebnismesse LUGA auf der Luzerner Allmend (9.5)  
Martin Grab gewinnt das Zuger Kantonal-Schwingfest (9.5)  
Anschaffung weiterer Radarfallen im Kanton Luzern; Einsatz auch in Dörfern (14.6)  
Strengere Regeln für Strassenmusikanten in der Stadt Luzern (14.6)  
Umzug der Anlaufstelle für Drogenabhängige in der Stadt Luzern (14.6)  
Immer mehr Fälle von manipulierten Geldautomaten im Kanton Zug (20.7)  
Anstieg des Elektroschmogs in der Zentralschweiz in den letzten Jahren (20.7)  
Neuplanung des Hotelprojekts Kursaal Engelberg (20.7)  
Projekt der neuen Stoos-Bahn ist eine Runde weiter (25.8)  
Neue Spitalplanung im Kanton Schwyz hat einen schweren Stand (25.8)  
Weitere Steuersenkungen im Kanton Zug (25.8)  
"Mini-Autobahn" in Obwalden (30.9)  
Kleines Defizit für Kanton Zug (30.9)

### 1.3.3. Qualitätssicherung

Die Qualitätssicherung erfolgt mehrstufig, um eine höchst mögliche Reliabilität der Ergebnisse zu erzielen.

Es wird in kleinen, überschaubaren Codiererteams unter der Leitung eines Chefcodierers pro Region gearbeitet. Die Codierer werden zu Beginn intensiv geschult. Zur Einführung kommt ein erprobtes, standardisiertes Übungsmaterial zum Einsatz, das eine genaue Überprüfung anfänglicher Codierabweichungen erlaubt.

Während der Dateneingabe steuert die **Software** die beitragspezifischen Auswahlmöglichkeiten. Logische Fehler (z.B. unzulässige Code-Kombinationen) schliesst das System automatisch aus. Wo zwingend Einträge erforderlich sind, emittiert die Software eine Aufforderung, wenn diese nicht erfolgen. Dadurch wird die Codierarbeit erleichtert und die Fehlerquote reduziert. Zudem muss jeder Codierer im Notizfeld in der Eingabemaske auswertungsrelevante Informationen zu den Beitragseinheiten in Form von stichwortartigen Transkriptionen festhalten. Diese helfen bei der Kontrolle und erleichtern Nachcodierungen. Die Software generiert zu jeder Beitragseinheit einen sekundengenauen Timecode. Die Zeitdauer des Beitrags wird dadurch automatisch erfasst. Mit Hilfe der Timecodes kann zudem jeder Beitrag bei Bedarf nachträglich direkt angesteuert und auditiv überprüft werden.

Für die ersten codierten Programmstunden überprüft die Schulungsleitung jede Codierung anhand der Textfelder bzw. der Audiodateien im Detail. Im weiteren Verlauf der Codierarbeiten werden die **Kontrollen** fortlaufend, nach einer festgelegten Systematik, durch die regionalen Chefcodierer vorgenommen und durch die zentrale Projektleitung bei Publicom verifiziert. Fehlcodierungen werden umgehend korrigiert. Alle Kontrollen und Korrekturen werden dokumentiert. Probleme und Unsicherheiten werden ad hoc mit den zuständigen Codierern bereinigt und an den regelmässigen Codierermeetings besprochen.

#### 1.3.4. Reliabilität der Codierentscheidungen

Die in Kap. 1.3.3 beschriebene Qualitätssicherung der Codierprozesse garantiert eine sehr hohe Reliabilität der Codierentscheidungen. Unabhängig von diesen Qualitätssicherungsprozessen wurde zusätzlich ein **Reliabilitätstest** durchgeführt, und zwar nach folgendem Modus:

Die Codierer bekamen eine Ihnen unbekannte Radioaufnahme, und hatten diese selbständig, ohne jegliche Unterstützung, zu codieren. In einem ersten Schritt wurden die Beitragstypen selbständig codiert und ausgewertet. In einem zweiten Schritt hatten die Codierer alle restlichen inhaltlichen Variablen zu codieren.

Die Ergebnisse des Tests sind in der folgenden Tabelle dokumentiert. Die ermittelten Reliabilitätskoeffizienten stellen somit Minimalwerte dar, die in der Praxis durch die Qualitätssicherungsprozesse noch deutlich verbessert werden.

**Tabelle 1: Reliabilitätskoeffizienten** (Grundlage: 60 Minuten Radioaufnahme, 3 Codierer)

Testdimension	Anzahl Variablen	Untersuchungseinheiten	Vollständige Übereinstimmung	Mehrheitliche Übereinstimmung	Durchschnittliche Übereinstimmung
1) Beitragstypen	1	112	83%	92%	89%
2) Inhalt	17	93	71%	97%	88%

Publicom 2012

#### 1.3.5. Auswertung und Bericht

Die Auswertung der Daten erfolgte mit dem SPSS-Programmpaket nach Programmen. Die Ergebnisse werden in der Regel auf der Basis der **Zeitdauer** ausgewiesen. Bei der **Interpretation** der Resultate ist dies entsprechend zu berücksichtigen. Beispiel: Wenn festgestellt wird, dass in einem Beitrag von 30 Sekunden Länge ein Regionalbezug zum Wirtschaftsraum Basel hergestellt wird, wird ein Regionalbezug von 30 Sekunden ausgewiesen. Dies muss nicht bedeuten, dass dieser

Bezug während des gesamten Beitrags bestehen bleibt, die Messeinheit ist aber gleichwohl die Dauer des erhobenen Beitrags. Dies ist insbesondere für Variablen wie 'Quelle', 'Ereignisort' und 'Regionalbezug' relevant. Bei mehreren genannten Quellen, Regionalbezügen, etc. werden jeweils die wichtigsten zwei codiert, im Zweifelsfall die erstgenannten. Wenn im erwähnten Beispiel im selben Beitrag noch ein Bezug zum Wirtschaftsraum Luzern vorgenommen wird, wird für diesen ebenfalls eine Dauer von 30 Sekunden gemessen.

Die **Regionsbezeichnungen** im Bericht folgen der Raumordnung im Kommunikationsatlas der Schweiz<sup>7</sup>, die zwischen Kommunikations- und Wirtschaftsräumen unterscheidet. Kommunikationsräume werden im Text mit "KR", Wirtschaftsräume mit "WR" abgekürzt.

Alle im Bericht erwähnten Ergebnisse und Zahlen sind entweder im Bericht selbst (Grafiken und Tabellen) oder im Anhang (Tabellen) im Detail dokumentiert.

Es ist zu beachten, dass **direkte Vergleiche** mit der Privatradiostudie 2010 aufgrund der veränderten Stichprobe **nicht** zulässig sind.

---

<sup>7</sup> Publicom AG: Kommunikations-Atlas der Schweiz 2005, Kilchberg 2005

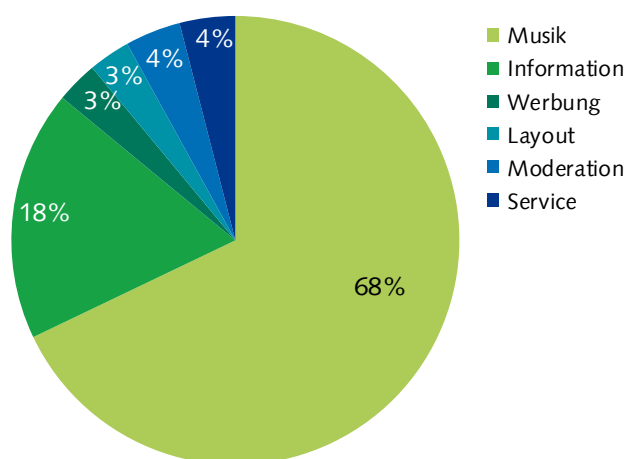
## 2. Region Basel

### 2.1. Radio Basel

#### 2.1.1. Programmstruktur

Radio Basel<sup>8</sup> weist einen überdurchschnittlichen Wortanteil aus, entsprechend umfangreich ist auch seine Informationsproduktion. Mit einem Informationsanteil in der Prime Time von 18% präsentiert Radio Basel deutlich mehr Information als sein direkter Konkurrent in der Region Basel. Vor allem in der Prime Time am Morgen ist ein Fünftel der Programmzeit der Information gewidmet, fast doppelt so viel wie bei Radio Basilisk. Eher zurückhaltend setzt Radio Basel Moderation und Layoutelemente ein, und auch Werbung beansprucht lediglich 3% der Programmzeit in der Prime Time.

Abbildung 2: Programmstruktur Radio Basel (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

---

<sup>8</sup> Vgl. Fussnote 5

## 2.1.2. Formale Gestaltung des Programms

**Schweizerdeutsch** ist im Programm von Radio Basel zwar die Hauptsprache, doch ist ein Viertel der Wortbeiträge in hochdeutscher Sprache, was vergleichsweise viel ist. Hochdeutsch konzentriert sich auf die Nachrichten, während ausserhalb der Newsbulletins Dialekt dominiert.

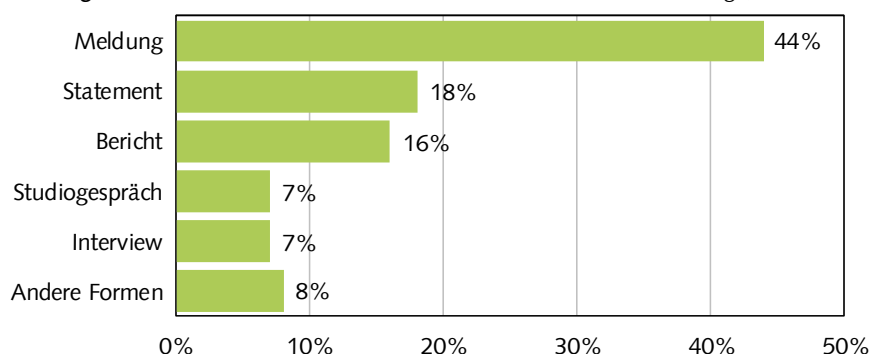
Nachrichtensprecher (38%) und Korrespondenten bzw. Reporter (32%) sind die am häufigsten auftretenden **Sprecher** in den Informationsbeiträgen. Sehr oft treten auch Informanten (25%) auf, etwas weniger oft Experten (8%), selten Fachjournalisten (1%). Die Verteilung der Sprecherrollen und der Einbezug von News-Moderatoren (17%) verweist indessen auf eine dynamische, abwechslungsreiche Gestaltung der Information. Weniger ist dies in den Moderationsstrecken der Fall. Auf Doppelmoderation wird verzichtet, ebenso wie auf den Einbezug von Hörern. Die Information wird von männlichen Stimmen dominiert, wobei speziell die Informanten und Experten überwiegend Männer sind. In der Moderation ist das männliche Übergewicht weniger ausgeprägt.

Radio Basel legt vergleichsweise wenig Wert auf das **akustische Erscheinungsbild**. Layoutelemente machen nur gerade 3% der Programmdauer aus. Dies ist insofern erstaunlich, als der Sender erst Ende 2009 auf Sendung ging und somit noch den Status eines Newcomerradios hatte, das sich im Hörermarkt erst bewähren musste. In solchen Markteintrittssituationen setzen Begleitradios üblicherweise stark auf akustisches "Branding". Bei den eingesetzten Layoutelementen handelt es sich zur Hälfte um Jingles. Trailer und Musik-Positioner werden ebenfalls eingesetzt.

## 2.1.3. Information

### 2.1.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 3: Journalistische Formen Radio Basel (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

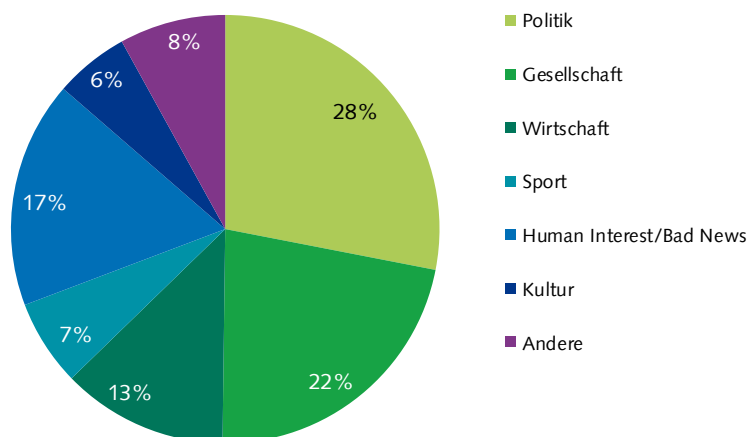


45% der Informationsleistung von Radio Basel wird in Form von Nachrichtenbulletins ausgestrahlt. 5% beanspruchen Features und Reportagen, die im Privatrado normalerweise nur selten anzutreffen sind.

Die bevorzugte journalistische Form ist die **Meldung**. 44% des Informationsoutputs erfolgt in Form kurzer Meldungen. Auch Statements (18%) haben einen hohen Stellenwert. Gleichwohl ist das **Repertoire** der eingesetzten journalistischen Formen **breiter** als bei vielen anderen Privatradios. Längere (Hintergrund-)Berichte beanspruchen 16% der Information. Je 7% entfallen auf Interviews und Studiogespräche, 6% nehmen Presseschauen in Anspruch. Sogar anspruchsvolle Formen wie Kommentare oder Interpretationen kommen in seltenen Fällen vor. Das Bemühen um eine vielfältige, differenzierte Informationsleistung ist durchaus spürbar.

### 2.1.3.2. Themen

Abbildung 4: Themen Radio Basel (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)

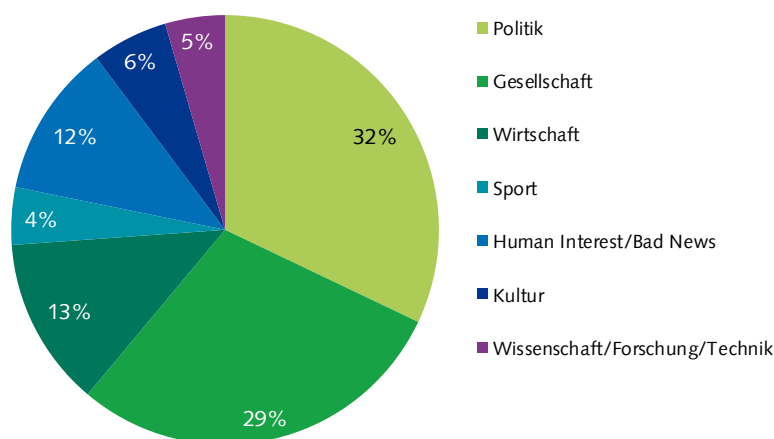


Publicom 2012

Das thematische Spektrum der Information auf Radio Basel ist recht breit, der Fokus liegt aber klar auf **Politik** (28%) und **Gesellschaft** (22%). Die emotional besetzten **Bad News** (Unfälle, Katastrophen und Verbrechen) und **Human Interest**-Themen nehmen mit 17% ebenfalls einen recht hohen Stellenwert ein. Auch Wirtschaft (13%) wird häufig thematisiert. Sport (7%) hat einen geringen Stellenwert und wird nur unwesentlich häufiger thematisiert als Kultur (6%).

Die **Politikberichterstattung** befasst sich häufig mit Wahlen und Abstimmungen (6%), Energie- und Umweltpolitik (4%) sowie Aussenpolitik (3%). Gesundheitsthemen (6%) dominieren den Themenbereich **Gesellschaft**, und Sport bedeutet in erster Linie Fussball (5%) und Tennis (1%). In der hoch gewichteten **Wirtschaftsberichterstattung** setzt Radio Basel überraschende, eigene Akzente, indem es nicht nur die übliche Börsen- und Unternehmensberichterstattung (5%) abdeckt, sondern auch Arbeitswelthemen (4%) behandelt, die einen wesentlich höheren Recherche- und Bearbeitungsaufwand erfordern.

**Abbildung 5: Themen im Versorgungsgebiet Radio Basel** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal, Dauer)



Publicom 2012

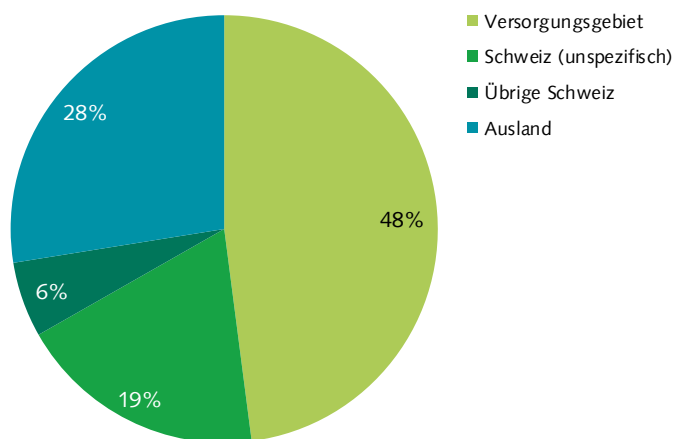
Die konzessionsrelevante **Regionalinformation** beansprucht bei Radio Basel knapp die Hälfte des gesamten Informationsoutputs, der sich geografisch zuordnen lässt. Das sind **24 Minuten** pro Tag. Ein Grossteil davon ist den Themenbereichen Politik (32%) und Gesellschaft (29%) gewidmet. Aber auch regionale Wirtschaft (13%) hat einen hohen Stellenwert. Weniger Programmzeit widmet Radio Basel den Themenbereichen Kultur (6%) und Sport (4%) im regionalen Umfeld.

Die regionale Politikberichterstattung befasst sich ausführlich mit **Wahlen/Abstimmungen** (13%), wobei hier vor allem die Vorbereitung für die Nationalratswahlen breit thematisiert wurde. **Energie-/Umweltpolitik** (6%), sowie Parteipolitik (3%), etwa in Zusammenhang mit der Gründung der BDP, Basel, haben ebenfalls grössere Beachtung gefunden. **Verkehr** (9%) und Gesundheit/Wellness (6%), u.a. mit einem ausführlichen Bericht über das Freizeitcenter Aquabasilalea, machen einen Grossteil der Gesellschaftsthemen aus. Die vergleichsweise geringe Aufmerksamkeit für das Thema Fussball (3%) ist hingegen, angesichts des grossen Stellenwerts dieses Sports in der Bevölkerung, eher überraschend.

### 2.1.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

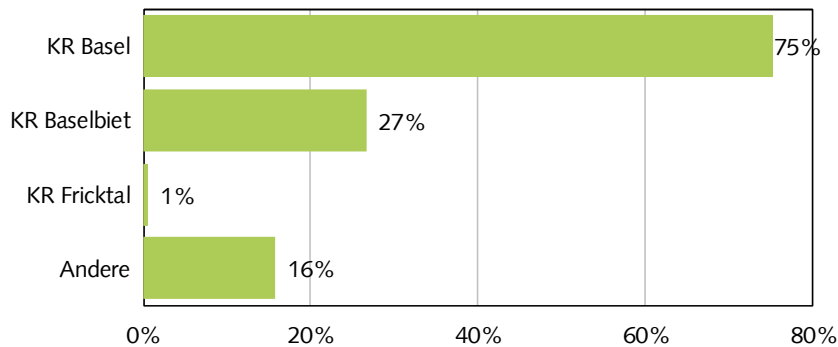
**Inland-** (19%) und **Auslandberichterstattung** (28%) sowie die **Regionalinformation** (48%) beanspruchen je knapp die Hälfte des Informationsoutputs. Das Geschehen in der Restschweiz hat lediglich einen Anteil von 5%. Die grösste Aufmerksamkeit gilt dem Geschehen in der **Stadt Basel** (27%), sowie anderen Ortschaften im **Kommunikationsraum (KR) Basel** (14%). Ereignisse im **KR Baselbiet** (7%) stehen weit seltener im Fokus, kaum je wird über Ereignisse im KR Fricktal (1%), der ebenfalls zum Konzessionsgebiet zählt, berücksichtigt. Radio Basel weist somit punkto Regionalberichterstattung dieselben strukturellen Besonderheiten auf wie andere urbane Privatradios: Es wird primär über Geschehen im urbanen Zentrum berichtet, während die peripheren Gebiete des Konzessionsgebietes kaum je beachtet werden.

**Abbildung 6: Ereignisorte Radio Basel** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal)



Publicom 2012

Abbildung 7: Regionalbezüge Radio Basel (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

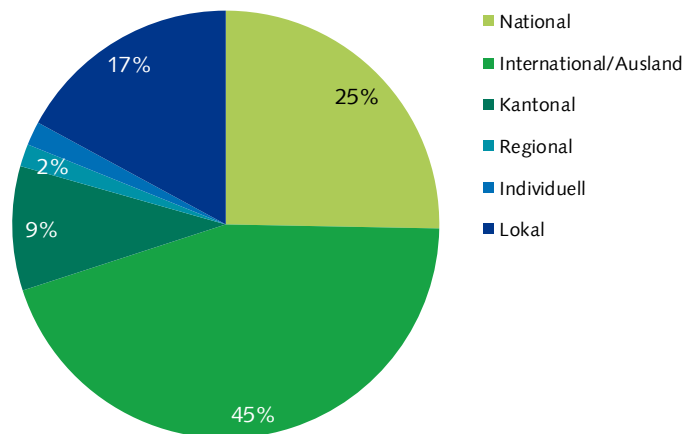


Publicom 2012

Die regionale Fokussierung auf den geografischen Nahraum bzw. die Metropole Basel wird auch deutlich, wenn die **Regionalbezüge**, d.h. die bloße Erwähnung einer Ortsbezeichnung, analysiert werden: Am häufigsten werden Örtlichkeiten im **KR Basel** erwähnt, deutlich weniger häufig sind es solche im KR Baselbiet. Der KR Fricktal existiert im Programm von Radio Basel praktisch nicht.

#### 2.1.3.4. Themenreichweite

Abbildung 8: Themenreichweite Radio Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



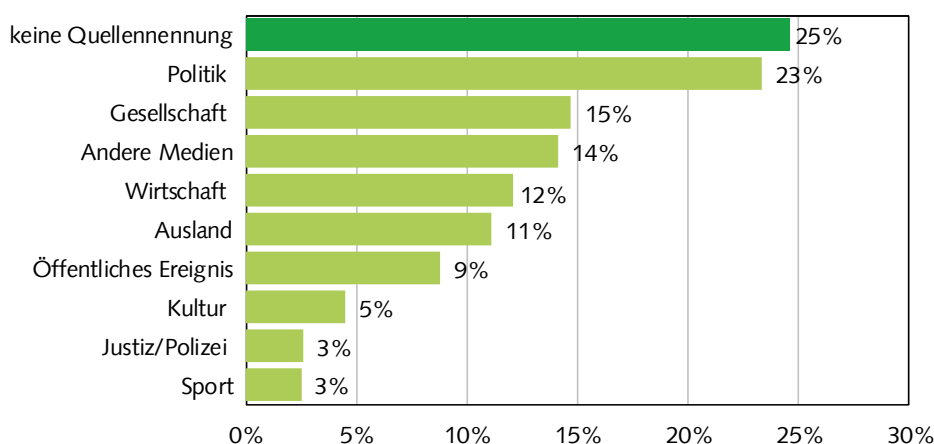
Publicom 2012

Radio Basel befasst sich intensiv mit dem Ausland und der Schweiz mit ihren internationalen Beziehungen: 45% der Informationsbeiträge haben eine **internationale** Reichweite. Themen mit nur nationaler Reichweite machen ein Viertel der Informationsleistung aus. Nicht ganz ein Drittel der

Informationen behandeln Themen von **kantonalen, regionaler oder lokaler Reichweite**. Die internationalen, nationalen und regionalen Dimensionen sind somit recht ausgewogen vertreten.

### 2.1.3.5. Quellen

Abbildung 9: Quellen Radio Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Radio Basel lässt seine Hörer **in jedem vierten Informationsbeitrag im Unklaren** über die Urheberschaft der verbreiteten Informationen. Wo die Quelle kenntlich gemacht wird, handelt sich meistens um solche aus Politik (23%) und Gesellschaft (15%). Der hohe Anteil, den andere Medien (14%) als Quelle haben, dürfte mit der Presseschau zu erklären sein, die regelmässig ausgestrahlt wird. Der vergleichsweise geringe Stellenwert der Auslandquellen erklärt sich wohl damit, dass die Quelle sehr häufig in der Auslandberichterstattung nicht genannt wird, da die Bedeutung ausländischer Themen einen weit höheren Wert erwarten liesse.

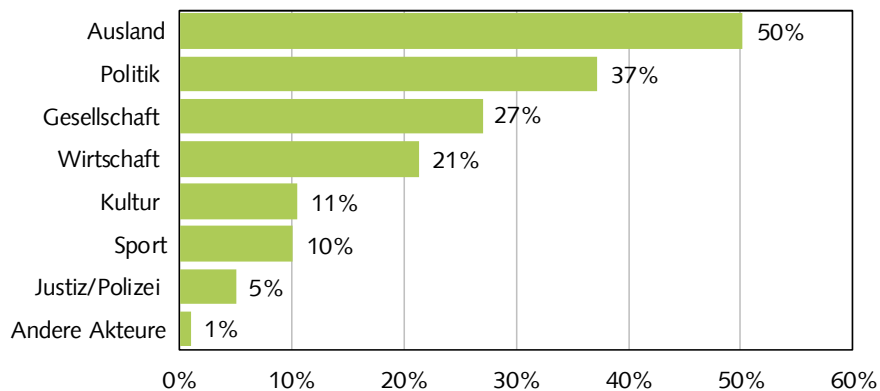
Soweit die Quellen kenntlich gemacht werden, treten in der Politik **Behörden** und **legislative** Kräfte etwa gleich häufig in Erscheinung. Die Landesregierung (5%) sowie kantonale und kommunale Behörden (7%) werden um eine Spur häufiger als Quelle genannt als die Parteien und andere legislative Organe. Von den Parteien können die **SP** (4%) und **FDP** (4%) ihre Anliegen deutlich besser einbringen als die Grünen und Grünliberalen (je 1%). Die SVP tritt im Programm von Radio Basel während der Prime Time in der untersuchten künstlichen Woche praktisch gar nicht als Quelle in Erscheinung.

Unter den Quellen aus dem Gesellschaftsbereich stechen vor allem **Vereine** (6%) hervor, auf die Radio Basel gerne als Quellen zurück greift, aber auch Privatpersonen (3%) Non Profit Organisationen (2%) und die Wissenschaft (2) werden ab und zu als Informationsquelle verwendet.

In fast zwei Dritteln der Informationsbeiträge legt Radio Basel den **Quellenzugang** offen, d.h. wie die Redaktion an die Information gelangt ist. Dieser Wert ist vergleichsweise hoch, was u.a. mit der Presseschau zu tun hat, wo die Deklaration des Quellenzugangs quasi obligatorisch ist. Es zeigt sich aber auch, dass diese Information v.a. in den Nachrichtenbulletins unterbleibt, die im Programm von Radio Basel die Informationsleistung weniger stark dominieren als in anderen Privatradios.

### 2.1.3.6. Akteure

Abbildung 10: Akteure, gruppiert Radio Basel (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

In der Hälfte der Informationsbeiträge von Radio Basel treten Akteure aus dem **Ausland** in Erscheinung, was wiederum die Bedeutung der Auslandberichterstattung unterstreicht. Im Inland haben Akteure aus Politik (37%), Gesellschaft (27%) und Wirtschaft (21%) die stärkste Präsenz.

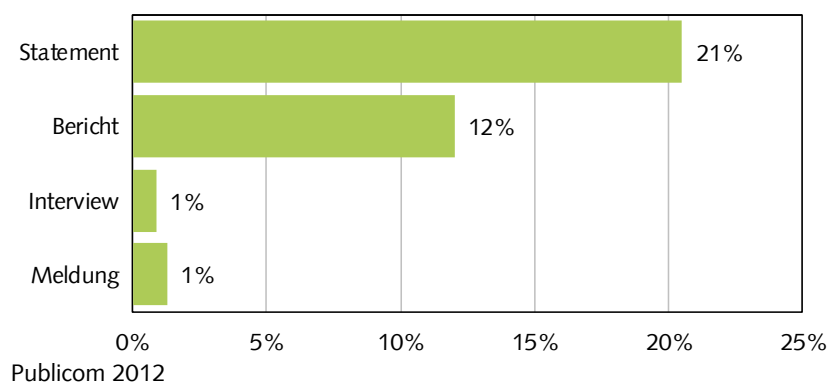
Unter den **politischen Akteuren** werden die Behörden von Kanton und Gemeinden (8%), sowie die Landesregierung (7%) am häufigsten thematisiert. Aber auch die Parteien, allen voran die SP (7%) und die FDP (6%) sind stark präsent. Alle übrigen Parteien treten nur am Rande oder überhaupt nicht als Akteure in Erscheinung.

Unter den **gesellschaftlichen Akteuren** haben Privatpersonen (17%) die auffälligste Präsenz. Als **Wirtschaftsakteure** treten fast nur Unternehmen (20%) auf, nur höchst selten andere Wirtschaftssubjekte.

### 2.1.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

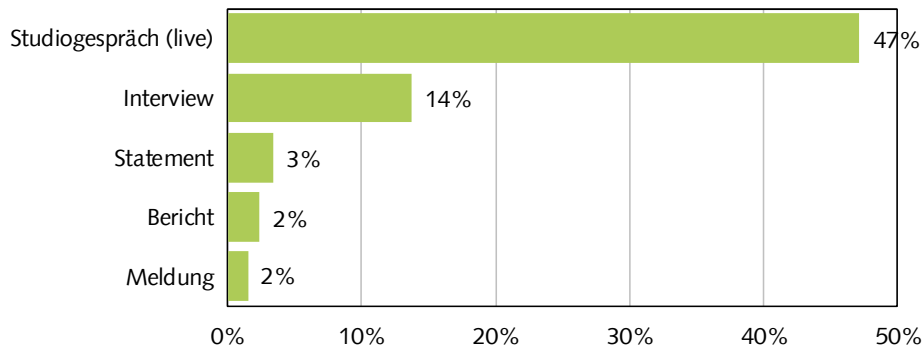
Aufgrund der Akteursstruktur zeigt sich bei Radio Basel ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Behörden und den legislativen Kräften. Die Legislative hat sogar eine etwas grössere Präsenz als die Exekutive, was im Vergleich eher atypisch ist. Auch sind die politischen Richtungen, Links-Grüne und Bürgerliche, gleichmässig als Akteure vertreten. Allerdings verteilt sich die Aufmerksamkeit einseitig auf die zwei grossen Parteien **SP** und **FDP**, während die anderen politischen Kräfte nur am Rande oder überhaupt nicht (CVP, SVP) fokussiert werden. Weitgehend identisch präsentiert sich das Bild, wenn die Verwendung der Parteien als Informationsquellen betrachtet wird. Ausser SP und FDP hatte somit kaum eine andere Partei eine Chance, beachtet zu werden oder ihren Standpunkt einzubringen.

Abbildung 11: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Auch was das Aufzeigen verschiedener **Perspektiven und Meinungen** innerhalb eines thematischen Kontextes anbelangt, ist die Leistung von Radio Basel vergleichsweise diskret, wenn auch besser als bei manch anderem Privatrado. Andere Perspektiven werden nur in 7% der Informationsbeiträge, vor allem in Form von Statements oder in längeren Berichten, aufgezeigt. Dass es zu einem Sachverhalt oder Thema noch andere Meinungen gibt, kommt in 6% der Informationsbeiträge zum Ausdruck. Letzteres ist hauptsächlich in Studiogesprächen und ab und zu in Interviews der Fall.

Abbildung 12: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 2.1.3.8. Aktualität

In einem knappen Fünftel der Informationsbeiträge erfolgt keine zeitliche Einordnung des Geschehens, d.h. Radio Basel entspricht der journalistischen Norm, den Zeitpunkt der Ereignisse zu vermitteln, überdurchschnittlich gut. Als tagesaktuell können somit 48% der Informationsbeiträge zweifelsfrei bestimmt werden. Knapp ein Fünftel sind wochenaktuell, 14% weniger als wochenaktuell.

#### 2.1.4. Übrige Wortinhalte

4% der Programminhalte sind **Services**, wobei fast die Hälfte davon auf Wetterprognosen und -meldungen entfallen. Verkehrshinweise machen knapp ein Viertel der Services aus. Der Rest entfällt auf Kino- und Medientipps, Verweise auf die eigenen Online-Medien und verschiedene Serviceelemente

**Unterhaltung** im eng definierten Sinn ist im Programm von Radio Basel kaum vorhanden und beschränkt sich auf kurze Lesungen.

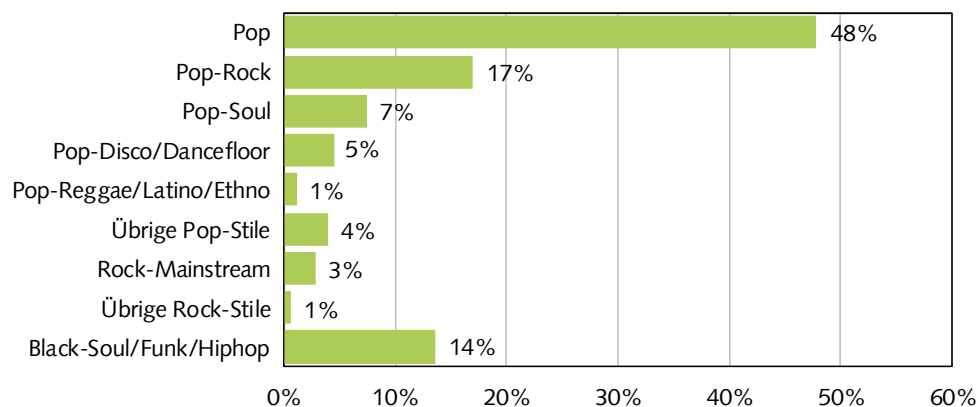
#### 2.1.5. Musik

Mehr als zwei Drittel der Sendezeit in der Prime Time bestreitet Radio Basel mit Musik. Das über einen ganzen Tag (06.00 Uhr bis 18.00 Uhr) ermittelte Musikformat entspricht **stilistisch** weitgehend dem der meisten Privatradios: Die verschiedenen **Pop-Richtungen** machen mehr als vier



Fünftel des Musikprogramms aus. Mehr als bei anderen Privatradios, insbesondere auch bei Radio Basilisk, bekommt das Publikum von Radio Basel **Black-Soul/Funk** (14%) zu hören.

Abbildung 13: Musikstile Radio Basel (Basis: Gespielte Titel)



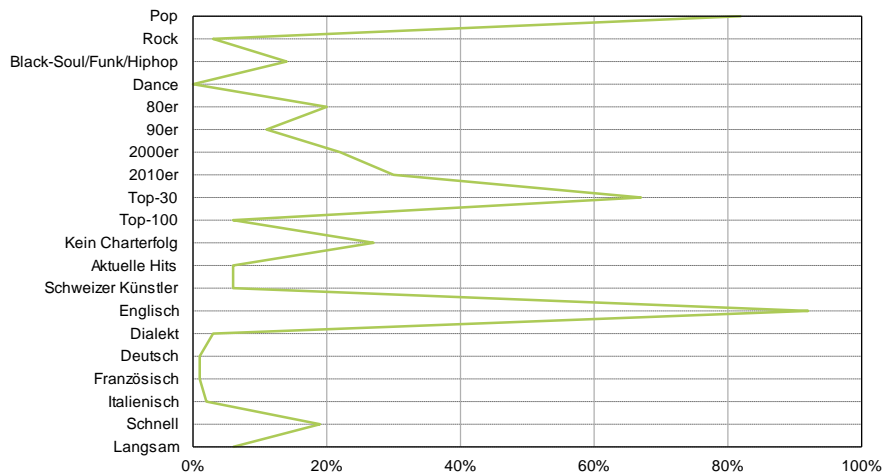
Publicom 2012

Bezüglich **Alter** der gespielten Titel ist das Musikangebot wenig profiliert: 18% der Titel sind älter als 40 Jahre, weitere 31% sind Oldies aus den 1980er und 1990er Jahren, gleichwohl sind 30% der Titel topaktuell, d.h. innerhalb der letzten zwei Jahre erschienen.

Zwei Drittel der Titel sind **internationale Top-Hits** früherer Zeiten, d.h. sie waren in den Top 30 von USA, UK oder Deutschland vertreten. Aktuelle Charterfolge werden eher selten gespielt. Nur gerade 8% der Titel waren in den Top 30 der aktuellen Airplay-Charts vertreten.

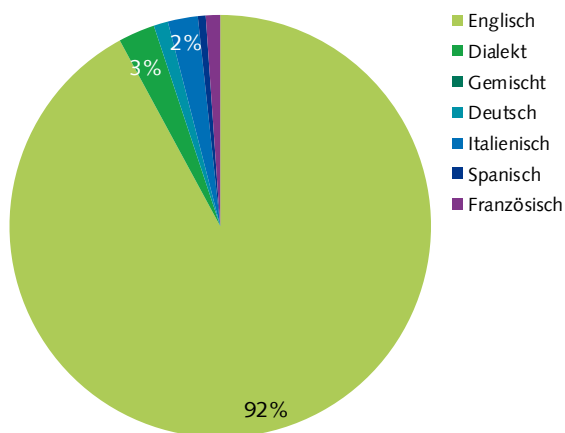
Nur selten werden **Schweizer Interpreten** gespielt. Sie machen gerade mal 6% der Titel aus.

Abbildung 14: Musikprofil Radio Basel (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 15: Sprachen im Musikprogramm Radio Basel (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Ebenfalls selten werden andere **Sprachen** als Englisch ausgestrahlt. Dies gilt bloss für 8% der Titel, wobei ab und zu auch Dialekt (3%) zum Zug kommt.

Das **Musikformat** von Radio Basel ist geprägt von internationalen Pop-Hits, angereichert mit etwas Soul und Funk, aus dem anglophonen Sprachraum aus fünf Jahrzehnten. Der Mix besteht

zu ungefähr gleichen Teilen aus aktuellen Titeln, Oldies aus den 1980er und 1990er Jahren und noch älteren Titeln, ohne dass sich ein Schwerpunkt erkennen liesse. Damit versucht Radio Basel offenbar das Unmögliche: ein Musikprogramm auszustrahlen, das alle Alters- und Bevölkerungsgruppen gleichermassen anspricht.

### 2.1.6. Werbung und Sponsoring

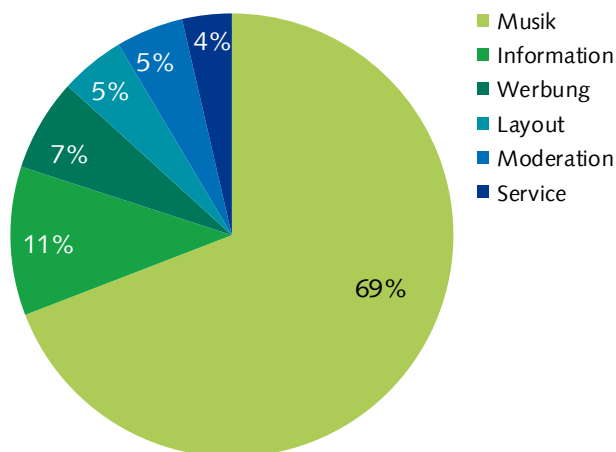
Mit 3% ist der Anteil an Werbung bei Radio Basel gering: Der direkte Wettbewerber, Radio Basilisk, schaltet mehr als doppelt soviel Werbezeit.

Klassische **Werbespots** nehmen fast drei Viertel des von Werbung beanspruchten Programmvolumens ein, gut ein Fünftel beanspruchen Sponsorings. Nur knapp 2% der Programminhalte sind gesponsert. Es handelt sich dabei vor allem um Services wie Wetter und Veranstaltungstipps.

## 2.2. Radio Basilisk

### 2.2.1. Programmstruktur

Abbildung 16: Programmstruktur Radio Basilisk (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Obwohl Radio Basilisk, wie Radio Basel, einen vergleichsweise hohen **Wortanteil** aufweist, ist seine Informationsleistung quantitativ deutlich geringer als diejenige seines regionalen Konkurrenten. Mit nur 11% Information in der analysierten Prime Time bewegt sich Basilisk am unteren Ende im Privatradiovergleich. Auch die Moderation (5%) wird eher zurückhaltend eingesetzt,

wenngleich noch etwas mehr moderiert wird als bei der Konkurrenz. Am oberen Ende bewegt sich jedoch der Anteil der Werbung (7%). Diese nimmt mehr als doppelt soviel Raum in Anspruch wie bei Radio Basel. Auch das Layout (5%) ist deutlich auffälliger und liegt auch etwas über den üblichen Werten bei Privatradios. Im durchschnittlichen Bereich befinden sich die Services (4%).

### 2.2.2. Formale Gestaltung des Programms

Im Programm von Radio Basilisk wird überwiegend **Dialekt** gesprochen. Dies trifft auf gut vier Fünftel der Wortbeiträge zu. Eine Ausnahme machen die Nachrichtenbulletins, in denen zur Hälfte Hochdeutsch gesprochen wird. Dabei bedingt der **Ausstrahlungszeitpunkt** der Nachrichtenbulletins den Sprachwechsel: In den Nachrichten zur **vollen Stunde** wird Hochdeutsch gesprochen, in jenen zur **halben Stunde** hingegen Dialekt. Mit Ausnahme des Sprachgebrauchs gleichen sich die Nachrichtenblöcke inhaltlich aber weitgehend. Die Sprachwechsel sind somit weder funktional noch inhaltlich begründet und dienen wohl am ehesten noch formalen Zwecken.

Das Gestaltungsmuster der **Informationsbeiträge** ist bei Radio Basilisk recht einfach und weniger dynamisch als bei Radio Basel: Es dominieren Nachrichtensprecher (52%), die häufig von O-Ton-Informanten ergänzt werden (24%). Reporter und Korrespondenten (17%) treten weniger in Erscheinung, nur selten Experten und Fachjournalisten. Frauen treten fast ebenso häufig als Sprecher auf wie Männer.

In der **Moderation** sind Frauen sogar häufiger zu hören als Männer – auch wenn das Publikum in die Moderation integriert wird, was allerdings nicht allzu oft geschieht. In der Regel übernimmt eine Person die Moderation, komplexere Moderationsformen kommen aber hin und wieder ebenfalls vor.

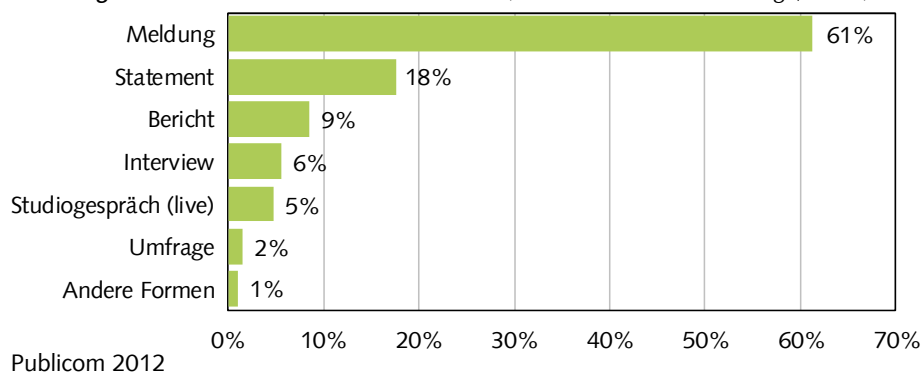
Das **Layout** hat einen hohen Stellenwert bei Radio Basilisk. Die Hörerschaft wird immer wieder daran erinnert, auf welchem Sender sie sich befindet. Dies geschieht am häufigsten mit Jingles, aber auch Programm- und Veranstaltungstrailer, ebenso wie Musik-Positioner werden eingesetzt, um die Wiedererkennung der Station zu sichern.

