

## **Entwicklung der Mediennutzung in der Schweiz von 1996 bis 2000**

Max Müller

Die Forschungssituation in der viersprachigen Schweiz ist komplizierter als in Deutschland oder Österreich. Zwar misst die WEMF (MACH Basic) seit 1963 die Printmediennutzung, und der SRG-Forschungsdienst (heute: MEDIAPULSE seit 1975) mit der Medienstudie (MS) die Radionutzung (ab 2001 mit dem Radiocontrol System (RC)) und seit 1986 mit dem Telecontrol System (TC) die Fernsehnutzung. Auch wird seit der Gründung des ersten eigenständigen Journalistischen Seminars in Zürich im Jahre 1969 (heute: Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, IPMZ) hoch stehende akademisch ausgerichtete Medienforschung betrieben und sind mit der Expansion des Faches weitere 11 akademische Institutionen an Universitäten und Hochschulen dazugekommen (vgl. dazu Probst und Lepor 2007). Doch die verschiedenen traditionell erarbeiteten Mediennutzungsstudien und die föderalistische Struktur des Landes verhindern bis heute eine systematische Untersuchung der bestehenden Langzeituntersuchungen auf die Entwicklung der Mediennutzung in der Schweiz mit den bestehenden Langzeituntersuchungen (MACH, MS, RC, TC), wie es zum Beispiel in Deutschland mit den Aktivitäten des MLFZ getan wird.

Die Daten der institutionalisierten Erhebungen und Messungen zur Mediennutzung in der Schweiz werden regelmäßig von den verantwortlichen Instituten veröffentlicht. Im Mittelpunkt der angewandten<sup>1</sup> Publikums- oder Medienforschung steht die vergleichende und absolute Erhebung der Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Medien; die Frage der subjektiven Wahrnehmung und Bewertung speziell der tagesaktuellen Medien - Fernsehen, Radio, Zeitung und den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, insbesondere dem Internet; wobei die

---

*1 Damit sind WEMF (Printnutzung) und MEDIAPULSE (Radio- und Fernsehnutzung) sowie das gemeinsame Projekt NET-MATRIX (Internetnutzung) gemeint. Auf Bundesebene sind das Bundesamt für Statistik (BFS) und das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) mit verschiedenen Grundlagenerhebungen präsent. Das BAKOM betreibt dabei seit vielen Jahren spezielle Medienforschung mit systematischen Analysen der schweizerischen Medienlandschaft und der Radio- und Fernsehprogramme durch namhafte Medienwissenschaftler.*

Aspekte Informations- vs.- Unterhaltungsfunktionen, medienbezogenen Themenpräferenzen, sowie die Zufriedenheit mit den Medien ermittelt werden (Bonfadelli 2005).

Ausschnitte dieser Daten werden verschiedentlich auch für Sekundäranalysen genutzt, um spezifische medienwissenschaftliche Fragestellungen zu analysieren. Ein Bereich ergründet das Medienverhalten und die Nutzungsmotive bestimmter soziodemografischer Nutzergruppen. Zu nennen wären beispielsweise empirische Untersuchungen zum Stellenwert der Medien im Leben der Kinder und Jugendlichen (Süss et al. 1998; Bonfadelli 1992; Saxer/ Bonfadelli und Hättenschwiler 1980; oder die Altersgruppe Senioren (Hättenschwiler 1992; Aregger 1992). Insbesondere werden auch die Wechselbeziehung zwischen der Mediennutzung respektive verändertem Medienangebot und sozialen Wandel erforscht (Marr 2005; Anker 1995; Meier/ Bonfadelli und Schanne 1993).

