

## Programmkonzept SRF Multimedia 2018-2021

### Funktion des Programmbereichs

#### **SRF Multimedia entwickelt, gestaltet und steuert die non-linearen Plattformen**

SRF Multimedia macht den Usern die SRF-Inhalte auf den non-linearen Plattformen zugänglich. Das Angebot von SRF Multimedia bietet die schnellste Berichterstattung der SRF Vektoren unter Beibehaltung der publizistischen Standards. SRF Multimedia vereint Radio-, TV- und Online-Inhalte unter einem Dach und macht für das Publikum klar sichtbar, wie SRF konvergenten Journalismus versteht und gestaltet. Nutzerführung, Angebotsentwicklung und die Integration von Social Media berücksichtigen die sich wandelnden Konsumationsmuster des Publikums resp. der User. Alle Massnahmen dienen dem Ziel, ein bestmögliches Medienerlebnis zu bieten und sowohl Reichweite als auch Gesamtverweildauer auf SRF-Inhalten zu steigern.

### Grobstruktur der Inhalte

Die Hauptrubriken sind:

- News Online (bietet die aktuellen nationalen und internationalen Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und gibt Orientierung, Hintergrund und Analyse)
- Sport Online (bietet aktuelle Resultate, Live-Berichterstattung mit Live-Ticker und ein breites Angebot an Audio- und Video-Highlight-Clips)
- Kultur Online (bildet die facettenreiche Kulturlandschaft ab, macht das aktuelle Kulturgeschehen emotional erlebbar und involviert das Publikum)
- Meteo Online (ist die bei weitem populärste Dienstleistungsseite auf srf.ch. Sie liefert die aktuellsten Wetterdaten und Prognosen).
- Weitere Rubriken sind: Konsum, Gesundheit, Unterhaltung, Wissen & Digital und DOK.

Der Onlineauftritt von SRF lebt von der journalistischen Kompetenz der SRF-Journalisten und Journalistinnen; die Angebote bündeln und integrieren die Audio- und Videoinhalte der Radio- und TV-Produktionen. Dabei gilt weiterhin die Regel, dass zu 80% der journalistischen Online-Inhalte Video- und/oder Audioinhalte anzubieten sind. Geschichten, zu denen weder Video noch Audio mitgeliefert werden können, werden auf das erlaubte Maximum an Textzeichen limitiert. Social Media werden wann immer sinnvoll und zielführend zur User-Anbindung eingesetzt.

### Beitrag zur Erfüllung des Service-public-Auftrags

Mit den oben umschriebenen Rubriken bzw. deren Inhalten stehen die wichtigsten Service public-Aspekte auch bei SRF Multimedia im Zentrum: Mit den News werden mindestens in gleichem Umfang wie auf den Vektoren Radio und TV die Aspekte Schweiz, Integration und Demokratie abgebildet (und zusätzlich noch vertieft), mit der Rubrik "Wissen & Digital" wird der Aspekt der Bildung berücksichtigt und auch die Aspekte Kultur und Unterhaltung sind in der Struktur resp. im Angebot enthalten.

Bezüglich der Alleinstellung bietet SRF Multimedia aufgrund des eigenen Audio- und Videomaterials, das aus den Vektoren Radio und TV zur Verfügung steht, im Online-Markt ein Premium-Angebot an.

### **Die Schlüsselemente des strategischen Erfolgs im Markt**

Guter Onlinejournalismus zeichnet sich aus durch informatives, kreatives und auch unterhaltendes Geschichtenerzählen. Die oben erwähnten Online-Plattformen und -angebote zeigen, dass sich diese Form der multimedialen Produktion eingespielt hat (Stichwort: Konvergenz) und beim Publikum Anklang findet. Neue Formen des Storytellings bei News und Kultur oder Spezialangebote für die grossen, internationalen Sportevents sind erfolgreiche Beispiele für das SRF Online-Angebot. Die Multiplattform-Distributionsstrategie wird konsequent umgesetzt; dabei gewinnt das App-Portfolio (sowohl für iOS, als auch Android) zunehmend an Bedeutung. Damit will SRF dem immer noch zunehmenden Bedarf an mobilem Informationskonsum gerecht werden. SRF will die Inhalte dorthin bringen, wo die User sie haben wollen, und zwar so, dass die Konsumation in den Tagesrhythmus der Zielpublika passt.

Zürich, April 2017