## 2.2.3. Information

### 2.2.3.1. Journalistische Formen

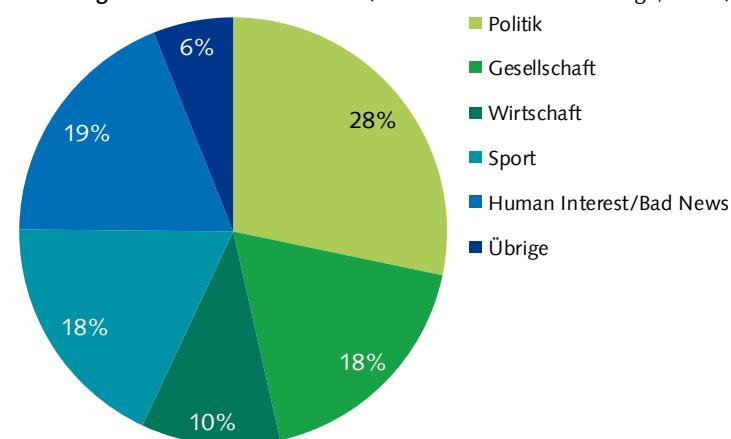
Die Informationsleistung von Radio Basilisk in der untersuchten Prime Time ist sehr stark auf die **Nachrichtenbulletins** konzentriert. Aufwändiger zu produzierende Features und Reportagen, in denen ein Thema von verschiedenen Seiten beleuchtet wird, kommen überhaupt nicht vor. Entsprechend schmal ist das Spektrum der verwendeten journalistischen Formen. Die bevorzugte Form ist die kurze Meldung (61%), die ab und zu mit einem Statement (18%) angereichert wird. Zusammen machen diese beiden Formen fast vier Fünftel der Informationsbeiträge aus. Vergleichsweise selten sind längere Berichte (9%), Interviews (6%) oder Studiogespräche (5%).

Abbildung 17: Journalistische Formen Radio Basilisk (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



### 2.2.3.2. Themen

Abbildung 18: Themen Radio Basilisk (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



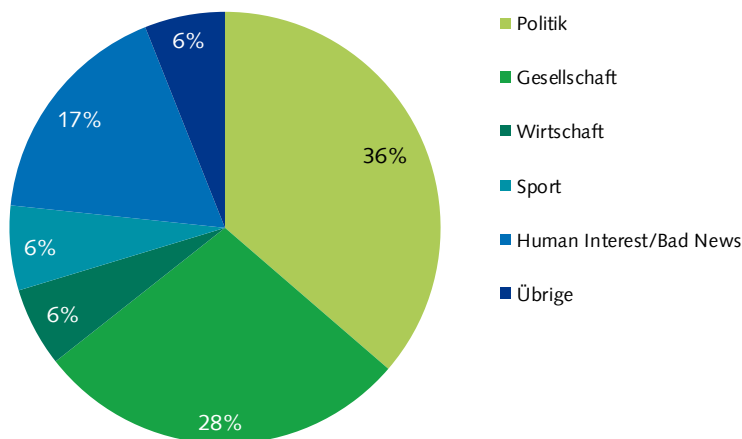
Das thematische Spektrum bei Radio Basilisk verteilt sich recht ausgewogen auf die Themenbereiche **Politik** (28%), Bad News/Human Interest (19%), Gesellschaft und Sport (je 18%). Auch Wirtschaft (10%) wird vergleichsweise prominent gewichtet. Allerdings fehlen andere Themen fast gänzlich. Kultur (1%) findet beispielsweise während der untersuchten Stichtage im Programm von Radio Basilisk praktisch nicht statt. Im Vergleich zu Radio Basel setzt Basilisk somit etwas andere Akzente, vor allem der Sport hat bei Basilisk einen höheren Stellenwert.

Im **Politikbereich** befasst sich Radio Basilisk vornehmlich mit **Gesundheits-** und Sozialpolitik (6%) sowie Wahlen/Abstimmungen und Energie- und Umweltpolitik (je 4%).

Auch wenn **Gesellschaftsthemen** im Vordergrund stehen, findet Gesundheit/Medizin (4%), aber auch Partnerschaft/Familie/Erziehung (4%) verstärkte Beachtung.

Die Sportberichterstattung konzentriert sich stark auf **Fussball** (14%), was angesichts der Bedeutung dieser Sportart in der Region nicht weiter erstaunt.

**Abbildung 19: Themen im Versorgungsgebiet Radio Basilisk** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal, Dauer)

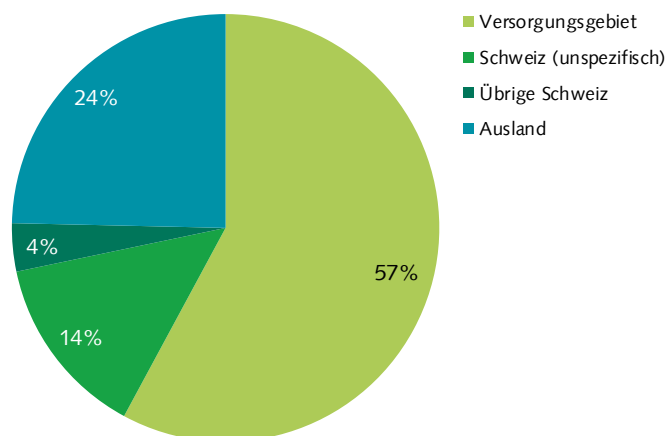


Publicom 2012

Deutlich mehr als die Hälfte der von Basilisk ausgestrahlten Informationen, die sich geografisch zuordnen lassen, beziehen sich auf das **Konzessionsgebiet**. Basilisk berichtet somit **20 Minuten** täglich über die Region, vier Minuten weniger als der direkte Konkurrent. Politische und gesellschaftliche Themen haben in der Regionalinformation noch einen grösseren Stellenwert als insgesamt. Fast zwei Drittel der Information aus dem Versorgungsgebiet entfallen auf diese beiden Themenbereiche. Unfälle, Verbrechen und Human Interest Geschichten (17%) nehmen aber auch viel Raum ein, während Kulturthemen (2%) aus der Region ebenfalls nur marginal thematisiert werden.

### 2.2.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

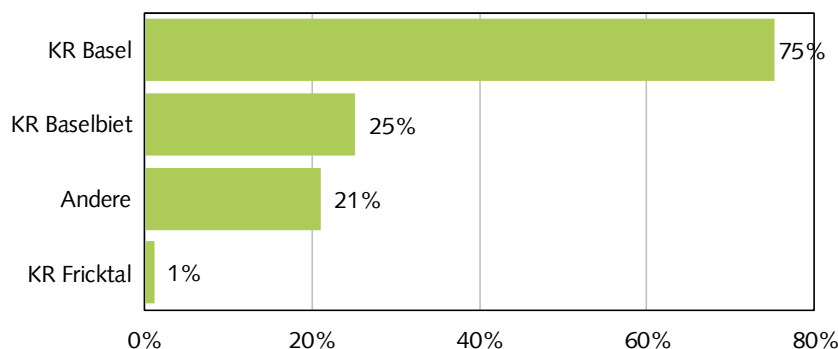
**Abbildung 20: Ereignisorte Radio Basilisk** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal)



Publicom 2012

Radio Basilisk gewichtet die **Regionalinformation** deutlich höher als der direkte private Wettbewerber: Inland-(14%) und Auslandberichterstattung (24%) haben einen deutlich geringeren Stellenwert als das Geschehen im Versorgungsgebiet (57%). Ereignisse in der übrigen Schweiz (4%) werden nur sporadisch berücksichtigt. Die **Stadt Basel** (26%) und andere Orte im **KR Basel** (16%) stehen ebenso sehr im Fokus wie bei Radio Basel, allerdings findet der **KR Baselbiet** (15%) bei Basilisk eine vergleichsweise grössere Beachtung als beim Kontrahenten. Weitgehend unbeachtet bleibt aber auch hier der **KR Fricktal**. Mit dieser Ausnahme berichtet Radio Basilisk aber – im Unterschied zu vielen Privatradios in Metropolen – recht umfassend über sein Konzessionsgebiet.

**Abbildung 21: Regionalbezüge Radio Basilisk** (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

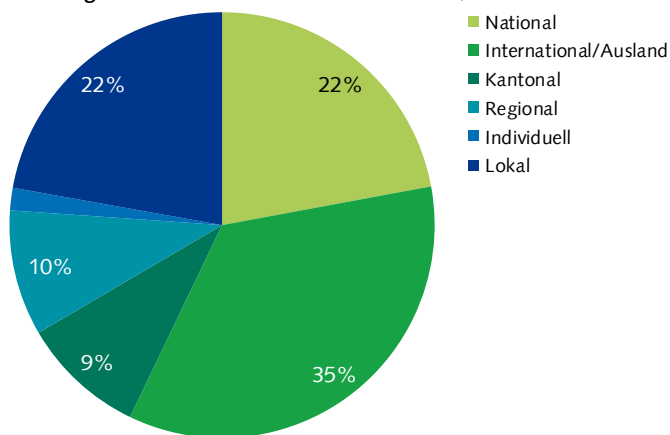


Publicom 2012

Wo **Regionalbezüge** – auch beiläufige – erkennbar sind, ist es in drei Vierteln der Informationsbeiträge der KR Basel, in jedem vierten Informationsbeitrag erscheint der KR Baselbiet. Die regionale Ausrichtung ist bei Radio Basilisk somit ebenfalls stark ausgeprägt. Allerdings fehlt auch bei dieser Betrachtungsweise der ebenfalls im Konzessionsgebiet gelegene KR Fricktal (1%).

#### 2.2.3.4. Themenreichweite

Abbildung 22: Themenreichweite Radio Basilisk (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



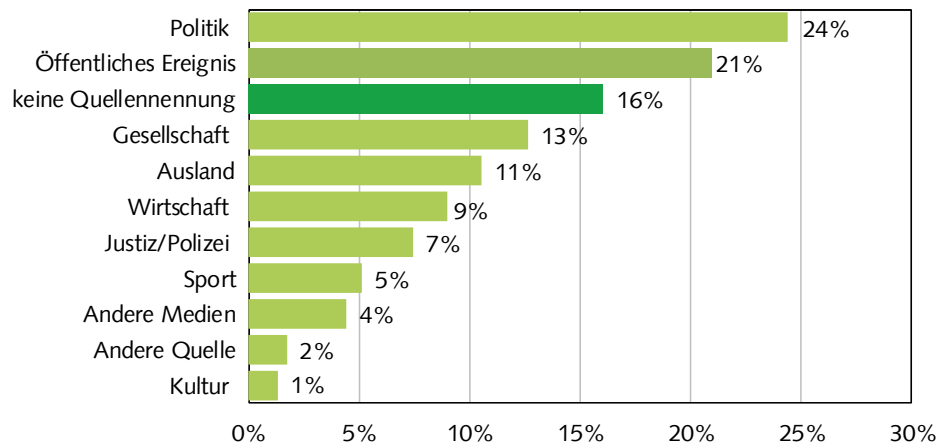
Publicom 2012

Radio Basilisk räumt dem Ausland weniger Raum ein als der regionale Mitbewerber: 35% der Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite haben eine internationale Reichweite. Bei 22% handelt es sich um nationale Themen. Themen von **lokaler, regionaler oder kantonaler** Reichweite machen mit 41% den grössten Teil aus. Basilisk ist damit deutlich stärker auf die **Nahräume** ausgerichtet als Radio Basel.



### 2.2.3.5. Quellen

Abbildung 23: Quellen Radio Basilisk (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Radio Basilisk entspricht der Transparenznorm **überdurchschnittlich** gut. Die Quellennennung unterbleibt lediglich in 16% der Informationsbeiträge. Quellen aus der Politik stehen am Ursprung von fast einem Viertel der Information. Ein gutes Fünftel der Informationsleistung beruht auf öffentlichen Ereignissen<sup>9</sup>, was im Programmvergleich sehr viel ist und mit der ausführlichen Sportberichterstattung zusammenhängt. Quellen aus dem Gesellschaftsbereich (13%) und der Wirtschaft (9%) kommen ebenfalls häufiger zu Wort, ebenso wie Auslandquellen (11%). Insgesamt entspricht das Spektrum der verwendeten Quellen weitgehend der Themenstruktur.

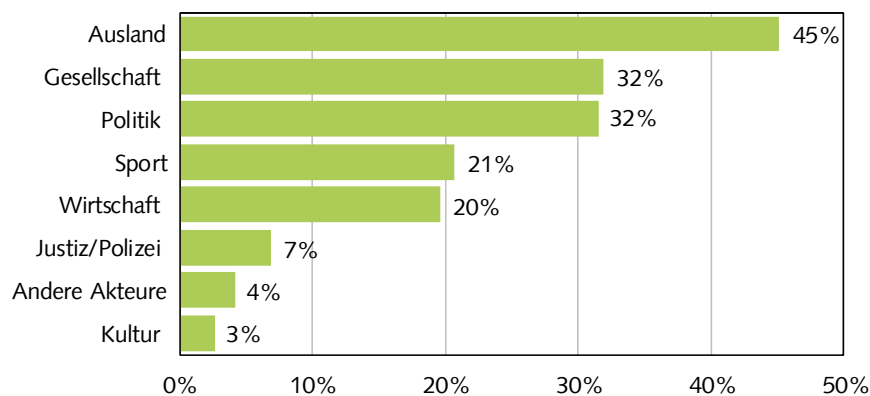
Im Unterschied zu Radio Basel berichtet Basilisk sehr **behördennah**. Exekutive Quellen (23%) haben ein weit grösseres Gewicht als die Legislative bzw. die Parteien (4%). Insbesondere die **kantonalen** (11%) und kommunalen (7%) **Behörden** kommen ausführlich zu Wort. Wie bei anderen Radios ist die Wirtschaftsinformation klar von den Unternehmen (8%) dominiert, andere Wirtschaftsakteure werden kaum je als Quelle verwendet. Ein breites Spektrum decken hingegen die Quellen aus dem Gesellschaftsbereich ab. Neben Privatpersonen werden auch Non Profit Organisationen, Vereine oder die Wissenschaft als Quellen verwendet. Ein grösseres Gewicht haben auch die Sportler und Sportfunktionäre (5%), was angesichts der Bedeutung der Sportthematik nicht weiter erstaunt.

<sup>9</sup> Bei öffentlichen Ereignissen wird dieses selbst als Quelle codiert

Radio Basilisk legt auch den **Quellenzugang** meistens offen, d.h. in fast zwei Dritteln der Informationsbeiträge. Atypischerweise wird in Nachrichtenbulletins der Quellenzugang aber konsequenter offengelegt als in längeren Informationsbeiträgen. Dies hängt mit der häufigeren Verwendung von Statements in längeren Informationsbeiträgen zusammen. Radio Basilisk unterlässt es in solchen Fällen meistens offenzulegen, wie die Redaktion zu einem Statement gelangt ist.

### 2.2.3.6. Akteure

Abbildung 24: Akteure, gruppiert Radio Basilisk (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Auslandakteure (45%) stehen auch bei Basilisk am häufigsten im Fokus. Akteure aus Politik und Gesellschaft (je 32%) sowie Sport (21%) und Wirtschaft (20%) sind ebenfalls oft präsent und sorgen für Vielfalt, was die Akteure anbelangt.

Die Detailbetrachtung zeigt ein ähnliches Bild wie die Struktur der Quellen: Unter den **Politakturen** stehen die kantonalen (11%) und kommunalen **Behörden** (9%) am häufigsten im Zentrum der Berichterstattung und bestätigen die ausgeprägte Behördennähe von Radio Basilisk. Parteien und deren Aktivitäten stehen nur höchst selten im Fokus. Einzig die SVP (2%) vermag sich ab und zu in Szene zu setzen.

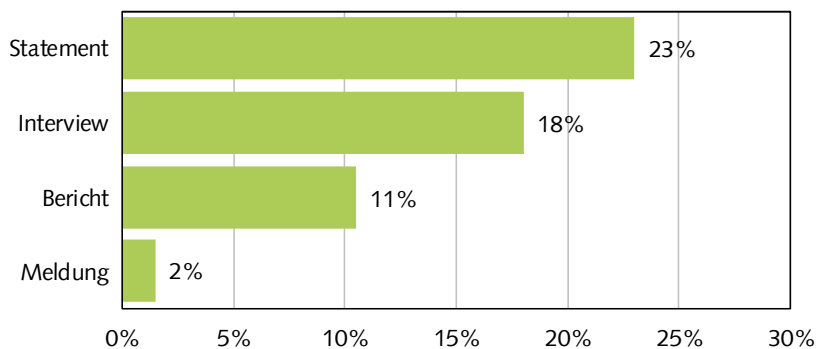
Weit mehr Aufmerksamkeit finden dagegen Sportakteure und Privatpersonen (je 20%) und Unternehmen (18%), wohingegen Kulturakteure (4%) noch weniger beachtet werden als die Politiker der Legislative.

### 2.2.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Sowohl bei der Akteurs- als auch bei der Quellenbetrachtung fällt bei Radio Basilisk ein starkes **Übergewicht der Exekutive** gegenüber der Legislative auf. Die Parteien und andere legislative Kräfte stehen nur selten im Fokus der Berichterstattung und werden auch kaum als Quellen verwendet. Damit ist aber auch keine Präferenz für die eine oder andere politische Richtung erkennbar, vielmehr vermeidet es Radio Basilisk, politischen Positionen eine Plattform zu bieten,

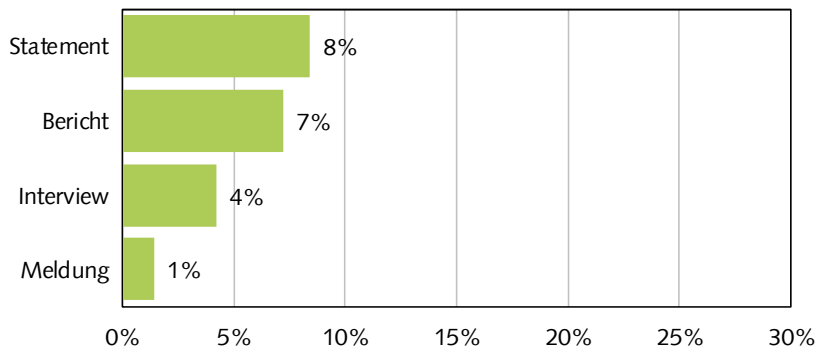
Wird analysiert, ob in einem gegebenen thematischen Zusammenhang verschiedene **Meinungen und Perspektiven** dargestellt werden, ist das Ergebnis noch bescheidener als beim regionalen Mitbewerber: Auf eine andere Perspektive wird gerade in 7% der Informationsbeiträge verwiesen, auf eine andere Meinung (4%) noch seltener.

Abbildung 25: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Basilisk (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Abbildung 26: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Basilisk (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 2.2.3.8. Aktualität

Radio Basilisk beherzigt die journalistische Norm, wonach das Geschehen zeitlich einzuordnen ist, noch etwas besser als Radio Basel. Nur gerade in 18% der Informationsbeiträge fehlt eine Zeitangabe, d.h. in gut Vier Fünfteln der Fälle lässt sich die zeitliche Aktualität bestimmen: 56% der Informationsbeiträge sind somit **tagesaktuell**, 12% wochenaktuell.

#### 2.2.4. Übrige Wortinhalte

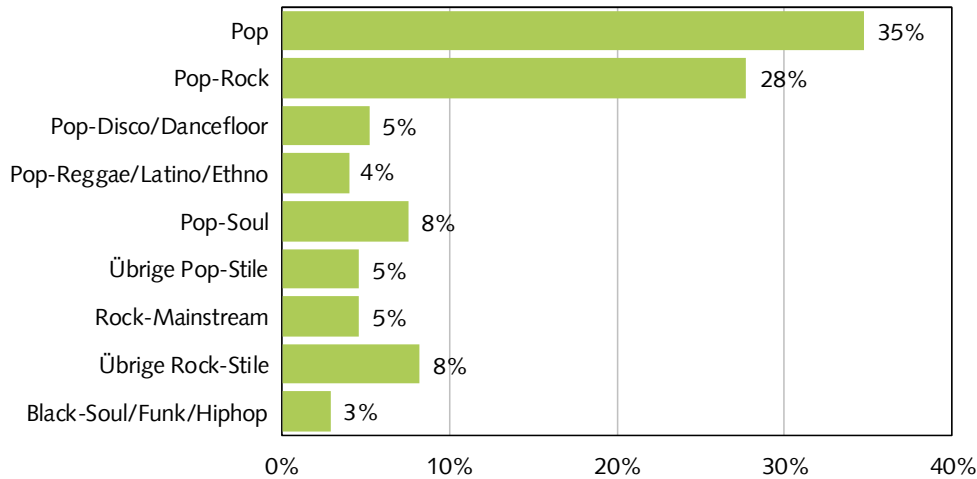
4% der Programminhalte sind **Services**, wobei es sich hauptsächlich um Wetterprognosen und -meldungen handelt. Der Rest entfällt auf Verkehr, Börse und wenige Hinweise auf Sendungen im eigenen Programm. Verweise auf andere Medien, sowie Kino- und Veranstaltungstipps kommen nur selten vor.

**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio Basilisk kaum vorzufinden.

#### 2.2.5. Musik

Musik nimmt mehr als zwei Drittel der täglichen Sendezeit in der Prime Time ein. **Stilistisch** ist das Musikformat eng und stark auf Pop fokussiert wie bei den meisten Privatradios. 84% der gespielten Titel sind dem Pop-Spektrum zuzuordnen. Ergänzt wird dieses durch verschiedene Rock-Stile (13%). Andere Stile, wie auch der von Radio Basel stärker forcierte Black-Soul/Funk, sind praktisch ohne Bedeutung.

Abbildung 27: Musikstile Radio Basilisk (Basis: Gespielte Titel)

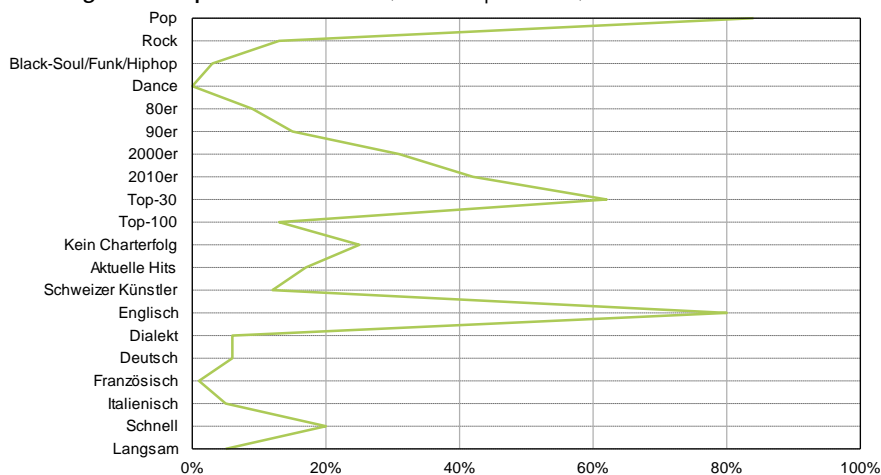


Publicom 2012

Radio Basilisk spielt ein **aktuelleres** Musikprogramm als der regionale Konkurrent. 42% der gespielten Titel sind nicht älter als zwei Jahre, weitere 31% sind maximal zwölfjährig. Nur etwas mehr als jeder vierte Titel ist ein Oldie aus dem letzten Jahrhundert.

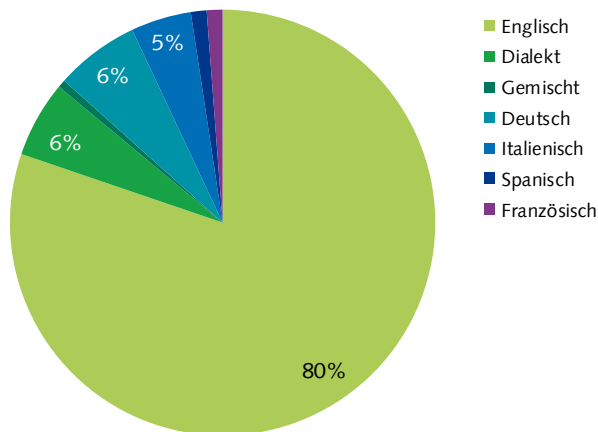
In aller Regel werden internationale Hits gespielt: Drei Viertel der Musiktitel waren oder sind in den Top 100 der USA, von UK oder Deutschland vertreten. 12% nehmen einen Platz unter den ersten 30 der aktuellen schweizerischen Verkaufscharts ein.

Abbildung 28: Musikprofil Radio Basilisk (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 29: Sprachen im Musikprogramm Radio Basilisk (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

**Englisch** ist auch bei Radio Basilisk die Hauptsprache der Musik, immerhin jeder fünfte Titel ist aber in einer anderen Sprache, wie etwa in Deutsch und Dialekt (je 6%) oder Italienisch (5%). Der Anteil an **Schweizer Künstlern** (12%) ist doppelt so hoch wie bei Radio Basel.

Radio Basilisk praktiziert ein wenig auffälliges, überwiegend auf Pop-Titeln aufgebautes Adult-Contemporary **Musikformat**, das einen vergleichsweise hohen Anteil an Rocktiteln aufweist. Damit, und vor allem durch eine stärkere Fokussierung auf aktuelle Titel und einen deutlich geringeren Anteil an Oldies unterscheidet es sich deutlich vom Musikformat des regionalen Wettbewerbers.

### 2.2.6. Werbung und Sponsoring

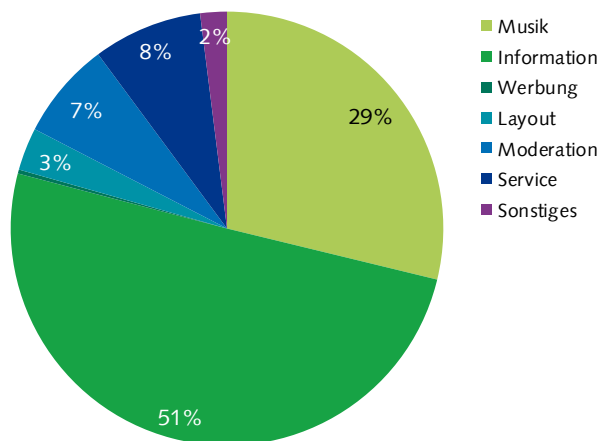
Mit 7% ist der Anteil an Werbung in der Prime Time bei Radio Basilisk im Programmvergleich hoch, wenn auch noch längst nicht so hoch wie im Tessin, wo Werbung zum Teil mehr als 10% der Sendezeit beansprucht. In der Deutschschweiz belegt Basilisk jedoch einen Spitzenplatz, was auf eine erfolgreiche Arbeit im Werbemarkt schliessen lässt.

Klassische **Werbespots** belegen nur gut drei Fünftel des von Werbung beanspruchten Programmvolumens, ein Drittel nehmen Sponsorings ein. Sponsoring spielt bei Basilisk eine wichtige Rolle, obwohl insgesamt nur 5% des Programms gesponsert sind. Es handelt sich dabei um kurze Services wie Wetter, Verkehr und Börse, aber auch Zeitansagen und Sportmeldungen sind zum Teil gesponsert.

## 2.3. DRS 1 - Basel

### 2.3.1. Programmstruktur

Abbildung 30: Programmstruktur DRS 1 /Basel (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Radio DRS 1 bietet in der untersuchten Prime Time eine umfangreiche **Informationsleistung**, die im Regionalprogramm Basel 51 % der gesamten Programmzeit umfasst. Darin enthalten sind die national ausgestrahlten Informationsmagazine wie 'Heute Morgen', 'Rendez-vous' und 'Echo der Zeit', aber auch andere Sendungen mit hoher Informationsdichte wie z.B. das 'Tagesgespräch'. Musik nimmt lediglich 29% ein. In der abendlichen Prime Time ist der Musikanteil sogar noch geringer. Auch die Services (8%) beanspruchen einen beträchtlichen Teil der Programmzeit und deutlich mehr als bei den Privatstationen. Die Moderation (7%) bleibt eher diskret und Layoutelemente machen nur 3% aus.

### 2.3.2. Formale Gestaltung des Programms

Auf DRS 1/ Basel wird überwiegend **Hochdeutsch** (57%) gesprochen. Schweizerdeutsch nimmt 41% der Wortbeiträge ein. Information wird überwiegend in Hochdeutsch präsentiert. Dies gilt allerdings nicht für das Regionaljournal, und auch Sport wird in der Regel in Dialekt vermittelt, und zwar sowohl in Nachrichtenform als auch Live.

In der Information treten Reporter und Korrespondenten (59%) am häufigsten als **Sprecher** in Erscheinung, gefolgt von den Nachrichtensprechern (33%) und Informanten (24%). Auch Experten (10%) sind recht häufig zu hören, Fachjournalisten (2%) nur selten. Moderationsbeiträge

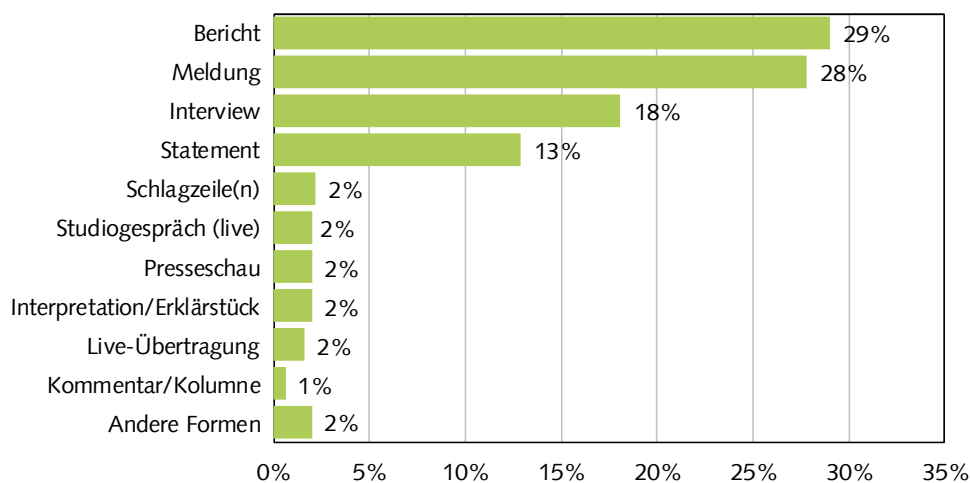
werden in der Regel von einem Solo-Moderator (60%) bestritten, relativ häufig werden aber auch Hörer (18%) beigezogen. Im Vergleich mit den beiden regionalen Privatradios fällt eine höhere Interaktivität auf, und vor allem die stärkere Berücksichtigung von Experten in den Informationsbeiträgen. **Männliche Stimmen** haben ein starkes Übergewicht: Sowohl als Korrespondenten als auch in der Rolle der Informanten und Experten sind die Männer teilweise massiv in der Überzahl. Auch als Moderatoren sind Männer häufiger zu hören allerdings ist das Verhältnis hier etwas ausgeglichener.

Da das Programm von DRS 1 in der Prime Time akustisch stark vom Wort und den auftretenden Stimmen geprägt ist, spielt wohl das Branding mittels akustischer Erkennungselemente eine geringere Rolle als bei den meisten Privatradios. Nur 3% der Programmzeit werden vom **Layout** in Anspruch genommen. In der Regel handelt es sich dabei um Jingles. Weniger häufig werden verschiedene Arten von Trailern eingesetzt.

### 2.3.3. Information

#### 2.3.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 31: Journalistische Formen Radio DRS 1 /Basel (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



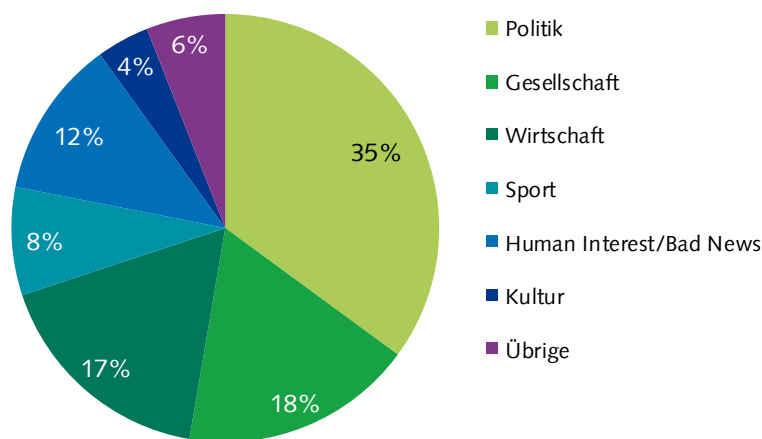
Publicom 2012



Nur ein Viertel der ausgestrahlten Information wird in Form von Nachrichten präsentiert, der Rest in längeren Informationsbeiträgen oder Reportagen. Entsprechend breit ist auch das Spektrum der eingesetzten journalistischen Formen: 29% der Informationsleistung sind längere (Hintergrund-) **Berichte**. Auf Meldungen entfallen bloss 28%. Interviews nehmen 18%, Statements 13% in Anspruch. Doch kommt eine ganze Reihe weiterer journalistischer Formen zum Einsatz, von der Interpretation bis zum Zitat, die insgesamt eine grosse **Vielfalt** abdecken und die hohe formale **Professionalität** der DRS-Information unterstreichen.

### 2.3.3.2. Themen

Abbildung 32: Themen Radio DRS 1 /Basel (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

DRS 1 setzt den thematischen Schwerpunkt klar auf **Politik**. Dieser Themenbereich nimmt mehr als ein Drittel der Informationsleistung in Anspruch, ebenso viel wie die Themenbereiche Gesellschaft und Wirtschaft zusammen. Bad News und Human Interest Themen machen 12% der Information aus – weniger als bei den Basler Privatradios. Sport (8%) hat einen vergleichsweise geringen Stellenwert, noch geringer gewichtet wird Kultur (4%).

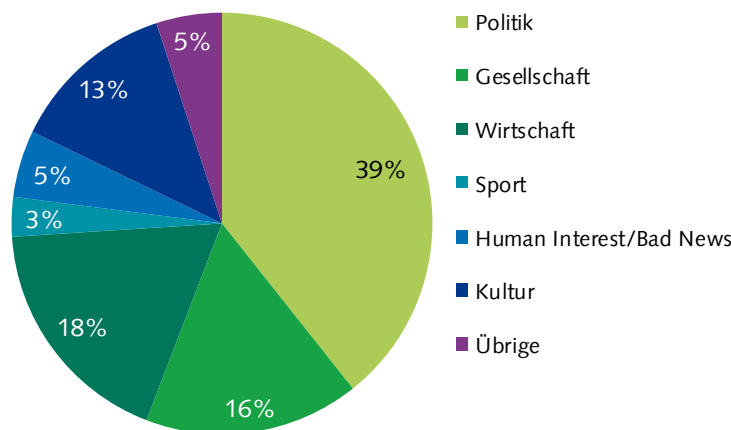
Im Bereich der **politischen** Themen findet Parteipolitik (6%) die grösste Aufmerksamkeit, gefolgt von Finanzen/Steuern (4%), Aussenpolitik und Energie-/Umweltpolitik (je 3%).

Unter den **Gesellschaftsthemen** wird v.a. über Sozialprobleme/Armut (7%) sehr ausführlich berichtet – etwa im Zusammenhang mit der Dürre in Ostafrika.

Die **Wirtschaftsthematik** wird nicht nur auf Unternehmensberichterstattung (7%) reduziert, sondern sie ist breiter gefächert und umfasst auch Arbeitswelt- und Konsumthemen (je 3%).

Über die gesamten Prime Time Strecken betrachtet unterscheidet sich der **Themen-Mix** von DRS 1/Basel deutlich von den Themen, die in den Basler Privatradios behandelt werden, was mit den unterschiedlichen Programmkonzepten zu tun hat, und insgesamt zu einer erfreulichen inhaltlichen Vielfalt in der Region beiträgt.

**Abbildung 33: Themen im Versorgungsgebiet DRS 1 /Basel** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal, Dauer)



Publicom 2012

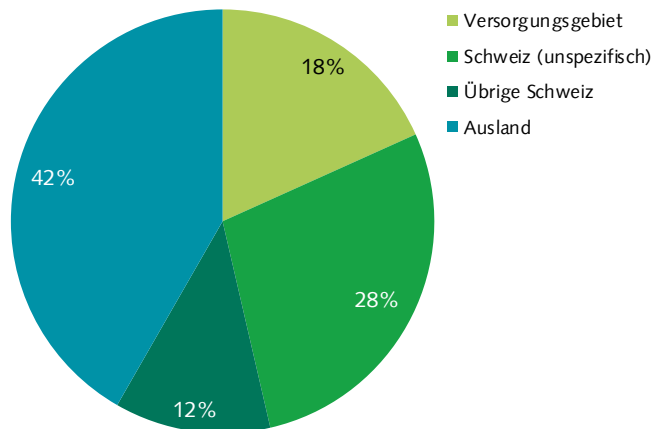
Knapp ein Fünftel der von DRS 1/Basel in der untersuchten Programmstrecke ausgestrahlten Informationen mit einem geographischen Bezug behandelt Ereignisse in der **Region**<sup>10</sup>. Das sind **31 Minuten** täglich, sechs Minuten mehr als Radio Basel und elf Minuten mehr als Radio Basilisk.

Die **Politik** dominiert auch die **Regionalinformation**, und zwar noch ausgeprägter als über die gesamte Information betrachtet: Fast zwei Fünftel der Informationsbeiträge sind politischem Geschehen gewidmet, vor allem Parteipolitik (21%), z.B. im Zusammenhang mit der Gründung der BDP Basel, genießt viel Aufmerksamkeit. 18% betreffen die Wirtschaft, 16% Gesellschaft und 13% Kultur. Letztere wird somit im Regionalbereich markant höher gewichtet als insgesamt. Bad News und Human Interest (5%) spielen in der Regionalinformation von DRS 1/Basel nur eine Nebenrolle, ebenso wie Sport (3%).

<sup>10</sup> Als "Region" gilt hier das Konzessionsgebiet der beiden Basler Privatradios: die KR Basel, Baselbiet, Fricktal

### 2.3.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 34: Ereignisorte DRS 1/ Basel** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Basel, KR Basel, KR Baselbiet, KR Fricktal)

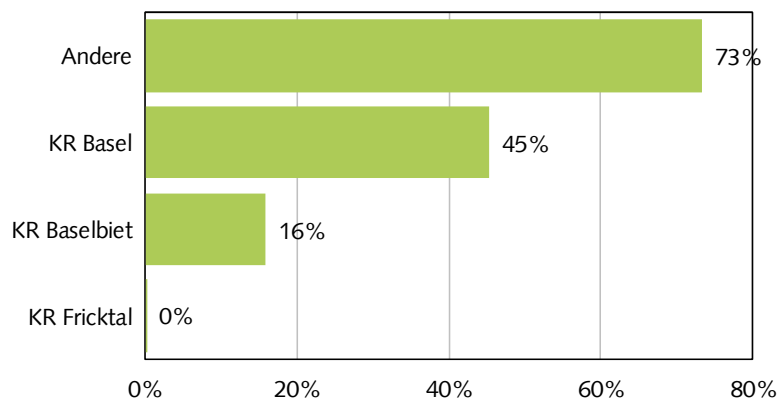


Publicom 2012

DRS 1/Basel berichtet schwergewichtig über das **Ausland**: Über zwei Fünftel des Informationsoutputs befassen sich mit Ereignissen, die im Ausland stattfinden. Nationale Ereignisse (28%), Ereignisse in der Region Basel (18%) und Ereignisse in der übrigen Schweiz (12%) haben ein geringeres Gewicht.

Wird lediglich die **Regionalberichterstattung** betrachtet, fällt auf, dass die Region verhältnismässig gleichmässig berücksichtigt wird. Zwar werden Ereignisse in der Stadt Basel (8%) am häufigsten behandelt, andere Gemeinden im KR Basel (5%), sowie der KR Baselbiet (5%) erhalten aber ebenfalls recht viel Aufmerksamkeit. Der KR Fricktal wird aber gänzlich ignoriert, was insofern nicht überrascht als dieser, im Kanton Aargau liegende KR, nicht zum Versorgungsgebiet des Basler Regionalprogramms von Radio DRS liegt.

Abbildung 35: Regionalbezüge DRS 1/Basel (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

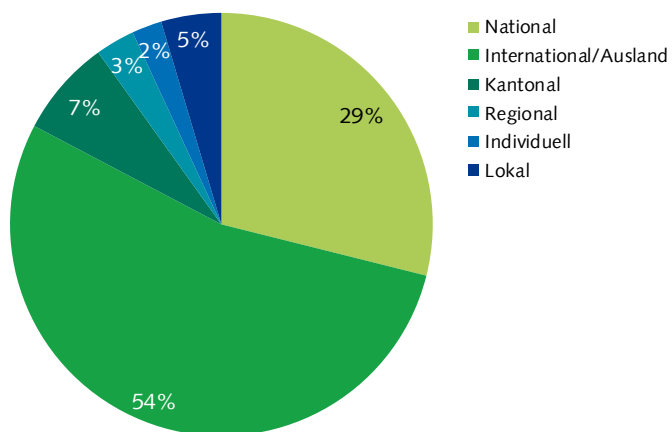


Publicom 2012

Wo **Regionalbezüge** – auch beiläufige – erkennbar sind, zeigt sich, dass DRS1/Basel kein typisches Regionalprogramm ist. Die Mehrheit der ermittelten Regionalbezüge betrifft nämlich Gebiete **ausserhalb** der Region Basel. Zwar ist der KR Basel der am häufigsten erwähnte, aber der KR Zürich zum Beispiel vereinigt mehr Regionalbezüge auf sich als der KR Baselbiet.

### 2.3.3.4. Themenreichweite

Abbildung 36: Themenreichweite DRS 1/Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)

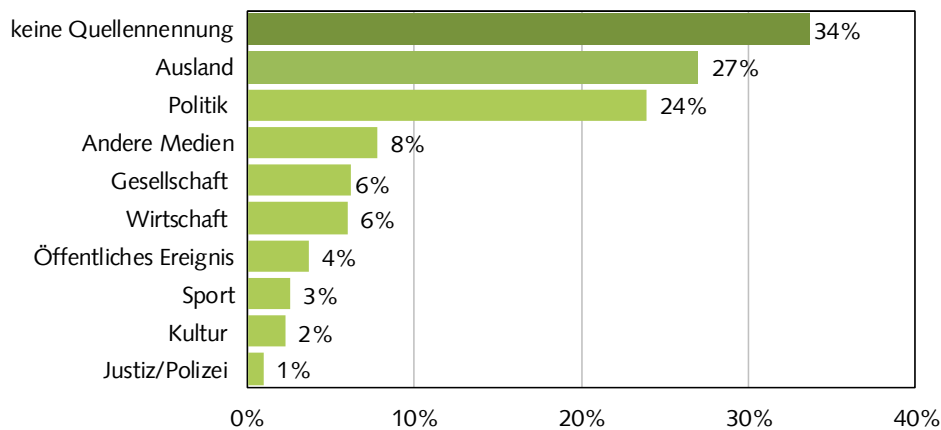


Publicom 2012

Die primär **national-internationale Ausrichtung** von DRS 1/Basel in der Prime Time bestätigt sich auch bei der Themenreichweite. Mehr als die Hälfte der Informationsbeiträge befasst sich mit Themen von internationaler Reichweite (54%), 29% sind von nationaler Reichweite und nur 15% sind von lokaler, kantonaler oder regionaler Reichweite.