Gleichwohl stammen die letzten großen Sekundäranalysen zur Entwicklung der Mediennutzung in der Schweiz bezogen auf die Radioforschung (MS) aus den frühen neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts (Anker 1995; Saxer 1989; Hättenschwiler 1990). Die Gründe liegen in der Art der Datenspeicherungen (nicht digitalisierte Daten oder Dateien in Sonderformaten) und in der unübersichtliche Vielzahl von Studienvariablen in variierenden dreisprachigen Studiendesigns, die Analysen ohne großen Aufwand nicht zulassen. Erschwerend wirkt die Datenhoheit der erhebenden (privaten) Feldinstitute, die sich mir der Bereitstellung von nicht-aggregierten Daten schwer tun oder dazu nicht in der Lage sind. Bis heute wurde dem Aspekt von weiterführenden Sekundäranalysen mit Rohdaten kaum Beachtung geschenkt. Einen Forschungsschub hat allerdings die rasante Verbreitung von Internetdiensten ab 2000 ausgelöst, da sich die etablierte Internetforschung nur mit Unterbrüchen entwickelt und institutionalisiert. In der Folge sollen Forschungsberichte, welche Medientrends und sozialen Wandel in der Schweiz thematisieren, vorgestellt werden. Im zweiten und im dritten Teil werden ein soeben abgeschlossenes Aufarbeitungsprojekt und eine Modellauswertung beschrieben.

### ***1 Publikumsforschung: Medientrends und sozialer Wandel***

Grundsätzlich ist bereits an dieser Stelle festzuhalten, dass eine Medienforschung für die „Schweiz“ an sich kaum existiert und sämtliche Studien in drei sprachregionalen Gebieten (deutsch, französisch, italienisch),

organisiert sind, welche jedoch nicht mit den politischen Gebietseinteilungen (Kantone) korrespondieren. Dies hat zur Folge, dass bereits bei den Erhebungsdesigns sprachregionale Stichproben entworfen werden und in der Regel keine gesamtschweizerische Auswertungen geplant sind. Die Datensätze und Auswertungen liegen als „Deutschschweiz“ (DS), Suisse Romande (SR) und Svizzera Italiana (SI) oder noch kleineren Einheiten (Radioforschung, Printmedienforschung) vor. Komplexere Gewichtungen existieren zurzeit mangels Nachfrage nicht. Das vierte sprachregionale Gebiet, die Rätoromanische Schweiz, wird mit Aufstockungstichproben innerhalb der Deutschschweiz ebenfalls ausgewiesen, wenn Nachweise für die integrative Wirkung des öffentlich-rechtlichen Mediensystems postuliert werden oder regional geprägte, kommerzielle Interessen bestehen.

Sowohl die Mediennutzung als auch das Medienverhalten unterscheiden sich in den drei Landesteilen. Dies hat mit den verschiedenen Lebensmentalitäten und den jeweiligen Medienangeboten zu tun. In der Medienforschung komplizieren sich deshalb die Auflistungen z.B. von Regionalzeitungen, Regionalsendern oder von Sendern aus den unterschiedlichen Nachbarländern (Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Fürstentum Liechtenstein). Vorteile der Kleinräumigkeit liegt für den Forscher in der Möglichkeit sehr differenzierten Stichproben mit ihren hohen Fallzahlen generieren zu können. Dennoch muss beachtet werden, dass, wenn in der Medienforschung von der „Schweiz“ gesprochen wird, meist die „Deutschschweiz“ gemeint ist.

**1980er Jahre:** Die Schweiz erlebte in den 80er Jahren (wie das benachbarte Ausland) einen bedeutsamen Wandel der Medienumwelt, dies zeigte sich in einem erweiterten elektronischen Angebot der empfangbaren Kanäle, neue Rundfunkanbieter kamen dazu (aufgrund der Entwicklung im Ausland und der Deregulierung des Rundfunkgesetzes 1983), das Programm wurde ausgeweitet und die Nutzungsoptionen vervielfacht. Im Bereich der Printmedien setzte die Pressekonzentration fort, dies bei gleichzeitigem Aufkommen von Special-Interest-Zeitschriftentitel (Bonfadelli 2004).

