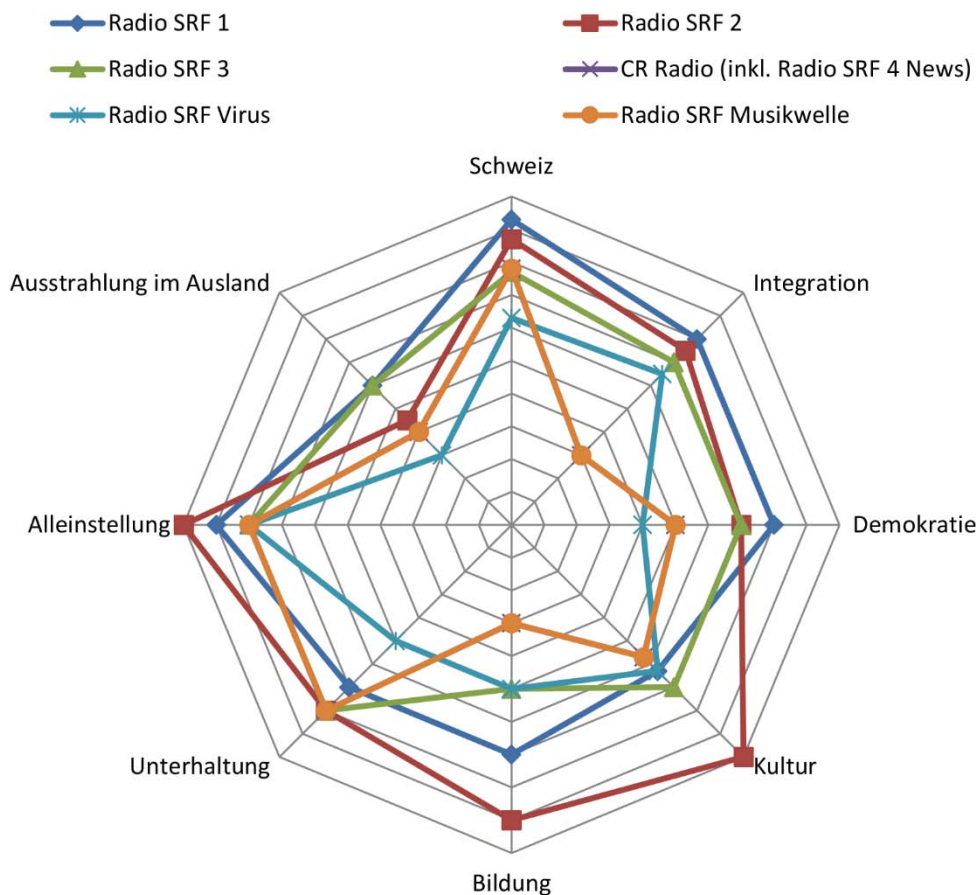


Programmkonzepte SRF 2017-2020

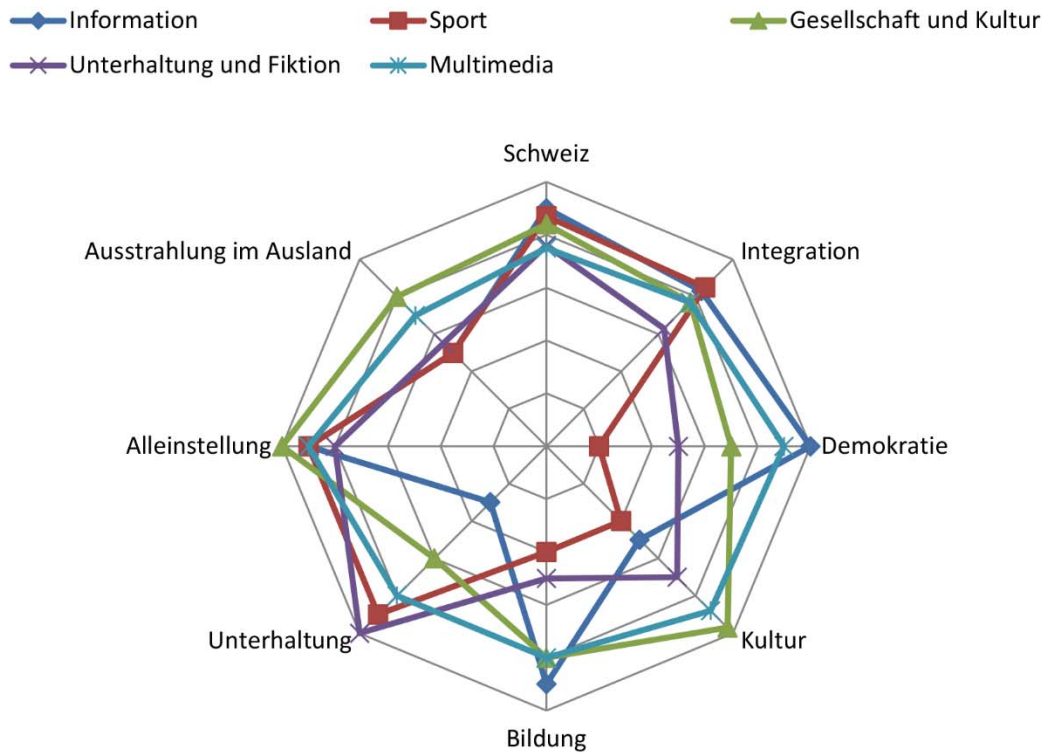
Bezug zum Service public-Auftrag: Gesamtschau SRF Radio



