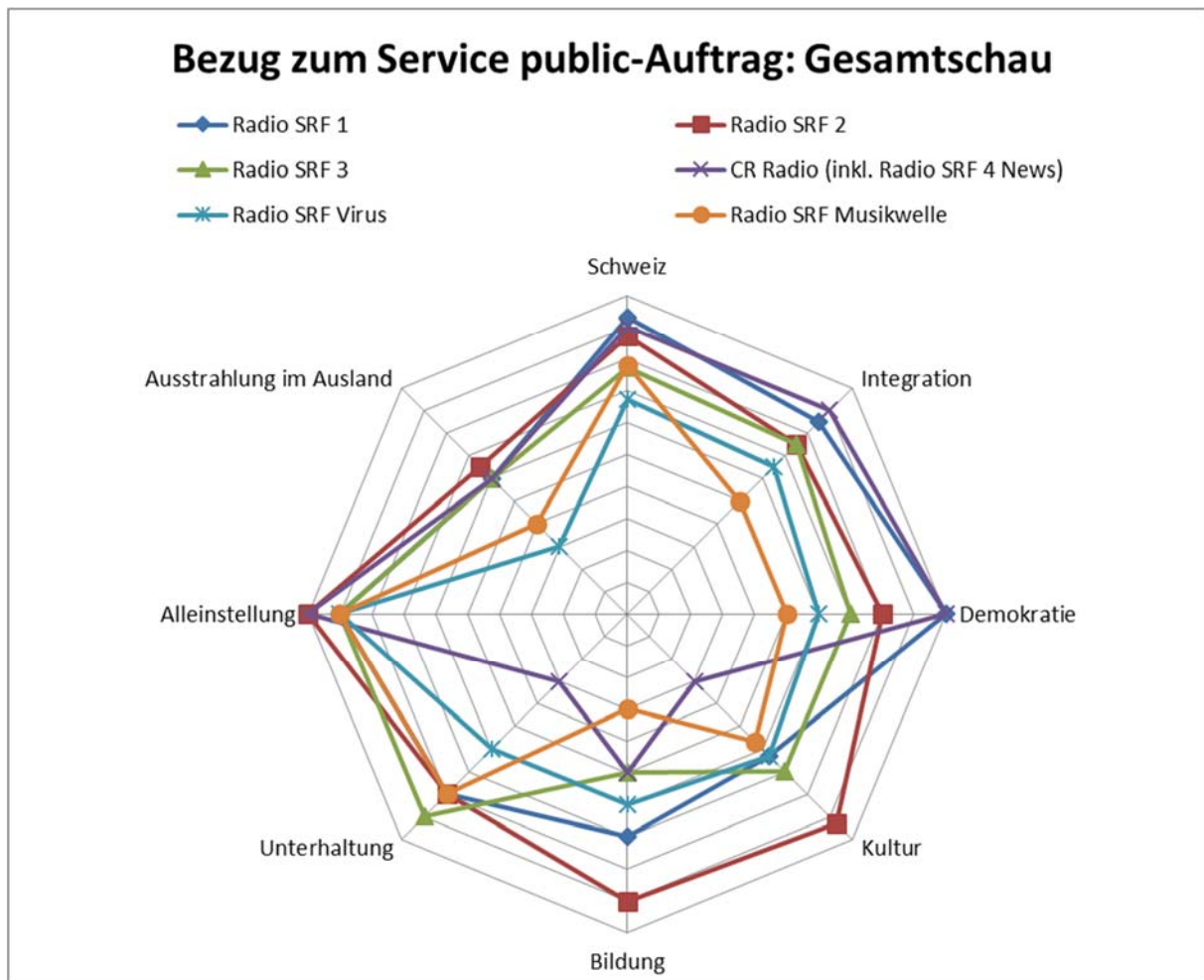


Programmkonzepte SRF 2018 -2021

Bezug zum Service public-Auftrag: Gesamtschau SRF Radio

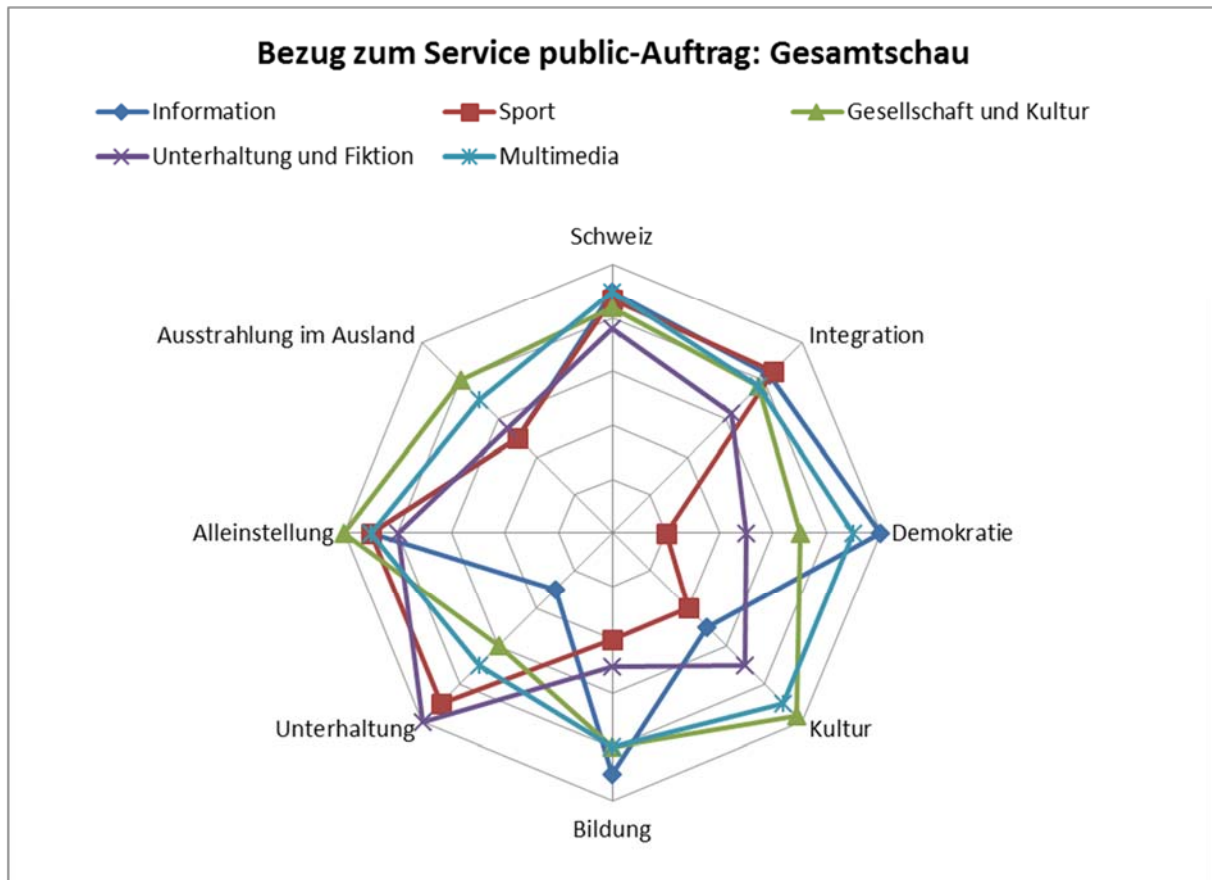


Kommentar:

Die Radioprogramme von SRF erfüllen in ihrer Gesamtheit den Service public-Auftrag sehr umfassend; insbesondere die Aspekte "Schweiz", "Integration" und "Alleinstellung" sind in den Programmen von Radio SRF breit abgestützt. Auch der "Demokratie" kommt im Rahmen der zahlreichen Informations- und Hintergrundsendungen ein grosses Gewicht zu. Gleichzeitig weisen die einzelnen Programme deutlich unterscheidbare Profile aus, womit eine zielgruppenspezifische Alleinstellung im Markt sicherstellt werden kann.

Am schwächsten ausgeprägt ist der Aspekt "Ausstrahlung im Ausland", der aber auch nicht Teil des Auftrags der Radioprogramme ist.