**Tabelle 1 Zeitverbrauch 06:00 - 24:00 (Minuten pro Tag)**

	1975	1980	1984	1988	1992	1996	2000
Hördauer RADIO	140	146	168	183	190	190	191
Sehdauer TV	75	88	89	79	96	112	109
Lesedauer	50	34	31	37	30	34	35
Internetnutzungsdauer *							6
Schlafen	165	155	162	143	149	143	143
Essen	90	94	102	92	91	89	85
Arbeit	421	419	391	416	385	362	365
Freizeit	345	368	366	379	404	435	437
Travel	24	24	21	20	20	21	19
Shopping	38	35	37	30	31	30	30

Quellen MS (1975 bis 1992: Anker 1992; 1996-2000: IAM/MEDIAPULSE )

Angaben pro Kopf Bevölkerung der Deutschschweiz, Durchschnittswerktag (Mo-Fr)

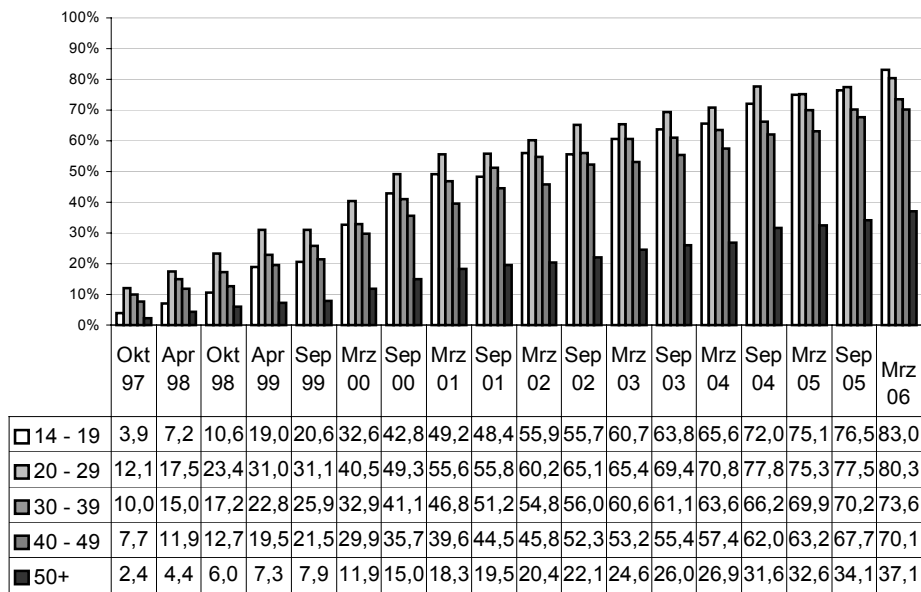
\* Internetnutzungsdauer ab 1999 erhoben

Anker (1995) stellt die Veränderungen in der schweizerischen Radio-Landschaft in den Zusammenhang gesellschaftlicher Veränderungen. Der Autor geht der Frage nach, wie sich der Wandel auf der Ebene sozialer Werte der 70er und 80er Jahre auf die Struktur und Nutzung der Medien, insbesondere des Radios ausgewirkt hat. Die Daten zur Radionutzung der Publikumsforschung der SRG von 1975 bis 1992 belegen, dass sich die Hörschaft zunehmend fragmentiert. Der Autor fragt, ob sich die Funktionsaufgaben der Medien nach lebenszyklisches Phänomen ändern und/ oder in Bezug auf Selbstverwirklichungs- und Individualisierungsprozesse stehen. Dabei erhöht z.B. die Zunahme von Ein-Personen-Haushalten den Medienkonsum ebenso wie die Möglichkeit nun auch am Arbeitsplatz Musik zu hören. Äußerst beliebt werden die neu konzessionierten regionalen Rundfunkanbieter: die Dialektsprache wird aufgewertet und bringt den entsprechenden Anbietern Konkurrenz-Vorteile. Im Längsschnitt (Tabelle 1) wird dies an der Ausweitung der Radionutzung nach der Liberalisierung des Radiogesetzes 1983 sichtbar.