### 2.3.3.5. Quellen

Abbildung 37: Quellen DRS 1/Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

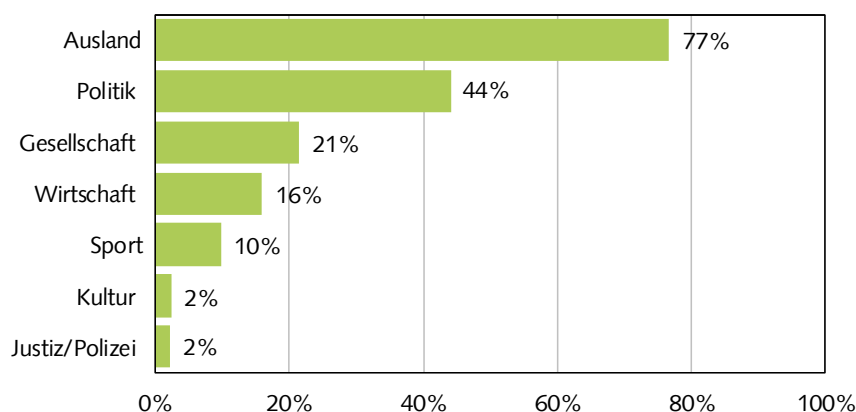
DRS 1/Basel verstösst weit häufiger als die Privatradios der Region Basel gegen die **Transparenznorm**. Mehr als ein Drittel des Informationsoutputs erfolgt ohne die Urheber der Information zu benennen. Wo diese transparent werden, handelt es sich am häufigsten um Auslandquellen (27%) und inländische Quellen aus der Politik (24%). Auffallend häufig werden andere Medien (8%) als Quelle angegeben.

Da die Quellennennung häufig unterbleibt, ist die Analyse der Quellenstruktur wenig aussagekräftig, da eine systematische Verzerrung nicht ausgeschlossen werden kann. Die, allerdings wenig ausgeprägte, Dominanz **exekutiver** (13%) gegenüber der legislativer Quellen (10%) zeigt sich auch bei DRS 1/Basel. **Parteien** werden in 6% der Informationsbeiträge als Quellen genannt, wobei die **Grünliberalen** (3%) in mehr als der Hälfte dieser Informationen als Quelle einbringen können, was angesichts der realen Bedeutung dieser Partei einigermassen erstaunt. Unter den Wirtschaftsquellen dominieren die Unternehmen (4%), ab und zu kommen aber auch Gewerkschaften, Konsumentenorganisationen oder Berufsverbände (zusammen 1%) zu Wort.

DRS 1/Basel deklariert auch den **Quellenzugang**, d.h. die Art und Weise, wie eine Information zur Redaktion gelangt, mehrheitlich nicht und schafft auch diesbezüglich weit weniger Transparenz als die regionalen Privatsender. Nur gerade in 44% der Informationsbeiträge wird für das Publikum ersichtlich, wie sich die Redaktion die Information beschafft hat. Vor allem in den Newsbulletins, aber auch in Reportagen unterbleibt diese Information überdurchschnittlich oft. So bleibt es für das Publikum meistens im Dunkeln, ob eine Information auf einer Eigenleistung beruht oder auf PR-Kanälen an die Redaktion gelangte. Thematisch sind Wirtschaft und Recht/Justiz überdurchschnittlich von der Nichtnennung des Quellenzugangs betroffen.

### 2.3.3.6. Akteure

Abbildung 38: Akteure, gruppiert DRS 1/Basel (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die Dominanz der Auslandberichterstattung zeigt sich bei DRS 1/Basel auch bei den Akteuren: In über drei Vierteln der Informationsproduktion treten **Auslandakteure** auf. In 44% der Informationsbeiträge erscheinen **Politakteure** aus dem Inland. Wichtig sind zudem Akteure aus Gesellschaft (21%), Wirtschaft (16%) und Sport (10%).

Die Detailbetrachtung zeigt, dass **exekutive** (20%) und **legislative** Kräfte (19%) nahezu gleich häufig im Fokus der Berichterstattung stehen. Die Landesregierung (12%), sowie kantonale und kommunale Behörden (9%) finden grosse Beachtung. **Parteiakteure** (14%) spielen insgesamt eine beachtliche Rolle, wobei ein wesentlich ausgewogeneres Bild entsteht wie bei der Quellenanalyse. Zwar erfreuen sich die Grünliberalen auch als Akteure einer grossen Beachtung (4%), doch gilt dies auch für die FDP (4%) und die SVP (3%). Weniger häufig stehen die anderen Parteien im Zentrum des Interesses.

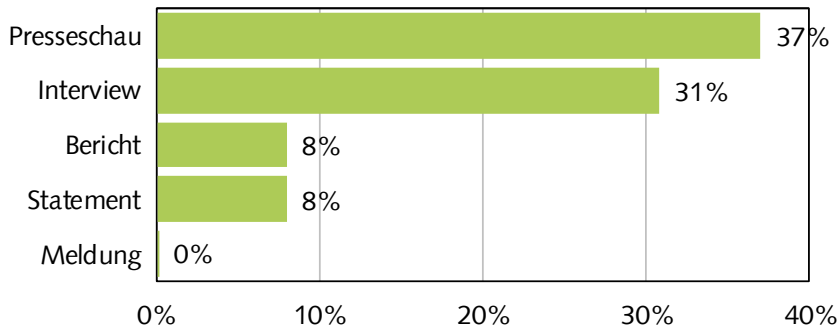
Sehr häufig erscheinen auch **Privatpersonen** (17%), Unternehmen (13%) und Sportler bzw. Sportfunktionäre (10%) als Akteure des Informationsgeschehens. Die Akteursstruktur bestätigt somit weitgehend die thematische Vielfalt der Information auf DRS 1/Basel.

### 2.3.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Was die Berücksichtigung von Exekutive und Legislative in der Berichterstattung anbelangt, zeigt sich bei DRS 1 – Basel ein leichtes Übergewicht der **Exekutive**. Insbesondere als Informationsquelle hat die Exekutive mehr Gewicht als die legislativen Kräfte. Wird hingegen die Präsenz als Akteure betrachtet, ist das Verhältnis praktisch ausgeglichen. Die Berücksichtigung der politischen Richtungen zeigt indessen ein diffuses Bild, das aber in einem Punkt klar ist: Die Grünliberalen erhalten mehr Aufmerksamkeit als die meisten anderen Parteien und sie kommen insbesondere weit häufiger zu Wort als jede andere Partei. DRS 1/Basel berichtet jedoch über alle wichtigen Parteien, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Die bürgerlichen Kräfte (CVP, FDP, SVP und BDP) stehen weit häufiger im Fokus als die Linke (SP und Grüne), die zusammen in nicht einmal 1% der Informationsbeiträge als Akteur in Erscheinung treten und auch als Quelle kaum berücksichtigt werden. Dass diese Ungleichgewichte mit der Ereignislage an den Stichtagen zusammenhängen, ist eher unwahrscheinlich, da die Privatradios der Region andere diesbezügliche Muster aufweisen.

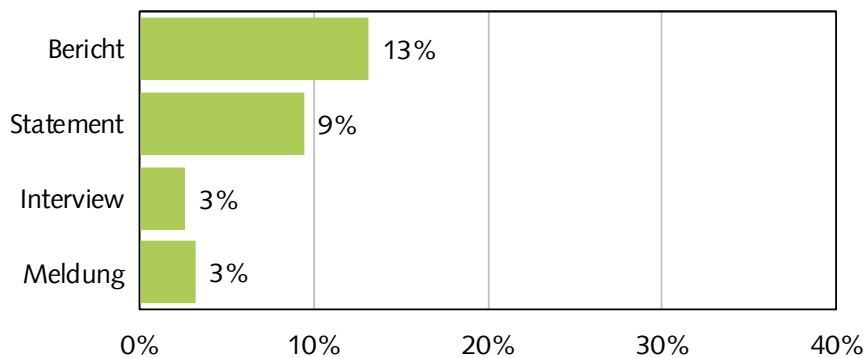
DRS 1/Basel leuchtet das **Meinungs- und Perspektivenspektrum** zu einem gegebenen thematischen Zusammenhang etwas besser aus als die Basler Privatstationen. Eine andere **Perspektive** wird in 10% der Informationsbeiträge aufgezeigt. Dies geschieht häufig in Interviews, aber auch in der Presseschau und in Kommentaren. In Meldungen, welche die häufigste journalistische Form repräsentieren, geschieht dies aber nie. Wer nur die Nachrichtenbulletins hört, erfährt somit nie, dass zu einem Thema auch andere Perspektiven möglich sind. Auf andere **Meinungen** verweist DRS 1/Basel nur in 7% der Informationsbeiträge, am ehesten noch in längeren Berichten und in den (seltenen) Kommentaren. Das Publikum kann sich somit nur in Ausnahmefällen ein Bild über das Meinungsspektrum zu einem gegebenen Sachverhalt machen.

Abbildung 39: Andere Perspektive nach journalistischer Form DRS 1 - Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Abbildung 40: Andere Meinung nach journalistischer Form DRS 1/Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

### 2.3.3.8. Aktualität

DRS 1/Basel geht mit der Berufsnorm, wonach die Ereignisse zeitlich zu situieren sind, sehr locker um: In mehr als einem Drittel der Information unterbleibt eine zeitliche Einordnung. Die Beurteilung der Aktualität ist somit in allen diesen Fällen nicht möglich. Eine eindeutige Qualifizierung als **'tagesaktuell'** ist aber dennoch in über der Hälfte der Informationsbeiträge möglich. 13% des Informationsausstosses ist weniger aktuell.



#### 2.3.4. Übrige Wortinhalte

DRS 1/Basel strahlt vergleichsweise umfangreiche **Services** aus. Sie nehmen insgesamt 8% der Programmzeit in Anspruch, was weit mehr ist als bei den meisten Privatradios. Ein Grossteil dieser Programmelemente besteht aus Wetter- (41%) und Verkehrsmeldungen (35%). 12% beanspruchen Hinweise auf Sendungen im eigenen oder in anderen SRG-Programmen. Je 6% entfallen auf Börsenmeldungen und Kino- bzw. Veranstaltungstipps. Hinweise auf Darbietungen anderer Medien fehlen gänzlich.

**Wort-Unterhaltung** spielt im Programm von DRS 1/Basel in der untersuchten Prime Time praktisch keine Rolle. Sie macht bloss 1% aller Programminhalte aus und besteht fast ausschliesslich aus Lesungen.

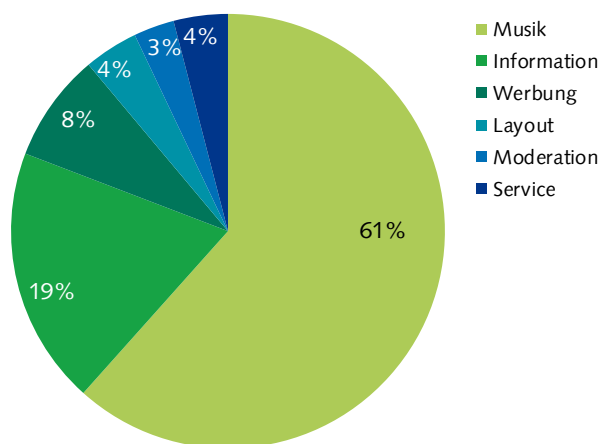
#### 2.3.5. Sponsoring

In der untersuchten Prime Time machen die Sponsorings im Basler Regionalprogramm von DRS 1 nur einen sehr geringen Teil der Programmzeit aus. Alles in allem wurden nur knapp 6 Minuten entsprechende Erkennungsmerkmale ausgestrahlt. Wird jedoch die **gesponserte Programmzeit** berechnet, so sind es über 5% des gesamten Programms, das gesponsert ist. DRS 1/Basel übertrifft damit beide Basler Privatstationen.

### 3. Region Aargau/Solothurn

#### 3.1. Radio Argovia

Abbildung 41: Programmstruktur Radio Argovia (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Radio Argovia ist in der untersuchten Prime Time durch einen im Privatradiovergleich sehr hohen **Informationsanteil** (19%) charakterisiert, daher wird auch vergleichsweise wenig Musik (61%) gespielt. Hoch, sogar noch höher als bei Radio Basilisk, ist der **Werbeanteil** (8%), womit sich auch Argovia unter den kommerziell erfolgreichsten Privatradios einreicht. Der hohe Informations- und Werbeanteil geht auf Kosten der Moderation (3%), die sogar noch weniger Raum einnimmt als Layout oder Services (je 4%). Diese bewegen sich bei Radio Argovia im für Privatradios üblichen Rahmen.

##### 3.1.1. Formale Gestaltung des Programms

**Dialekt** ist zwar die Hauptsprache von Radio Argovia, ein Viertel der Wortinhalte wird aber in Hochdeutsch präsentiert, was vergleichsweise viel ist. Dies steht mit dem hohen Informationsanteil in Zusammenhang. Vor allem die Nachrichtenbulletins sind zu zwei Dritteln in Hochdeutsch. Sport- und Regionalnachrichten sind jedoch in der Regel Schweizerdeutsch.

Die Information gestaltet Argovia recht variantenreich mit **Nachrichtensprechern** (34%) und (News-)Moderatoren (29%), Reportern (24%) und externen Informanten (25%). Eher selten treten externe Fachexperten auf. Es herrscht jedoch ein starkes Übergewicht **männlicher** Stimmen sowohl bei den journalistischen Rollen als auch bei den externen Sprechern.

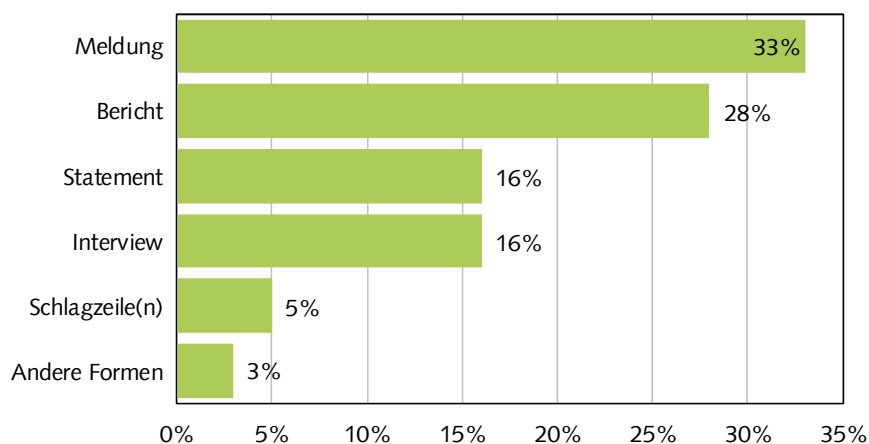
Männerdominanz ist auch in der **Moderation** gegeben, sie ist aber weniger ausgeprägt als in der Information. Wenn Hörer in die Moderation einbezogen werden, was in 11% der Moderationsbeiträge der Fall ist, sind Frauen sogar in der Überzahl.

Das **Layout** ist in der Programmgestaltung von Radio Argovia trotz dem vergleichsweise hohen Informationsanteil recht präsent. Die Layoutelemente summieren sich in der Prime Time auf über 15 Minuten pro Tag, ebenso viel wie die Services einnehmen. Zwei Drittel der Layoutelemente sind Jingles. Dazu werden verschiedene Typen von Trailern eingesetzt. Hin und wieder werden auch von Prominenten gesprochene Station-IDs eingesetzt.

### 3.1.2. Information

#### 3.1.2.1. Journalistische Formen

Abbildung 42: Journalistische Formen Radio Argovia (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



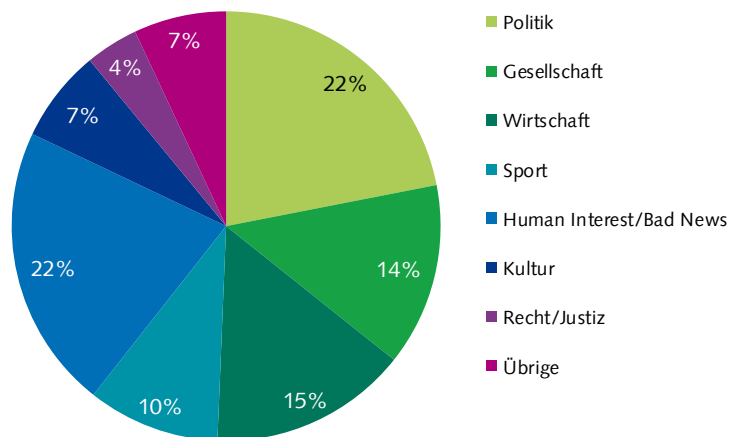
Publicom 2012

Die Information besteht auf Radio Argovia nicht nur aus Nachrichtenbulletins. Diese machen deutlich weniger als die Hälfte des Informationsaufkommens aus. Am meisten Raum nehmen komplexer gebaute, eher hintergrundorientierte Beiträge ein, wobei Features bzw. Reportagen dennoch fehlen.

Nur ein Drittel der Informationsbeiträge sind kurze **Meldungen**, was im Privatradiovergleich wenig ist. Fast ebenso häufig sind Berichte (28%). Statements und Interviews (je 16%) komplettieren das **vielfältige Spektrum** an journalistischen Formen, das hin und wieder auch einen Archiv-O-Ton oder meinungsorientierte Formen wie Kommentar/Kolumne oder Rezension/Kritik umfasst.

### 3.1.2.2. Themen

Abbildung 43: Themen Radio Argovia (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Radio Argovia praktiziert einen Themenmix, bei dem **Politik** und **Boulevardthemen** (Bad News/Human Interest) (je 22%) die Schwerkewichte bilden. Wirtschaftsthemen (15%) spielen eine relativ wichtige Rolle ebenso wie Gesellschaft (14%). Letzterer Themenbereich wird aber etwas weniger stark gewichtet wie bei anderen Privatradios. Sport beansprucht 10% des Informationsoutputs, Kultur beachtliche 7%.

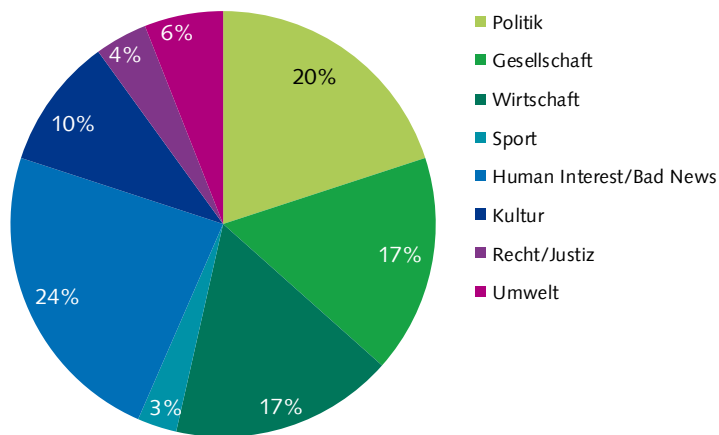
Die **politische Berichterstattung** deckt ein breites Spektrum ab, wobei Verkehr/Kommunikation/Medien, Energie/Umwelt/Infrastruktur (je 3%) sowie Wahlen/Abstimmungen (2%) Schwerpunkte bilden.

Unter den boulevardorientierten Themen nehmen **Unfälle und Verbrechen** (9%) den meisten Raum ein.

Im Themenbereich **Gesellschaft** rückt Radio Argovia Gesundheit (5%), sowie Kirche/Religion und Medien/Kommunikation (je 2%) öfter in den Mittelpunkt.

**Wirtschaft** bedeutet in erster Linie Unternehmens- (11%) und Branchenberichterstattung (3%). Andere Wirtschaftsthemen kommen kaum vor.

**Abbildung 44: Themen im Versorgungsgebiet Radio Argovia** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Aarau, KR Aarau, KR Olten-Thal, KR Baden, KR Freiamt, KR Fricktal und Teile des KR Zürich, Dauer)



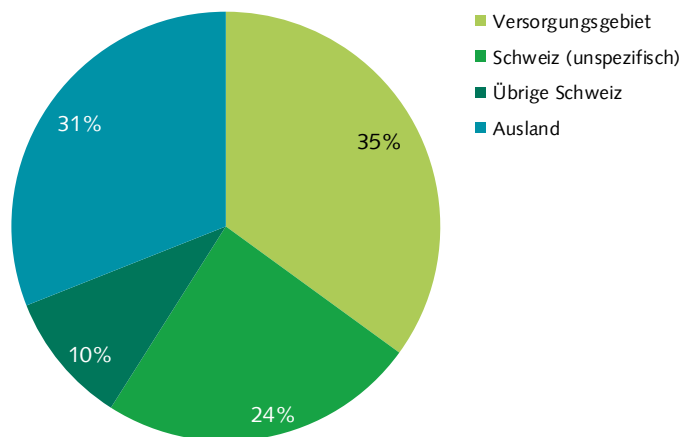
Publicom 2012

Gut ein Drittel der gesamten Informationen, die sich geografisch zuordnen lassen, befasst sich mit Ereignissen im **Konzessionsgebiet** von Radio Argovia. Dies entspricht rund **22 Minuten** pro Tag, was – insbesondere angesichts des insgesamt grossen Informationsanteils im Programm – eher wenig ist.

**Bad News** beanspruchen mit fast einem Viertel den Hauptanteil dieser Informationen. **Politik** als zweitwichtigster Themenbereich nimmt ein Fünftel davon ein, wobei Energie-, Umwelt- und Verkehrspolitik im Vordergrund stehen. Es folgen **Wirtschaft** (Unternehmen, Branchen) und **Gesellschaft** (v.a. Gesundheit) mit je 17%, sowie **Kultur** mit 10%.

### 3.1.2.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 45: Ereignisorte Radio Argovia** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Aarau, KR Aarau, KR Olten-Thal, KR Baden, KR Freiamt, KR Fricktal und Teile des KR Zürich)

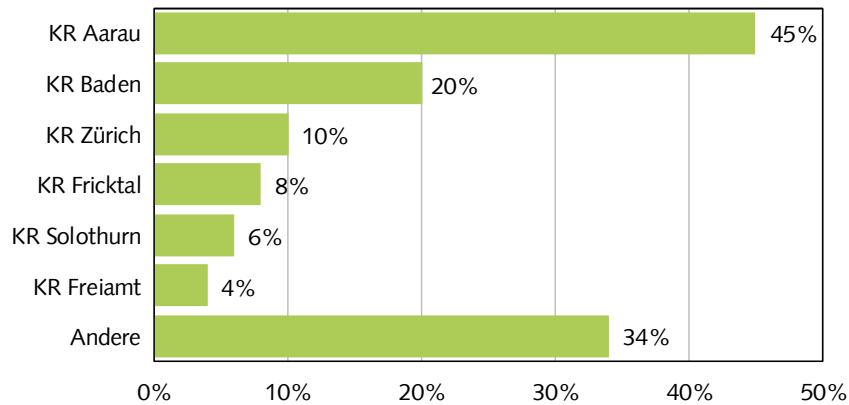


Publicom 2012

Die **Auslandinformation** beansprucht im Programm von Radio Argovia 31%, auf **nationale** Ereignisse entfällt ein knappes Viertel. Geschehen in der Schweiz ausserhalb des Konzessionsgebietes nimmt 10% der Informationsbeiträge in Anspruch. Die **Regionalinformation** (35%) hat somit einen eher geringen Stellenwert innerhalb des Informationsmix der Station. Sie ist überdies stark auf den **KR Aarau** (23%) fokussiert. Der **KR Baden** (7%) findet schon deutlich weniger Beachtung, aber immer noch mehr als die ebenfalls im Konzessionsgebiet liegenden **KR Fricktal** (2%) und **Freiamt** (1%). Wie viele private Regionalradios konzentriert sich auch Argovia auf den Standort-KR und berücksichtigt die peripheren Gebiete des Konzessionsgebietes nur marginal.

Auch bei der "weicheren" Betrachtungsweise nach **regionalen Bezügen** in den Informationsbeiträgen bestätigt sich dieser Befund: Wo regionale Bezüge vorhanden sind, betreffen sie vornehmlich den KR Aarau (45%), weniger oft den KR Baden (20%), eher selten die KR Fricktal (8%) und Freiamt (4%). Dass zu Regionen ausserhalb des Konzessionsgebietes z.T. mehr regionale Bezüge vorhanden sind als zum Versorgungsgebiet selbst bestätigt, dass Radio Argovia weniger regional ausgerichtet ist als manches andere Privatrado.

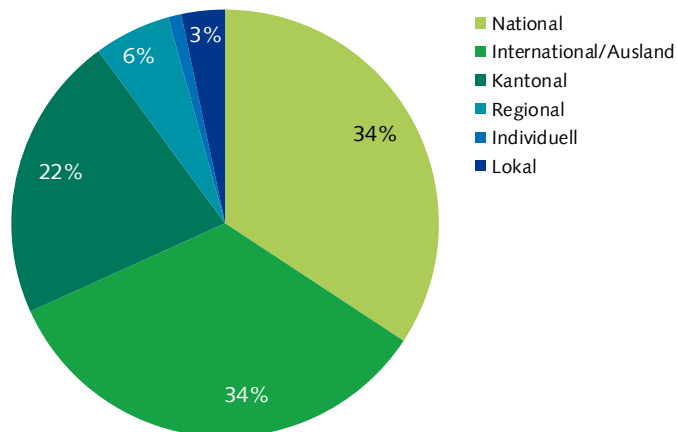
Abbildung 46: Regionalbezüge Radio Argovia (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

### 3.1.2.4. Themenreichweite

Abbildung 47: Themenreichweite Radio Argovia (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)

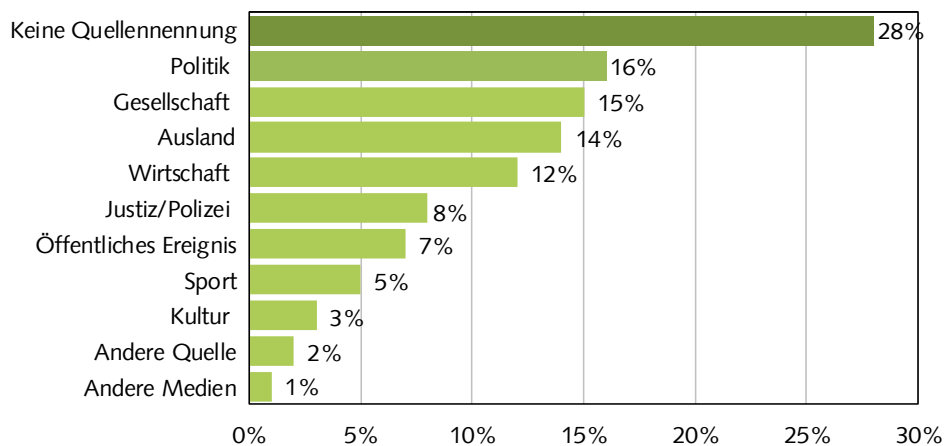


Publicom 2012

Analog zur Ereignisstruktur sind Themen von **nationaler** (34%) und **internationaler** (34%) Reichweite weit stärker vertreten als solche von kantonalen (22%), regionalen (6%) oder lokalen (3%) Reichweite.

### 3.1.2.5. Quellen

Abbildung 48: Quellen Radio Argovia (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die **Quellennennung** unterbleibt bei Radio Argovia relativ häufig: In 28% der Informationsbeiträge wird kein Urheber der Information genannt. Wo die Transparenz hergestellt wird und keine Auslandquellen (14%) involviert sind, ist die **Politik** (16%) am häufigsten am Ursprung der Information. Dass dies meistens die **Exekutive** (11%) und weniger die **Legislative** (5%) ist, ist nicht atypisch.

Quellen aus dem **Gesellschaftsbereich** (15%) können sich fast ebenso häufig einbringen wie die Politik. Es handelt sich dabei oft um Private (5%), Prominenz (4%) oder Non Profit Organisationen (3%). Wo **Wirtschaftsquellen** im Spiel sind, handelt es sich meistens um Unternehmen (9%), manchmal um Verbände (2%). In 8% der Informationsbeiträge ist die **Justiz** oder die **Polizei** am Ursprung der Information, Quellen aus dem **Sportbereich** machen 5% aus.

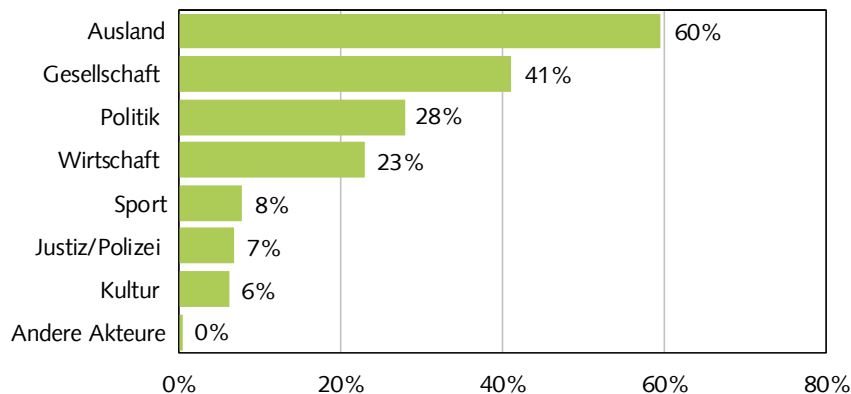
Auch was den **Quellenzugang** angeht, verletzt Radio Argovia die Transparenznormen überdurchschnittlich häufig: In zwei Dritteln der Informationsbeiträge wird dem Publikum nicht vermittelt, wie die Redaktion zu einer Information gelangt ist. Besonders häufig fehlt diese Information in den Nachrichten, aber auch bei ausführlicheren Informationsbeiträgen ist die diesbezügliche Transparenz gering. Überdurchschnittlich oft fehlen Informationen über den Quellenzugang bei Bad News, Wirtschaftsthemen und Politik.

In über einem Viertel der Informationsbeiträge erhält das Publikum weder Angaben über die Urheberschaft der Information noch wie die Redaktion davon erfahren hat, d.h. die Hintergründe der Informationsentstehung bleiben völlig im Dunkeln.



### 3.1.2.6. Akteure

Abbildung 49: Akteure, gruppiert Radio Argovia (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die Analyse der Akteure zeigt, dass die Auslandberichterstattung einen hohen Stellenwert hat: **Auslandakteure** erscheinen in 60% der Berichterstattung, wo Akteure identifiziert werden können. Personen und Organisationen aus dem **Gesellschaftsbereich** (41%), allen voran Privatpersonen (27%) stehen noch häufiger im Zentrum der Berichterstattung als die **Politik-** (28%) und **Wirtschaftsakteure** (23%). Akteure aus anderen Bereichen, wie Sport (8%), Justiz/Polizei (7%) oder Kultur (6%) treten eher seltener in Erscheinung.

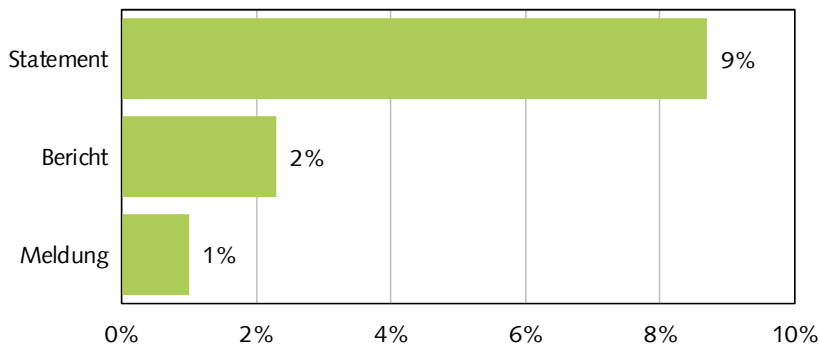
Das Übergewicht der **Behörden** (15%) gegenüber den legislativen Kräften (10%) bestätigt sich auch bei der Akteuranalyse. Kantonale (6%) und kommunale (4%) Behörden werden noch häufiger als Akteure präsentiert als die Landesregierung (5%), die nicht mehr Aufmerksamkeit generiert als die inländische Show-Prominenz (5%). **Parteien** und deren Vertreter treten in 6% der Informationsbeiträge als Akteure auf, wobei allein die **SP** (3%) mehr als die Hälfte davon besetzt. Weniger Aufmerksamkeit haben SVP, FDP und Grüne (je 1%). Gar keine Präsenz erreichen während der fünf untersuchten Stichtage die CVP, die BDP und die Grünliberalen.

### 3.1.2.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Auch bei Radio Argovia findet sich das nicht atypische **Übergewicht** der **exekutiven** gegenüber den legislativen Kräften sowohl bei den Quellen als auch bei den Akteuren. Da die Parteien weder als Quellen noch als Akteure eine grosse Rolle spielen und die Fallzahlen gering sind, sind Aussagen über die Gewichtung der politischen Richtungen wenig aussagekräftig. Die verhältnismässig starke Stellung der SP kann daher auch zufallsbedingt sein.

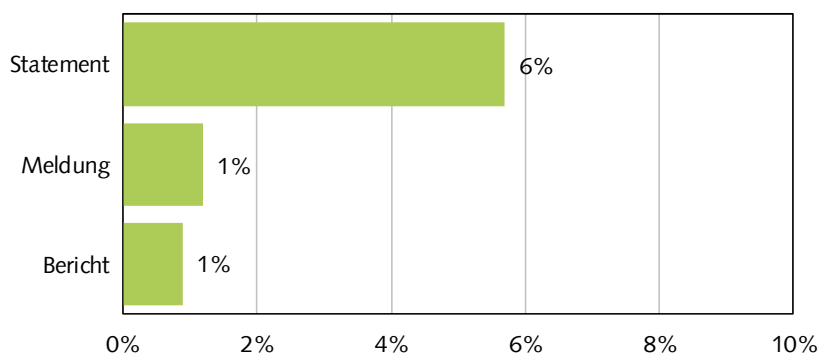
Radio Argovia trägt auch praktisch nicht dazu bei, Transparenz bezüglich der vorherrschenden Meinungen und Perspektiven zu schaffen. Auf unterschiedliche **Perspektiven** verweist der Sender in einem gegebenen thematischen Zusammenhang nur gerade in knapp 3% der Informationsbeiträge. Noch verschwindender ist der Anteil der Beiträge, in denen zu einem Thema eine kontroverse **Meinung** (2%) präsentiert wird. Im gesamtschweizerischen Vergleich sind diese Werte am unteren Ende des Spektrums.

Abbildung 50: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Argovia (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Abbildung 51: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Argovia (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

### 3.1.2.8. Aktualität

In 28% der Informationsbeiträge erfährt das Publikum nichts über den Zeitpunkt eines Geschehens, weshalb in diesen Fällen die Beurteilung der Aktualität nicht möglich ist. In nahezu der Hälfte der Informationen ist jedoch eine Identifikation als **tagesaktuell** zweifelsfrei möglich. Wochenaktuell sind 8%, weniger als wochenaktuell 15% der Beiträge.

### 3.1.3. Übrige Wortinhalte

Services nehmen insgesamt 4% der Programmzeit in der Prime Time in Anspruch. Mehrheitlich handelt es sich dabei um **Wettermeldungen** und –voraussagen (44%) und **Verkehrshinweise** (30%). 17% entfallen auf Börsenmeldungen, und 6% auf Hinweise auf Inhalte in anderen Medien der AZ Medien-Gruppe. Kino- und Veranstaltungstipps oder Hinweise auf Medien ausserhalb der AZ Medien Gruppe kommen so gut wie nie vor.

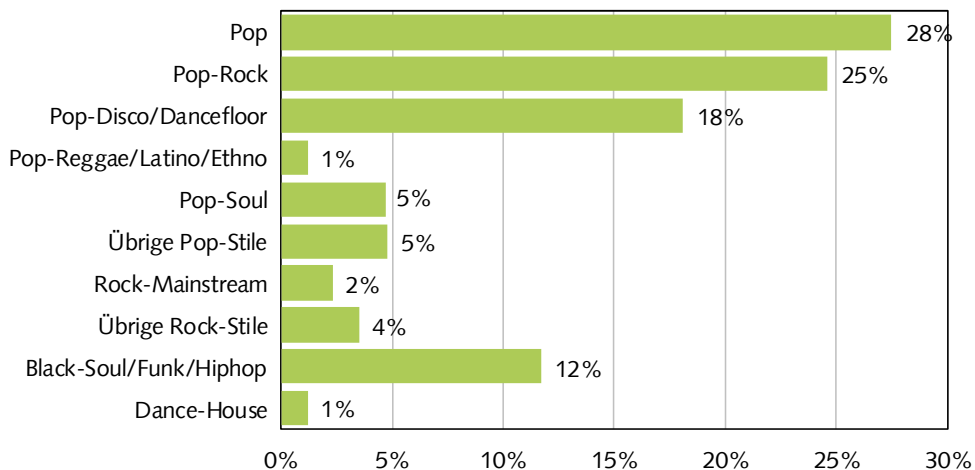
**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio Argovia kaum vorzufinden.

### 3.1.4. Musik

Gut drei Fünftel des Programmvolumens in der untersuchten Prime Time bestehen aus Musik. Der Musikanteil von Radio Argovia liegt damit im Vergleich der Privatradios eher unter dem Durchschnitt.

**Pop-Stile**, wovon Pop-Rock und Pop-Disco den Hauptteil ausmachen, dominieren: Sie machen vier Fünftel des Musikprogramms von 06.00 bis 18.00 Uhr aus. Dazu kommt etwas Black-Soul/Funk (11%) und wenig Rock (6%). Andere Stile kommen nur vereinzelt vor.

Abbildung 52: Musikstile Radio Argovia (Basis: Gespielte Titel)

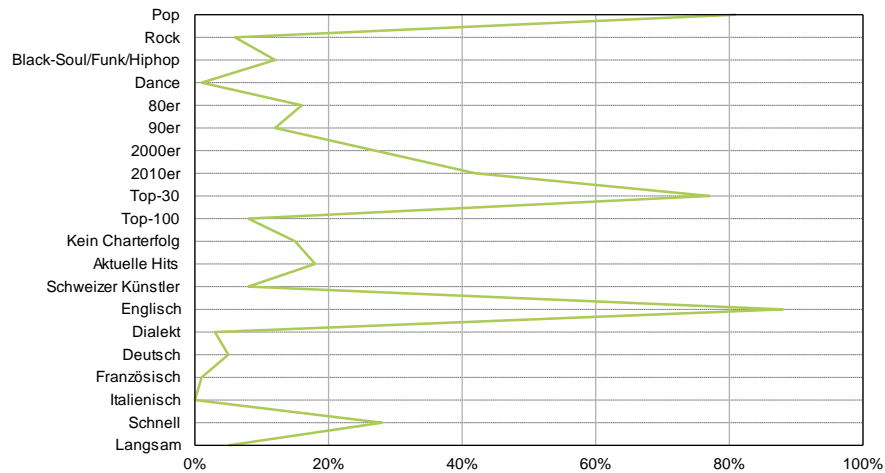


Publicom 2012

Das Musikprogramm von Radio Argovia setzt sich aus Titeln aus fünf Jahrzehnten zusammen, wobei 42% **aktuell**, d.h. nicht älter als zwei Jahre sind. Weitere 27% sind nicht älter als zwölf Jahre. Dazu kommen **Oldies** aus den 1990ern (12%) und 1980ern (16%). Nur vereinzelte Titel sind noch älter. In dieser Formatierung ist der Wille erkennbar, ein möglichst breites Publikum anzusprechen.

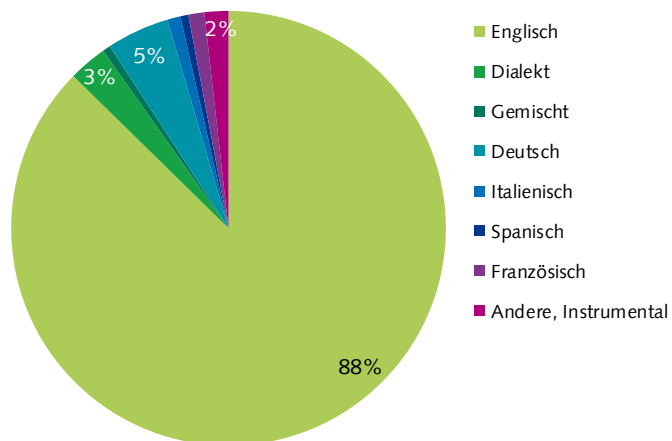
Wie die meisten Privatradios spielt Argovia vornehmlich **internationale Hits**. Nur gerade 15% der Titel waren nie in den Top 100 der USA, von UK oder Deutschland vertreten. Etwa jeder sechste Titel findet sich in den Top 30 der aktuellen Airplay-Charts.

Abbildung 53: Musikprofil Radio Argovia (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 54: Sprachen im Musikprogramm Radio Argovia (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Argovia setzt ausgeprägt auf **englischsprachige** Titel. Nur 12% der Titel sind nicht in Englisch, am ehesten noch in Deutsch (5%) oder Dialekt (3%). **Schweizer Interpreten** sind vergleichsweise schwach vertreten. Nur 8% der gespielten Titel entstammen aus einheimischer Produktion.

Das **Musikformat** von Radio Argovia ist durchschnittliches **Adult-Contemporary-Format**, das zum überwiegenden Teil aus bekannten internationalen Hits der letzten drei Jahrzehnte besteht und praktisch keine polarisierenden Stile aufweist. Damit bietet es kaum Angriffsflächen und dürfte für ein breites Publikum konsumierbar sein.

### **3.1.5. Werbung und Sponsoring**

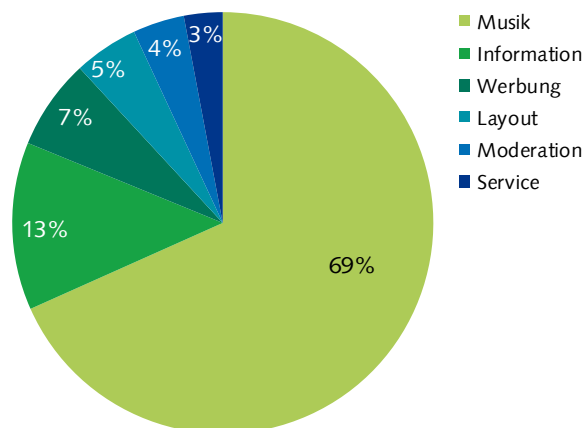
Wie Radio Basilisk ist auch Argovia sehr erfolgreich im Werbemarkt. Die 8% Werbeanteil im Programm lassen zumindest darauf schliessen und positionieren den Sender in der Deutschschweiz weit oben.

Auf klassische **Werbespots** entfallen 84% der Werbeinhalte im Programm von Argovia. 13% sind Sponsorings. 7% der Programminhalte sind gesponsert, was vergleichsweise viel ist und die Leistung des Senders im Werbemarkt unterstreicht. Gesponsert werden nicht nur Services wie Wetter und Verkehr, sondern auch verschiedene Programmelemente wie Sportinformationen, Wirtschaftsinformationen, Spiele und weitere Unterhaltungselemente. Aufgrund der vielen Sponsorings – auch im Umfeld von Nachrichtensendungen – dürfte es für das Publikum nicht immer einfach sein, zu identifizieren, welche Programminhalte gesponsert sind und welche nicht.

## 3.2. Radio 32

### 3.2.1. Programmstruktur

Abbildung 55: Programmstruktur Radio 32 (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Radio 32 hat einen wesentlich geringeren Wort- und Informationsanteil als Radio Argovia. Die **Information** nimmt 13% der Programminhalte ein, was im durchschnittlichen Rahmen liegt. Auch punkto Moderation (4%) und Services (3%) ist Radio 32 wenig auffällig. (Wort-) Unterhaltung kommt praktisch nicht vor. Layoutelemente (5%) spielen hingegen eine wichtige Rolle. Mit 7% Programmanteil in der untersuchten Prime Time ist **Werbung** ein substanzieller Bestandteil und im Programmvergleich im oberen Bereich anzusiedeln.

### 3.2.2. Formale Gestaltung des Programms

Auch Radio 32 sendet vornehmlich in **Schweizerdeutsch**. Der hochdeutsche Anteil ist mit 28% aber recht hoch. Vor allem die **Nachrichten** sind überwiegend in hochdeutscher Sprache, aber auch die – spärlich vorhandenen – Unterhaltungselemente. Wie andere Privatradios auch präsentiert Radio 32 die regionale Information und meistens auch den Sport in Dialekt.