Kommentar:

Die Radioprogramme von SRF erfüllen in ihrer Gesamtheit den Service-public-Auftrag sehr umfassend; dabei weisen die einzelnen Programme deutlich unterscheidbare Profile aus, womit eine zielgruppenspezifische Alleinstellung im Markt sicherstell werden kann. Am schwächsten wird nach wie vor der Aspekt "Ausstrahlung im Ausland" erfüllt, was aber auch nicht zum Kern des Leistungsauftrages gehört.

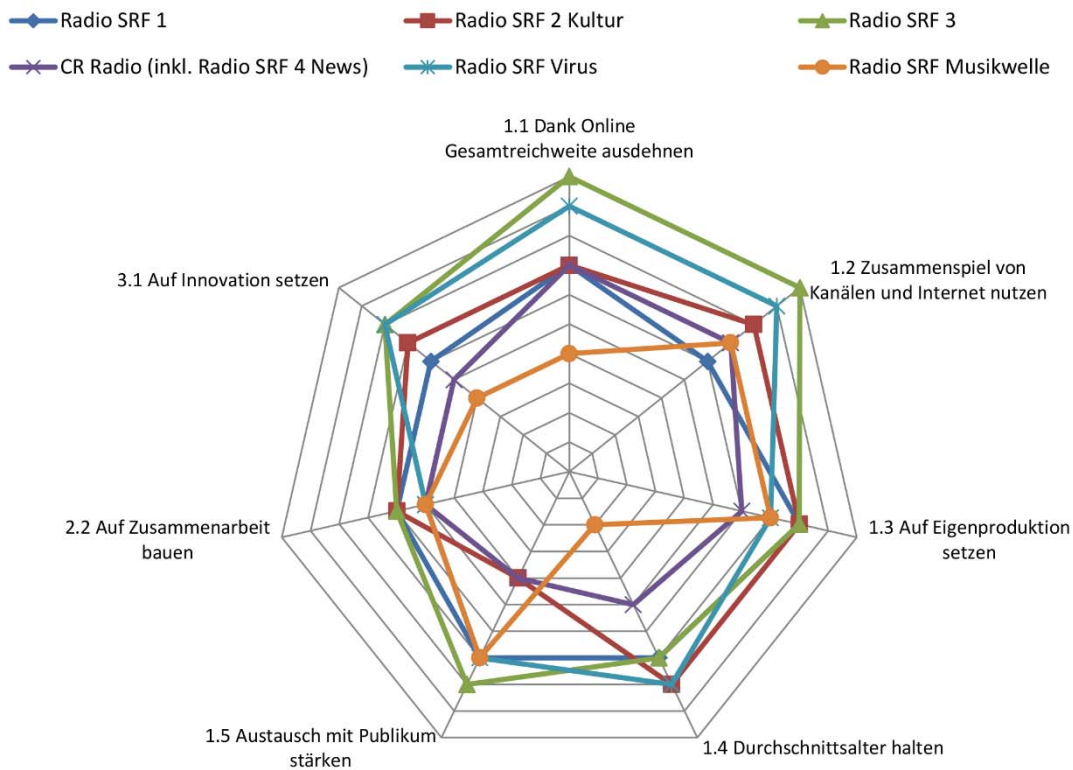
Bezug zum Service public-Auftrag: Gesamtschau SRF TV & Multimedia