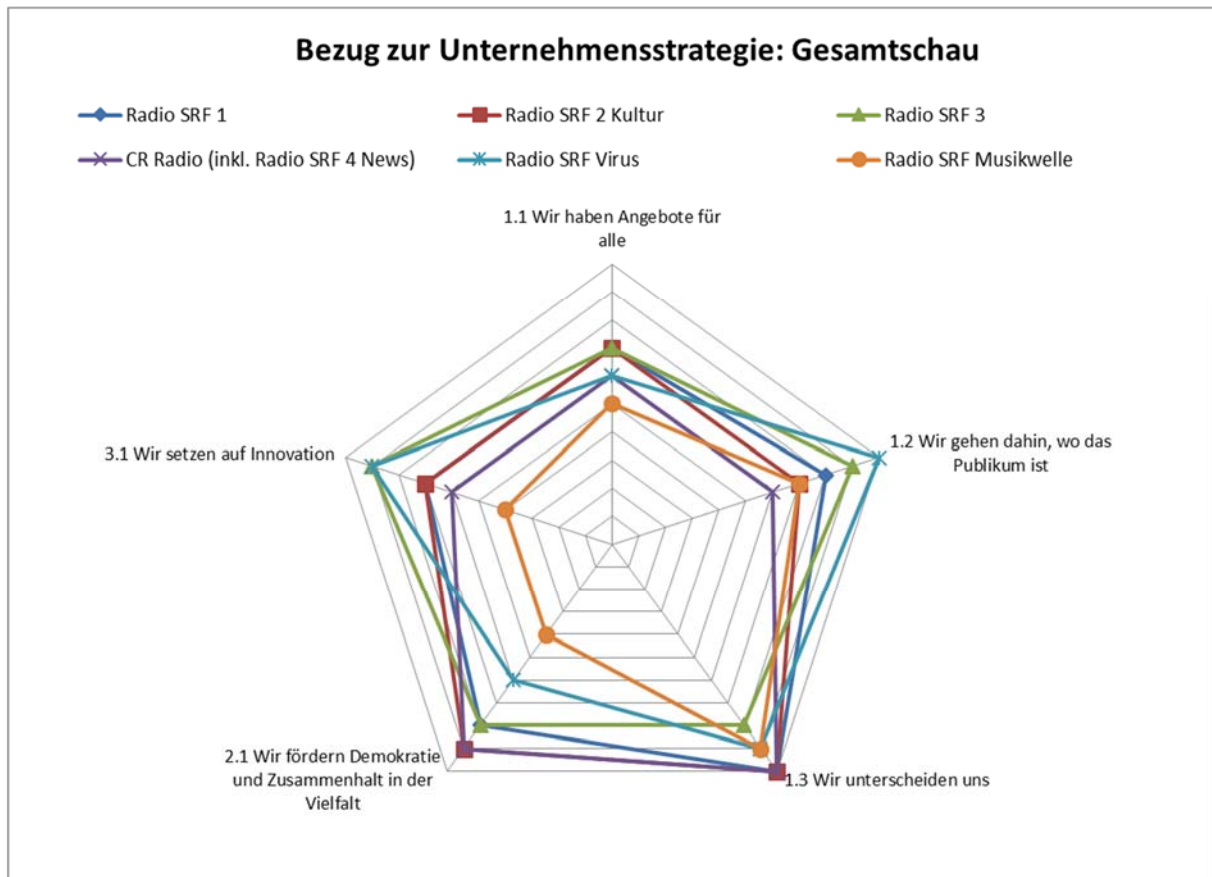
Bezug zum Service public-Auftrag: Gesamtschau SRF TV & Multimedia



Kommentar:

Wie dem Diagramm sowie den einzelnen Programmkonzepten zu entnehmen ist, erfüllt das TV-Gesamtangebot von SRF den Auftrag sehr umfassend und auf vielfältige Art und Weise. Jede Inhaltsabteilung leistet in ihrer spezifischen Ausprägung einen wichtigen Beitrag zur Erbringung eines politisch und gesellschaftlich relevanten Gesamtangebots. 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