Die Information von Radio 32 wird im Wesentlichen von vier Sprecherrollen geprägt: **Nachrichtensprecher** (40%), (News-) Moderatoren (27%), externe Informanten (24%) und Reporter (19%). Experten (3%) kommen nur selten vor, und Fachjournalisten fehlen gänzlich. **Männliche** Sprecher treten etwas häufiger auf als weibliche. Dies ist aber vor allem auf die Informanten zurückzuführen, wo das männliche Element klar überwiegt. In journalistischen Rollen kommen aber fast ebenso viele Frauen vor wie Männer.

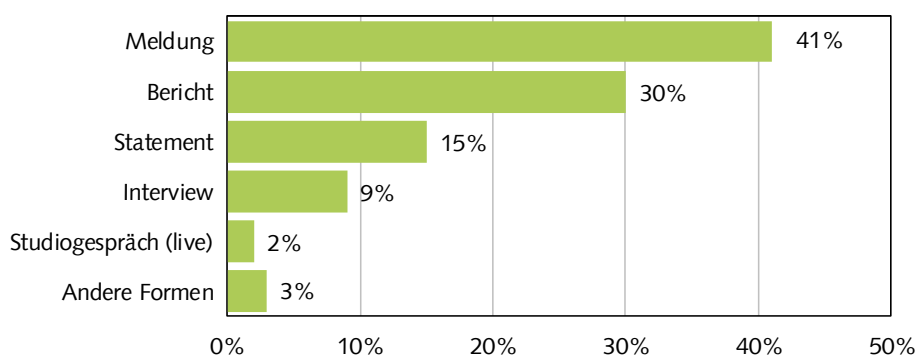
Bei den Moderationsbeiträgen sind hingegen auch bei Radio 32 die Männer klar in der Überzahl. Die **Moderation** ist aber häufig interaktiv gestaltet. Vor allem die Hörerbeteiligung ist bei Radio 32 sehr auffällig. In mehr als einem Viertel aller Moderationsbeiträge kommt das Publikum zu Wort. Aber auch Mehrfachmoderation kommt gelegentlich vor, was die Dynamik zusätzlich verstärkt.

Das **Layout** ist mit 5% im Programm relativ auffällig vertreten. Verschiedene Typen von Trailern (55%) nehmen sogar noch mehr Raum ein als die Jingles (44%), die üblicherweise das Layout am stärksten prägen. Vor allem die Sender-Website wird ausgiebig betrailert, aber auch Veranstaltungen und Programminhalte.

### 3.2.3. Information

#### 3.2.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 56: Journalistische Formen Radio 32 (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



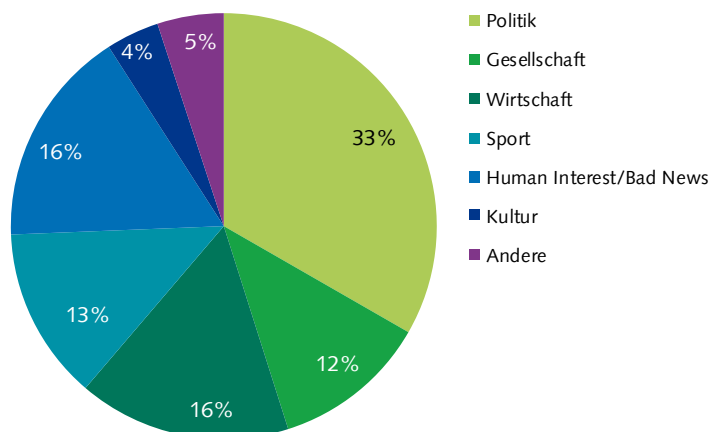
Publicom 2012

Die Information besteht auf Radio 32 je zur Hälfte aus **Nachrichtenbulletins** und Informationsbeiträgen ausserhalb der News-Blöcke. Längere Features und Reportagen fehlen fast gänzlich. Das Spektrum der eingesetzten journalistischen Formen entspricht dem der meisten privaten Stationen. Die **Meldung** (41%) ist die am häufigsten praktizierte Form, gefolgt von Berichten (30%) und Statements (15%). Dialogformen wie Interviews (9%) oder – selten – Studiogespräche (2%) ergänzen das Bild. Andere Formen, z.B. Interpretation oder Archiv-O-Töne sind selten.



### 3.2.3.2. Themen

Abbildung 57: Themen Radio 32 (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)

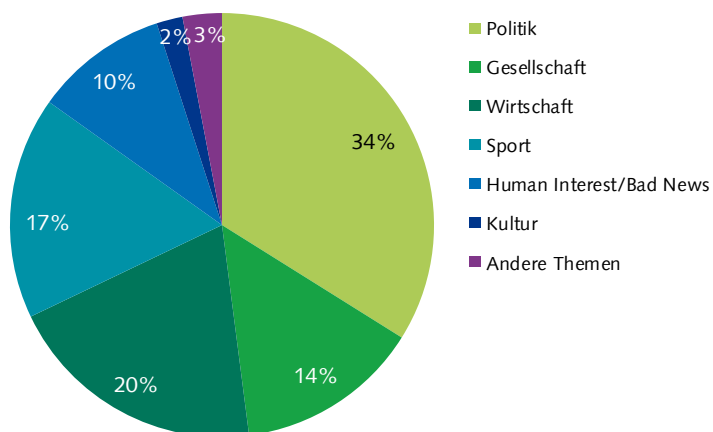


Publicom 2012

**Politik** nimmt ein Drittel der für Information aufgewendeten Zeit in Anspruch und ist somit das thematische Schwergewicht bei Radio 32. Boulevardthemen (Bad News/Human Interest) und Wirtschaft (je 16%) stehen an zweiter Stelle der Prioritätenliste, gefolgt von Sport (13%) und Gesellschaft (12%). Kultur (4%) fristet ein Randdasein.

Im Themenfeld **Politik** nehmen Finanzen/Steuern (8%) und Energie- (5%) und Bildungspolitik (4%) den meisten Raum ein. Unter den Boulevardthemen dominiert **Human Interest** (5%), und Wirtschaft bedeutet fast ausschliesslich Berichterstattung zu einzelnen **Unternehmen** (15%). Eishockey und Fussball (je 4%) machen einen Grossteil der Sportberichterstattung aus, aber auch andere Sportarten kommen recht häufig vor.

**Abbildung 58: Themen im Versorgungsgebiet Radio 32** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Solothurn, Bern, Aarau, KR Solothurn, KR Olten-Thal, KR Ob- u. Nid- u. Aargau, Dauer)

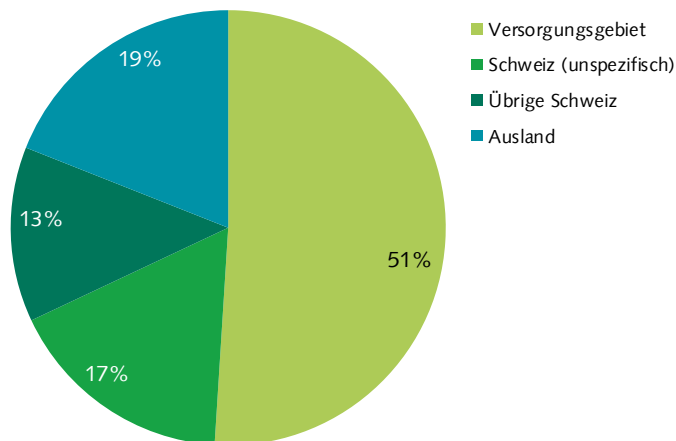


Publicom 2012

Mehr als die Hälfte der gesamten Informationen, die sich geografisch zuordnen lassen, befasst sich mit Ereignissen im **Konzessionsgebiet** von Radio 32. Dies entspricht knapp **23 Minuten** pro Tag, was sogar etwas mehr ist als bei Radio Argovia, dessen Konzessionsgebiet sich über weite Strecken mit dem Versorgungsraum von Radio 32 deckt. Auch die Regionalberichterstattung befasst sich am häufigsten mit **Politik** (34%), **Wirtschaft** (20%) beansprucht aber ebenfalls viel Raum; v.a. die Schliessung der Papierfabrik Biberist wurde breit thematisiert. Regionaler **Sport** (17%) hat ebenfalls einen hohen Stellenwert, insbesondere eine Volkssportveranstaltung (Slowup Solothurn Buechibärg) fand grosse Aufmerksamkeit. Gesellschaftsthemen (14%) und Bad News/Human Interest (10%) komplettieren den regionalen Themen-Mix. Kultur (2%) ist hingegen als regionales Thema praktisch bedeutungslos.

### 3.2.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 59: Ereignisorte Radio 32** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Solothurn, Bern, Aarau, KR Solothurn, KR Olten-Thal, KR Oberaargau, KR Aarau)



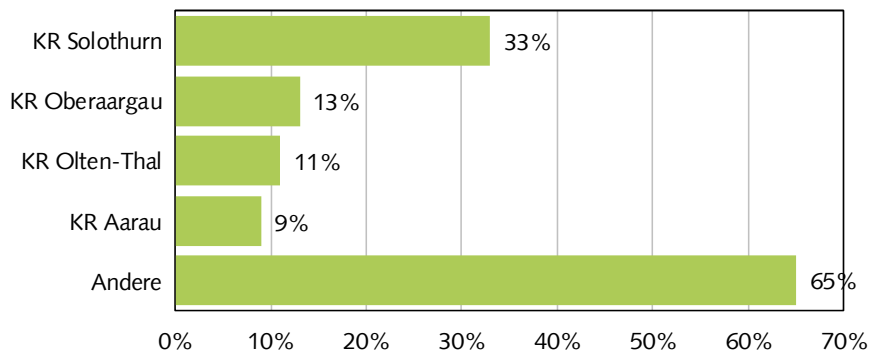
Publicom 2012

Die **Auslandinformation** beansprucht im Programm von Radio 32 nur 19%, was im Programmvergleich wenig ist. Nationales Geschehen ist mit 17% auch eher schwach thematisiert, umso stärker vertreten sind Ereignisse im **Konzessionsgebiet** (51%). Radio 32 ist somit stärker regional ausgerichtet als viele andere Privatradios.

Zwar fokussiert auch Radio 32 stark auf den **Standort-KR**: Solothurn und die anderen Gebiete im KR Solothurn absorbieren mehr als einen Fünftel der gesamten Information mit Ortsbezug. Die übrigen Gebiete des Versorgungsraums, KR Oberaargau (8%), KR Aarau, KR Olten-Thal (je 5%) sind aber recht gleichmässig abgedeckt.

Die Betrachtung nach **regionalen Bezügen** bestätigt dieses Bild weitgehend: Am häufigsten entfallen Regionalbezüge auf den KR Solothurn (33%). Es folgen KR Oberaargau (13%), KR Olten-Thal (11%) und KR Aarau (9%). Der wirtschaftlich wichtige KR Zürich (10%) zieht allerdings auch erstaunlich viele Regionalbezüge auf sich, obwohl dieser ja nicht im Konzessionsgebiet von Radio 32 liegt.

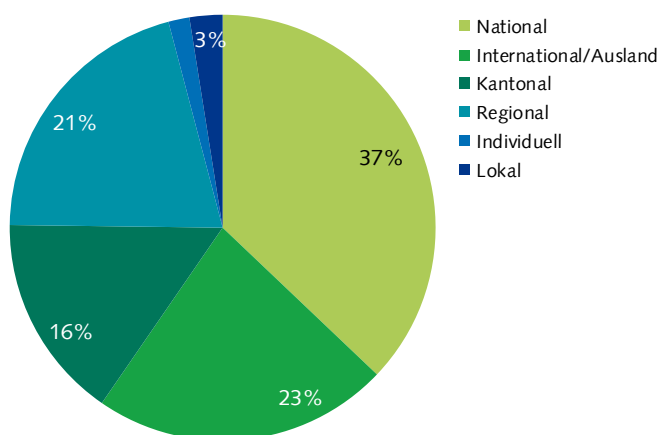
Abbildung 60: Regionalbezüge Radio 32 (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

### 3.2.3.4. Themenreichweite

Abbildung 61: Themenreichweite Radio 32 (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)

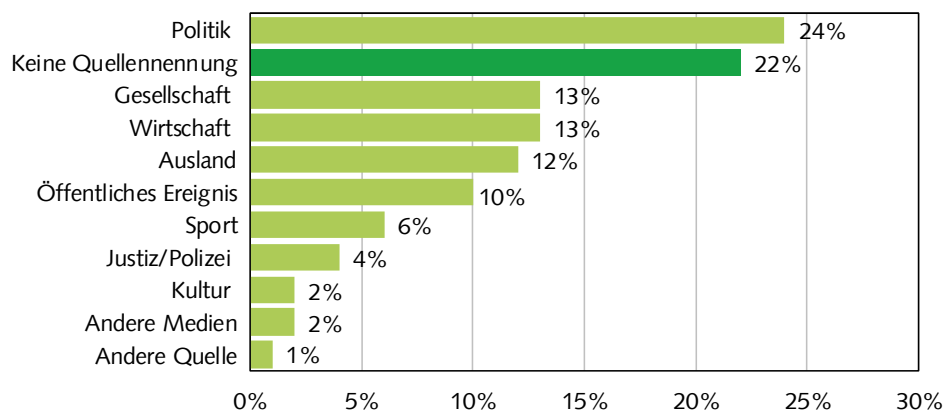


Publicom 2012

Obwohl die Information von Radio 32 stark auf regionales Geschehen ausgerichtet ist, hat über ein Drittel des Informationsoutputs **nationale** Reichweite. Dies bedeutet, dass häufig über Geschehen in der Region berichtet wird, das nationale Ausstrahlung hat. Dazu gehört insbesondere auch die Berichterstattung rund um die Schliessung der Papierfabrik Biberist. Mehr als ein Fünftel der Informationsbeiträge sind von internationaler Reichweite, während rund zwei Fünftel Ereignisse von lokaler, regionaler oder kantonaler Reichweite ist.

### 3.2.3.5. Quellen

Abbildung 62: Quellen Radio 32 (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

In 22% der Informationsbeiträge unterbleibt eine **Quellennennung**. Die diesbezügliche Transparenz ist also etwas grösser als bei Radio Argovia. Auslandsquellen (12%) spielen eine nicht sehr grosse Rolle. Am präsentesten sind die Quellen aus der **Politik** (24%), gefolgt von solchen aus Wirtschaft und Gesellschaft (je 13%).

Radio 32 verschafft den **Behörden** (13%) mehr Gehör als der Legislative (10%), wobei sich das Übergewicht der Exekutive im Rahmen hält. Vor allem die kantonalen Behörden (7%) kommen sehr häufig zu Wort.

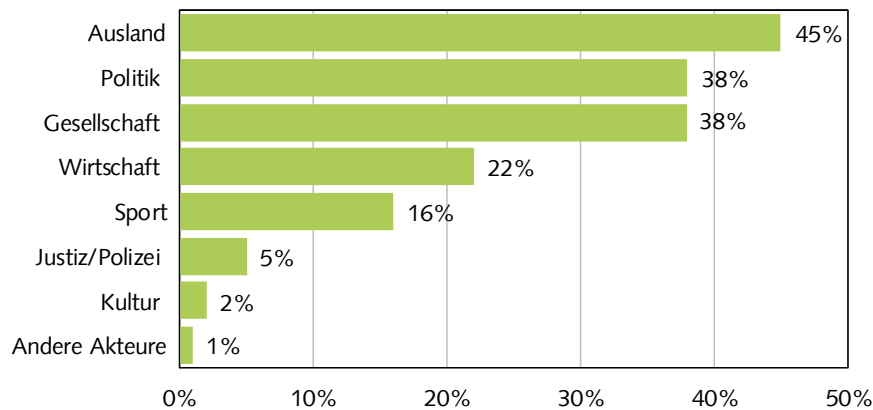
Wenn sich Quellen aus dem Wirtschaftsbereich artikulieren, so handelt es sich überwiegend um **Unternehmen** und deren Repräsentanten (9%), die ein weit stärkeres Gewicht haben als Gewerkschaften und Berufsverbände (1%), obwohl etwa das Geschehen rund um die Papierfabrik Biberist vor allem die Arbeitsplatzthematik in den Vordergrund rückte.

Bei Quellen aus dem Gesellschaftsbereich handelt es sich vornehmlich um **Privatpersonen** (5%) und Prominente (2%).

Der **Quellenzugang** wird in 63% der Informationsbeiträge nicht offen gelegt. Insbesondere in den Nachrichtenbulletins wird nur selten klar, woher die Redaktion die Information hat. Dies ist insbesondere bei Bad News und politischen Themen überdurchschnittlich oft der Fall. Der Anteil der Informationen, wo das Publikum über den Entstehungszusammenhang vollends im Ungewissen gelassen wird, d.h. weder eine Quelle noch der Quellenzugang offen gelegt wird, liegt bei fast einem Viertel.

### 3.2.3.6. Akteure

Abbildung 63: Akteure, gruppiert Radio 32 (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

**Auslandakteure** erscheinen in 45% der Berichterstattung, wo Akteure identifiziert werden können. **Politische** und **gesellschaftliche** Akteure (im Inland) erscheinen in je 38% der Informationsbeiträge. Häufiger treten auch Akteure aus Wirtschaft (22%) und Sport (16%) in Erscheinung.

Die **Exekutive** (20%) tritt häufiger auf als die Legislative (14%), was sich bereits bei der Analyse der Quellen gezeigt hat. Insbesondere **kantonale Behörden** (12%) haben eine auffällige Präsenz in der Berichterstattung von Radio 32. Eher wenig präsent ist die Landesregierung (4%). Stark im Fokus stehen Akteure der FDP (5%), sie haben mehr Präsenz als alle anderen Parteien zusammen, was im Wesentlichen auf die ausführliche Berichterstattung über den letzten Parlamentstag von Ständerat Büttiker zurückzuführen ist.

**Privatpersonen** (26%) sind die am häufigsten auftretenden Einzelakteure. Stark in Erscheinung treten auch Unternehmen (18%) und Sportakteure (16%), die alle eine noch stärkere Präsenz im Programm von Radio 32 haben als die wichtigsten Politakteure.

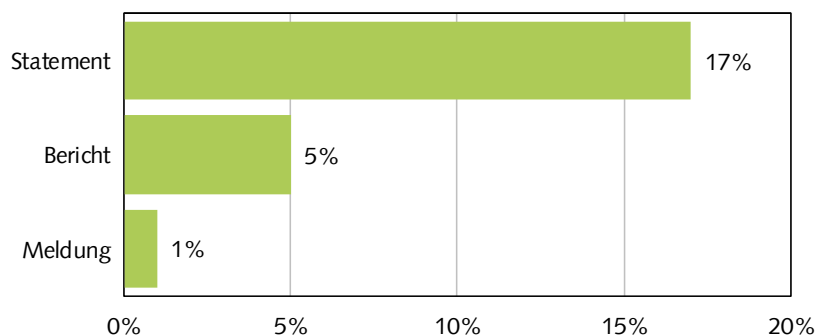
### 3.2.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Radio 32 favorisiert wie viele Medien die **exekutiven** gegenüber den legislativen Kräften sowohl bei den Quellen als auch bei den Akteuren. Ungleich verteilt sind auch die politischen Parteien: Die **FDP** erhält viel mehr Aufmerksamkeit und kann sich auch weit häufiger als Quelle einbringen als die übrigen Parteien, von denen einzig die SP und die SVP (als Quelle) noch ab und zu in Er-

scheinung treten. Die Vorzugsstellung der FDP ist aber mit einiger Wahrscheinlichkeit auf ein Einzelereignis zurückzuführen (letzter Sessionstag des Solothurner FDP-Ständerates), über das aussergewöhnlich ausgiebig informiert wurde, was die Ergebnisse entsprechend beeinflusst hat.

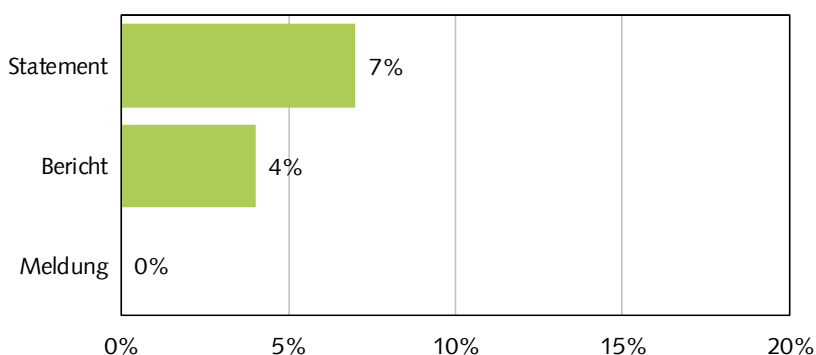
Radio 32 leuchtet nur selten ein Thema aus verschiedenen **Perspektiven** aus. Nur in 5% der Informationsbeiträge wird in einem gegebenen thematischen Kontext auf eine andere Perspektive hingewiesen oder eine solche dargestellt. Noch seltener geschieht dies in Bezug auf verschiedene **Meinungspositionen**. Nur gerade in 2% der Informationsleistung wird das Publikum über eine kontroverse Meinung zu einem bestimmten Sachverhalt ins Bild gesetzt. Aufgrund der Berichterstattung kann sich somit die Hörerschaft von Radio 32 kaum einen Überblick über verschiedene Meinungen und Perspektiven zu einem Thema verschaffen.

Abbildung 64: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio 32 (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Abbildung 65: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio 32 (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

### 3.2.3.8. Aktualität

In 23% der Informationsbeiträge erfährt das Publikum nichts über den Zeitpunkt eines Geschehens. In diesen Fällen ist die Beurteilung der zeitlichen Aktualität nicht möglich. In 58% der Informationen ist jedoch eine Identifikation als **tagesaktuell** zweifelsfrei möglich. Wochenaktuell sind 12%, weniger als wochenaktuell 7% der Beiträge.

### 3.2.4. Übrige Wortinhalte

**Services** beanspruchen bei Radio 32 3% der Programmzeit in der Prime Time. Mehr als die Hälfte der Serviceinformationen entfallen auf **Wettermeldungen** (52%), weitere 27% auf **Verkehrshinweise**. Die restlichen Services bestehen aus Börsennews, Programm- und Medienhinweisen, wobei Radio 32 ebenso oft auf andere Medien verweist wie auf die gruppeneigenen (insbesondere eigene Homepage). Kino- und Veranstaltungstipps fehlen praktisch gänzlich.

**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio 32 kaum vorzufinden.

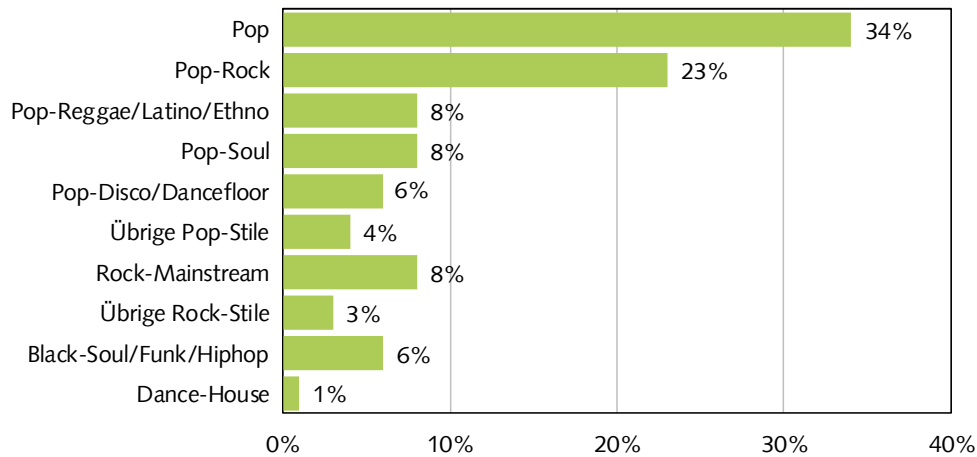
### 3.2.5. Musik

Musik ist mit 69% Anteil das wichtigste Programmelement in der untersuchten Prime Time.

Stilistisch ist das Musikformat von Radio 32 ähnlich zusammengesetzt wie dasjenige fast aller Privatradios: Verschiedene **Pop-Stile** machen mehr als vier Fünftel der gespielten Titel aus. Im Vergleich etwa zu Radio Argovia setzt Radio 32 aber stärker auf Soul- und Reggae-Varianten im Pop-Universum anstatt auf Disco-Pop. Dazu kommt eine grössere Prise **Rock** (11%) und etwas Black-Soul/Funk (5%).



Abbildung 66: Musikstile Radio 32 (Basis: Gespielte Titel)

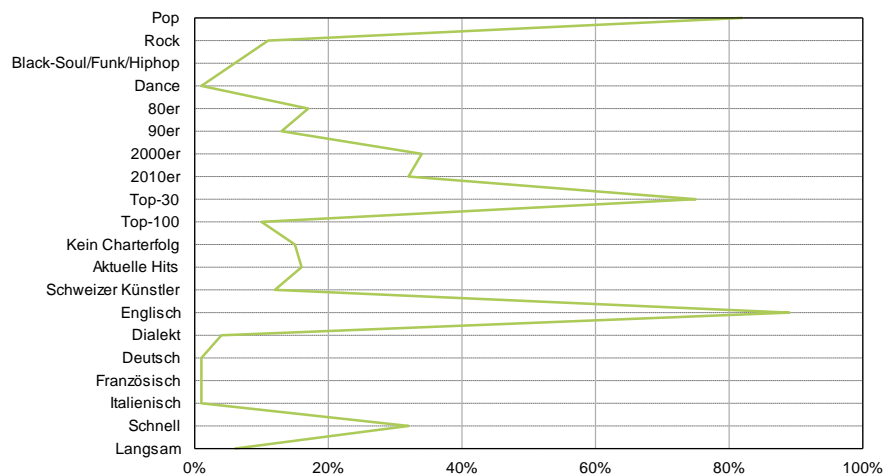


Publicom 2012

Knapp ein Drittel der Titel ist **aktuell**, also nicht älter als zwei Jahre. Ein weiteres Drittel ist nicht älter als zwölf Jahre alt. Bei 30% handelt es sich um Oldies aus den 1990er und 1980er Jahren. Ein paar wenige der gespielten Titel entstammen den 1970er Jahren (4%).

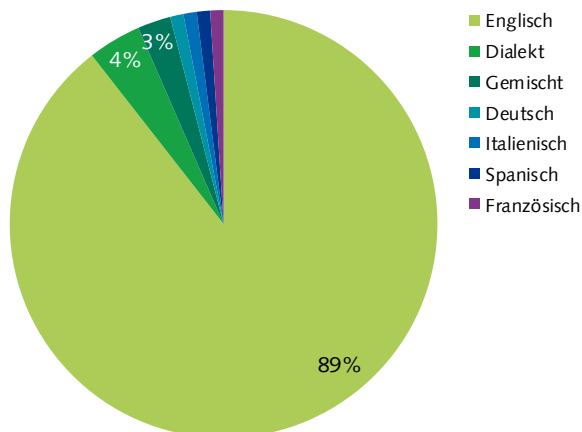
Die gespielte Musik setzt sich bis auf wenige Ausnahmen aus **internationalen Hits** zusammen. Nur 15% der Titel waren nie in den Top 100 der USA, von UK oder Deutschland vertreten. 13% der Titel sind in den aktuellen Verkaufs- oder Airplay-Charts vertreten.

Abbildung 67: Musikprofil Radio 32 (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 68: Sprachen im Musikprogramm Radio 32 (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Radio 32 setzt noch etwas stärker auf **englischsprachige** Titel als zum Beispiel Radio Argovia. Nur 11% der Titel sind nicht in Englisch, am ehesten noch in Dialekt (4%). **Schweizer Interpreten** kommen immerhin in 12% der Titel zum Zug.

Das **Musikformat** von Radio 32 ist ein typisches mehrheitsfähiges **Adult-Contemporary-Format** mit einem Schwergewicht auf internationalen Pop-Hits der letzten drei Jahrzehnte, die mit etwas Rock und Black-Soul/Funk angereichert sind. Die Unterschiede beispielsweise zu Radio Argovia sind minim.

### 3.2.6. Werbung und Sponsoring

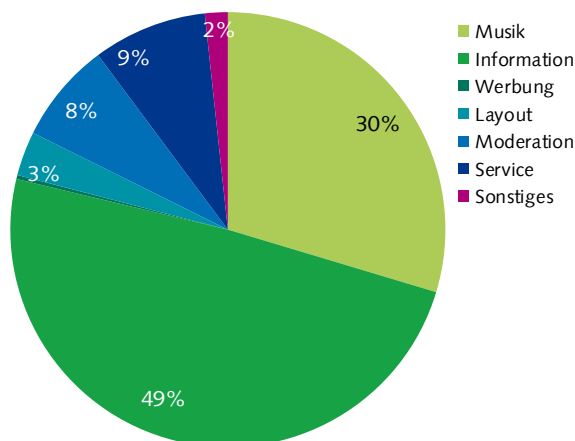
Radio 32 schafft einen Werbeanteil von knapp 7%. Gegen vier Fünftel der Werbeinhalte sind **Spots** (78%). Auf Sponsorings entfallen 17%, das sind immerhin vier Minuten täglich während der Prime Time.

6% der Programminhalte sind **gesponsert**. Es handelt sich v.a. um Services wie Wetter, Börse und Verkehr, aber auch Sportinformationen und Spiele.

### 3.3. DRS 1/Aargau-Solothurn

#### 3.3.1. Programmstruktur

Abbildung 69: Programmstruktur DRS 1 /Aargau-Solothurn (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Da das Programm von DRS 1 in der untersuchten Prime Time bis auf die Regionaljournale identisch ist, unterscheidet sich die Programmstruktur von DRS 1/Aargau-Solothurn nur minim von DRS 1/Basel (vgl. Kap. 2.3). Der Informationsanteil ist bei DRS 1/Aargau-Solothurn um zwei Prozent geringer, was durch einen etwas höheren Anteil von Musik, Moderation und Services ausgeglichen wird.

#### 3.3.2. Formale Gestaltung des Programms

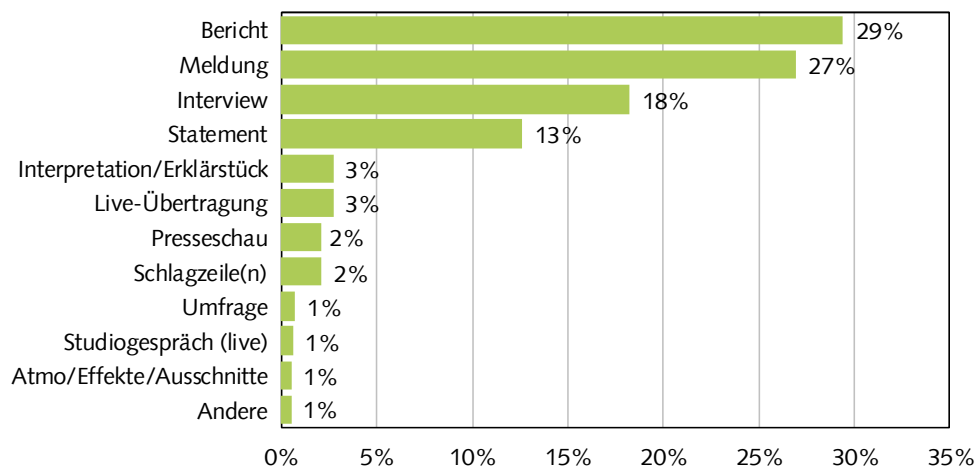
Auch die Verteilung der **Sprachen**, **Sprecherrollen** und der männlichen bzw. weiblichen **Stimmen** sowie der **Layout**-Elemente ist bis auf kleinste Abweichungen gleich wie bei DRS 1/Basel. Die formale Gestaltung der verschiedenen DRS 1 – Regionalprogramme ist somit nahezu identisch.

### 3.3.3. Information

#### 3.3.3.1. Journalistische Formen

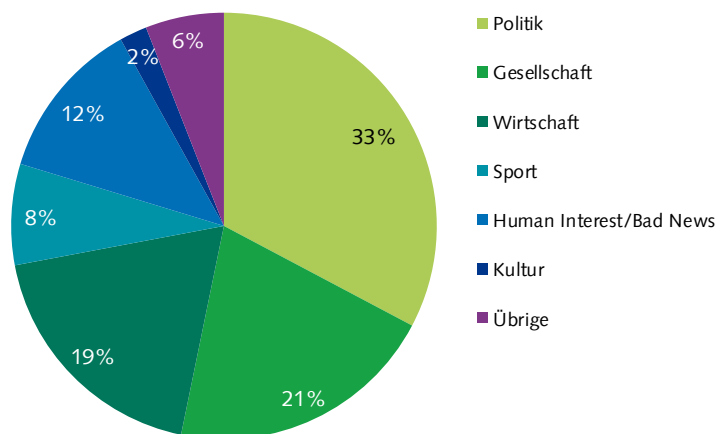
Das Spektrum der journalistischen Formen ist in den untersuchten DRS-Regionalprogrammen weitgehend **identisch**. Bei DRS 1/ Aargau-Solothurn machen Nachrichtenbulletins lediglich 24% der Informationsleistung aus, das ist sogar noch etwas weniger als bei DRS 1/ Basel. Insgesamt schwankt der Anteil der verwendeten journalistischen Formen zwischen den beiden DRS-Regionalprogrammen, Basel und Aargau-Solothurn, um maximal ein Prozent.

Abbildung 70: Journalistische Formen Radio DRS 1 / Aargau-Solothurn (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



### 3.3.3.2. Themen

Abbildung 71: Themen Radio DRS 1 / Aargau-Solothurn (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



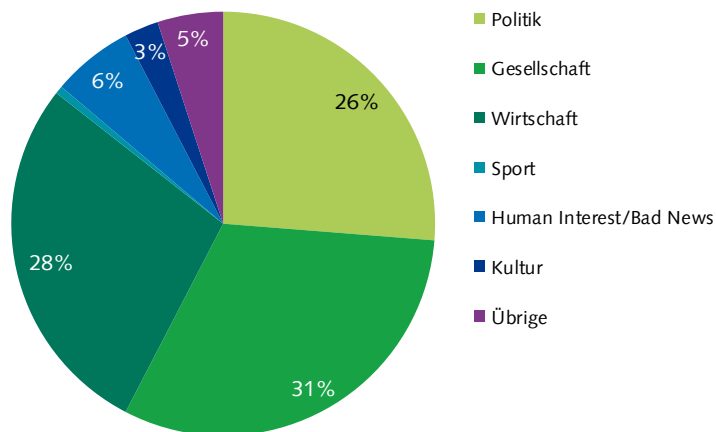
Publicom 2012

DRS 1/Aargau-Solothurn unterscheidet sich beim Themen-Mix etwas stärker von den anderen DRS-Regionalprogrammen – bei allerdings sehr ähnlichen Gewichtungen. **Politik** (33%) ist ebenfalls Hauptthema wie bei DRS 1/Basel wird aber um eine Spur geringer gewichtet. Dafür hat **Gesellschaft** (21%) einen um zwei Prozent höheren Anteil an der Information. Auch **Wirtschaft** (19%) hat etwas mehr Anteil, wohingegen **Kultur** (2%) ein noch geringeres Gewicht hat als im Basler DRS-Regionalprogramm.

Etwas auffälliger sind die Unterschiede, wenn die einzelnen Themenbereiche im Detail analysiert werden: DRS 1/Aargau-Solothurn rückt die **Finanz- und Steuerpolitik** sowie die **Aussenpolitik** (je 4%) ins Zentrum, während die **Parteipolitik** (3%) etwas weniger Gewicht hat.

In den Themenbereichen **Gesellschaft** und **Wirtschaft** dominieren ebenfalls **soziale Probleme/Armut** (7%) und **Unternehmensthemen** (8%).

**Abbildung 72: Themen im Versorgungsgebiet DRS 1 /Aargau-Solothurn** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort Aarau, Solothurn, KR Aarau, KR Fricktal, KR Baden, KR Freiamt, KR Solothurn, KR Olten/Thal; Dauer)



Publicom 2012

Die Berichterstattung über die **Region Aargau-Solothurn** nimmt 16% der Informationsleistung mit Ortsangabe in Anspruch. Das sind **26 Minuten** täglich – drei bzw. vier Minuten mehr als die beiden regionalen Privatradios, Radio 32 bzw. Radio Argovia.

DRS 1/Aargau-Solothurn setzt indessen andere Schwerpunkte in der regionalen Information als die beiden Privatradios der Region: **Gesellschaftsthemen** (31%) und **Wirtschaft** (28%) haben einen höheren Stellenwert als Politik (26%). Bad News/Human Interest (6%) spielt in der Regionalinformation eine geringe Rolle. Noch weniger Gewicht haben Kultur (3%) und Sport (1%).

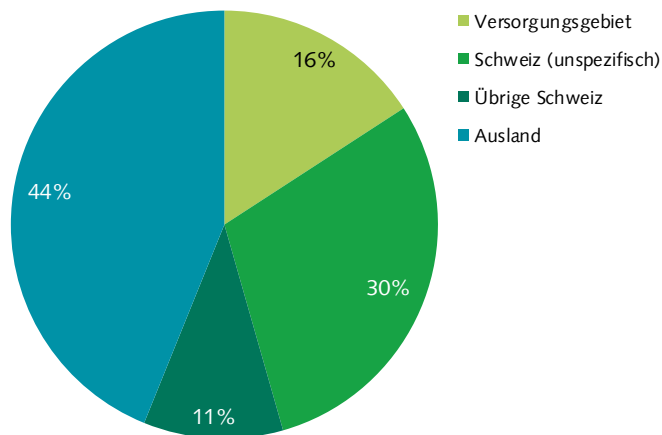
Am stärksten thematisiert DRS 1/Aargau-Solothurn regionale **Unternehmen** (19%), etwa in Zusammenhang mit den Halbjahresergebnissen der Pharmafirma Siegfried, dem Umbau des Thermalbads Schinznach oder der Schliessungsankündigung der Papierfabrik Biberist.

Auch das Thema **Freizeit** (10%) erhält viel Raum im regionalen Themen-Mix von DRS 1/Aargau-Solothurn, ebenso wie **Tiere** (5%). Wirtschafts-, Energie- und Parteipolitik (je 5%) sind die wichtigsten Themen der regionalen **Politikberichterstattung**.

DRS 1/Aargau-Solothurn unterscheidet sich in seinem regionalen Themen-Mix recht deutlich von den regionalen Privatradios, was insgesamt zu einer für das Publikum erfreulichen thematischen Angebotsvielfalt beiträgt.

### 3.3.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 73: Ereignisorte DRS 1/ Aargau-Solothurn** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: Aarau, Solothurn, KR Aarau, KR Fricktal, KR Baden, KR Freiamt, KR Solothurn, KR Olten/Thal)

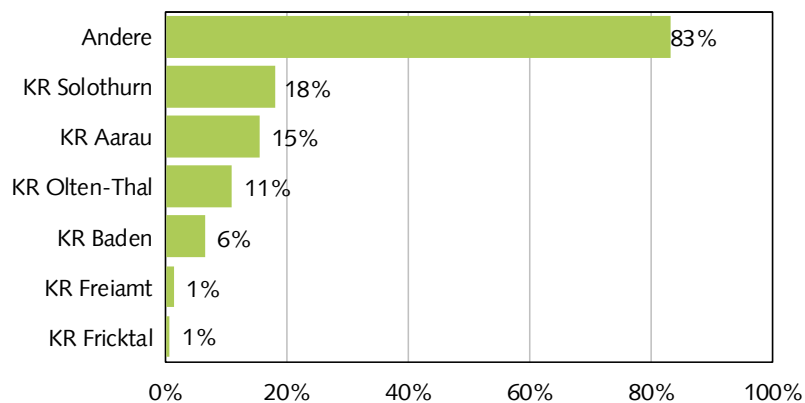


Publicom 2012

DRS 1/Aargau-Solothurn unterscheidet sich bezüglich der geographischen Aufmerksamkeitsverteilung kaum von den anderen DRS-Regionalprogrammen. Das **Ausland** (44%) und nationale Ereignisse (30%) beanspruchen rund drei Viertel der Informationsleistung. Auf regionale Ereignisse entfallen 16%, auf die übrige Schweiz 11%.

Die Verteilung der **Regionalberichterstattung** auf die verschiedenen regionalen Kommunikationsräume ist recht gleichmässig und keineswegs nur auf die regionalen Zentren Aarau (1%) und Solothurn (1%) konzentriert. Insgesamt erhalten die KR Aarau (6%) und Solothurn (5%) zwar am meisten Aufmerksamkeit, berücksichtigt werden aber auch die KR Olten-Thal (3%), Baden (2%) und Freiamt (1%). Nur der **KR Fricktal** wird auch im DRS-Regionalprogramm praktisch ignoriert.

Abbildung 74: Regionalbezüge DRS 1/Aargau-Solothurn (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

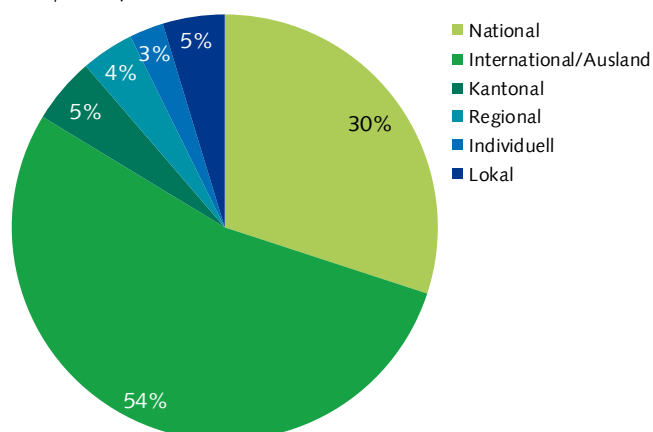


Publicom 2012

Die Analyse der **Regionalbezüge** in der untersuchten Programmstrecke von DRS 1 Aargau-Solothurn zeigt ein ähnliches Bild wie bei den anderen DRS-Regionalprogrammen: Die Mehrheit der Regionalbezüge betrifft Gebiete ausserhalb der Region Aargau-Solothurn. Dennoch können die KR Solothurn (18%) und Aarau (15%) am meisten regionale Bezüge auf sich vereinen. Fast ebenso wichtig ist aber der KR Zürich (15%), und selbst der KR Jura (8%) wird häufiger angesprochen als die kleineren KR im Versorgungsgebiet des Regionalprogramms

### 3.3.3.4. Themenreichweite

Abbildung 75: Themenreichweite DRS 1/Aargau-Solothurn (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



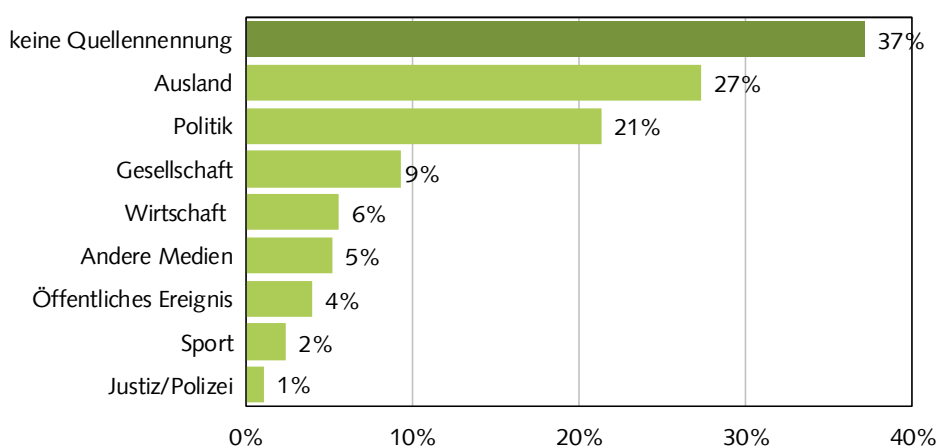
Publicom 2012



Die Struktur der Themenreichweite auf DRS 1/Aargau-Solothurn ist nahezu identisch mit den anderen DRS-Regionalprogrammen: Mehr als vier Fünftel der präsentierten Themen sind von **nationaler** (30%) oder **internationaler** (54%) Reichweite.