Kommentar:

Wie die Abbildung zeigt, erfüllt das TV-Gesamtangebot von SRF den Service public-Auftrag sehr umfassend. Dabei leistet jede Inhaltsabteilung in ihrer spezifischen Ausprägung einen wichtigen und relevanten Beitrag zur Erfüllung der gestellten Anforderungen. Trotz der klaren inhaltlichen Abgrenzung zwischen den einzelnen Abteilungen, haben diese insbesondere durch den Bezug zur Schweiz einen gemeinsamen Nenner, der nicht zuletzt auch ein wichtiges Merkmal der Alleinstellung von SRF TV ausmacht.

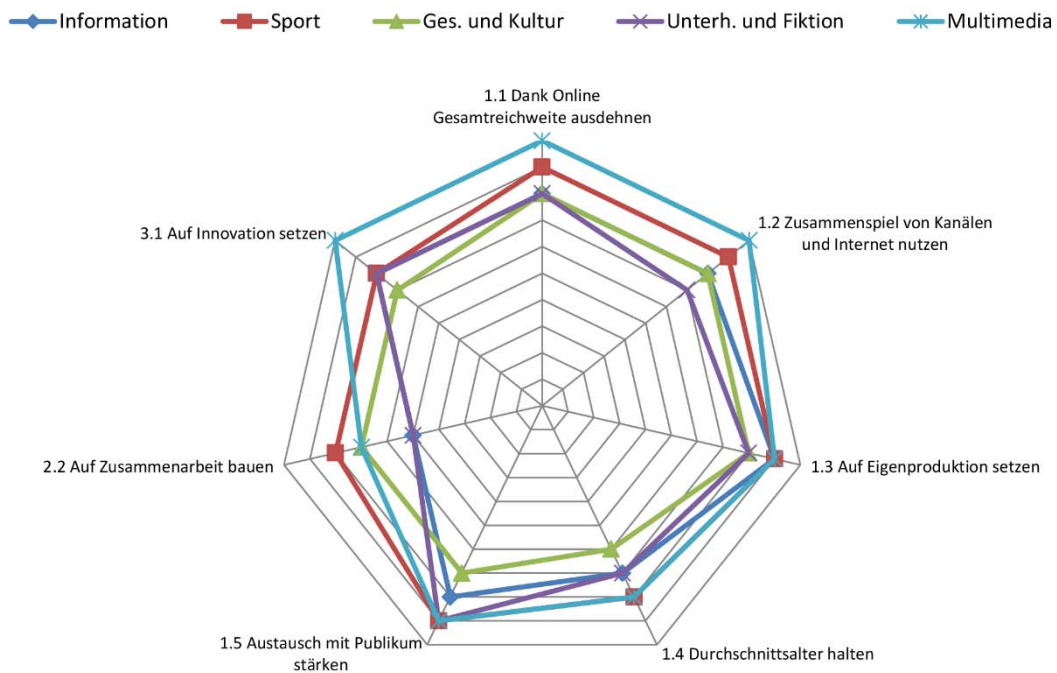
Bezug zur Unternehmensstrategie: Gesamtschau SRF Radio



Kommentar:

Auch hier zeigt sich, dass jedes Radioprogramm von SRF einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der strategischen Ziele leistet, jedoch nicht jedes in jeder Ausprägung gleichermassen. Obschon sich das Multimedia-Angebot von SRF bereits gut etabliert hat, bleiben das Zusammenspiel der Kanäle und dem Internet sowie die Möglichkeit die Gesamtreichweite auszudehnen zentrale Entwicklungsfelder. Dabei werden sowohl inhaltliche wie die Distribution betreffende Neuerung stets am Potential des Senders, sein Publikum über multimediale Kanäle zu erreichen, ausgerichtet