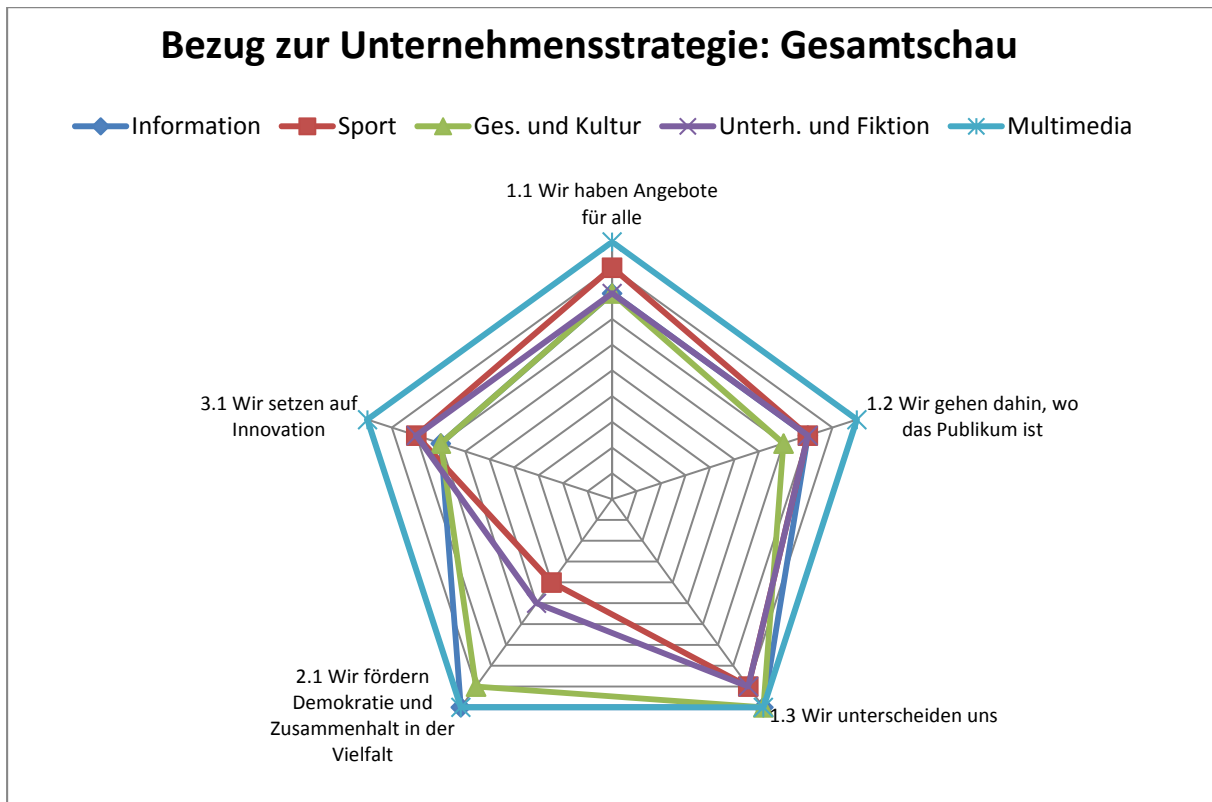


Kommentar:

Als einzelne Programme und in ihrer Gesamtheit leisten die Radiosender von SRF einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der strategischen Ziele. Die Kombination von Generalistenprogrammen und Programmen, die auf bestimmte Zielgruppen und Bedürfnisse ausgerichtet sind, ermöglicht eine Angebotspalette, die für jeden etwas bietet. Durch die breit abgestützte Distribution über lineare und digitale (insb. auch mobile) Kanäle sowie durch eigene Events oder die Präsenz bei Anlässen ist Radio SRF da, wo das Publikum ist.

Obschon sich das Multimedia-Angebot von SRF bereits gut etabliert hat, bleiben die digitale Nutzungserweiterung, das Zusammenspiel der Kanäle sowie die Ausschöpfung der Potentiale zur Ausdehnung der Gesamtreichweite die zentralen Entwicklungsfelder der kommenden Jahre.