### 3.3.3.5. Quellen

Abbildung 76: Quellen DRS 1/Basel (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

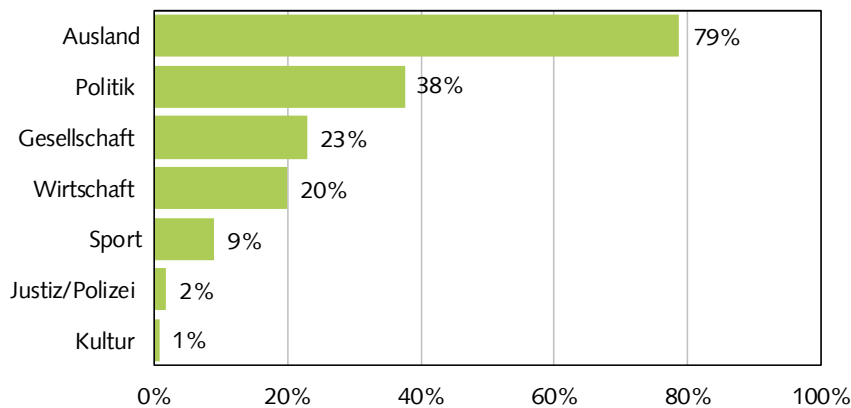
DRS 1/Aargau-Solothurn unterscheidet sich in der Quellenstruktur nur geringfügig von den anderen DRS-Regionalprogrammen. Sehr häufig erfolgt auch hier **keine** Bezeichnung der Quellen (37%). Der Anteil an (deklarierten) **Ausland**quellen liegt bei 27%. Das **politische System** (21%) hat ebenfalls einen hohen Stellenwert, wird aber etwas weniger als Quelle verwendet als bei DRS 1/Basel.

Die aufgrund der geringen Quellentransparenz beschränkt aussagekräftige Detailanalyse der Quellenstruktur zeigt das typische Übergewicht der Exekutive (13%) gegenüber der Legislative (8%). Soweit auf Parteien als Quellen zurückgegriffen wird, sind es, wie in den anderen DRS-Regionalprogrammen, die **Grünliberalen** (3%), die mit Abstand am häufigsten ihre Standpunkte einbringen können. Von den übrigen Parteien kommt nur die CVP (1%) noch etwas ausgiebiger zu Wort. Was die Anteile an wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und anderen Quellen anbelangt, finden sich nahezu identische Verhältnisse wie bei DRS 1/Basel, mit der Ausnahme, dass andere Medien (5%) etwas weniger häufig als Quelle verwendet werden.

Auch DRS 1/Aargau-Solothurn deklariert den **Quellenzugang** mehrheitlich nicht. Nur in 41% der Information erfährt das Publikum, wie sich die Redaktion eine Information beschafft hat.

### 3.3.3.6. Akteure

Abbildung 77: Akteure, gruppiert DRS 1/Aargau-Solothurn (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die Akteursstruktur bei DRS 1/Aargau-Solothurn unterscheidet sich nur unwesentlich von den anderen DRS-Regionalprogrammen: **Auslandakteure** (79%) beherrschen das Geschehen. Ein etwas geringeres Gewicht als in den andern DRS-Regionalprogrammen haben die inländischen Politakteure 38%.

Im Unterschied zu DRS 1/Basel steht die **Exekutive** (20%) stärker im Fokus als die **Legislative** (16%), und auch die Verteilung der politischen Kräfte präsentiert sich etwas anders: Zwar haben die **Grünliberalen** (4%) ebenfalls die grösste Aufmerksamkeit, andere Parteien finden aber nur geringe Beachtung als Akteure des Geschehens.

Sehr viel häufiger stehen **Privatpersonen** (18%), Unternehmen (17%) und Sportakteure (9%) im Zentrum des Geschehens. Auffallend ist, dass Unternehmen deutlich mehr Aufmerksamkeit finden als bei DRS 1/Basel, was vor allem mit der umfangreicheren regionalen Wirtschaftsberichterstattung auf DRS 1/Aargau-Solothurn zusammenhängt.

### 3.3.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

DRS 1/Aargau-Solothurn favorisiert die **Exekutive** gegenüber der Legislative etwas stärker als das Basler DRS-Programm. Zum einen berichtet der Sender häufiger über Behörden und deren Aktivitäten als über legislative Kräfte. Zum anderen werden diese auch als Quelle häufiger berücksichtigt.

Was die Berücksichtigung der verschiedenen politischen Richtungen betrifft, geniessen die **Grünliberalen** eine Vorzugsstellung – auch auf DRS 1/Aargau-Solothurn. Sie stehen häufiger als jede andere Partei im Zentrum des Geschehens und können ihre Positionen auch als Quelle besser einbringen. Alle anderen Parteien haben nur eine geringe, aber weitgehend ausgeglichene Präsenz.

Das **Perspektiven-** und **Meinungsspektrum** leuchtet DRS 1/Aargau-Solothurn wesentlich besser aus als die Privatsender der Region. In einem gegebenen thematischen Zusammenhang verweist DRS 1/Aargau-Solothurn in 12% der Informationsbeiträge auf eine **andere Perspektive**, in 8% der Informationen auf **kontroverse Meinungen**. Vor allem in Interviews werden sehr häufig verschiedene Perspektiven aufgezeigt, auf andere Meinungen verweist der Sender häufig in ausführlichen Berichten. Damit kann sich die Hörserschaft von DRS 1/Aargau-Solothurn ein etwas besseres Bild über die verschiedenen Positionen zu einem gegebenen Sachverhalt machen als das Privatradiopublikum. Aber auch im Vergleich mit DRS 1/Basel schneidet DRS 1/Aargau-Solothurn besser ab. Allerdings setzt dies voraus, dass nicht nur die Nachrichtenbulletins gehört werden, denn in diesen Sendefässen wird kaum je auf eine kontroverse Position oder auf andere Perspektiven verweisen.

Abbildung 78: Andere Perspektive nach journalistischer Form DRS 1/Aargau-Solothurn (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)

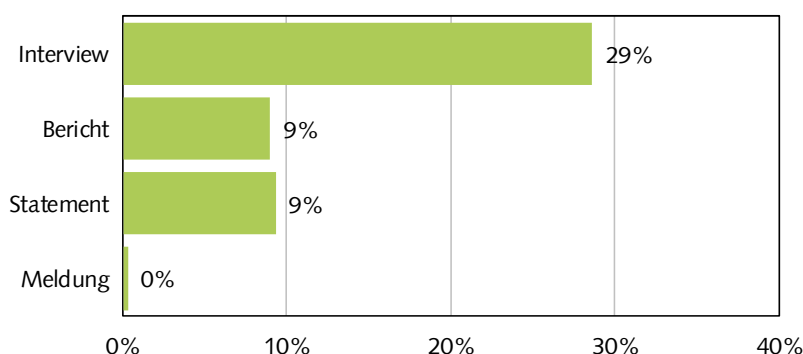
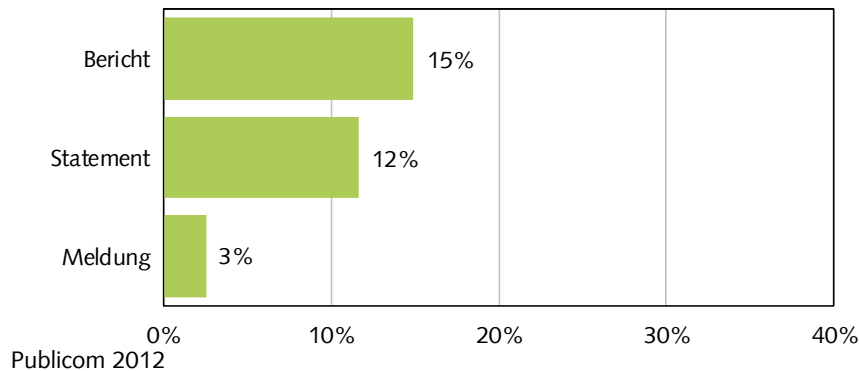


Abbildung 79: Andere Meinung nach journalistischer Form DRS 1/Aargau-Solothurn (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



### 3.3.3.8. Aktualität

Im Vergleich mit den anderen DRS-Regionalprogrammen ist punkto Aktualität der Berichterstattung kaum ein Unterschied zu erkennen. In mehr als einem Drittel der Informationsbeiträge **fehlt** die zeitliche Einordnung des Geschehens. Gut die **Hälfte** ist zweifelsfrei **tagesaktuell**.

### 3.3.4. Übrige Wortinhalte

**Service** ist auf DRS 1/Aargau-Solothurn sogar noch etwas wichtiger als bei DRS 1/Basel. Die Verteilung der verschiedenen Servicearten ist aber nahezu identisch: Wetter (43%) und Verkehr (34%) machen mehr als drei Viertel der Serviceinformationen aus. Wichtig sind zudem Hinweise auf andere Inhalte im Programm (10%). Kino- und Veranstaltungstipps, sowie Börse (je 6%) runden das Service-Angebot ab. Verweise auf Medieninhalte von Anbietern ausserhalb der SRG fehlen gänzlich.

**Wort-Unterhaltung** spielt im Programm von DRS 1/Aargau-Solothurn in der untersuchten Prime Time ebenfalls keine Rolle. Sie macht bloss 1% aller Programminhalte aus und besteht fast ausschliesslich aus Lesungen.

### 3.3.5. Sponsoring

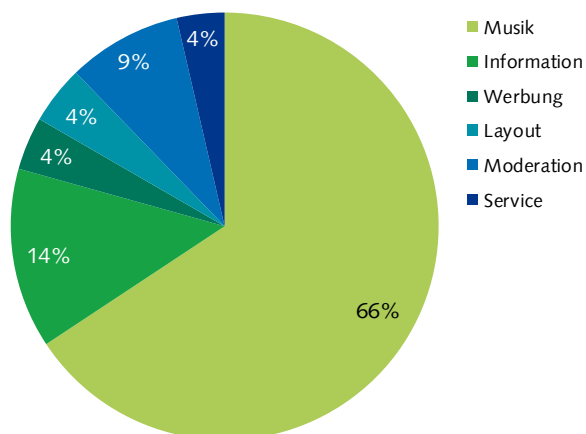
Der Umfang des Sponsorings in der Prime Time ist auf DRS 1/Aargau-Solothurn identisch wie auf dem Basler Regionalprogramm. Etwas mehr als 5% der Programmzeit sind gesponsert. Beide Privatradios der Region sind diesbezüglich aber noch erfolgreicher als Radio DRS.

## 4. Region Zentralschweiz

### 4.1. Radio Pilatus

#### 4.1.1. Programmstruktur

Abbildung 80: Programmstruktur Radio Pilatus (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Radio Pilatus hat einen vergleichsweise hohen **Moderationsanteil** (9%), während die Informationsleistung (14%) wie auch das Layout und die Services (je 4%) einen durchschnittlichen Umfang aufweisen. Musik ist mit zwei Dritteln des Programmumfangs das wichtigste Programmelement. Werbung beansprucht 4% des Programms in der Prime Time, was etwas weniger ist als bei den beiden privaten Wettbewerbern in der Zentralschweiz.

#### 4.1.2. Formale Gestaltung des Programms

Radio Pilatus bestreitet über vier Fünftel der Wortbeiträge in **Schweizerdeutsch**. Der Anteil des Hochdeutschen ist mit 18% relativ gering und konzentriert sich hauptsächlich auf die Nachrichtbulletins. Sport- und Regionalnachrichten werden allerdings in Dialekt präsentiert.

In der Information dominieren auf Radio Pilatus drei **Sprecherrollen**: Nachrichtensprecher (54%), Informanten (24%) und Reporter (18%). Dazu spielen (News-)Moderatoren (10%) noch eine gewisse Rolle. Experten (2%) werden nur selten beigezogen, Fachjournalisten fehlen gänzlich. **Männliche Stimmen** haben in fast allen Sprecherrollen ein starkes Übergewicht gegenüber weiblichen, insbesondere auch bei den Informanten. Einzig die Rolle des Nachrichtensprechers wird etwas häufiger von einer Frau wahrgenommen.

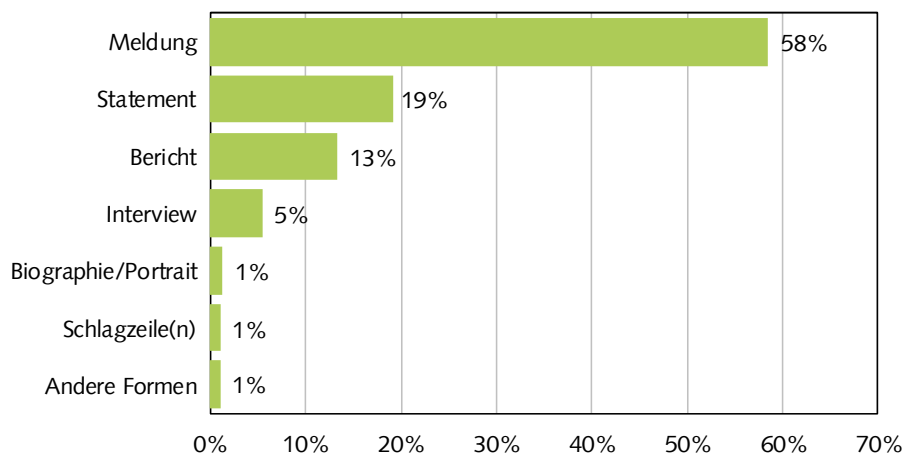
In den **Moderationsbeiträgen** ist die Dominanz der Männerstimmen noch grösser. Einzig bei Hörerinteraktionen kommen etwas häufiger Frauen zu Wort. Ansonsten werden die Moderationen in der Regel von einer Person bestritten, Doppelmoderationen kommen so gut wie nie vor.

Das **Layout** nimmt 4% des Programms in Anspruch, bewegt sich somit im üblichen Rahmen. Gut die Hälfte der Layoutelemente entfällt auf **Jingles**. Auffällig ist der intensive Einsatz von **Musik-Positionern** (20%), eines Layoutelementes, das in der Schweiz sonst eher zurückhaltend eingesetzt wird. Programm- (11%) bzw. Veranstaltungstrailer (17%) komplettieren das Layoutspektrum.

### 4.1.3. Information

#### 4.1.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 81: Journalistische Formen Radio Pilatus (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



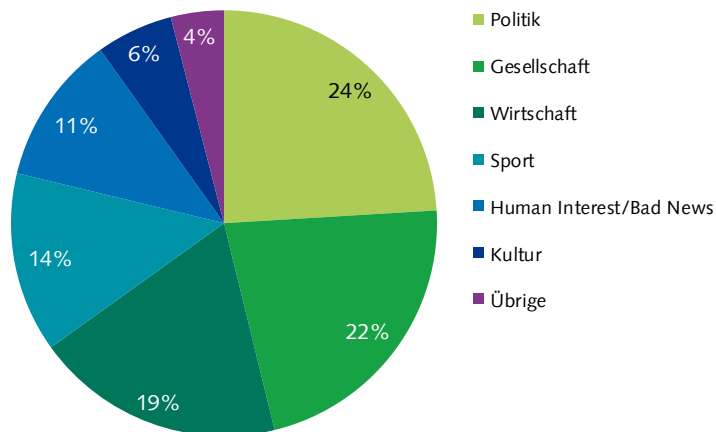
Publicom 2012

Information wird auf Radio Pilatus primär in Form von **Newsbulletins** (60%) ausgestrahlt. Komplexere Formen wie Features/Reportagen fehlen vollständig.

Das Spektrum der praktizierten journalistischen Formen ist sehr eng: **Meldungen** (58%) und **Statements** (19%) machen über drei Viertel der Informationsleistung aus. Die etwas mehr inhaltliche Substanz enthaltenden Berichte (13%) sind nicht sehr häufig, noch seltener sind Interviews (5%). Andere Formen kommen praktisch nicht vor.

#### 4.1.3.2. Themen

Abbildung 82: Themen Radio Pilatus (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



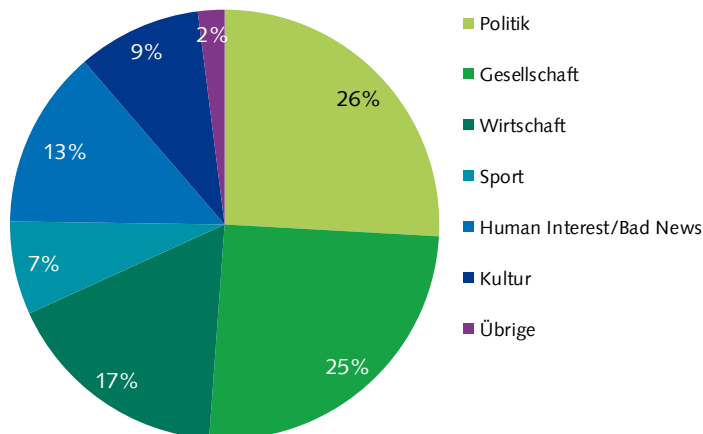
Publicom 2012

**Politik** (24%), **Gesellschaft** (22%) und **Wirtschaft** (19%) sind die thematischen Schwergewichte von Radio Pilatus. Sport (14%) und Bad News/Human Interest (11%) komplettieren das Themenspektrum, in dem Kultur (6%), wie bei manchen anderen Radios, nur schwach vertreten ist.

**Finanz- und Steuerpolitik** (10%) ist das am ausführlichsten behandelte politische Thema. Dazu wird häufiger über Wahlen/Abstimmungen (4%) und Gesundheits-/Sozialpolitik (2%) berichtet. Im Bereich der Gesellschaftsthemen stechen **Freizeit/Reisen** (5%) und Partnerschaft/Familie (4%) heraus, während bei den Boulevardthemen **Unfälle** (3%) und **Verbrechen** (4%) häufiger thematisiert werden als Prominente/Stars (3%). Sport bedeutet in erster Linie **Fussball** (8%), Wirtschaft wird schwergewichtig als **Unternehmensberichterstattung** (je 8%) thematisiert, aber es kommen auch Arbeitsweltthemen (6%) häufig zur Sprache.

Informationen über Geschehen im **Konzessionsgebiet** machen in der Prime Time von Radio Pilatus fast die Hälfte der gesamten Informationsleistung aus, das sind **23 Minuten** pro Tag. Der regionale Themen-Mix entspricht weitgehend dem allgemeinen, d.h. Politik (26%), Gesellschaft (25%) und Wirtschaft (17%) sind auch regional die wichtigsten Themen. Bad News (13%), aber auch Kultur (9%) werden regional sogar noch höher gewichtet als über alle Informationsbeiträge betrachtet.

**Abbildung 83: Themen im Versorgungsgebiet Radio Pilatus** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Obwalden, KR Schwyz, Dauer)

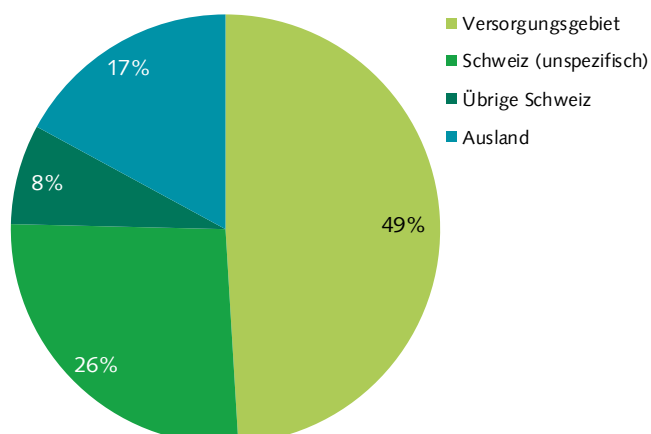


Publicom 2012

Besondere Aufmerksamkeit fanden beispielsweise **Steuerpolitik** (16%), insbesondere im Zusammenhang mit Steuersenkungsplänen des Kantons Zug, Freizeit (7%), und Fussball (5%) mit den Heimspielen des FC Luzern, aber auch einzelne Wirtschaftszweige (6%), worunter zum Beispiel die Berichterstattung über ein Fischzuchtprojekt im Kanton Luzern fiel.

#### 4.1.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 84: Ereignisorte Radio Pilatus** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Obwalden, KR Schwyz)



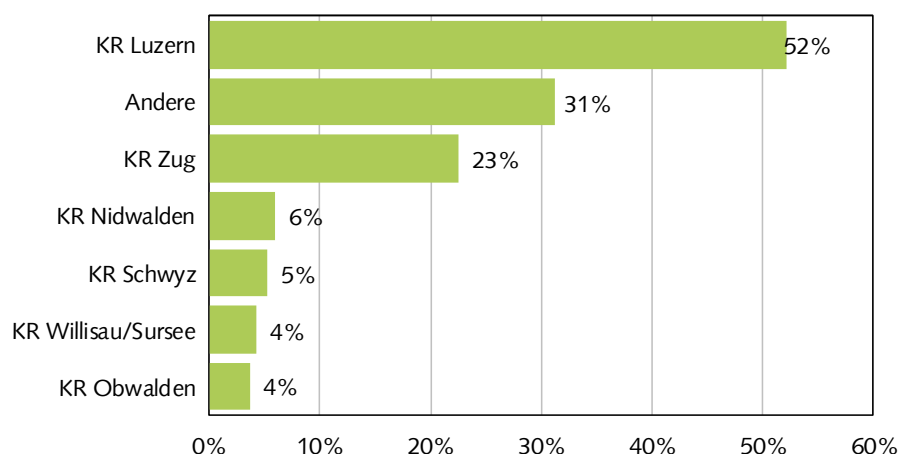
Publicom 2012



Radio Pilatus fokussiert ausgeprägt auf das **Regionale**. Ereignisse im Konzessionsgebiet sind für 49% des Informationsoutputs verantwortlich. Das Auslandsgeschehen macht lediglich 17%, nationale Ereignisse 26% der gesamten Information aus. Im Rahmen der Information über die Region konzentriert sich Radio Pilatus aber stark auf den **KR Luzern** (29%), den Standort der Station. Schon deutlich weniger Aufmerksamkeit findet der KR Zug (12%), während die übrigen KR des Konzessionsgebietes kaum Beachtung finden. Wie bei vielen anderen Programmen werden die peripheren Gebiete des Konzessionsgebietes auch bei Radio Pilatus kaum berücksichtigt.

Dieser Befund wird durch die Analyse der (beiläufigen) **regionalen Bezüge** in den Informationsbeiträgen bestätigt. Der KR Luzern (52%) vereinigt klar die meisten Regionalbezüge. Mit einigem Abstand folgt der KR Zug (23%), während auf alle übrigen KR des Versorgungsgebietes jeweils weniger Regionalbezüge fallen als auf den metropolitanen KR Zürich (12%).

Abbildung 85: Regionalbezüge Radio Pilatus (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

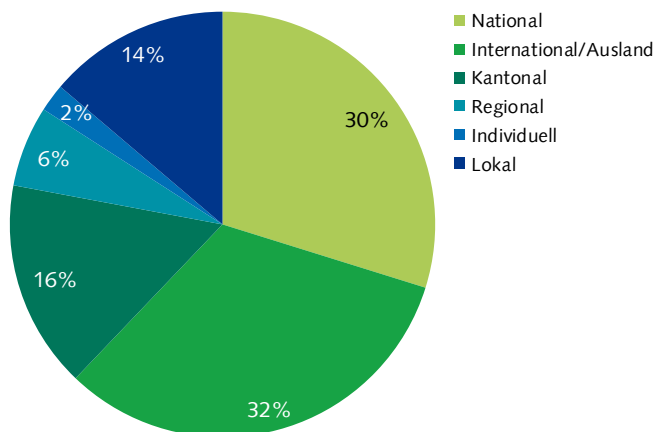


Publicom 2012

#### 4.1.3.4. Themenreichweite

Auf Themen von internationaler Reichweite entfallen bei Radio Pilatus 32% der Informationsleistung. Fast ebenso viel Programmzeit nehmen Themen von nationaler Reichweite (30%) in Anspruch. Themen von lokaler, kantonaler und regionaler Ausstrahlung summieren sich auf gut ein Drittel der Information.

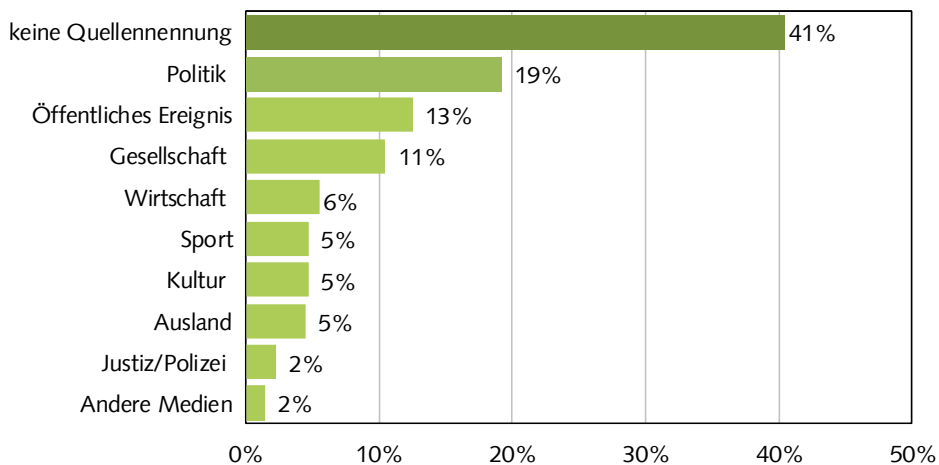
Abbildung 86: Themenreichweite Radio Pilatus (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.1.3.5. Quellen

Abbildung 87: Quellen Radio Pilatus (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

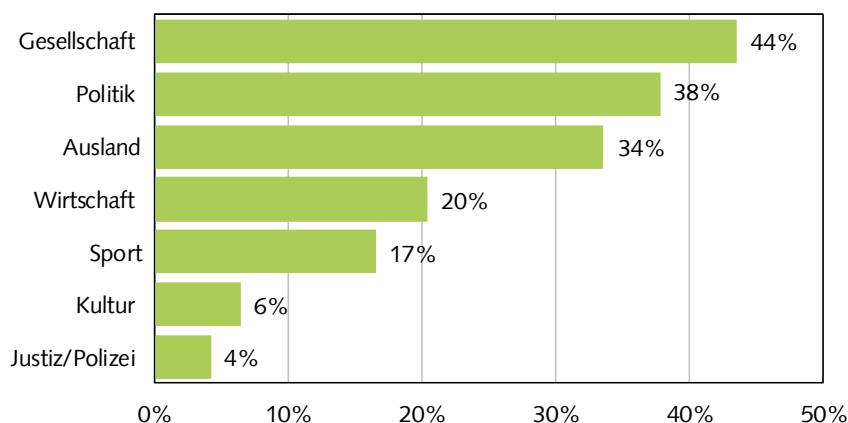
In über **zwei Fünfteln** (!) der Informationsbeiträge lässt Radio Pilatus die Quelle ungenannt. Dieser, auch im Programmvergleich weit überdurchschnittliche Wert hängt wohl stark mit den formalen Besonderheiten der Information auf Radio Pilatus zusammen, die durch einen hohen Anteil an Nachrichtenbeiträgen und Kurzmeldungen geprägt ist.

Aufgrund der geringen Quellentransparenz ist die Quellenanalyse kaum aussagekräftig. Sie zeigt jedoch einen sehr geringen Anteil an Auslandquellen (5%) an, was vermuten lässt, dass insbesondere in der Auslandberichterstattung die Quellen oft unterschlagen werden. Ferner ist ein starkes Übergewicht der **Behördenquellen** gegenüber anderen politischen Informationsurhebern zu konstatieren.

Der **Quellenzugang** wird in über zwei Dritteln der Informationsbeiträge nicht offen gelegt. Insbesondere in den Nachrichtenbulletins wird selten klar, wie die Redaktion zu ihrer Information gekommen ist. In starkem Masse fehlen die Informationen zum Quellenzugang in den Themenbereichen **Bad News**, wo so gut wie nie deklariert wird, woher die Informationen stammen. Aber auch Informationen aus Wirtschaft und Gesellschaft sind stark betroffen.

#### 4.1.3.6. Akteure

Abbildung 88: Akteure, gruppiert Radio Pilatus (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Inlandakteure aus der **Gesellschaft** (44%) treten in den Informationsbeiträgen auf Radio Pilatus am häufigsten in Erscheinung, wobei es sich überwiegend um **Privatpersonen** (33%) handelt. Unter den politischen Akteuren (38%) werden die **Landesregierung** (9%), kantonale (7%) und kommunale Behörden (5%) am häufigsten ins Zentrum gerückt. Von den nicht behördlichen Akteuren tritt vor allem das eidgenössische Parlament (5%) als Akteur in Erscheinung. **Parteien** (8%) stehen relativ selten im Fokus, wobei die einzelnen Parteien ziemlich ausgeglichen repräsentiert sind.

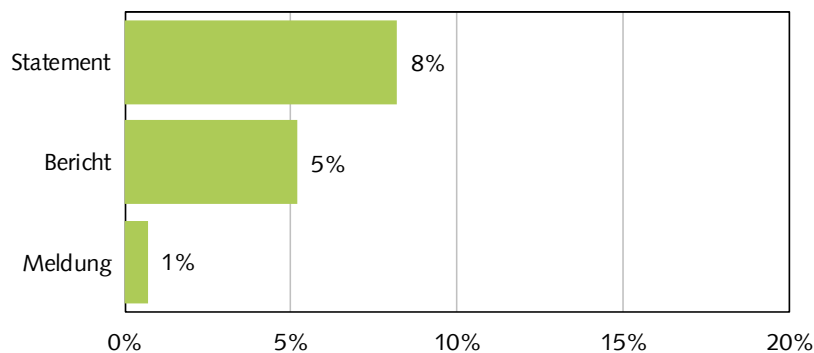
Auch **Wirtschaftsakteure** (20%), wobei es sich überwiegend um Unternehmen (17%) handelt, stehen häufig im Fokus, ebenso wie Sportakteure (17%).

#### 4.1.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Die **Behörden** haben in der Information auf Radio Pilatus ein deutlich höheres Gewicht als legislative Kräfte. Sie stehen häufiger im Zentrum der Berichterstattung und werden auch öfter als Quelle genutzt als die anderen politischen Kräfte.

Was jedoch die Präsenz verschiedener **politischer Richtungen** betrifft, zeigt sich ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen den grossen Parteien. Einzig die BDP bleibt sowohl als Quelle als auch als Akteur unbeachtet. Es ist aber zu berücksichtigen, dass die Parteien weder als Quellen noch als Akteure gross in Erscheinung treten.

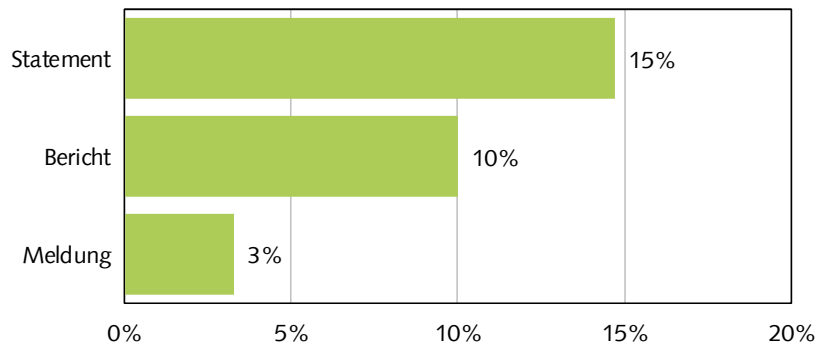
Abbildung 89: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Pilatus (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Radio Pilatus unterlässt es meistens, in einem gegebenen thematischen Kontext auf andere **Perspektiven** zu verweisen. Nur in 3% der Informationsbeiträge wird auf eine solche hingewiesen. Etwas häufiger kommt es vor, dass auf kontroverse **Meinungen** (6%) verwiesen wird. Gleichwohl dürfte es für das Publikum von Radio Pilatus recht schwierig sein, sich über ein kontroverses Thema ein umfassendes Bild zu machen.

Abbildung 90: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Pilatus (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.1.3.8. Aktualität

In rund der Hälfte der Informationsbeiträge unterbleibt eine zeitliche Einordnung des Geschehens, das heisst, die Aktualität der Informationen kann nicht bestimmt werden. Eine **tagesaktuelle** Berichterstattung findet in einem guten Drittel der Informationsbeiträge statt. Weniger als wochenaktuell sind 9% der Informationen.

#### 4.1.4. Übrige Wortinhalte

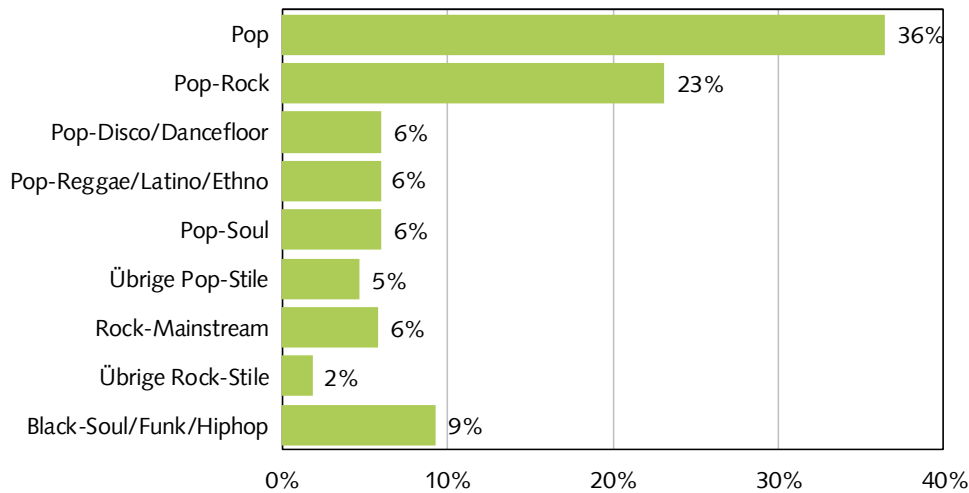
Radio Pilatus wendet in der Prime Time 4% der Programmzeit für **Services** auf. Darunter fallen überwiegend Wetter- (45%) und Verkehrsmeldungen (39%). Hinweise auf eigene Programminhalte (8%), sowie Kino-/Veranstaltungstipps und Börsenmeldungen (je 4%) ergänzen das Serviceangebot. Hinweise auf Inhalte anderer Medien kommen sozusagen nicht vor.

**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio Pilatus kaum vorzufinden.

#### 4.1.5. Musik

Zwei Drittel der Programmzeit von Radio Pilatus in der Prime Time ist für Musik reserviert. Deren Format ist stilistisch von **Pop** geprägt, der mehr als vier Fünftel der gespielten Titel ausmacht. Unter den Popstilen ist Pop-Rock etwas präsenter als andere Richtungen. Black-Soul/Funk (8%) und Rock (7%) komplettieren das Stilspektrum, das sich kaum von anderen Privatradios unterscheidet.

Abbildung 91: Musikstile Radio Pilatus (Basis: Gespielte Titel)

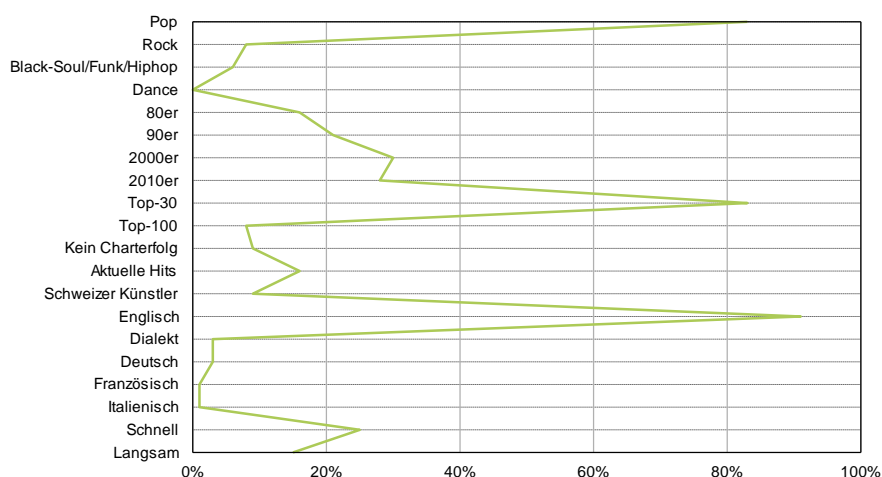


Publicom 2012

28% der Titel sind **aktuell**, d.h. innerhalb der letzten zwei Jahre erschienen. 30% sind nicht älter als zwölf Jahre. Dazu kommen Oldies aus den 1990er (21%), 1980er (16%) und 1970er Jahren (5%).

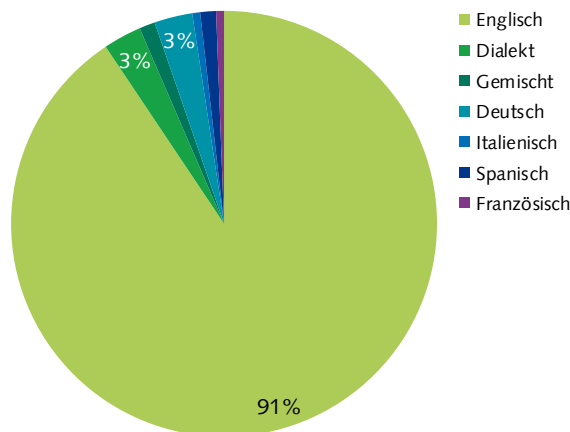
Die gespielte Musik setzt sich bis auf wenige Ausnahmen aus **internationalen Hits** zusammen. Nur 9% der Titel waren nie in den Top 100 der USA, von UK oder Deutschland vertreten. 17% der Titel sind in den aktuellen Verkaufs- oder Airplay-Charts vorzufinden.

Abbildung 92: Musikprofil Radio Pilatus (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 93: Sprachen im Musikprogramm Radio Pilatus (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Nur 9% der Titel sind nicht in **Englisch**. Nur vereinzelt werden auch deutsche oder schweizerdeutsche Titel ausgestrahlt. Schweizer Musik (9%) wird hin und wieder gespielt. Im Programmvergleich ist deren Anteil aber unterdurchschnittlich.

Das **Musikformat** von Radio Pilatus ist ein typisches mehrheitsfähiges **Adult-Contemporary-Format** mit einem Schwergewicht auf internationalen Pop-Hits der letzten drei Jahrzehnte, die mit etwas Black-Soul/Funk und Rock angereichert sind.

#### 4.1.6. Werbung und Sponsoring

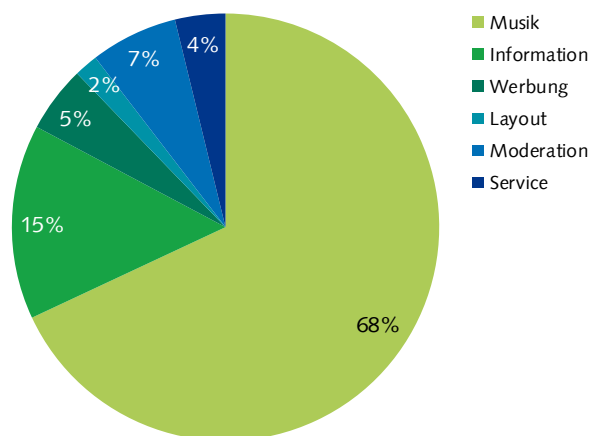
Radio Pilatus verwendet 4% seiner Programmzeit in der Prime Time für die Platzierung von Werbung. Mehr als vier Fünftel der Werbeeinhalte werden in Form von **Spots** geschaltet. Sponsorings nehmen lediglich 10% des Werbeumfangs in Anspruch.

Entsprechend klein ist auch der Anteil an **gesponserten Sendungen**. Nur 2% der Programminhalte in der Prime Time sind gesponsert. Vereinzelt sind etwa Spiele und Wettermeldungen gesponsert.

## 4.2. Radio Sunshine

### 4.2.1. Programmstruktur

Abbildung 94: Programmstruktur Radio Sunshine (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Radio Sunshine hat von den drei Zentralschweizer Programmanbietern den grössten Anteil an **Musik** (68%) im Programm der Prime Time. Allerdings bewegt sich dieser durchaus im Rahmen des für Privatradios Üblichen. Auffällig ist aber – in Anbetracht der recht starken Wettbewerbssituation im Versorgungsraum – der vergleichsweise geringe Layoutanteil (2%). Die übrigen Programmelemente, Information (15%), Moderation (7%), Service (4%) und Werbung (5%) liegen im durchschnittlichen Bereich.

### 4.2.2. Formale Gestaltung des Programms

Radio Sunshine hat einen etwas höheren Anteil an **Hochdeutsch** (23%) gesprochenen Wortbeiträgen als Radio Pilatus. Die Verteilung ist aber gleich wie bei anderen Privatradios: Die Moderation ist in Schweizerdeutsch, Nachrichten sind überwiegend in Hochdeutsch, sofern es sich nicht um Regionalnachrichten handelt.

Bei Radio Sunshine ist in den Informationsbeiträgen die Rolle des **Nachrichtensprechers** (58%) noch dominanter als beim regionalen Konkurrenten Pilatus. Daneben sind Informanten (23%) zu hören, sowie Reporter/Korrespondenten (16%). Experten oder Fachjournalisten treten praktisch nicht in Erscheinung. **Männliche Stimmen** haben ein starkes Übergewicht sowohl bei den journalistischen Rollen als auch bei externen Informanten.



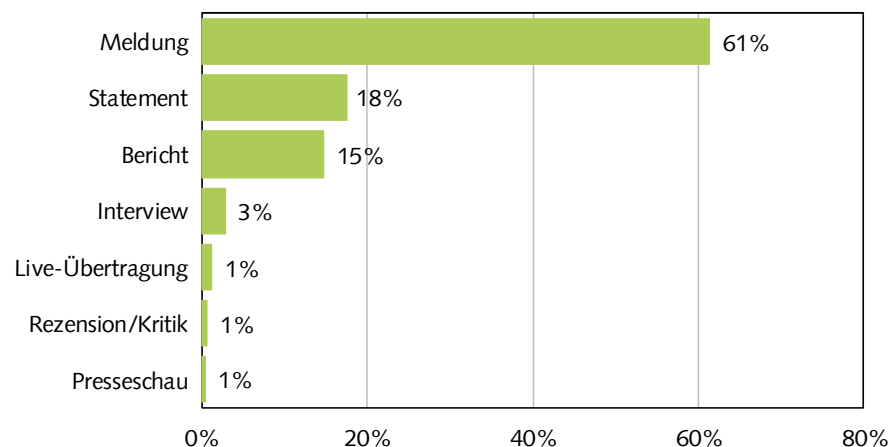
Auch in der **Moderation** hat das männliche Element ein Übergewicht, das aber etwas schwächer ausfällt, da viele Interaktionen mit Hörerinnen stattfinden. Ansonsten ist die Moderation aber meistens auf einen (männlichen) Moderator konzentriert.

Das **Layout** hat einen geringen Stellenwert im Programm von Radio Sunshine. Zum einen operiert Radio Sunshine deutlich weniger mit diesem Brandinginstrument als andere Privatradios, zum anderen werden fast ausschließlich **Jingles** (85%) eingesetzt. Programm- (9%) und Veranstaltungstrailer (6%) kommen gelegentlich vor.