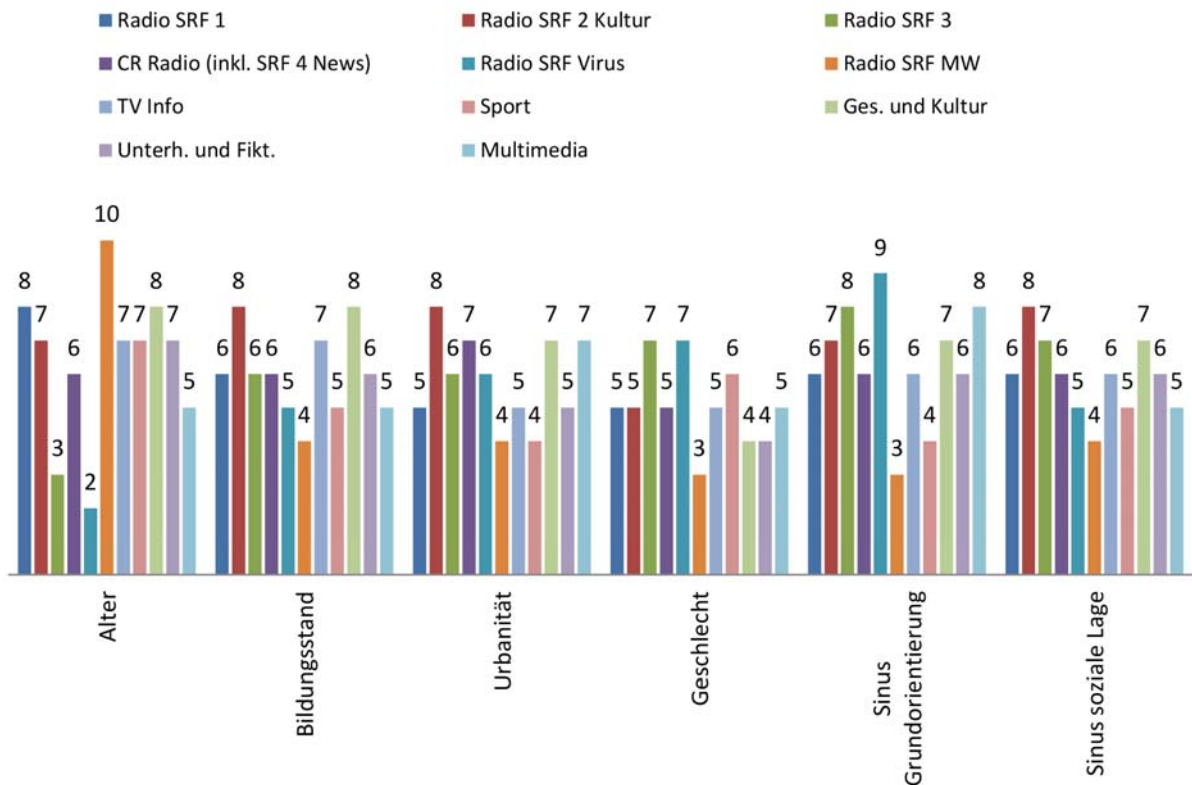
Bezug zur Unternehmensstrategie: Gesamtschau SRF TV und Multimedia



Kommentar:

Das TV-Angebot von SRF leistet in allen Genres einen wichtigen und umfassenden Beitrag zur Strategieumsetzung. Dabei ist auch hier das Multimedia-Angebot ein wichtiger Faktor, nicht nur in Bezug auf die beiden Online- Ziele, sondern auch in Bezug auf die Ansprache jüngerer Zielgruppen, den Austausch mit dem Publikum, Innovation und Eigenproduktionen. Dies soll nicht heissen, dass Entwicklungen vorwiegend im Bereich Multimedia stattfinden: auch die klassisch linearen Kanäle werden - wie den einzelnen Programmkonzepten entnommen werden kann - stetig weiterentwickelt.

Struktur Zielpublikum: Gesamtschau SRF



Alter	jung (1) - alt (10)
Bildungsstand	tief (1) - hoch (10)
Urbanität	ländlich (1) - städtisch (10)
Geschlecht	weiblich (1) - männlich (10)
Sinus Grundorientierung	traditionelle Werte (1) - Neuorientierung (10)
Sinus soziale Lage	Unterschicht (1) - Oberschicht (10)

Kommentar:

SRF ist einem breiten Publikum verpflichtet und entsprechend wird mit den Angeboten (Radio, Fernsehen und Multimedia) nicht nur ein Mehrheitspublikum angesprochen, sondern es werden auch Minderheiten bedient. Dies ist bei der Publikumsstruktur der Radioprogramme besonders deutlich erkennbar; was nicht bedeutet, dass das Zielpublikum im Bereich TV enger gefasst ist: hier findet die Differenzierung vielmehr über die verschiedenen Sendegefässe innerhalb der einzelnen Genres statt.