Bezug zur Unternehmensstrategie: Gesamtschau SRF TV und Multimedia

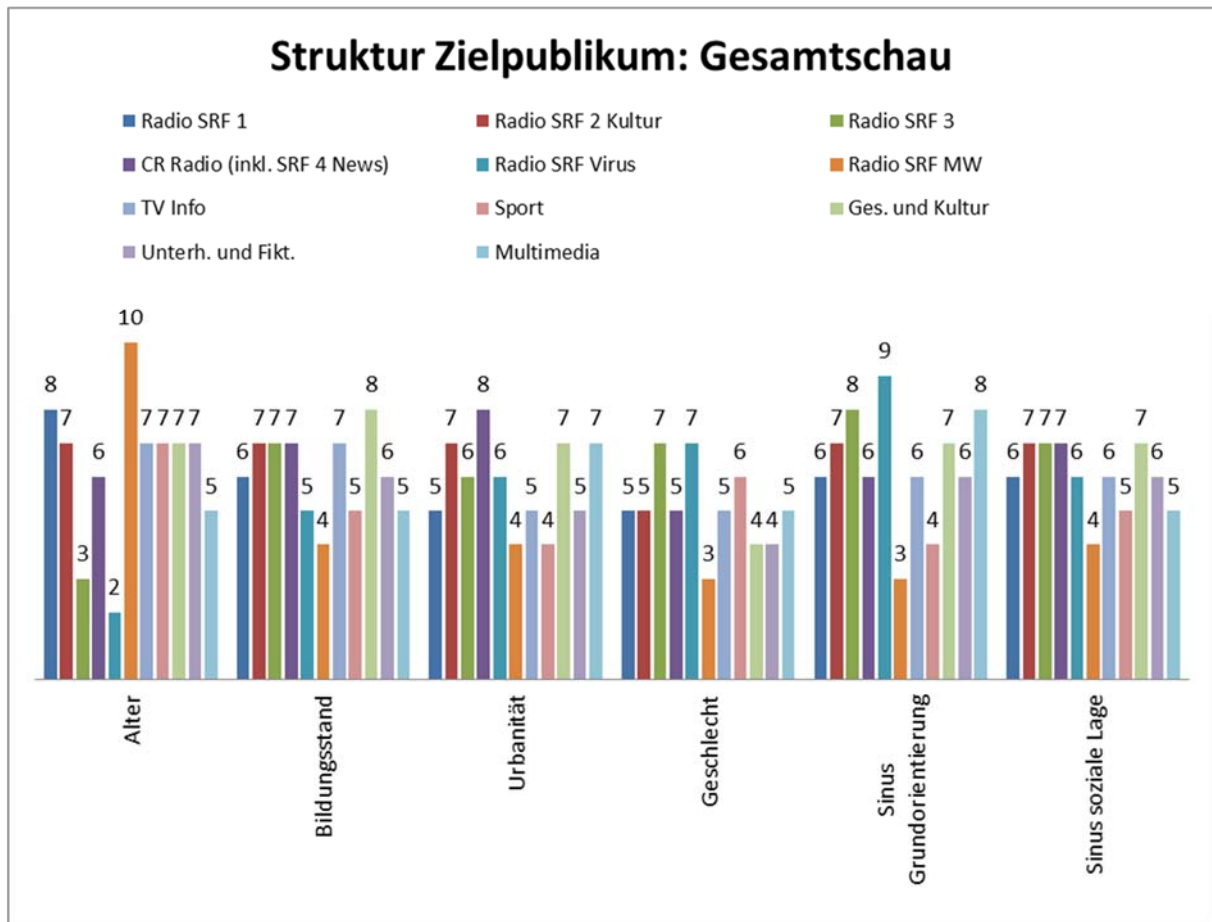


Kommentar:

Jede Inhaltsabteilung verfügt über ein breites Angebotsportfolio, über das der Leistungsauftrag in der jeweils spezifischen Ausprägung der Abteilung zielgruppengerecht wahrgenommen wird. Dabei werden sowohl das grosse Publikum als auch Minderheiten bedient, was eines der zahlreichen Unterscheidungsmerkmale zu privaten Sendern darstellt.

Die Angebote werden nicht nur inhaltlich auf die unterschiedlichen Bedürfnisse des Publikums abgestimmt, sondern auch in Bezug auf die Distributionskanäle. Der stark zunehmenden Bedeutung von online - und insbesondere auch mobile - wird durch die stetige Weiterentwicklung und die je nach Zielgruppe prioritäre Behandlung des digitalen Angebots (z.B. bei jungen, urbanen Zielgruppen) Rechnung getragen. 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. Neben exklusiven, eigenproduzierten und schweizbezogenen Inhalten ist auch die Innovation ein wichtiger Faktor hinsichtlich der Alleinstellung und des Erfolges von SRF.

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. Die stark sinkende Anziehung linearer Medien bei jüngeren Generationen stellt eine der zentralen Herausforderungen von SRF dar, welcher mit verschiedenen Massnahmen und Angeboten - insbesondere auf den non-linearen Kanälen - entgegengewirkt wird.