### 4.2.3. Information

#### 4.2.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 95: Journalistische Formen Radio Sunshine (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



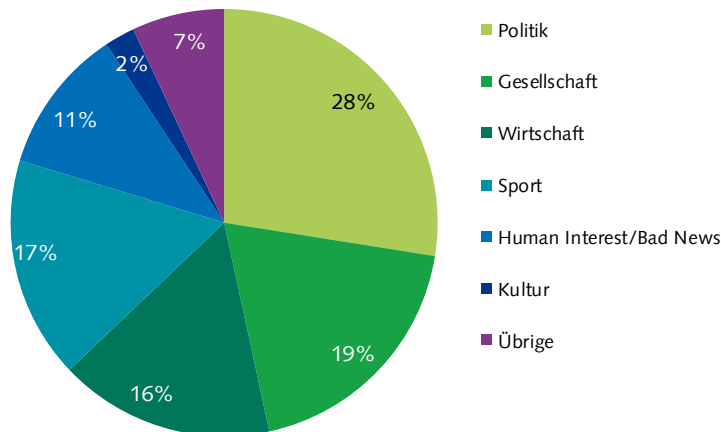
Publicom 2012

Radio Sunshine konzentriert die Information noch stärker auf Nachrichtenbulletins als Radio Piltus. Fast zwei Drittel des Informationsoutputs werden in Form von **Nachrichten** ausgestrahlt.

Das Spektrum an journalistischen Formen ist daher noch enger als beim Wettbewerber: 61% der Informationsbeiträge werden in Form von kurzen **Meldungen**, 18% als Statements verbreitet. Berichte mit mehr inhaltlicher Substanz machen 15% der Informationsleistung aus. Kaum eingesetzt werden Interviews (3%), noch seltener andere journalistische Formen.

#### 4.2.3.2. Themen

Abbildung 96: Themen Radio Sunshine (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



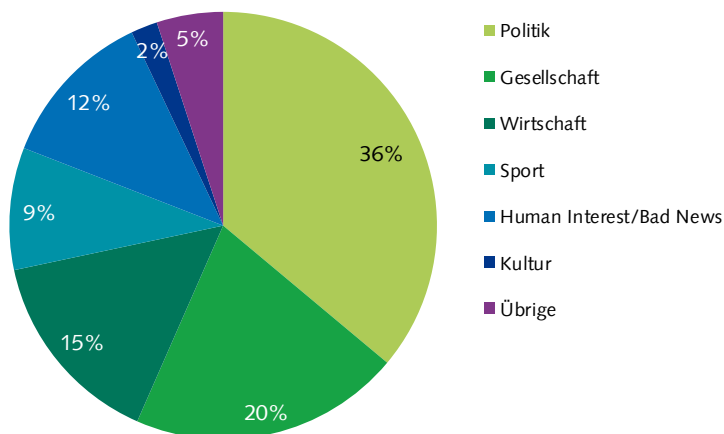
Publicom 2012

Radio Sunshine präsentiert in der Prime Time einen Themen-Mix mit den Schwerpunkten **Politik** (28%), **Gesellschaft** (19%), **Sport** (17%) und **Wirtschaft** (16%). **Bad News/Human Interest** nehmen 11% in Anspruch. **Kultur** (2%) wird kaum thematisiert.

**Finanz- und Steuerpolitik** (9%), sowie **Energiepolitik** (8%) sind die herausragenden politischen Themen. Im Bereich der **Gesellschaftsthemen** bilden Partnerschaft/Familie und Gesundheit/Medizin (je 3%) die Schwerpunkte. **Unfälle** (4%) und **Verbrechen** (5%) sind die auffälligsten Boulevardthemen, während Informationen über Prominente und die Show-Szene praktisch keine Berücksichtigung finden. **Fussball** (8%) ist auch auf Radio Sunshine das wichtigste Sportthema, und die Wirtschaftsberichterstattung besteht nicht nur aus **Unternehmensmeldungen** (5%), sondern thematisiert auch öfter die **Konsumwelt** (4%).

Wie bei Radio Pilatus befasst sich auch Radio Sunshine in der Prime Time stark mit regionalen Themen, die gegen die Hälfte der Informationen ausmachen. Pro Tag werden somit fast **25 Minuten** Informationen über Ereignisse im **Konzessionsgebiet** präsentiert. Im Privatradiovergleich ist das beachtlich und auch besser als der direkte Wettbewerber, der im selben Konzessionsgebiet operiert. Der Umfang an Regionalinformation liegt auch nur wenig hinter der Leistung des DRS-Regionalprogramms zurück.

**Abbildung 97: Themen im Versorgungsgebiet Radio Sunshine** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Schwyz, KR Obwalden, Dauer)

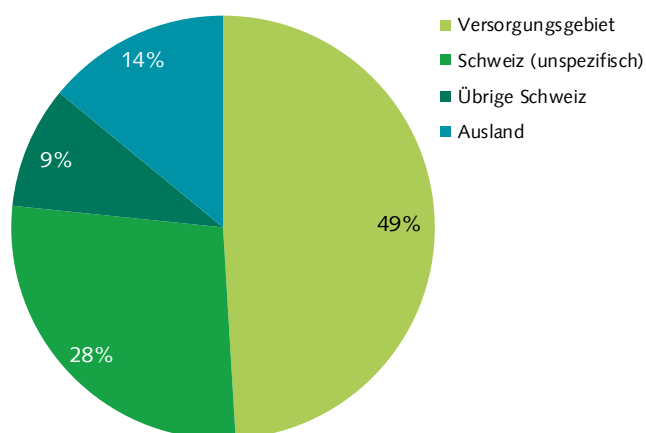


Publicom 2012

Der **regionale Themen-Mix** akzentuiert die **Politik** (36%). Insbesondere die **Steuerpolitik** (15%), etwa im Zusammenhang mit der Besteuerung von Unternehmen im Kanton Zug, und die **Energiapolitik** (14%), mit der Berichterstattung z.B. über eine Initiative für tiefere Strompreise im Kanton Luzern, wären hier zu nennen, aber auch das regionale Sportgeschehen (9%). Dabei verzichtet Radio Sunshine auf das Thema Fussball und thematisiert stattdessen Sportarten wie Schwingen.

#### 4.2.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 98: Ereignisorte Radio Sunshine** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Schwyz, KR Obwalden)

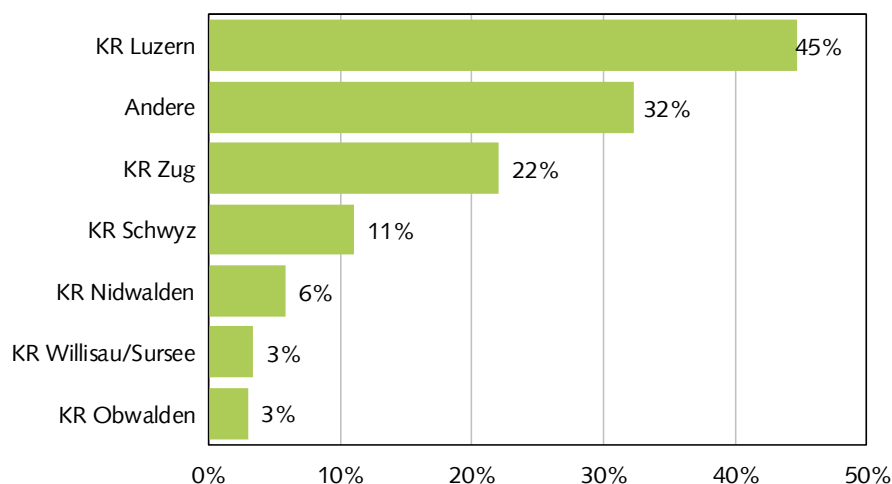


Publicom 2012

Radio Sunshine konzentriert sich ebenso stark auf Ereignisse im **Konzessionsgebiet** (49%) wie Radio Pilatus. Nationale Ereignisse machen 28% aus. Das Geschehen im Ausland (14%) gewichtet Radio Sunshine noch geringer als Pilatus. Starke Parallelen zwischen den beiden Stationen gibt es auch was die geographische Fokussierung im Nahraum anbelangt: Auch Sunshine fokussiert stark, aber gleichwohl etwas weniger als Pilatus, auf den **KR Luzern** (23%), und berücksichtigt den Standort-**KR Zug** (15%) nur wenig mehr als der Wettbewerber. Zumindest in diesem Punkt unterscheidet sich Radio Sunshine von anderen Privatradios, die den Standort-KR in der Regel klar privilegieren. Der **KR Schwyz** (6%) findet ebenfalls noch eine gewisse Beachtung, alle übrigen Regionen des Konzessionsgebietes bleiben weitgehend unberücksichtigt.

Die **Regionalbezüge** bestätigen diese geografischen Präferenzräume. In 45% der Informationsbeiträge mit Regionalbezügen wird der KR Luzern erwähnt, der KR Zug wird in gut jedem fünften Informationsbeitrag erwähnt. Nur knapp vor dem KR Zürich (10%) liegt der im Konzessionsgebiet liegende KR Schwyz (11%). Die anderen im Konzessionsgebiet liegenden KR Nidwalden (6%) und Willisau/Sursee (3%) finden nur selten Erwähnung im Informationsprogramm von Radio Sunshine.

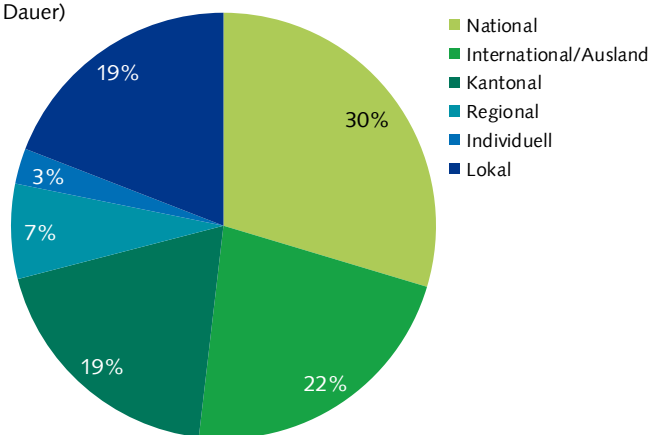
**Abbildung 99: Regionalbezüge Radio Sunshine** (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)



#### 4.2.3.4. Themenreichweite

Die Struktur der Themenreichweite bestätigt die regionale Ausrichtung von Radio Sunshine. Die Themen von lokaler, kantonaler und regionaler Reichweite nehmen insgesamt 45% der Informationsleistung in Anspruch. 30% der Informationsbeiträge behandeln Themen von nationaler Ausstrahlung, 22% solche von internationaler Reichweite.

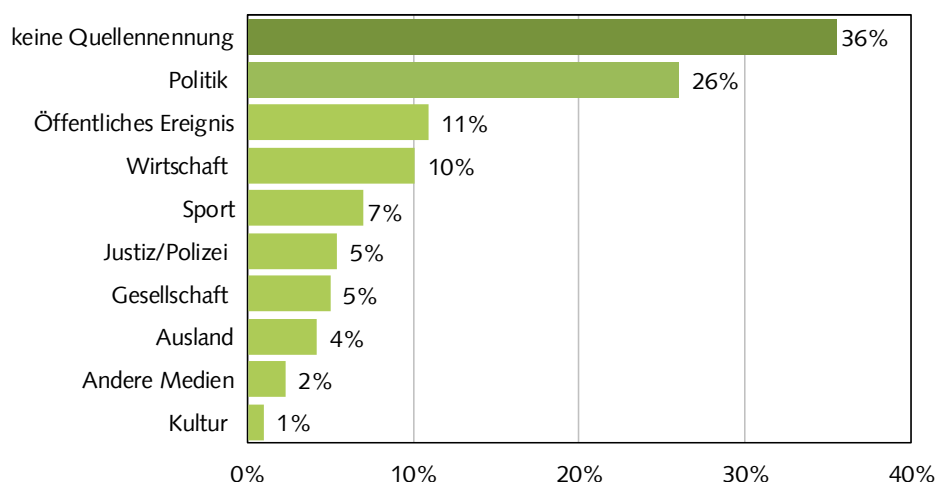
Abbildung 100: Themenreichweite Radio Sunshine (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.2.3.5. Quellen

Abbildung 101: Quellen Radio Sunshine (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

In **über einem Drittel** der Informationsbeiträge auf Radio Sunshine bleibt die Herkunft der Information (Quelle) im Dunkeln. Ähnlich wie bei Radio Pilatus dürfte dieser hohe Wert damit zusammenhängen, dass ein Grossteil der Information in knappen Nachrichtenmeldungen erfolgt.

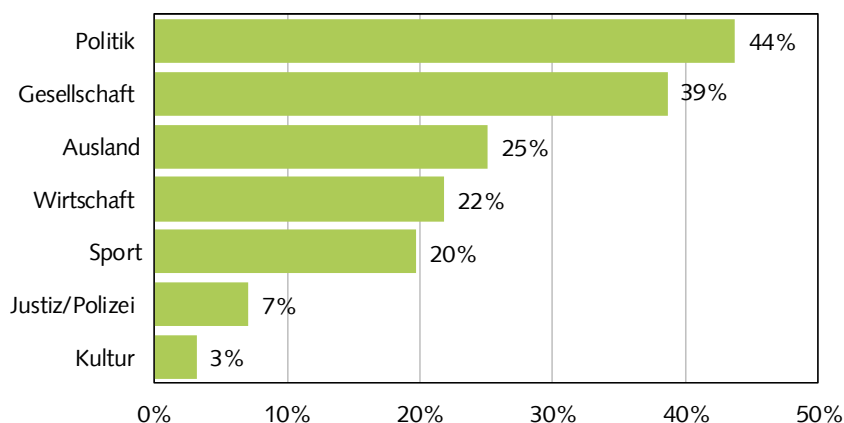
Wo die Quellen transparent sind, handelt es sich am häufigsten um Informationsurheber aus der schweizerischen **Politik** (26%) oder um die **Wirtschaft** (10%), sofern es nicht um ein öffentliches Ereignis (11%) handelt. Auch Quellen aus dem Sportbereich (7%) und der Justiz (5%) haben einen gewissen Stellenwert. Während **Auslandquellen** (4%) nur eine marginale Rolle spielen. Aufgrund der schlechten Quellentransparenz dürfte vor allem der letztere Wert wenig mit der Realität zu tun haben, zumal ja **Auslandthemen** durchaus vorkommen, wenn auch nicht so häufig wie bei anderen Radioprogrammen.

Die Dominanz der **Behörden** gegenüber der **Legislative** ist bei Radio Sunshine eklatant. Die Exekutive wird mehr als doppelt so häufig als Quelle verwendet wie die legislativen Kräfte. Parteien und deren Vertreter kommen nur in 5% der Informationsbeiträge zu Wort, wobei einzig die CVP (2%) ein gewisses Gewicht hat.

In **72% (!)** der Informationsbeiträge wird der **Quellenzugang** nicht offen gelegt. Besonders häufig unterbleibt diese Information in Nachrichtensendungen und beim Themenbereich **Bad News**. Auch dies eine auffällige Parallele zu Radio Pilatus.

#### 4.2.3.6. Akteure

Abbildung 102: Akteure, gruppiert Radio Sunshine (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die Akteursstruktur präsentiert sich im Vergleich zur Quellenstruktur leicht verändert. Insbesondere haben die **Auslandakteure** (25%) eine deutlich grössere Bedeutung, was die Vermutung verstärkt, dass vor allem die Quellen bei der Auslandberichterstattung nicht offen gelegt werden. Wo schweizerische Quellen im Spiel sind, stehen **politische Akteure** (44%) am häufigsten im Zentrum der Berichterstattung, gefolgt von Akteuren aus dem Gesellschafts- (39%), Wirtschafts- (22%) und Sportbereich (20%).

Die Akteursanalyse bestätigt die **Behördennähe** von Radio Sunshine. Es wird sehr viel umfangreicher über Aktivitäten der Behörden berichtet als über solche von Parteien oder anderen legislativen Institutionen. Vor allem **kantonale** (13%) und kommunale Behörden (8%) stehen häufig im Mittelpunkt. Parteien werden lediglich in 7% der Informationsbeiträge fokussiert, wobei es am häufigsten um die **SP** (2%), weniger um SVP, CVP, FDP und Grüne (je 1%) geht.

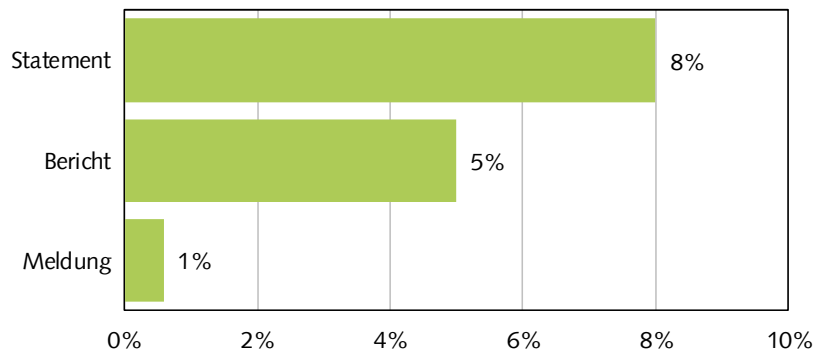
Weit öfter als die wichtigsten Akteure im demokratischen System stehen **Unternehmen** (18%) im Zentrum der Berichterstattung, wohingegen andere Wirtschaftsakteure kaum je fokussiert werden. Auch Sportler und andere **Sportakteure** (20%) finden weit mehr Aufmerksamkeit als die Parteien.

#### 4.2.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Radio Sunshine informiert sein Publikum noch behördennäher als Radio Pilatus. Über Behörden und deren Aktivitäten berichtet der Sender weit häufiger als über legislative Aktivitäten. Zudem haben Behörden auch viel häufiger die Möglichkeit, ihren Standpunkt als Informationsquellen dem Publikum nahezubringen als die legislativen Kräfte.

Wo es jedoch um die Gewichtung der **politischen Kräfte** geht, sind kaum Präferenzen für die eine oder andere Richtung zu erkennen. Zwar erhält die CVP häufiger als andere Parteien die Möglichkeit, sich zu artikulieren. Andererseits wird nicht häufiger über die CVP berichtet als über andere Parteien. Stattdessen steht die SP häufiger als die anderen Parteien im Mittelpunkt der Berichterstattung, sie kann aber ihre Positionen nicht besser einbringen als diese. Alles in allem präsentiert Radio Sunshine die verschiedenen politischen Richtungen recht **ausgeglichen**, wobei nicht übersehen werden darf, dass der Stellenwert der Parteien insgesamt ein geringer ist.

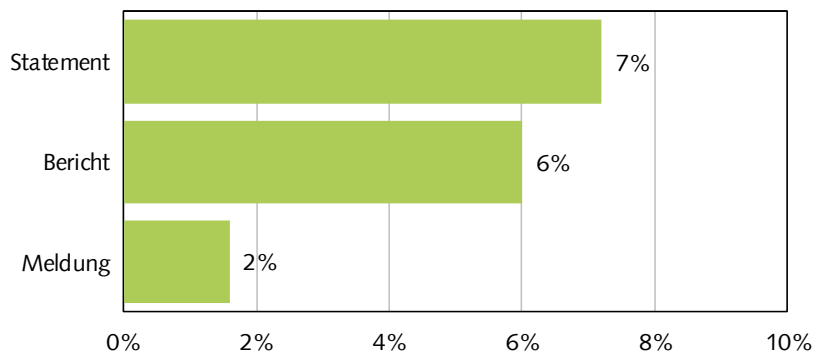
Abbildung 103: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Sunshine (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Radio Sunshine lässt sein Publikum meistens im Stich, wenn es darum ginge zu einem Thema das **Meinungs- und Perspektivenspektrum** auszuleuchten. Nur in je 3% der Informationsbeiträge wird diese Orientierungsleistung erbracht, was im Programmvergleich sehr wenig ist.

Abbildung 104: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Sunshine (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012



#### 4.2.3.8. Aktualität

Gegen drei Fünftel (!) der Informationsbeiträge lassen eine zeitliche Einordnung des Geschehens vermissen. Als **tagessaktuell** können mithin nur 28% der Informationsleistung zweifelsfrei bestimmt werden. Weniger als wochenaktuell sind immerhin 11% der Informationsbeiträge, was im Programmvergleich relativ viel ist – insbesondere in Anbetracht des hohen Anteils zeitlich nicht verorteter Ereignisse.

#### 4.2.4. Übrige Wortinhalte

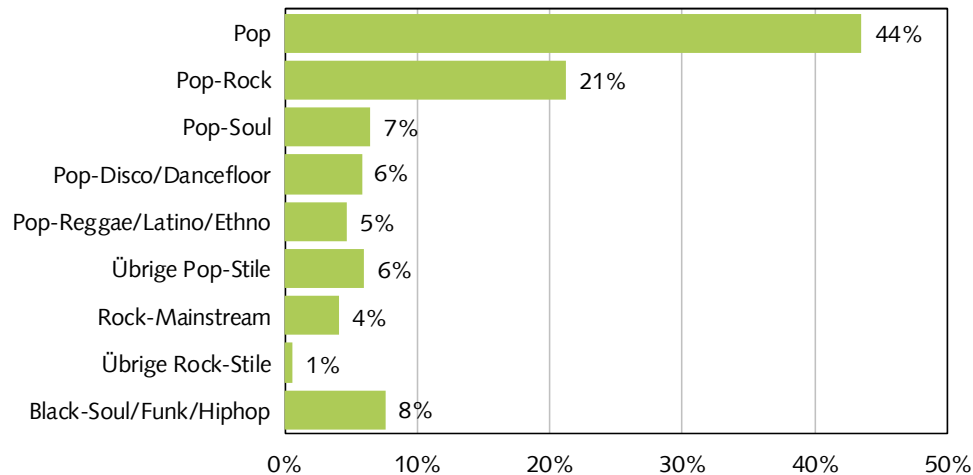
Radio Sunshine setzt in der Prime Time 4% der Programmzeit für **Services** ein. Darunter fallen überwiegend Wetter- (44%) und Verkehrsmeldungen (37%). Hinweise auf eigene Programminhalte (7%), sowie Kino-/Veranstaltungstipps (6%) und Börsenmeldungen (5%) ergänzen das Serviceangebot. Hinweise auf Inhalte anderer Medien kommen nicht vor.

**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio Sunshine kaum vorzufinden.

#### 4.2.5. Musik

Mit 68% nimmt Musik im Programm von Radio Sunshine in der Prime Time einen um eine Nuance höheren Stellenwert ein als bei Radio Pilatus. Die verschiedenen **Pop-Stilrichtungen** machen 88% der gespielten Titel aus, weshalb wenig Spielraum für stilistische Variationen bleibt. Angereichert mit etwas Rock (5%) und Black-Soul/Funk/Hiphop (8%) ergibt sich ein Stil-Mix, der sich zwar kaum vom durchschnittlichen Mix eines Privatradios unterscheidet, aber auch fast identisch ist mit dem Stilspektrum von Radio Pilatus, seinem hauptsächlichen Wettbewerber.

Abbildung 105: Musikstile Radio Sunshine (Basis: Gespielte Titel)

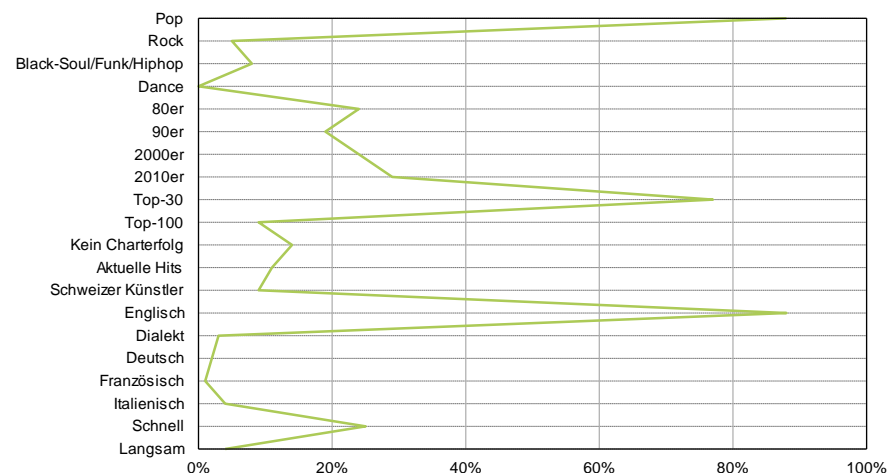


Publicom 2012

Auch was das Alter der gespielten Titel anbelangt, sind Unterschiede zwischen den beiden Programmen kaum auszumachen: 29% der Titel von Radio Sunshine sind **aktuell**, d.h. innerhalb der letzten zwei Jahre erschienen. 24% sind nicht älter als zwölf Jahre. Dazu kommen Oldies aus den 1990er (19%), 1980er (24%) und 1970er Jahren (4%).

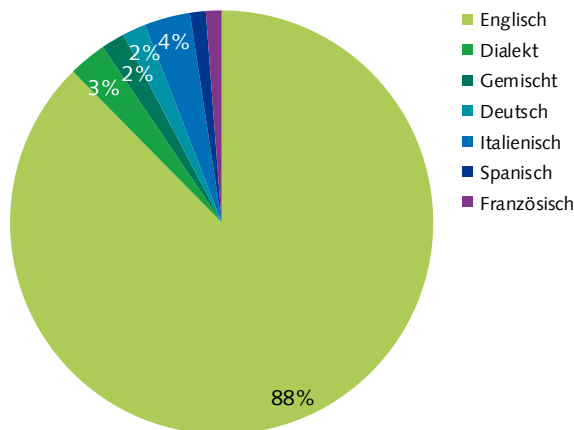
Radio Sunshine setzt ebenfalls stark auf **internationale Hits**. Nur 14% der Titel waren nie in den Charts von UK, USA und Deutschland. 11% der Titel sind in den aktuellen Schweizer Verkauf-Charts vertreten.

Abbildung 106: Musikprofil Radio Sunshine (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 107: Sprachen im Musikprogramm Radio Sunshine (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

12% der Titel sind nicht in **Englisch**. Ab und zu werden italienische (4%), schweizerdeutsche (3%) oder deutsche (2%) Titel gespielt. Schweizer Musik (9%) wird hin und wieder gespielt. Im Programmvergleich ist deren Anteil aber unterdurchschnittlich, allerdings identisch mit Radio Pilatus.

Das **Musikformat** von Radio Sunshine ist ein typisches mehrheitsfähiges **Adult-Contemporary-Format** mit einem Schwergewicht auf internationalen Pop-Hits der letzten drei Jahrzehnte, die mit etwas Black-Soul/Funk und Rock angereichert sind. Das Format ist weitgehend identisch mit demjenigen des wichtigsten Wettbewerbers, Radio Pilatus. Die wenigen Unterschiede sind gering und für das Publikum wohl kaum hörbar.

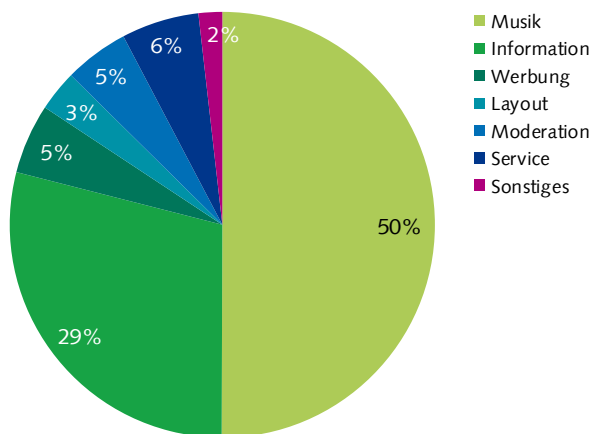
#### 4.2.6. Werbung und Sponsoring

Werbung nimmt 5% der Programmzeit in Anspruch. 85% davon besetzen **Werbespots**, 11% Sponsorings. Mit 7% gesponserter Programmzeit in der Prime Time kann Sunshine deutlich mehr Programminhalte für **Sponsoring** verkaufen als Radio Pilatus. Neben Wetter und Verkehr sind auch Spiele oder Sportübertragungen gesponsert.

## 4.3. Radio Central<sup>11</sup>

### 4.3.1. Programmstruktur

Abbildung 108: Programmstruktur Radio Central (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Lediglich die Hälfte des produzierten Programms in der Prime Time besteht aus Musik. Damit hat Radio Central einen im Privatradiovergleich **weit überdurchschnittlichen Wortanteil**, der in erster Linie mit **Information** bestritten wird. Der Informationsanteil ist mit 29% rund doppelt so gross wie bei den beiden anderen Zentralschweizer Privatradioprogrammen. Auch die **Services** nehmen mit 6% mehr Platz ein als üblich, wohingegen das Layout (3%) und die Werbung (5%) durchschnittliche Bedeutung haben. Moderation (5%) wird dagegen vergleichsweise zurückhaltend eingesetzt.

### 4.3.2. Formale Gestaltung des Programms

Der Anteil des **Hochdeutschen** an den Wortbeiträgen (24%) ist für ein Privatradioprogramm vergleichsweise hoch. Der Spracheinsatz folgt aber dem Muster fast aller Deutschschweizer Privatradios: Hochdeutsch wird vor allem in den Nachrichten gesprochen, sofern es sich nicht um Sport und Regionalnachrichten handelt. Die Moderation wird fast ausschliesslich **schweizerdeutsch** gestaltet.

<sup>11</sup> Radio Central strahlt ein zusätzliches Fensterprogramm für Ausserschwyz aus. Dieses konnte bei der Erhebung 2011 nicht einbezogen werden. Die Informationsleistung der Station wird somit in der Analyse nicht vollumfänglich berücksichtigt.

Der Sprecher-Mix in den Informationsbeiträgen besteht im Wesentlichen aus **Nachrichtensprechern** (51%), Informanten (25%) und Reportern/Korrespondenten (24%). Wie bei den beiden anderen Zentralschweizer Privatstationen treten kaum je Experten oder Fachjournalisten auf. Männerstimmen sind sowohl in den journalistischen Rollen als auch bei den Informanten weit häufiger vertreten als Frauenstimmen.

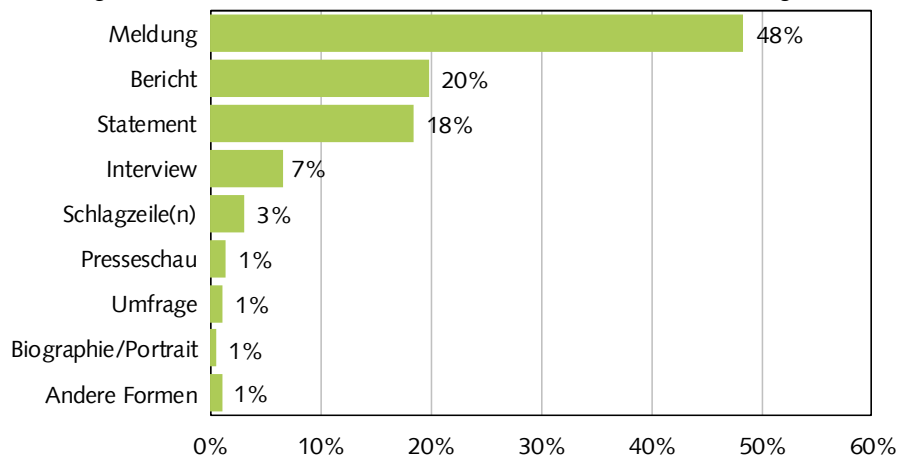
Das männliche Übergewicht ist in der **Moderation**, die fast ausschliesslich als Einzelmoderation gestaltet ist, noch ausgeprägter. Nur in der Interaktion mit dem Publikum kommen Hörerinnen häufiger zu Wort als Männer.

Das **Layout** spielt keine allzu wichtige Rolle bei Radio Central, zumal sich der Sender strukturell und inhaltlich genügend von den Wettbewerbern unterscheidet. Gleichwohl präsentiert es sich recht vielfältig. Gut zwei Drittel der Layoutelemente bestehen aus Jingles. Dazu werden verschiedene Typen von Trailern (22%) und Station-IDs (4%), sowie die eher unüblichen, aber bei Radio Pilatus ebenfalls vorzufindenden Musik-Positioner (4%) eingesetzt.

### 4.3.3. Information

#### 4.3.3.1. Journalistische Formen

Abbildung 109: Journalistische Formen Radio Central (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)

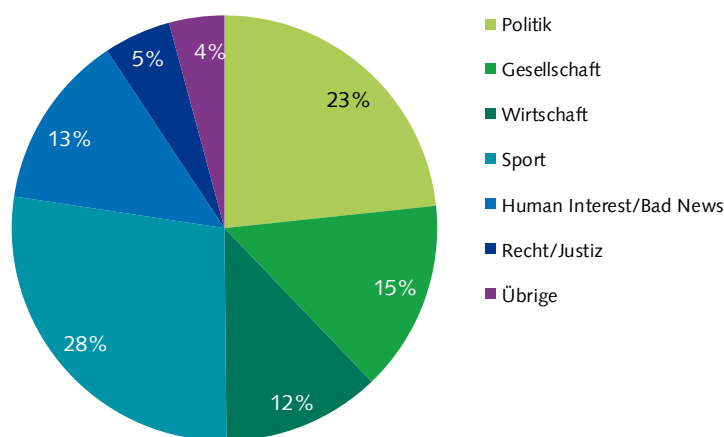


Als eines der wenigen Privatradios strahlt Radio Central ausserhalb der **Nachrichtensendungen** mehr Informationen aus als in den Newsbulletins. Dabei handelt es sich um längere Beiträge, die in Informationsmagazinen oder anderen Gefässen präsentiert werden. Komplexere Formen, insbesondere Reportagen und Features, fehlen aber auch bei Radio Central.

Das Spektrum der journalistischen Formen ist aber trotzdem etwas breiter als bei den Wettbewerbern in der Zentralschweiz. Kurze **Meldungen** summieren sich zu knapp der Hälfte des Informationsausstosses. Längere **Berichte** entsprechen einem Fünftel. Dazu kommen Statements (18%), Interviews (7%) und Schlagzeilen (3%). Weitere Formen kommen ebenfalls vor, wenn auch selten.

#### 4.3.3.2. Themen

Abbildung 110: Themen Radio Central (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



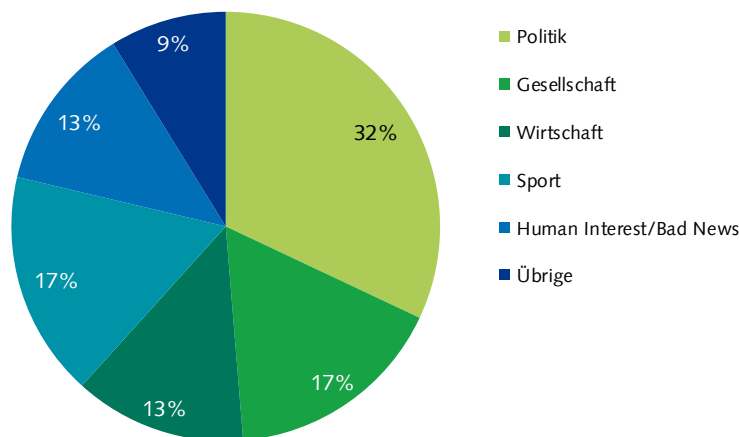
Publicom 2012

Nicht nur in der Programmstruktur, sondern auch im Themen-Mix unterscheidet sich Radio Central von den anderen privaten Programmanbietern der Zentralschweiz. **Sport** (28%) ist das Hauptthema in der Information. **Politik** (23%), Gesellschaft (15%), die Boulevardthemen Bad News/ Human Interest (13%) und Wirtschaft (12%) komplettieren das Themenangebot, bei dem Kultur (2%) ebenfalls stiefmütterlich behandelt wird. Zumindest in dieser Hinsicht differenziert sich Radio Central nicht von den direkten Wettbewerbern.

Auch Radio Central thematisiert im Bereich der Politik schwergewichtig **Finanz- und Steuerpolitik** (6%), sowie **Energiepolitik** (4%). **Gesundheit** (3%) ist das wichtigste gesellschaftliche Thema. Das wichtigste Einzelthema ist aber **Fussball**, das 12% des gesamten Informationsoutputs repräsentiert. Aber auch übrige Sportarten (9%), insbesondere Schwingen, werden ausgiebig behandelt. Die Wirtschaftsthematik wird zwar hauptsächlich in Form von **Unternehmensberichterstattung** (6%) abgehandelt, aber es kommen durchaus auch komplementäre Wirtschaftsthemen, wie z.B. Arbeitswelt (3%) oder Konsum (1%) zur Sprache.

41% der Informationsleistung von Radio Central in der Prime Time befassen sich mit Ereignissen im **Konzessionsgebiet**. Da die Informationsproduktion insgesamt sehr umfangreich ist, entspricht dies über **39 Minuten** pro Werktag. Damit lässt die Station nicht nur die beiden privaten Wettbewerber der Zentralschweiz weit hinter sich, sondern auch das Regionalprogramm von Radio DRS. Auch gesamtschweizerisch dürfte es sich hier um einen Spitzenwert handeln, wobei die zusätzliche Informationsleistung im Programmfenster "Ausserschwyz" noch nicht einmal berücksichtigt ist.

**Abbildung 111: Themen im Versorgungsgebiet Radio Central** (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Schwyz, KR Uri, KR Obwalden, KR Glarus; Dauer)



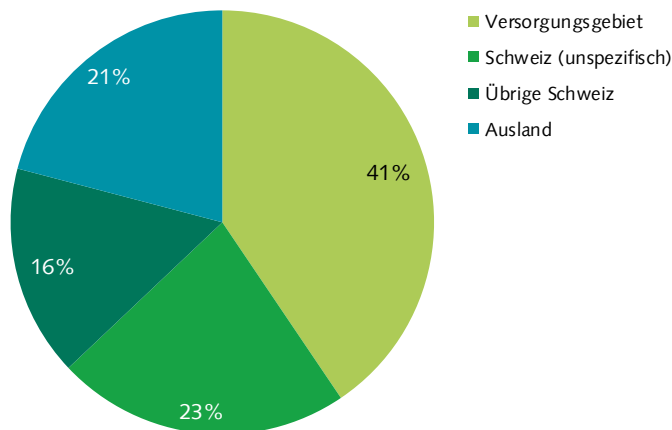
Publicom 2012

Beim **regionalen Themen-Mix** sind die Akzente etwas anders gesetzt als über alle Informationsinhalte betrachtet. **Politik** (32%) hat ein grösseres Gewicht, während **Sport** (17%) herabgestuft wird. Gesellschaft (17%), Wirtschaft und Boulevardthemen (je 13%) sind etwa gleich gewichtet, während Kultur (4%) im geografischen Nahbereich eine etwas grössere Bedeutung hat.

Die **Finanz- und Steuerpolitik** (10%), v.a. mit den Steuersenkungsplänen im Kanton Zug, ist auch bei Radio Central das wichtigste regionalpolitische Thema, aber auch **energie- und umweltpolitische Themen** (6%), verschiedene **Wahlen und Abstimmungen** (6%) sowie Gesundheitspolitik (5%) – zum Beispiel im Zusammenhang mit der Spitalplanung im Kanton Schwyz – kommen ausführlich zur Sprache. **Fussball** (5%) ist auch das wichtigste regionale Sportthema, andere Sportarten wie Leichtathletik (4%), Radfahren, Handball oder Schwingen finden ebenfalls Beachtung.

#### 4.3.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 112: Ereignisorte Radio Central** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: KR Luzern, KR Zug, KR Willisau/Sursee, KR Nidwalden, KR Schwyz, KR Uri, KR Obwalden, KR Glarus)



Publicom 2012

Radio Central strahlt zwar bedeutend mehr regionale Berichterstattung aus als die anderen Privatradios der Zentralschweiz, gewichtet diese aber dennoch geringer als es die Wettbewerber tun. Dies bedeutet, dass Radio Central auch eine beachtliche quantitative Informationsleistung im Bereich der nationalen und internationalen Berichterstattung erbringt.

Auch bei Radio Central ist aber der Schwerpunkt der Informationstätigkeit auf den Nahraum ausgerichtet: 41% des gesamten Informationsoutputs mit Angabe des Ereignisorts befasst sich mit Ereignissen im **Konzessionsgebiet**, 23% mit **nationalen** Ereignissen, 21% mit Geschehen im **Ausland**.

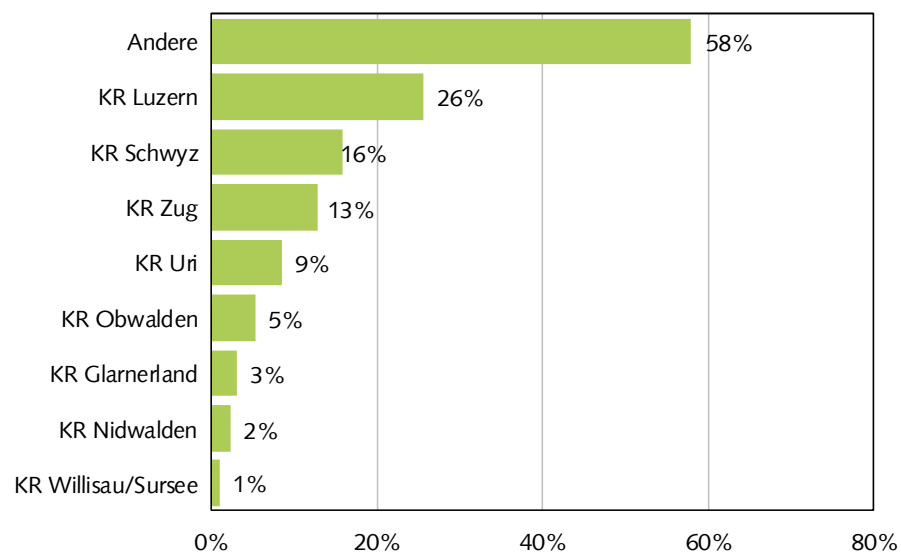
Der **KR Luzern** (17%) steht auch bei Radio Central im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Der Standort-KR der Station, **KR Schwyz** (9%) kommt erst an zweiter Stelle, womit Radio Central (ebenso wie Sunshine) im gesamtschweizerischen Rahmen ziemlich atypisch ist. Der **KR Zug** (8%) kann ebenfalls einige Aufmerksamkeit absorbieren, während Ereignisse in anderen KR des Konzessionsgebiets, Willisau/Sursee (1%), Nidwalden, Obwalden und Uri (je 2%), sowie Glarnerland (1%) nur selten thematisiert werden.

Die Analyse der **Regionalbezüge** differenziert diese geografische Ausrichtung teilweise noch: Örtlichkeiten im **KR Luzern** (26%) werden am häufigsten, solche im **KR Schwyz** (16%) am zweithäufigsten erwähnt. An dritter Stelle folgt aber bereits der metropolitane KR Zürich (14%), noch



vor den im Konzessionsgebiet gelegenen KR Zug (13%) und Uri (9%). Alle anderen KR des Versorgungsgebiets finden kaum Beachtung. Radio Central vermag also sein Konzessionsgebiet so wenig wie die anderen Privatradios der Zentralschweiz publizistisch umfassend abzudecken – trotz einer quantitativ herausragenden regionalen Informationsleistung.

Abbildung 113: Regionalbezüge Radio Central (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

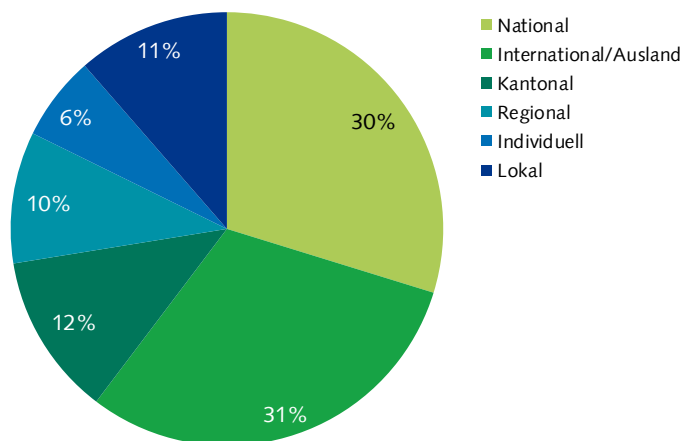


Publicom 2012

#### 4.3.3.4. Themenreichweite

Dass die nationale und internationale Berichterstattung bei Radio Central eine wichtige Rolle spielen, zeigt auch die Struktur der Themenreichweite: Exakt ein Drittel des Informationsoutputs behandelt Themen von **lokaler, regionaler oder kantonaler** Reichweite. Fast ebenso viele Informationsbeiträge, nämlich 31% haben internationale, 30% nationale Reichweite. Der relativ hohe Anteil an individueller Reichweite (6%) ist auf die Boulevardthemen im Programm von Radio Central zurückzuführen.

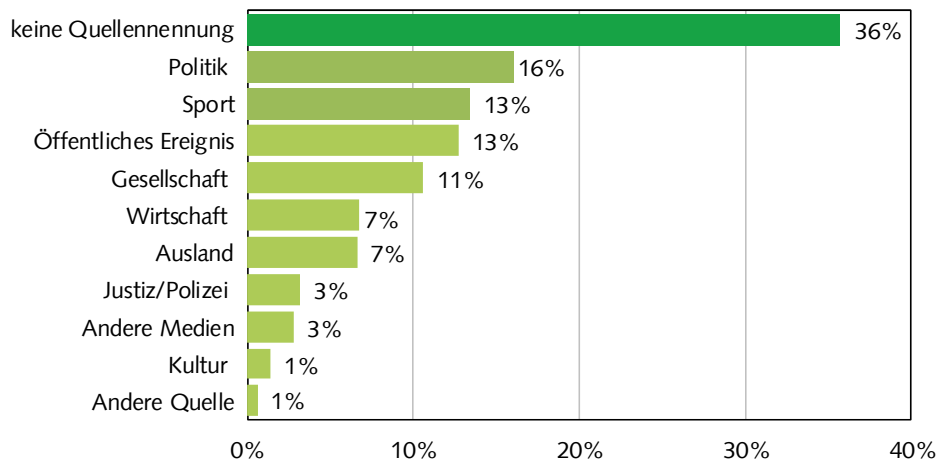
Abbildung 114: Themenreichweite Radio Central (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.3.3.5. Quellen

Abbildung 115: Quellen Radio Central (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

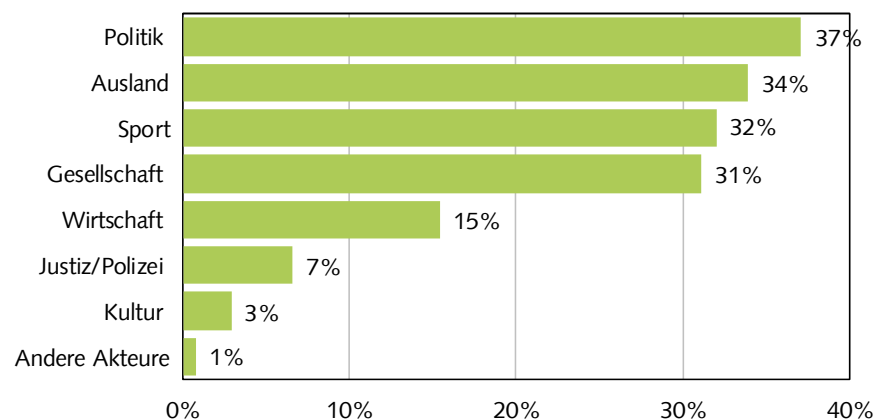
Auch Radio Central nennt in über einem Drittel der Informationsbeiträge **keine Quelle**, doch kann dies hier weniger auf einen hohen Anteil an Newsmeldungen zurückgeführt werden. Soweit die Quellen transparent werden, sind solche aus **Politik (16%), Sport und Gesellschaft (13% und 11%)** am häufigsten involviert. Dass Auslandquellen nur gerade 7% ausmachen, deutet – angesichts der Bedeutung der Auslandberichterstattung – auf eine unterdurchschnittliche Quellendeckung bei Auslandsthemen.

Radio Central favorisiert ebenfalls die **behördlichen Quellen** gegenüber den legislativen, allerdings nur leicht. Die Bedeutung der **Parteien** als Informationsquellen ist gering. In nur 5% der Informationsbeiträge wird eine Partei oder ein Parteivertreter als Quelle genannt. Soweit aufgrund der dünnen Datenbasis ersichtlich, sind die wichtigsten Parteien (mit Ausnahme der BDP) ausgesprochen gleichmässig abgebildet.

Der **Quellenzugang** ist auch bei Radio Central für das Publikum meistens nicht ersichtlich. In **68%** der Informationsbeiträge fehlen Hinweise, wie die Redaktion zu den Informationen gelangt ist. Besonders häufig wird sie den Hörern bei Bad News und Wirtschaftsmeldungen vorenthalten. Zumindest in diesem Punkt hebt sich Radio Central kaum von den anderen Privatradios der Region ab.

#### 4.3.3.6. Akteure

Abbildung 116: Akteure, gruppiert Radio Central (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Schweizer **Politiker** oder politische Institutionen (37%) treten am häufigsten als Akteure in Erscheinung. Fast ebenso wichtig sind aber **Auslandakteure** (34%) und Akteure aus den Bereichen Sport (32%) und Gesellschaft (29%). Die Bedeutung der Auslandakteure ist angesichts des Umfangs der Auslandsthemen plausibel und bestätigt gleichzeitig die in Kap. 4.3.3.5 geäußerte Vermutung, dass ausländische Quellen weit häufiger ungenannt bleiben als inländische.

Wie die Analyse der Quellen zeigt auch die Akteursanalyse nur ein geringes Übergewicht von **Behördenakteuren** gegenüber Akteuren aus der Legislative. Am häufigsten berichtet Radio Central über **kantonale** (8%) und **kommunale Behörden** (5%) und deren Aktivitäten. Parteien (9%)

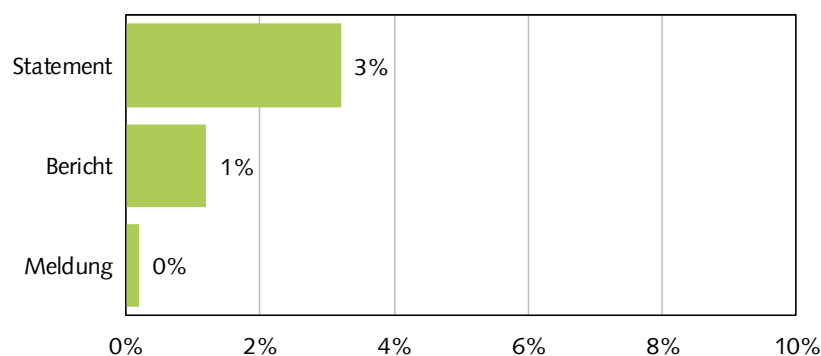
stehen ab und zu im Rampenlicht. Dabei verteilt sich die Aufmerksamkeit recht gleichmässig auf die grossen Schweizer Parteien: SVP, SP und FDP (je 2%) werden etwas häufiger fokussiert als die CVP und die Grünen (je 1%). Überhaupt keine Berücksichtigung findet die relativ junge BDP.

Angesichts des Themen-Mix wenig erstaunlich ist die Auffälligkeit, mit der **Sportler** (24%) und Sportfunktionäre (7%) im Mittelpunkt der Informationstätigkeit stehen. Sie erhalten mehr Aufmerksamkeit als die Parteien und Behörden zusammen! Grosse Bedeutung haben aber auch Privatpersonen (25%), v.a. im thematischen Umfeld von Unfällen und Verbrechen, und Unternehmen (13%).

#### 4.3.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

Radio Central berichtet deutlich **ausgewogener** über Aktivitäten der Exekutive und Legislative als dies die beiden anderen Privatradios der Zentralschweiz tun. Beide Seiten werden fast gleich oft als Akteure in den Mittelpunkt gestellt, und sie kommen auch etwa gleich häufig zu Wort. Dies gilt im Übrigen auch für die verschiedenen **Parteien**, wobei insgesamt den **bürgerlichen** Kräften mehr Aufmerksamkeit zuteil wird als Links-Grün. Auch können die Bürgerlichen ihrem Standpunkt besser in die Berichterstattung einbringen als die links-grünen Parteien. Dies spiegelt allerdings nur die realen politischen Kräfteverhältnisse.

Abbildung 117: Andere Perspektive nach journalistischer Form Radio Central (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)

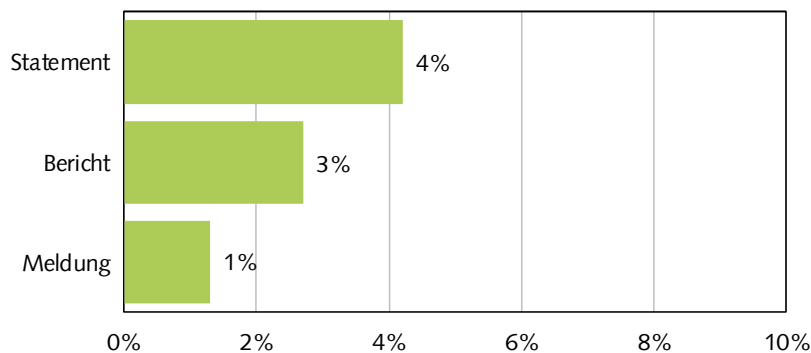


Publicom 2012

Noch weniger als die beiden anderen Zentralschweizer Privatradios leistet Radio Central seinem Publikum Orientierungshilfe in Bezug auf das **Meinungs- und Perspektivenspektrum** zu gegebenen Sachverhalten. Radio Central verweist in einem thematischen Kontext **praktisch nie** auf an-

dere Meinungen und Perspektiven. Damit dürfte es der Hörerschaft von Radio Central äusserst schwer fallen, sich zu kontroversen Themen einen Überblick über die verschiedenen Positionen zu verschaffen.

Abbildung 118: Andere Meinung nach journalistischer Form Radio Central (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.3.3.8. Aktualität

Gut zwei Fünftel der Informationsbeiträge ordnet Radio Central zeitlich nicht ein. Der journalistischen Berufsnorm, Ereignisse zeitlich zu verorten, kommt die Station daher sichtlich besser nach als die Wettbewerber in der Zentralschweiz. Als tagesaktuell können somit 44% der Informationsbeiträge zweifelsfrei identifiziert werden. 9% sind weniger als wochenaktuell.

#### 4.3.4. Übrige Wortinhalte

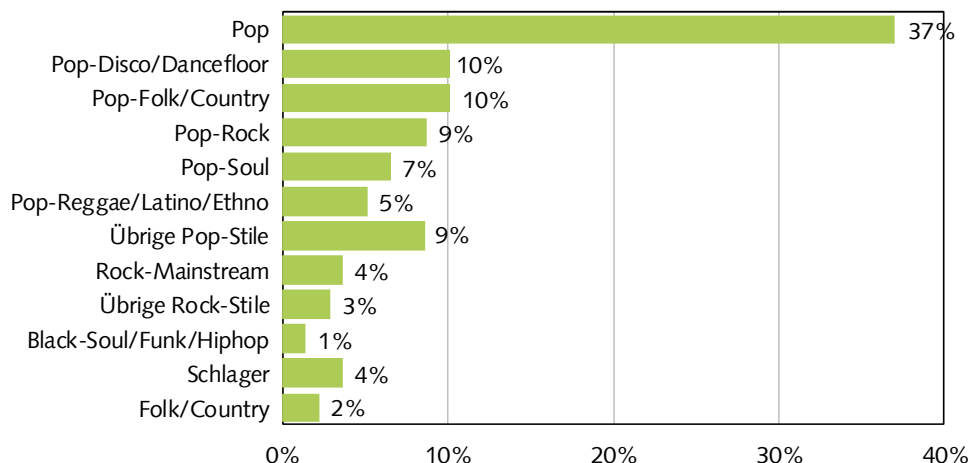
Vergleichsweise hohe 6% der Programmzeit in der Prime Time setzt Radio Central für **Services** ein. Ein Drittel davon entfällt auf Wettermeldungen, fast ebenso viel auf **Kino- und Veranstaltungstipps** (28%), was im Programmvergleich ein sehr hoher Wert ist. Offensichtlich kompensiert hier Radio Central bis zu einem gewissen Grad den geringen Stellenwert, den das Thema Kultur in der Information einnimmt. Gut ein Viertel der für Services reservierten Programmzeit nehmen Verkehrsmeldungen in Anspruch. Hinweise auf das eigene Programm (8%), sowie Börsenservice (5%) runden den Service-Mix ab. Auf andere Medieninhalte verweist Radio Central ebenso wenig wie die anderen Zentralschweizer Stationen.

**Unterhaltungselemente** im eng definierten Sinn sind im Programm von Radio Central keine vorzufinden.

#### 4.3.5. Musik

Mit einem Musikanteil von lediglich 50% in der Prime Time unterscheidet sich Radio Central in charakteristischer Weise von den privaten Wettbewerbern in der Zentralschweiz. Weniger gilt dies für den **Stilmix**, der ebenfalls stark von den verschiedenen Popstilen geprägt ist, die 86% der gespielten Titel ausmachen. Allerdings ist der Popmix von Radio Central etwas weicher und streut breiter als bei Sunshine und Pilatus. Der Anteil an **Rocktiteln** (7%) ist bei Central geringer, und Black-Soul/Funk (1%) kommt praktisch nicht vor – im Gegensatz zu **Schlagern** (4%), die im Musikprogramm der regionalen Wettbewerber nicht vorzufinden sind.

Abbildung 119: Musikstile Radio Central (Basis: Gespielte Titel)

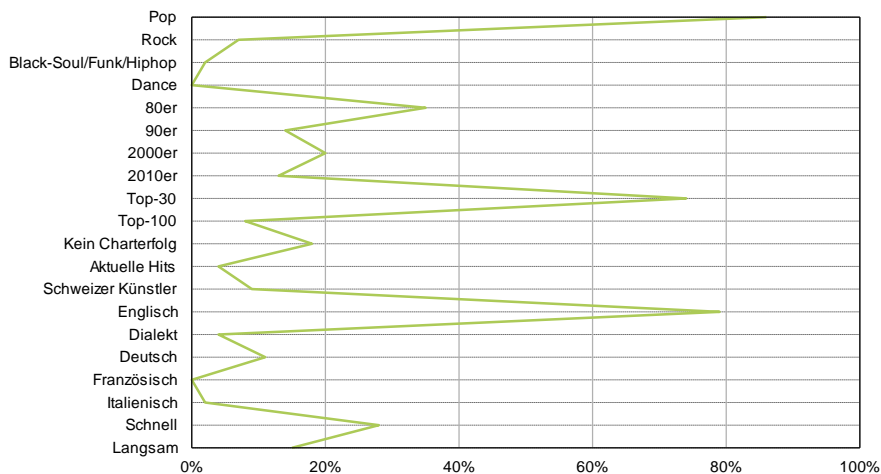


Publicom 2012

Noch stärker als bei den Stilen unterscheidet sich das Musikformat von Radio Central beim **Alter** der gespielten Titel: Die Titel sind im Schnitt **deutlich älter**. Nur 13% sind innerhalb der letzten zwei Jahre erschienen. Weitere 20% erschienen erstmals zwischen 2000 und 2010. Beim ganzen Rest handelt es sich um Oldies aus vier Jahrzehnten. Am häufigsten werden Titel aus den 1980er Jahren (35%) gespielt, 14% entstammen den 1990ern, die übrigen Titel erschienen erstmals in den 1970er (12%) oder sogar den 1960er Jahren (7%).

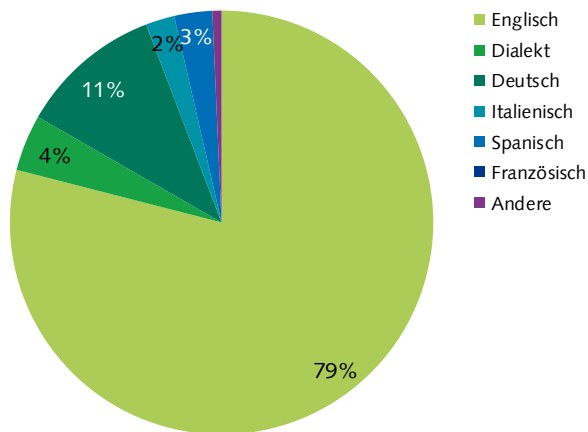
Radio Central spielt praktisch keine Titel, die in den aktuellen **Airplay-Charts** oder **Verkaufs-Charts** vertreten sind und setzt auch weniger auf internationale Hits als die beiden anderen Zentralschweizer Privatradios. Immerhin 18% der gespielten Musik waren nie unter den Top 100 von USA, UK oder Deutschland.

Abbildung 120: Musikprofil Radio Central (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Abbildung 121: Sprachen im Musikprogramm Radio Central (Basis: Gespielte Titel)



Publicom 2012

Radio Central setzt auch verhältnismässig viel **nicht-englische** Titel ein, wobei vor allem deutsche (11%) und Dialekt-Titel (4%) vorkommen. Englische Musik (79%) ist aber auch hier die Regel.

Überraschenderweise pflegt Radio Central die **Schweizer Musik** nicht mehr als die beiden Wettbewerber. Deren Anteil ist mit 9% exakt gleich hoch.

Das **Musikformat** von Radio Central unterscheidet sich klar vom Musikformat, das die beiden anderen Zentralschweizer Privatradios praktizieren, lässt sich aber recht schwer einordnen. Am ehesten lässt es sich als **Oldie-Format** beschreiben, das Anleihen beim klassischen A/C-Format aufnimmt. Dazu wird etwas deutscher Schlager beigemischt. Unschwer ist das Ziel erkennbar, ein älteres, ländliches Publikum anzusprechen.

#### **4.3.6. Werbung und Sponsoring**

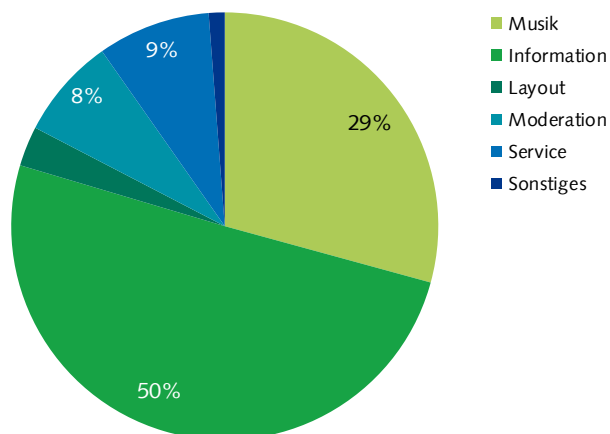
Werbung nimmt 5% der Programmzeit in Anspruch. Gut vier Fünftel davon werden in Form von **Werbespots** ausgestrahlt. **Sponsorings** (15%) sind relativ auffällig. Entsprechend ist der Anteil an gesponserten Programminhalten mit 8% vergleichsweise hoch. Gesponsert sind insbesondere Sportnachrichten, aber auch Spiele und Services wie Wetter, Verkehr und Börse.



## 4.4. DRS 1/Zentralschweiz

### 4.4.1. Programmstruktur

Abbildung 122: Programmstruktur DRS 1 /Zentralschweiz (Alle Beiträge, Basis: Dauer)



Publicom 2012

Da das Programm von DRS 1 in der untersuchten Prime Time bis auf die Regionaljournale identisch ist, unterscheidet sich die Programmstruktur von DRS 1/Zentralschweiz nur minim von DRS 1/Basel bzw. DRS 1/Aargau-Solothurn (vgl. Kap. 2.3 und 3.3)..

### 4.4.2. Formale Gestaltung des Programms

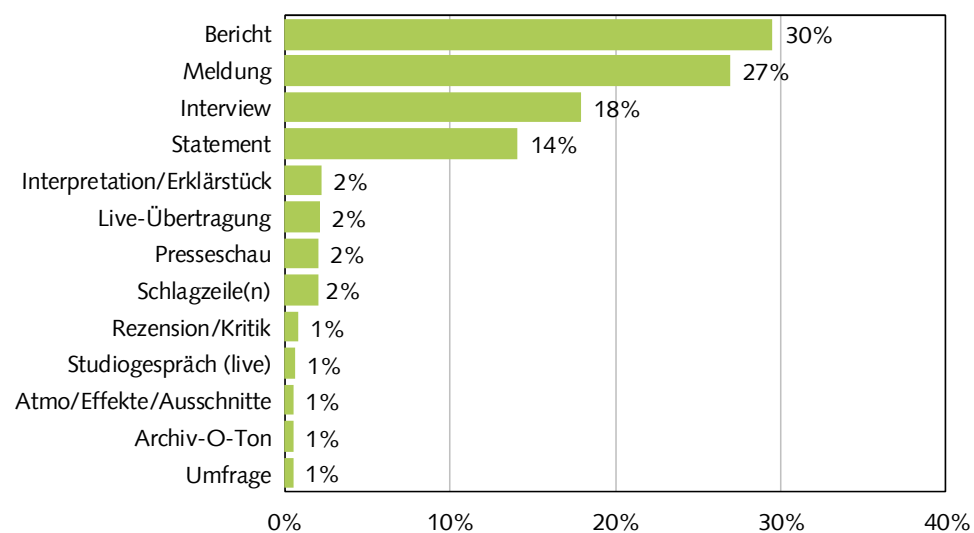
Auch die Verteilung der **Sprachen** und **Sprecherrollen** sowie der **Layout**-Elemente ist bis auf kleinste Abweichungen gleich wie bei DRS 1/Basel. Einzig in Bezug auf die Verteilung der männlichen und weiblichen Stimmen fällt auf, dass DRS 1/Zentralschweiz einen etwas höheren Anteil an **weiblichen** Stimmen aufweist. Dies ändert aber weniger daran, dass sich die DRS-Regionalprogramme formal wenig unterscheiden.

### 4.4.3. Information

#### 4.4.3.1. Journalistische Formen

Das Spektrum der journalistischen Formen ist in den untersuchten DRS-Regionalprogrammen weitgehend **identisch**. Bei DRS 1/ Zentralschweiz machen Nachrichtenbulletins nur 24% der Informationsleistung aus, ebenso viel wie bei DRS 1/Aargau-Solothurn, aber etwas weniger als bei DRS 1/ Basel. Insgesamt schwankt der Anteil der verwendeten journalistischen Formen zwischen den DRS-Regionalprogrammen um maximal ein Prozent.

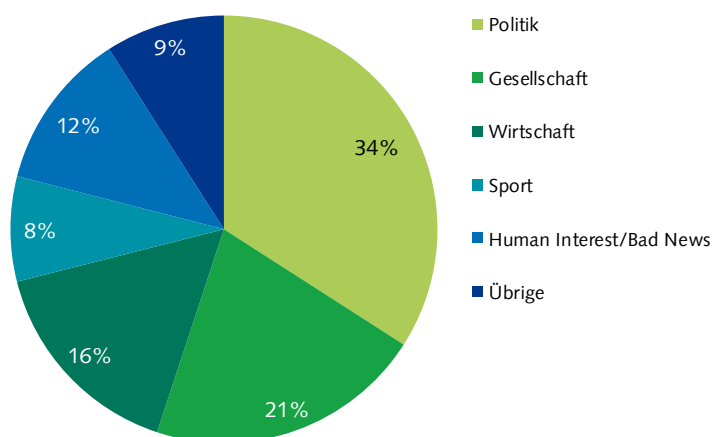
Abbildung 123: Journalistische Formen Radio DRS 1 / Zentralschweiz (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.4.3.2. Themen

Abbildung 124: Themen Radio DRS 1 / Zentralschweiz (Basis: alle Informationsbeiträge, Dauer)

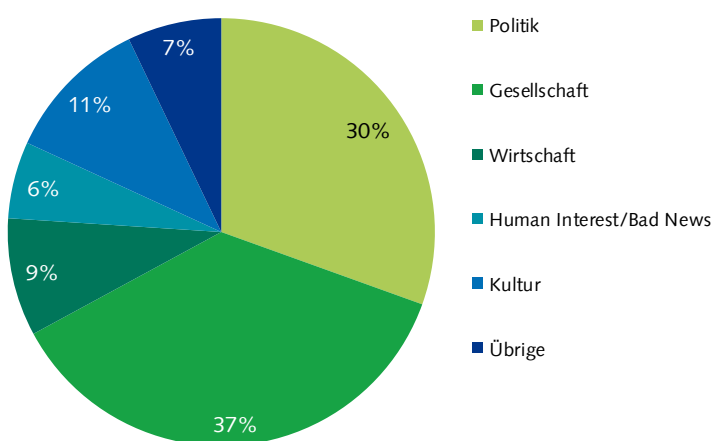


Publicom 2012

DRS 1/Zentralschweiz bietet praktisch denselben Themen-Mix wie DRS 1/Basel. Einzig die Gesellschaftsthemen (21%) sind etwas höher gewichtet.

Werden die einzelnen Themenbereiche im Detail analysiert, zeigen sich kleinere Unterschiede, die auf die regionale Berichterstattung zurückzuführen sind.

Abbildung 125: Themen im Versorgungsgebiet DRS 1 /Zentralschweiz (Basis: Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort KR Luzern, KR Willisau/Sursee, KR Zug, KR Schwyz, KR Nidwalden, KR Obwalden, KR Uri; Dauer)



Publicom 2012

Die Berichterstattung über die Zentralschweiz nimmt 16% der Information in der Prime Time, die sich örtlich lokalisieren lässt, d.h. **27 Minuten** täglich, in Anspruch. Damit bietet das gebührenfinanzierte Regionalradio zwar etwas mehr regionale Informationsleistung als Radio Pilatus und Radio Sunshine, es kommt jedoch nicht an jene von Radio Central heran, vor allem wenn in Betracht gezogen wird, dass dieses noch ein zusätzliches Fensterprogramm produziert, das von der Analyse nicht berücksichtigt wird.

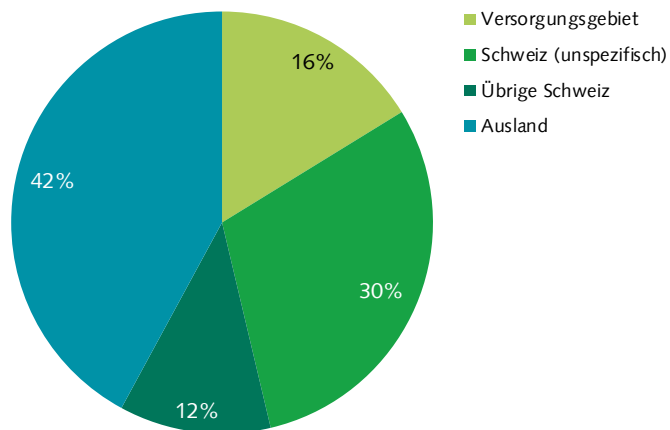
DRS 1/Zentralschweiz setzt andere Schwerpunkte in der regionalen Information als die drei Privatradios der Region: **Gesellschaftsthemen** (37%) haben das höchste Gewicht, noch vor **Politik** (30%), die auch im DRS-Regionalprogramm einen hohen Stellenwert hat. Die Differenz zu den Privatradios macht aber vor allem auch der Themenbereich **Kultur** (11%), der wesentlich mehr Beachtung findet als bei den Privaten. **Wirtschaft** (9%), **Bad News/Human Interest** (6%) und vor allem **Sport** (3%) gewichtet DRS 1/Zentralschweiz dagegen weit geringer als die privaten Programmanbieter.

Die Politikberichterstattung fokussiert hauptsächlich auf **Energie-** (9%) und **Verkehrspolitik** (6%), sowie Finanzen/Steuern (5%). Dabei stehen verschiedene Ereignisse im Vordergrund. **Freizeit/Tourismus** (7%) wird etwa in Zusammenhang mit der Luga oder mit Tourismusprojekten breit thematisiert. Die Bedeutung des Themas **Wohnen** (7%) erklärt sich mit der breiten Berichterstattung über ein Bauprojekt auf der Luzerner Allmend. Ausführliche Beiträge über einen regionalen Musikschaffenden und zum Programm des Luzerner Theaters erklären die vergleichsweise hohen Anteil der Themen **Film/Theater** (6%) und **Musik** (5%). Einigen Platz beansprucht auch die Berichterstattung über Wirtschaftsaktivitäten verschiedener **Unternehmen** (9%).

DRS 1/Zentralschweiz bietet somit einen regionalen Themenmix, der sich von den Regionalinformationen der regionalen Privatradios deutlich unterscheidet, was insgesamt zu einer für das Publikum erfreulichen **inhaltlichen Vielfalt** beiträgt.

#### 4.4.3.3. Ereignisorte und Regionalbezüge

**Abbildung 126: Ereignisorte DRS 1/ Zentralschweiz** (Basis: Informationsbeiträge mit Ortsangabe, Dauer. Versorgungsgebiet: KR Luzern, KR Willisau/Sursee, KR Zug, KR Schwyz, KR Nidwalden, KR Obwalden, KR Uri)

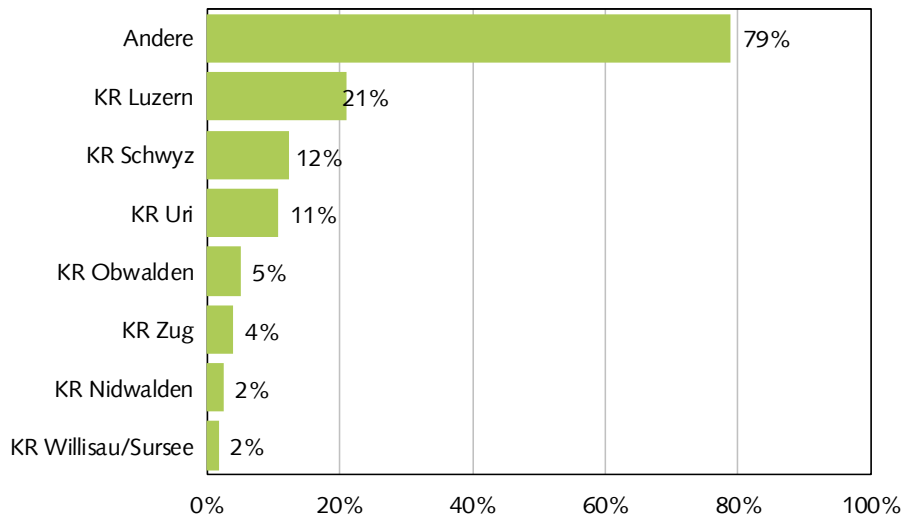


Publicom 2012

DRS 1/Zentralschweiz unterscheidet sich bezüglich der geografischen Aufmerksamkeitsverteilung kaum von den anderen DRS-Regionalprogrammen. Das **Ausland** (42%) und nationale Ereignisse (30%) beanspruchen fast drei Viertel der Informationsleistung. Auf regionale Ereignisse entfallen 16%, auf die übrige Schweiz 12%.

Die Verteilung der **Regionalberichterstattung** auf die verschiedenen regionalen Kommunikationsräume ist kaum gleichmässiger als bei den Privatradios: Der **KR Luzern** vereinigt 8% der Informationsbeiträge mit Ortsangabe, wobei allein das regionale Zentrum, Luzern, 6% der Informationsleistung absorbiert. Ereignisse im KR Schwyz (3%) finden ebenfalls noch eine gewisse Beachtung, während die anderen KR der Zentralschweiz nur marginal von der Berichterstattung berücksichtigt werden.

Abbildung 127: Regionalbezüge DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Informationsbeiträge mit Regionalbezügen, Dauer, Mehrfachnennungen)

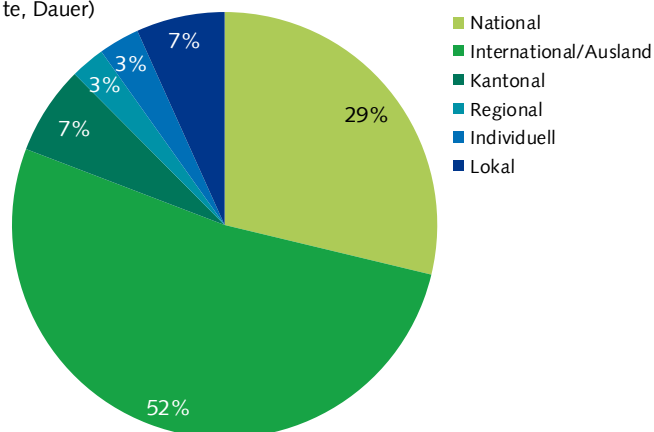


Publicom 2012

Die Analyse der **Regionalbezüge** in der untersuchten Programmstrecke von DRS 1 Zentralschweiz zeigt ein ähnliches Bild wie bei den anderen DRS-Regionalprogrammen: Die Mehrheit der Regionalbezüge betrifft Gebiete ausserhalb der Region Zentralschweiz. Am häufigsten wird zwar der KR Luzern (21%) erwähnt. Nicht viel weniger angesprochen wird jedoch der KR Zürich (18%). Dass aber auch die KR Willisau/Sursee (2%), Nidwalden (2%) und Zug (4%) zum Versorgungsgebiet von DRS 1/Zentralschweiz gehören, ist aufgrund der Regionalbezüge kaum erkennbar.

#### 4.4.3.4. Themenreichweite

Abbildung 128: Themenreichweite DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Alle Informationsbeiträge mit bestimmbarer Themenreichweite, Dauer)

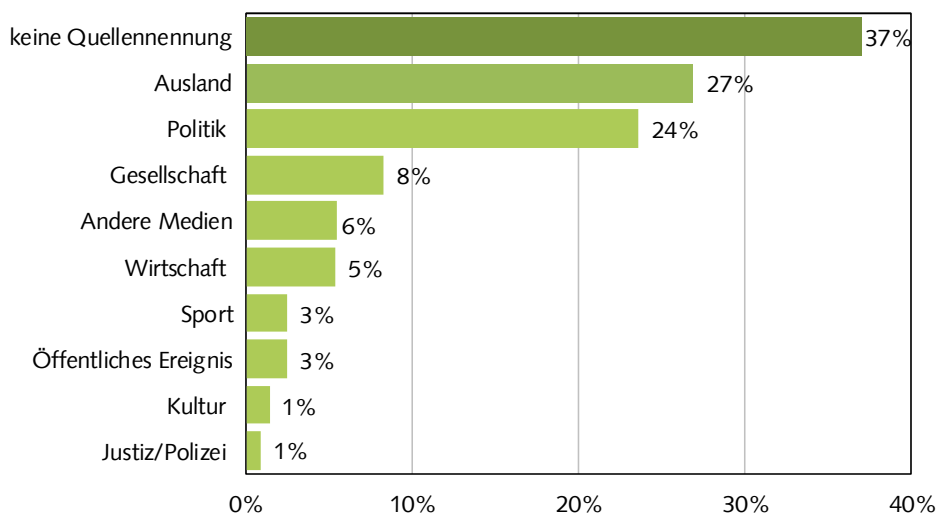


Publicom 2012

Die Struktur der Themenreichweite auf DRS 1/Zentralschweiz ist nahezu identisch wie bei den anderen DRS-Regionalprogrammen: Rund vier Fünftel der präsentierten Themen sind von **nationaler** (29%) oder **internationaler** (52%) Reichweite.

#### 4.4.3.5. Quellen

Abbildung 129: Quellen DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer; Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

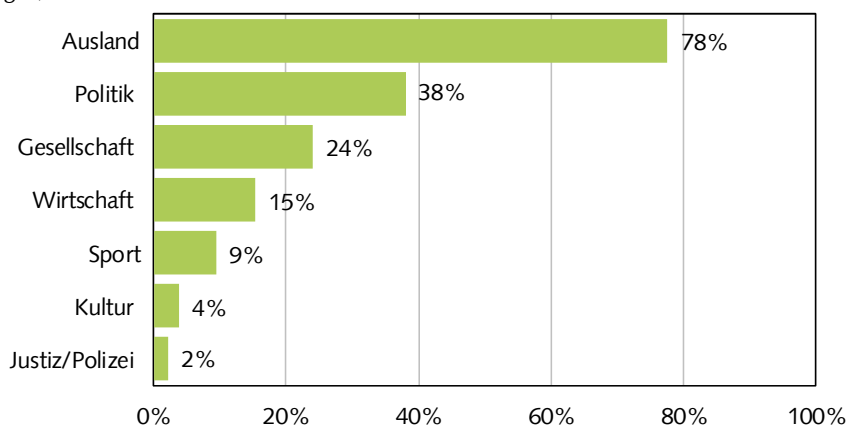
DRS 1/Zentralschweiz unterscheidet sich in der Quellenstruktur nur geringfügig von den anderen DRS-Regionalprogrammen. Sehr häufig erfolgt auch hier **keine** Bezeichnung der Quellen (37%). Der Anteil an (deklarierten) Auslandquellen liegt bei 27%. Das politische System (24%) hat ebenfalls einen hohen Stellenwert als Quelle.

Die aufgrund der geringen Quellentransparenz beschränkt aussagekräftige Analyse der Quellenstruktur zeigt ein Übergewicht der Exekutive (13%) gegenüber der Legislative (10%), das aber etwas kleiner ausfällt als bei anderen DRS-Regionalprogrammen. Soweit auf Parteien als Quellen zurückgegriffen wird, sind es, wie in den anderen DRS-Regionalprogrammen, die **Grünliberalen** (3%), die mit Abstand am häufigsten ihre Standpunkte einbringen können. Von den übrigen Parteien kommt nur die CVP (1%) noch etwas ausgiebiger zu Wort. Was die Anteile an wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und anderen Quellen anbelangt, finden sich nahezu identische Verhältnisse wie bei den anderen DRS-Regionalprogrammen.

Auch DRS 1/Zentralschweiz deklariert den **Quellenzugang** mehrheitlich nicht. Nur in 40% der Information erfährt das Publikum, wie sich die Redaktion eine Information beschafft hat.

#### 4.4.3.6. Akteure

Abbildung 130: Akteure, gruppiert DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Informationsbeiträge mit Akteuren, Dauer, Mehrfachnennungen)



Publicom 2012

Die Akteursstruktur bei DRS 1/Zentralschweiz unterscheidet sich nur unwesentlich von den anderen DRS-Regionalprogrammen: **Auslandakteure** (78%) beherrschen das Geschehen. Die inländischen Politakteure treten in 38% der Informationsbeiträge in Erscheinung.



Die **Exekutive** (22%) steht stärker im Fokus als die **Legislative** (17%). Von den legislativen Kräften finden wie bei den anderen Regionalprogrammen die Grünliberalen (3%) die grösste Beachtung. Die anderen Parteien stehen weit seltener im Fokus.

Sehr viel häufiger stehen **Privatpersonen** (18%), und Sportakteure (9%) im Zentrum des Geschehens. Unternehmen (12%) finden deutlich weniger Aufmerksamkeit als bei DRS 1/Aargau-Solothurn.

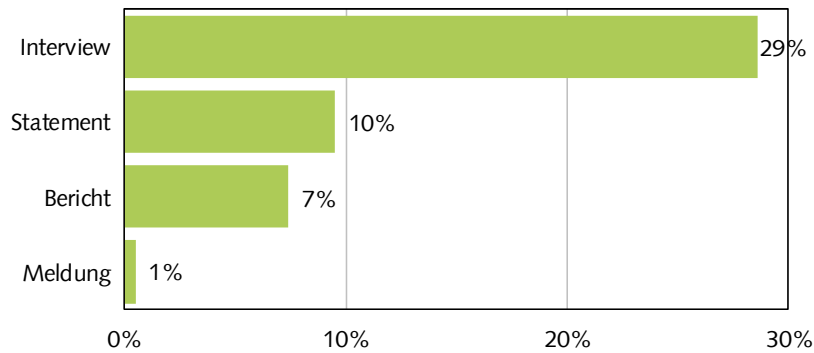
#### 4.4.3.7. Ausgewogenheit und Meinungsvielfalt

DRS 1/Zentralschweiz favorisiert die **Exekutive** gegenüber der Legislative. Zum einen berichtet der Sender häufiger über Behörden und deren Aktivitäten als über legislative Kräfte. Zum anderen werden diese auch als Quelle häufiger berücksichtigt. Das Übergewicht ist deutlicher als bei DRS 1/Basel.

Was die Berücksichtigung der verschiedenen politischen Richtungen betrifft, geniessen die **Grünliberalen** eine Vorzugsstellung – wie in den anderen DRS-Regionalprogrammen. Sie stehen häufiger als jede andere Partei im Zentrum des Geschehens und können ihre Positionen auch als Quelle besser einbringen. Alle anderen Parteien haben nur eine geringe, aber weitgehend ausgeglichene Präsenz.

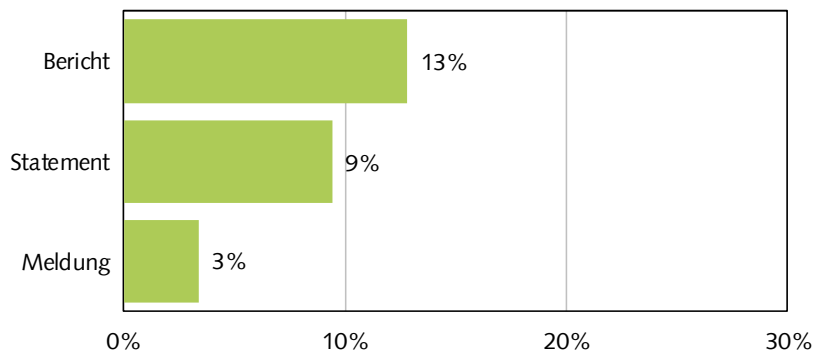
Das **Perspektiven-** und **Meinungsspektrum** leuchtet DRS 1/Zentralschweiz besser aus als die Privatsender der Region, aber nicht ganz so gut wie DRS 1/Aargau-Solothurn. In einem gegebenen thematischen Zusammenhang verweist DRS 1/Zentralschweiz in 10% der Informationsbeiträge auf eine **andere Perspektive**, in 6% der Informationen auf **kontroverse Meinungen**. Vor allem in Interviews werden sehr häufig verschiedene Perspektiven aufgezeigt, auf andere Meinungen verweist der Sender häufig in ausführlichen Berichten. Damit kann sich die Hörschaft von DRS 1/Zentralschweiz ein etwas besseres Bild über die verschiedenen Positionen zu einem gegebenen Sachverhalt machen als das Privatradiopublikum der Region.

Abbildung 131: Andere Perspektive nach journalistischer Form DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

Abbildung 132: Andere Meinung nach journalistischer Form DRS 1/Zentralschweiz (Basis: Alle Informationsbeiträge, Dauer)



Publicom 2012

#### 4.4.3.8. Aktualität

Im Vergleich mit den anderen DRS-Regionalprogrammen ist punkto Aktualität der Berichterstattung kaum ein Unterschied zu erkennen. In mehr als einem Drittel der Informationsbeiträge **fehlt** die zeitliche Einordnung des Geschehens. Gut die **Hälfte** ist zweifelsfrei **tagesaktuell**.

#### 4.4.4. Übrige Wortinhalte

**Service** ist auf DRS 1/Zentralschweiz ebenso wichtig wie bei DRS 1/Aargau-Solothurn. Die Verteilung der verschiedenen Servicearten ist nahezu identisch wie bei den anderen DRS-Regionalprogrammen: Wetter (41%) und Verkehr (34%) machen mehr als drei Viertel der Serviceinformationen aus. Wichtig sind zudem Hinweise auf andere Inhalte im Programm (10%). Kino- und Veranstaltungstipps, sowie Börse (je 6%) runden das Service-Angebot ab. Verweise auf Medieninhalte von Anbietern ausserhalb der SRG fehlen gänzlich.

**Wort-Unterhaltung** spielt im Programm von DRS 1/Zentralschweiz in der untersuchten Prime Time ebenfalls keine Rolle. Sie macht bloss 1% aller Programminhalte aus und besteht fast ausschliesslich aus Lesungen.

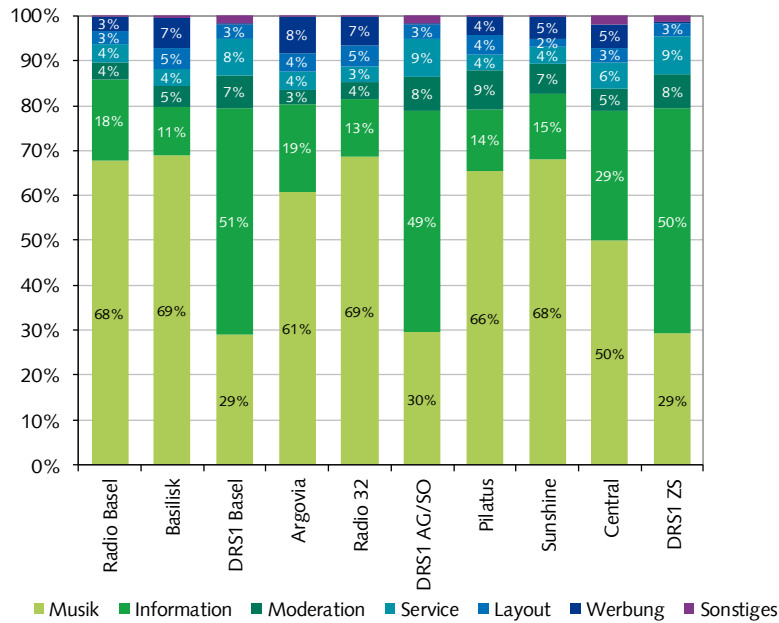
#### 4.4.5. Sponsoring

Der Umfang des Sponsorings in der Prime Time ist auf DRS 1/Zentralschweiz fast identisch zu den andern DRS-Regionalprogrammen. Etwas mehr als 5% der Programmzeit sind gesponsert. Zwei der drei Privatradios der Zentralschweiz sind diesbezüglich aber erfolgreicher als Radio DRS.

## 5. Fazit

### 5.1. Grafische und tabellarische Übersicht

Abbildung 133: Programmstruktur (Basis: Gesamtsendezeit Prime Time)



Publicom 2012

Abbildung 134: Themen (Basis: Dauer der Informationsbeiträge)

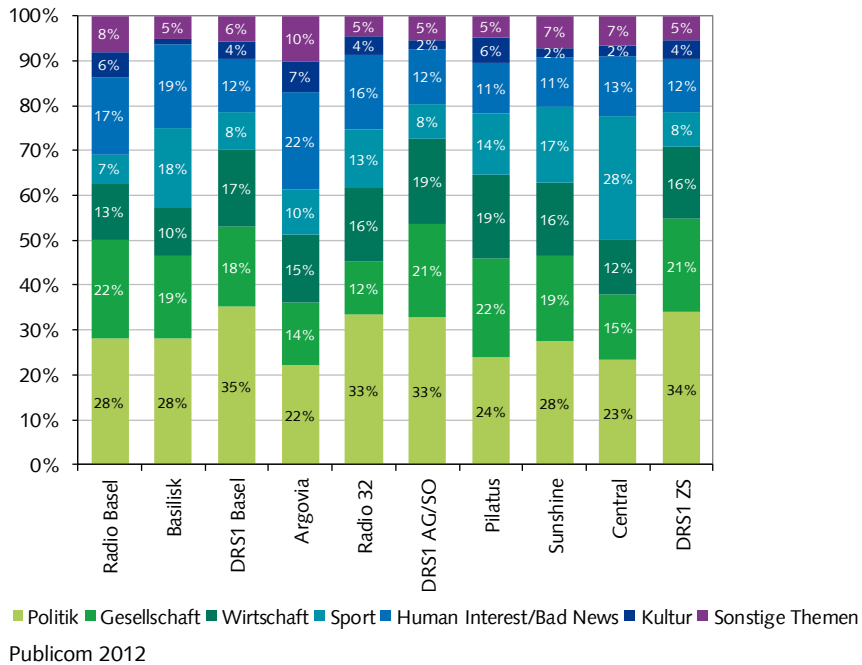


Abbildung 135: Ereignisorte (Basis: Dauer der Informationsbeiträge mit Ortsangabe)

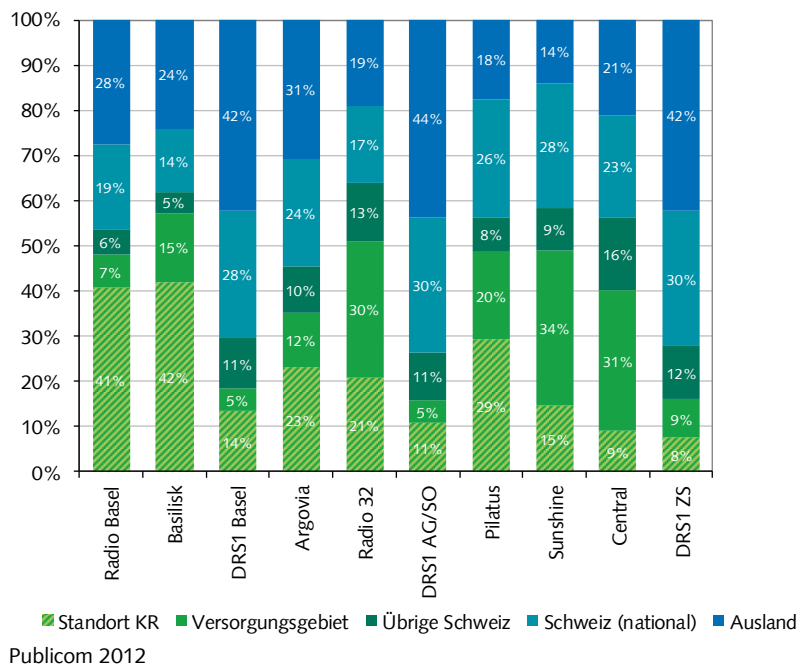
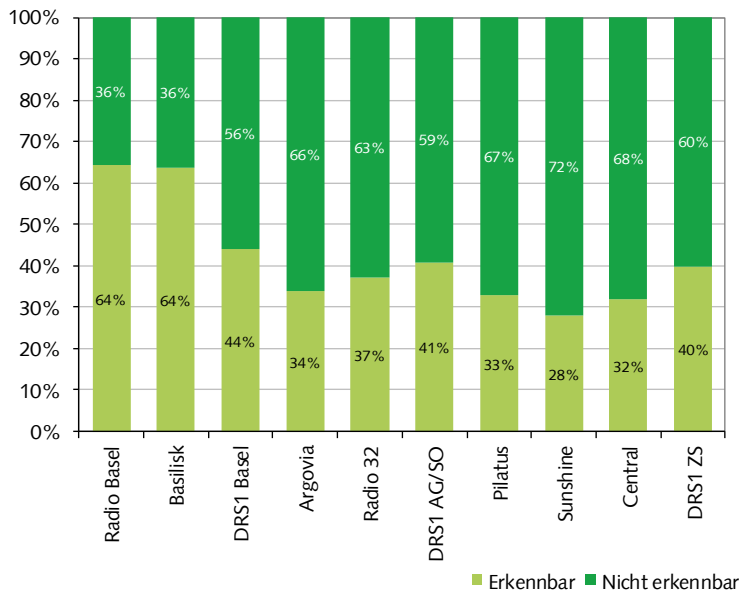
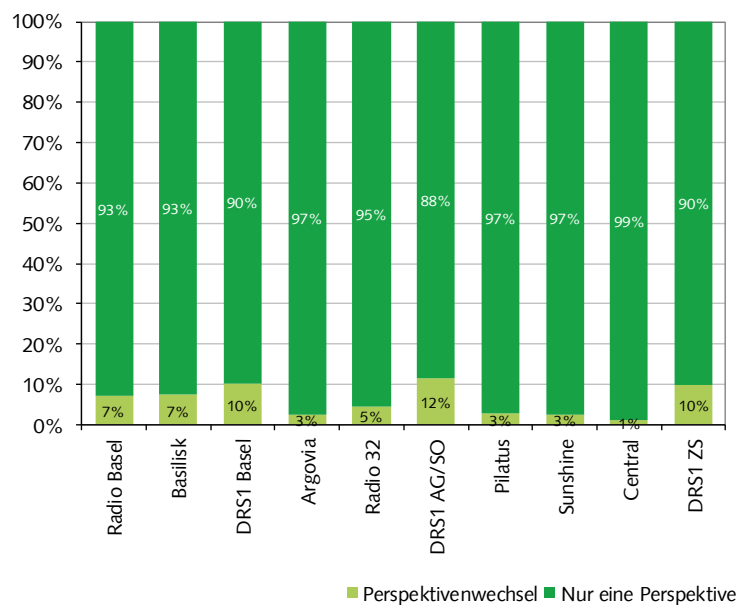


Abbildung 136: Quellenzugang (Basis: Dauer der Informationsbeiträge)



Publicom 2012

Abbildung 137: Perspektivenwechsel (Basis: Dauer der Informationsbeiträge)



Publicom 2012

Tabelle 2: Programm- und Leistungsmerkmale: Region Basel

Merkmal	Radio Basel	Basilisk	DRS1 Basel
Informationsanteil	18%	11%	51%
Regionalinfo (Min/Werktag)	24'	20'	31'
Formale publ. Vielfalt (1)	38%	21%	43%
Thematische Vielfalt (2)	50%	54%	47%
Orientierungsleistung (3)	7%	7%	10%
Abdeckung KG (4)	15%	27%	-
Quellentransparenz (5)	76%	84%	67%
Behördennähe (6)	42%	76%	46%
Musik: Vielfalt (7)	33%	38%	49%
Musik: Aktualität (8)	52%	73%	25%
Musik: Anteil CH-Musik	6%	12%	11%

Publicom 2012

Tabelle 3: Programm- und Leistungsmerkmale: Region Aargau/Solothurn

Merkmal	Argovia	Radio 32	DRS1 AG/SO
Informationsanteil	19%	13%	49%
Regionalinfo (Min/Werktag)	22'	23'	26'
Formale publ. Vielfalt (1)	39%	30%	44%
Thematische Vielfalt (2)	58%	51%	47%
Orientierungsleistung (3)	3%	5%	12%
Abdeckung KG (4)	2%	20%	4%
Quellentransparenz (5)	72%	78%	63%
Behördennähe (6)	54%	53%	54%
Musik: Vielfalt (7)	23%	25%	49%
Musik: Aktualität (8)	69%	66%	25%
Musik: Anteil CH-Musik	8%	12%	11%

Publicom 2012

Tabelle 4: Programm- und Leistungsmerkmale: Region Zentralschweiz

Merkmal	Pilatus	Sunshine	Central	DRS1 ZS
Informationsanteil	14%	15%	29%	50%
Regionalinfo (Min/Werktag)	23'	25'	39'	27'
Formale publ. Vielfalt (1)	23%	21%	32%	44%
Thematische Vielfalt (2)	54%	53%	49%	45%
Orientierungsleistung (3)	6%	3%	2%	10%
Abdeckung KG (4)	4%	8%	3%	9%
Quellentransparenz (5)	61%	64%	65%	63%
Behördennähe (6)	53%	59%	49%	56%
Musik: Vielfalt (7)	17%	23%	26%	49%
Musik: Aktualität (8)	58%	53%	33%	25%
Musik: Anteil CH-Musik	9%	9%	9%	11%

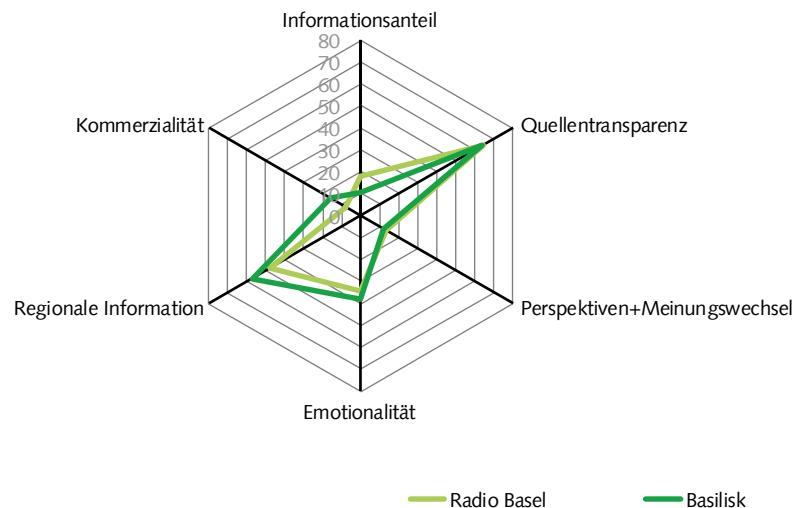
Publicom 2012

- (1) Total der Informationsbeiträge minus die zwei meistverwendeten journalistischen Formen in %, z.B. Meldung + Statement = 60% → publizistische Vielfalt = 40%
- (2) Total der Informationsbeiträge minus die zwei häufigsten Themenbereiche in %, z.B.: Politik + Sport = 60% → thematische Vielfalt = 40%
- (3) Anteil der Informationsbeiträge mit anderen Perspektiven oder andere Meinungen (höherer Wert)
- (4) Durchschnittlicher Anteil der beiden am schwächsten abgedeckten KR im Konzessionsgebiet (100% = Alle Informationsbeiträge mit Ereignisort im KG)
- (5) Anteil der Informationsbeiträge, in denen entweder die Quelle oder der Quellenzugang transparent gemacht werden.
- (6) Anteil der exekutiven Akteure am Total der politischen Akteure (100% = Alle Informationsbeiträge mit politischen Akteuren)
- (7) Anteil der gespielten Musiktitel, die **nicht** in den Top 30 der internationalen Charts (USA, UK, D) vertreten sind/waren.
- (8) Anteil der gespielten Musiktitel, die seit dem Jahr 2000 erschienen sind.



## 5.2. Region Basel

Abbildung 138: Leistungsindikatoren<sup>12</sup> Privatradios Region Basel



Publicom 2012

Mit dem im Januar 2012 vollzogenen Relaunch von **Radio Basel** zu Energy Basel ist die analysierte Situation im Raum Basel bereits als historisch zu bezeichnen, da das neue Format kaum noch etwas mit dem vormaligen Programm von Radio Basel zu tun haben dürfte. Gleichwohl sind die Ergebnisse aufschlussreich, insbesondere auch, was das Konzept des ehemaligen Radio Basel angeht, das sich ja weder im Publikums- noch im Werbemarkt durchzusetzen vermochte.<sup>13</sup>

Radio Basel trat mit dem Anspruch an, ein anspruchsvolles Radioprogramm mit "*Schwerpunkt Information*" anzubieten<sup>14</sup>. Zumindest teilweise scheint dies gelungen zu sein, obschon es sich – bei einem Musikanteil, der praktisch gleich gross war wie bei Radio Basilisk – bestimmt nicht um

<sup>12</sup> Die Indexwerte werden wie folgt berechnet:

- Anteil der Information am Gesamtprogramm: in % der Gesamtsendezeit
- Quellentransparenz: Quellenzugang erwähnt in % der Informationsbeiträge
- Perspektiven- und Meinungsvielfalt: Perspektiven- und Meinungswechsel in % der Informationsbeiträge (kumuliert)
- Regionalinformation: Ereignisorte im Konzessionsgebiet in % der Informationsbeiträge
- Emotionalität: Bad News, Human Interest, private Akteure in % der Informationsbeiträge (kumuliert)
- Kommerzialität: Werbung, gesponserte Sendungen, Layout in % der Gesamtsendezeit (kumuliert)

<sup>13</sup> Radio Basel erreichte zuletzt, d.h. im 2. Semester 2011 eine Tagesreichweite in der Deutschen Schweiz von 1,6% bzw. knapp 74'000 tägliche Höre (Quelle: Mediapulse, 2012). Die finanziellen Verluste betragen laut "Sonntag" vom 8. Juli 2012 allein im Jahr 2011 rund 11 Millionen Franken.

<sup>14</sup> Vgl. Bakom-Medienmitteilung vom 23.7.2009

ein "*regionales Wortradio*"<sup>15</sup> gehandelt hat. Die **Informationsleistung** war im Vergleich zum direkten privaten Wettbewerber aber deutlich grösser, wenngleich nicht annähernd so umfangreich wie beim Basler Regionalprogramm von Radio DRS. Auch der Umfang der **regionalen Information** überstieg die entsprechende Leistung von Radio Basilisk um vier Minuten pro Werktag. Die Vielfalt der Informationsaufbereitung war im Privatradiovergleich hoch, zudem war die Informationsleistung relativ eigenständig bzw. weniger behördennah als bei den meisten Privatradios, insbesondere auch bei Radio Basilisk. Punkto thematischer Vielfalt, publizistischer Berücksichtigung des gesamten Konzessionsgebietes, Quellentransparenz und Orientierungsleistung für das Publikum konnte Radio Basel seinen direkten privaten Wettbewerber aber nicht überflügeln. Darüber hinaus praktizierte Radio Basel ein **Musikformat**, das ein diffuses Profil aufwies und von der hehren, aber wohl unmöglich zu realisierenden Absicht beseelt schien, die gesamte Bevölkerung gleichermassen anzusprechen.

Dem Publikum präsentierte sich in der Region Basel 2011 ein äusserst **vielfältiges regionales Programmangebot**, das in mancher Hinsicht komplementäre Züge aufwies. Diese zeigen sich v.a. beim Musikformat, wo sich die grössten programmlichen Unterschiede manifestieren. Dabei weist **Radio Basilisk** u.a. ein deutlich jüngeres Musikprofil auf als Radio Basel (und Radio DRS).

Was die **Information** anbelangt, ist der quantitative Output von Basilisk insgesamt bescheiden. Dies hängt aber vor allem mit der vergleichsweise knappen nationalen und internationalen Berichterstattung zusammen, während die regionale Informationsleistung im Vergleich mit Radio Basel weniger abfällt. Weit mehr Information als die Privaten bietet natürlich **DRS 1/Basel**, da in der analysierten Prime Time u.a. auch das "Paradestück" von Radio DRS, das "*Echo*" ausgestrahlt wird. Auffallend ist jedoch, dass das DRS-Regionalprogramm nicht nur das umfangreichste Angebot an internationalen und nationalen Informationen aufweist, sondern auch **die meisten regionalen Informationen** verbreitet. **Thematisch** unterscheiden sich diese relativ stark vom Angebot der beiden Privatradios, indem es sich erheblich auf Politik und Wirtschaft konzentriert, aber auch Kultur relativ hoch gewichtet. Sport und Bad News dagegen werden kaum thematisiert. Die Privaten gewichten zwar regionale Politik auch sehr hoch, behandeln aber in hohem Masse auch Gesellschaftsthemen und berichten auch häufiger über Bad News. Über die gesamte Informationsleistung gesehen, profiliert sich **Radio Basilisk** durch den höchsten Anteil an Sport, **Radio Basel** favorisiert Gesellschaftsthemen, während der öffentliche Anbieter die umfassendste politische Berichterstattung anzubieten hat.

Bezüglich der Abdeckung des Konzessionsgebietes steht insbesondere Radio Basilisk besser da als viele private Radios der Schweiz. Zwar fokussiert auch Basilisk auf die Metropole Basel, widmet

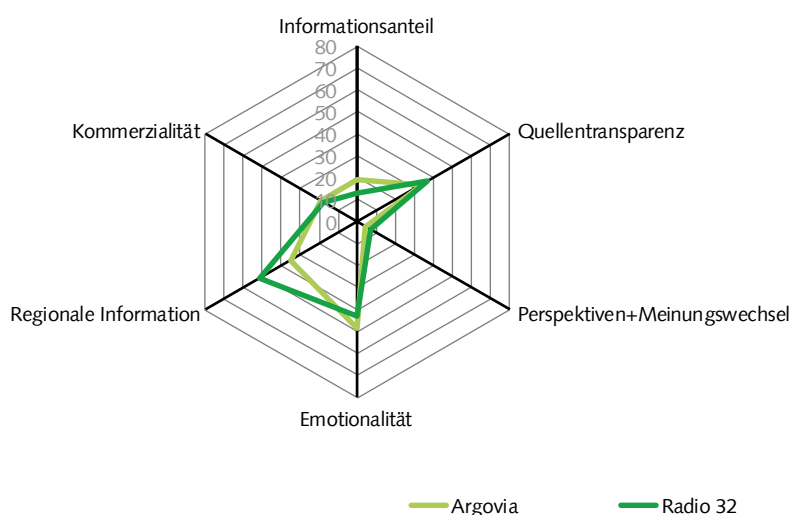
---

<sup>15</sup> Vgl. Eva Pfirter: Nur am Anfang war das Wort. In: Edito+Klartext, 01/12, S. 6-7

aber auch den anderen Regionen des Konzessionsgebietes relativ viel Aufmerksamkeit, was natürlich auch mit der relativen Homogenität des Wirtschaftsraums Basel zusammenhängt. Einzig der **KR Fricktal** erscheint bei Basilisk ebenso wenig auf dem redaktionellen Radar wie bei Radio Basel.<sup>16</sup> Angesichts der Tatsache, dass dieses Gebiet rund 65'000 Einwohner zählt und sowohl wirtschaftlich als auch kulturell stark nach Basel ausgerichtet ist<sup>17</sup>, vermag diese **Unterversorgung** nicht so recht einzuleuchten.

### 5.3. Region Aargau/Solothurn

Abbildung 139: Leistungsindikatoren<sup>18</sup> der Privatradios im Raum Aargau/Solothurn



Publicom 2012

Im Raum Aargau/Solothurn präsentiert sich die Wettbewerbssituation anders als in der Region Basel, da die Konzessionsgebiete der beiden Privatradios sich nur teilweise überlappen. Somit stehen die privaten Anbieter v.a. mit dem DRS-Regionalprogrammen im Wettbewerb. Entsprechend unterscheiden sich die privaten Programme weniger voneinander als dies im Raum Basel der Fall ist. Ein Unterscheidungsmerkmal betrifft den Musikanteil, der bei **Radio Argovia** deutlich kleiner ist als bei Radio 32 und auch im interregionalen Privatradiovergleich unterdurchschnittlich ist. Dies hat primär damit zu tun, dass Radio Argovia verhältnismässig viel Information produziert

<sup>16</sup> Auch DRS 1/Basel befasst sich nicht mit dem KR Fricktal, der aber auch nicht zum Versorgungsgebiet von DRS 1/Basel gehört.

<sup>17</sup> Vgl. Publicom AG: Kommunikations-Atlas der Schweiz 2005, S.234ff.

<sup>18</sup> Vgl. Fussnote 12

– allerdings vor allem zu nationalen und internationalen Ereignissen. Was die **regionale Informationsleistung** anbelangt, liegt der Sender sogar hinter Radio 32 zurück. Daher hat auch im Gebiet Aargau-Solothurn das DRS-Regionalprogramm in Sachen Regionalinformation die Nase vorn. Die Mehrproduktion gegenüber Radio 32 beträgt aber nur drei Minuten täglich.

Auch in **thematischer** Hinsicht unterscheiden sich Radio Argovia und Radio 32 recht deutlich: Während Radio 32 – wie DRS 1/Aargau-Solothurn – Politik klar am stärksten gewichtet, setzt **Argovia** ebenso stark auf Human Interest/Bad News wie auf Politik. Wird nur die **Regionalinformation** betrachtet, sind Unglücksfälle, Verbrechen und andere **Bad News** sogar das wichtigste Themenfeld von Radio Argovia, noch vor Politik. **Radio 32** hingegen gewichtet auch regional Politik, Gesellschaft und Sport weit höher als die boulevardorientierten Themen.

Die Aufbereitung der Information ist bei Argovia zwar nicht so vielfältig wie im DRS-Regionalprogramm, vermag aber höheren professionellen Ansprüchen durchaus zu genügen. Schwach ist dagegen die **Orientierungsleistung** für das Publikum, wenn es darum ginge unterschiedliche Meinungen und Perspektiven zu einem Sachverhalt aufzuzeigen. Nur wenig mehr erbringt Radio 32 diesen Service für seine Hörerschaft.

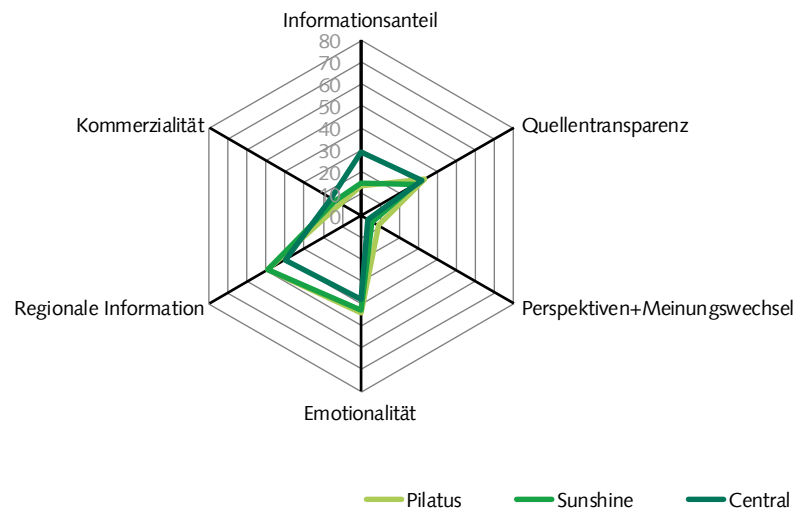
Was die **geografische Ausrichtung** der beiden Privatradios im Raum Aargau-Solothurn anbelangt, sind ebenfalls unterschiedliche Konzepte sichtbar. Argovia berichtet überwiegend über nationale Inland- und Auslandsthemen. Ereignisse aus dem Konzessionsgebiet machen nur gut ein Drittel des gesamten Informationsvolumens aus. Radio 32 hingegen widmet über die Hälfte seiner Informationsproduktion Geschehen in seinem Konzessionsgebiet. Bei **Radio Argovia** ist zudem eine starke **Konzentration** der regionalen Information auf den Standort-KR, den KR Aarau, zu beobachten, während die übrigen KR des Konzessionsgebietes weit geringere Beachtung finden. So berichtet Radio Argovia über die zum Konzessionsgebiet zählenden KR Freiamt und Olten-Thal (praktisch) nie und über den KR Fricktal (!) nur selten. Zwar fokussiert auch **Radio 32** stärker auf den Standort-KR als auf die übrigen Gebiete des Konzessionsgebietes, doch werden die übrigen KR im Konzessionsgebiet recht ausgewogen berücksichtigt.

So unterschiedlich die journalistischen Leistungen der beiden Privatradios sind, so ähnlich sind die **Musikformate**. Der Stilmix der beiden Radios ist nahezu identisch, ebenso der Anteil der Chart-Titel. Gut vier Fünftel der Titel bei beiden Radios entstammen dem Pop-Spektrum, wobei Radio 32 etwas mehr Latino-Pop und Radio Argovia eine Spur mehr Disco-Pop spielt. Zudem ist bei Radio 32 der Rock-Anteil und der Anteil an Schweizer Musik leicht höher als bei Argovia, während dieses seinem Stilmix etwas mehr Black-Soul/Funk beimischt. Argovia spielt zudem etwas häufiger ganz aktuelle Titel. Die minimalen Differenzen im Musikformat lassen darauf schliessen, dass beide Sender mehr oder weniger dieselbe Zielgruppe ansprechen.

**Angebotsvielfalt** ergibt sich im Raum Aargau-Solothurn somit primär durch den öffentlichen Anbieter, der sowohl inhaltlich als auch musikalisch andere Akzente setzt. Die privaten Radioprogramme bereichern das Angebot eher durch unterschiedliche Themen-Schwerpunktsetzung als durch musikalische Varianz.

## 5.4. Region Zentralschweiz

Abbildung 140: Leistungsindikatoren<sup>19</sup> der Privatradios im Raum Zentralschweiz



Publicom 2012

Neben dem DRS-Regionalprogramm operieren im Raum Zentralschweiz drei private Anbieter mit unterschiedlichen Konzessionsgebieten, die sich aber stark überlappen. Nur in den KR Uri und Glarnerland und einigen peripheren Gebieten einzelner KR herrscht somit kein Wettbewerb.

Umso überraschender ist es, dass zwei der drei privaten Anbieter – Radio Sunshine und Pilatus – **annähernd strukturgleiche** Programme aufweisen. Aber nicht nur die Programmstrukturen der beiden Radios sind nahezu identisch, die Parallelen erstrecken sich auch über Details der Programm- und Musikgestaltung. Demgegenüber steht mit **Radio Central** ein privater Wettbewerber, der sich in verschiedener Hinsicht markant von anderen Privatradios unterscheidet. Er strahlt rund doppelt so viele Informationen aus wie die regionalen Konkurrenten<sup>20</sup>, womit er aber auch

<sup>19</sup>Vgl. Fussnote 12

<sup>20</sup> Dabei ist die Informationsleistung des Fensterprogramms noch nicht einmal mitberechnet.

gesamtschweizerisch einen **Spitzenplatz** unter den Privatradios einnimmt. Ungewöhnlich tief ist daher auch der Musikanteil von Radio Central in der untersuchten Prime Time. Mit dieser Programmcharakteristik positioniert sich Radio Central näher beim DRS-Regionalprogramm als bei seinen privaten Mitbewerbern, zumal auch das Musikformat wohl näher bei DRS 1 liegt als beim Format, das Radio Sunshine und Pilatus praktizieren. Besonders eindrücklich ist aber der Umfang der **Regionalinformation** bei Radio Central: Der private Sender strahlt an einem durchschnittlichen Werktag in der Prime Time 39 Minuten regionale Informationen aus. Er übertrifft damit DRS 1/Zentralschweiz um 12 Minuten, seine privaten Wettbewerber sogar um 14 bzw. 16 Minuten.

Auch **thematisch** setzt Radio Central einen klaren Akzent, indem es **Sport** zur Hauptsache erklärt, während insbesondere DRS 1/Zentralschweiz, aber auch die anderen Privatradios politische Themen am höchsten gewichten. Wird nur die Regionalinformation betrachtet, nähern sich die Themenstrukturen zwar an, aber Central profiliert sich auch im Nahbereich als Radio mit einer besonderen Affinität für Sport.

Die **formale Gestaltung der Information** bei den privaten Radios der Region vermag das professionelle Niveau des öffentlichen Anbieters nicht zu erreichen, insbesondere ist das Spektrum der von Sunshine und Pilatus eingesetzten journalistischen Formen sehr limitiert. Radio Central unterscheidet sich aber auch in diesem Punkt von seinen beiden privaten Konkurrenten durch einen variantenreicheren Einsatz von Gestaltungsformen. Auch behält Radio Central kritische Distanz gegenüber Behörden und rückt auch andere politische Akteure ins Zentrum. Dies trifft – in etwas eingeschränkterem Umfang – auch für die beiden anderen privaten Stationen zu. Der Forderung nach **Quellentransparenz** kommen die drei Zentralschweizer Stationen ebenso wenig nach wie DRS 1/Zentralschweiz, und auch dem Vergleich mit den Privatradios der anderen analysierten Regionen vermögen sie nicht standzuhalten. Schwach ist auch die **Orientierungsleistung** für das Publikum in Bezug auf verschiedene Meinungen und Perspektiven, zumindest bei Central und Sunshine wird eine solche Leistung praktisch nicht erbracht. Etwas besser sieht es bei Pilatus aus.

Eine umfassende publizistische **Berücksichtigung des Konzessionsgebietes** kann bei **keiner** Station festgestellt werden, obwohl die Fokussierung auf den eigenen Standort weniger stark ist als bei Privatradiostationen anderer Regionen. Central und Sunshine berichten sogar intensiver über Ereignisse im KR Luzern als über Geschehen im KR Zug bzw. Schwyz. Andererseits bleiben einzelne KR an den untersuchten Stichtagen (fast) gänzlich unberücksichtigt. Dies betrifft etwa den KR Freiamt, der zum Konzessionsgebiet von Radio Sunshine gehört, aber auch den KR Willisau/Sursee, der zum Konzessionsgebiet von Radio Pilatus und teilweise auch von Sunshine und Central gehört. Da auch das DRS-Regionalprogramm sein Versorgungsgebiet kaum umfassender abdeckt als die Privaten, entstehen auch in der Zentralschweiz Zonen, die von den regionalen Ra-

dios publizistisch kaum erschlossen werden. Dazu gehört insbesondere der **KR Willisau/Sursee**, der mit rund 110'000 Einwohnern ein nicht zu unterschätzendes Hörerpotenzial bietet<sup>21</sup>.

Das spezielle Programmprofil von Radio Central manifestiert sich auch im **Musikformat**. Während Sunshine und Pilatus mehrheitlich aktuelle Musik spielen, setzt **Central** auf Oldies, insbesondere aus den 80er Jahren. Die stilistische Vielfalt ist allerdings kaum grösser. Fast neun von zehn Titeln entstammen dem Pop-Spektrum, und der Anteil der Charttitel ist ebenfalls hoch. Fast **identisch** sind jedoch die Musikformate von **Sunshine** und **Pilatus**. Sowohl bezüglich Stilspektrum, Erscheinungsjahr der Titel, Charterfolgen und Sprachen sind die Differenzen minimal, und auch der Anteil an Schweizer Musik ist bei den beiden Radios – wie auch bei Radio Central – exakt gleich gross.

Zwar ist der **Wettbewerb** unter den Veranstaltern in der Zentralschweiz mit drei privaten und einem öffentlichen Anbieter intensiv, de facto nutzen aber Sunshine und Pilatus ihre Differenzierungschancen wenig, so dass aus Publikumssicht das Potenzial an Programmvierfalt durch die aktuelle Anbieterkonstellation nicht optimal ausgeschöpft wird.

## 5.5. Schlussfolgerungen

Die sieben privaten und drei öffentlichen Radioprogramme in drei Regionen der deutschen Schweiz, die 2011 analysiert wurden, repräsentieren teilweise unterschiedliche **Programmphilosophien**, die insgesamt die schweizerische Radiolandschaft in recht typischer Weise reflektieren. Die DRS-Regionalprogramme sind insofern ein Sonderfall, als es sich dabei um drei regionale Fenster handelt, die innerhalb eines informationsdominierten Mantelprogrammes, das u.a. die Magazine *Rendez-vous* und *Echo der Zeit* beinhaltet, ausgestrahlt werden. Das DRS- "Regionalprogramm" ist somit eher ein nationales Programm mit regional individualisierten Inhalten ("Regionaljournale"). Der Vergleich mit den Privatradios muss aufgrund verschiedener konzessionsrechtlicher Voraussetzungen, aber auch wegen der ungleichen Ressourcen, die für die Programmproduktion zur Verfügung stehen<sup>22</sup> relativiert werden.

Mit den **DRS-Regionalprogrammen** bietet sich dem Publikum aller Regionen die Option eines wort- bzw. informationsbetonten Programms, das einen klaren Schwerpunkt auf internationale und nationale Politik legt. Obwohl die Regionalinformation in der Prime Time auf DRS 1 einen im Vergleich zum In- und Ausland deutlich geringeren Stellenwert hat, ist die regionale Informati-

---

<sup>21</sup> Vgl. Publicom AG: Kommunikations-Atlas der Schweiz 2005, S.226ff.

<sup>22</sup> Vgl. auch Publicom AG: Die wirtschaftliche Situation des Privatrundfunks in der Schweiz, Kilchberg 2012, S. 61

onsproduktion absolut betrachtet umfangreicher als bei fast allen Privatradios.<sup>23</sup> Nur Radio Central strahlt (beträchtlich) mehr Information zu regionalem Geschehen aus als DRS 1.

Zur regionalen Programmviefalt tragen aber – neben teilweise unterschiedlichen Musikformaten – auch **thematische Schwerpunktsetzungen** bei. Im Allgemeinen ist die thematische Vielfalt bei den Privatprogrammen grösser als bei DRS 1, das stark auf Politik fokussiert ist. Daher setzt im Raum Basel Radio Basilisk mit einem hohen Sportanteil einen anderen Akzent, während Radio Basel eher auf Gesellschaftsthemen setzt. Im Mittelland grenzt sich Argovia durch einen emotionalen, viel Boulevard enthaltenden Themenmix von den anderen Angeboten ab, und in der Zentralschweiz profiliert sich Central ebenfalls mit Sport. Konzessionsrechtlich nicht ganz unerheblich ist aber die Tatsache, dass **Kultur** in den meisten Programmen (inkl. DRS) kaum stattfindet. Nur bei Radio Argovia, Basel und Pilatus übersteigt der Kulturanteil die Fünfprozent-Hürde. Da auch entsprechende Services (z.B. Veranstaltungshinweise) eher selten sind, dürften weder die privaten noch öffentlichen Regionalprogramme gross zur "*Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet*"<sup>24</sup> beitragen.

Im Allgemeinen ist die Information auf **DRS 1** abwechslungsreicher und **formal vielfältiger** gestaltet als auf den Privatprogrammen. Die Leistung der Privaten ist diesbezüglich aber unterschiedlich: Während Basilisk, Sunshine und Pilatus sich meistens damit begnügen, Kurzmeldungen mit O-Ton-Statements zu versehen, bemühen sich z.B. Argovia oder Radio Basel um eine abwechslungsreichere Informationsaufbereitung, die z.B. auch Hintergrundberichte, Interviews oder längere Reportagen umfassen.

**Verbesserungsfähig** ist bei allen Programmen die **Orientierungsleistung**. Das Aufzeigen des Meinungs- und Perspektivenspektrums zu kontroversen Themen verursacht zweifellos einen höheren Bearbeitungsaufwand als das Wiedergeben von Verlautbarungen, ist aber für das Publikum auch mit einem weitaus höheren Nutzen verbunden. Entsprechende Anstrengungen sind aber fast nur bei den **DRS-Programmen** und den beiden **Basler Privatradios** zu erkennen, während sie bei Central, Sunshine und Argovia praktisch fehlen. Immerhin bemühen sich alle Programmanbieter um eine zwischen den verschiedenen politischen Interessen ausgewogene Berichterstattung, in dem sie die entsprechenden Akteure etwa gleichmässig darstellen bzw. zu Wort kommen lassen. Einzelne Abweichungen von dieser Norm können mit besonderen Ereigniskonstellationen erklärt werden. Eine **Tendenz zur Behördennähe** ist aber bei den meisten Anbietern auszumachen. Nur Radio Basel, DRS 1/Basel und Radio Central widersetzen sich ihr erfolgreich.

---

<sup>23</sup> Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Privatradios auch ausserhalb der Prime Time regionale Informationen ausstrahlen, während sie bei Radio DRS auf die Regionaljournale in der Prime Time konzentriert sind.

<sup>24</sup> Art. 4 Konzession



Unterschiedlich wird die Berufsnorm der **Quellentransparenz** gehandhabt. Die Privatradios respektieren diese in zwei von drei Räumen eher als die Regionalprogramme von DRS 1. Sowohl die beiden Basler Privatradios als auch Argovia und Radio 32 legen ihre Quellen gegenüber dem Publikum konsequenter offen als dies DRS 1 und die privaten Zentralschweizer Radioschaffenden tun. Auffällig ist, dass die entsprechende Berufskultur offenbar **regionalen Gesetzmässigkeiten** folgt. Ob dies dem Zufall oder einer regionalen Co-Orientierung geschuldet ist, muss offen bleiben. Es zeigt aber zumindest, dass es in Sachen Quellenumgang keine homogene Berufskultur gibt.

Gemäss Konzession müssten die privaten Radios "*vorwiegend*" über **regionales Geschehen** informieren.<sup>25</sup> Nur Radio Basilisk und Radio 32 erfüllen diese Forderung, indem sie mehr als 50% ihrer Informationsproduktion regionalen Ereignissen widmen. Vielmehr versuchen die Radios möglichst umfassend über regionale, nationale und internationale Ereignisse zu berichten. Exemplarisch ist dies bei Radio Central zu sehen, das zwar quantitativ die absolut grösste regionale Berichterstattung zu bieten hat, die allerdings nur 40% der gesamten Informationen umfassen.

Die konzessionsrechtliche Forderung nach **Berücksichtigung des gesamten Versorgungsgebietes**<sup>26</sup> wird von kaum einem Programm erfüllt. Vielmehr folgt die Verteilung der geografischen Aufmerksamkeit der Logik der Ereignisentstehung: Die urbanen Zentren der Konzessionsgebiete erhalten mehr Aufmerksamkeit als periphere Regionen. Dennoch gibt es **Unterschiede** zwischen den Radios. Im Raum Basel konzentrieren sich die Anbieter zwar auf die Stadt Basel und den KR Basel, doch berichtet Radio Basilisk häufiger als Radio Basel auch über Geschehen in anderen Regionen des Konzessionsgebietes. Im Raum Aargau-Solothurn berücksichtigt Radio 32 sein Versorgungsgebiet gleichmässiger als Radio Argovia das seine. Die Schwierigkeit, ein grosses Konzessionsgebiet umfassend publizistisch abzudecken, zeigt sich exemplarisch am Raum Zentralschweiz. Auch dort konzentrieren sich die drei privaten Anbieter auf das Zentrum Luzern bzw. den KR Luzern, doch richten sich Sunshine mit dem KR Zug und Central mit dem KR Schwyz noch auf einen zweiten geografischen Schwerpunkt aus. Dennoch geraten einzelne KR wie z.B. die KR Obwalden oder Willisau/Sursee kaum je ins Blickfeld der regionalen Redaktionen. Insgesamt wird somit die Region Zentralschweiz publizistisch nur sehr ungleichmässig versorgt.

Auch die Regionalprogramme von **Radio DRS** vermögen sich den Mechanismen der Nachrichtenproduktion nicht zu entziehen und berichten keineswegs umfassender als die Privaten über ihre Versorgungsgebiete. Insgesamt führt dies aber auch dazu, dass einzelne Regionen mit teilweise beträchtlichen Wohnbevölkerungen radiopublizistisch kaum versorgt sind. Insbesondere

---

<sup>25</sup> Vgl. Konzession, Art. 4 Abs. 1

<sup>26</sup> Vgl. Konzession Art. 4, Abs. 2, d.

sind dies die **KR Fricktal, Willisau/Sursee und Freiamt**. Die **Unterversorgung** dieser Gebiete macht aus strategischer Sicht der Programmanbieter wenig Sinn, handelt es sich doch um bedeutende Hörerpotenziale, die hier vernachlässigt werden. Auch durch die Ereignisdichte lässt sie sich nicht überzeugend begründen. Zwar fehlen in den genannten KR Kantonshauptorte, wo insbesondere der Verwaltungsapparat viele Ereignisse produziert, aber es ist kaum anzunehmen, dass sich in diesen Gebieten weniger ereignet als in solchen mit vergleichbarer oder sogar deutlich geringerer Wohnbevölkerung.

Wenngleich die privaten und öffentlichen Regionalprogramme nicht alle medienpolitischen Erwartungen erfüllen, tragen sie in den untersuchten Regionen doch zu einer beachtlichen medialen **Vielfalt** bei. Diese manifestiert sich u.a. in verschiedenen Programmkonzeptionen, thematischen Akzentuierungen und geografischen Schwerpunktsetzungen. Andererseits sind aber auch **Homogenisierungstendenzen** zu beobachten. Dies betrifft hauptsächlich die **Musikformate**. Insbesondere in den Regionen Aargau-Solothurn und Zentralschweiz führt dies zu einem Verlust an Vielfalt. Radio 32 und Argovia, sowie noch stärker Pilatus und Sunshine praktizieren derart ähnliche Musikformate, dass die Auswahloptionen des Publikums zumindest in diesem Punkt arg eingeschränkt sind. Dass die Vereinheitlichung der Musikformate keineswegs zwingend sein muss, zeigen einerseits der Raum Basel, aber auch die Regionen Zürich und Bern, wo sich die Wettbewerber v.a. auch bezüglich Musik weit stärker ausdifferenziert haben.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Vgl. Publicom: Analyse der Programme der privaten Radioveranstalter 2010, Kilchberg 2011, S. 114