Mit dem erweiterten Angebot wurde auch die Einstellung den quasi öffentlich-rechtlichen Medienanbieter in der Schweiz gegenüber kritischer, ihre Nutzung geht, sofern ein Konkurrenzangebot besteht, zurück.

**1990er Jahre:** Meier, Bonfadelli und Schanne verwenden 1993 verschiedene institutionalisiert erhobene Datenreihen (SRG-Medienstudien, SRG-Telecontrol, Univox-Survey und Aargauer Studie) um der Frage nach der Medienzuwendung unter dem Gesichtspunkt der nationalen Identität nachzugehen: besteht in der zunehmenden Internationalisierung des Rundfunks die Gefahr eines wachsenden Verlustes staatlicher, kultureller und wirtschaftlicher Souveränität und Identität im Bereich der nationalen audiovisuellen Industrie? Welches sind die Publikumsreaktionen auf die sich wandelnde Medienumwelt und wie soll sich die Schweiz im Europäischen Kontext behaupten? Aus der Nutzerperspektive werden selektiv einzelne stattgefundenen Veränderungen in der elektronischen Medienlandschaft dargestellt und diskutiert.

Der gesellschaftliche Wandel in den 90er Jahren wird unter anderem durch folgende Prozesse gekennzeichnet: Bildungszuwachs, steigende Mobilität, variabelere und mehr fragmentierte Arbeitszeiten und Freizeit, Individualisierung der Biographien und Pluralisierung von Lebensstilen, postmaterielle Wertorientierung und Mediatisierung (Bonfadelli 1997).

**Abbildung 1 Internetnutzung in der Schweiz, 1997-2006**

Nutzen das Internet mehrmals pro Woche oder häufiger (ENK), 5 Altersklassen.  
Quelle: WEMF AG für Werbemedienforschung © Mai 97-Sept.05 OFS-BFS-UST / SUKO

Die beobachteten Veränderungen im Nutzungsverhalten der traditionellen Medien stehen auch in Zusammenhang mit einer seit Mitte der 90er Jahre zeitweilig exponentielle und immer noch anhaltende, aber sich leicht abflachende Diffusion des Internets und dessen wachsenden Einflusses auf das Mediensystem. Zudem hat die heutige zugängliche mannigfaltige Medienpalette zur Folge, dass sich Publika der verschiedenen Medien stark segmentiert haben und hinsichtlich derer Nutzung deutliche soziodemografische Unterschiede bestehen. Auf die Medieninhalte bezogen, wird unter Anderem ein nachlassendes Interesse an der Berichterstattung über Politik und erhöhte Aufmerksamkeit für Themen wie Gesundheit, Lokales und Human Interest konstatiert (Bonfadelli 2005). In der Deutschschweiz äußert sich die Programmvermehrung im Zusammenhang

mit der Einführung des Dualen Rundfunksystems vor Allem darin, dass die aus Deutschland einstrahlenden und per Kabel verbreiteten unterhaltungsorientierten privaten Fernsehprogramme sich einen deutlichen Marktanteil errungen haben und die öffentlich-rechtlichen Programme der SRG sich oft nur noch im Informationsbereich behaupten können.

Angesichts des Nutzungsumfang und einer beobachteten Verlagerung der Online-Nutzung nach Hause und in den Abend hinein, wird die Frage diskutiert, welche Folgen aus der Online-Nutzung für den Umgang mit den klassischen Medien auf unterschiedlichen Ebenen resultieren (Komplementarität oder Substitution). In der Anfangsphase der Internetverbreitung wurde verschiedentlich die These vertreten, dass das Internet dem Fernsehen Nutzungszeit wegnehmen würde. Die Bestätigung dieser Hypothese ist bis heute allerdings ausgeblieben. Vielmehr findet sich erneut Bestätigung für das Komplementaritätsgesetz: Seit 1999 ist die Relevanz bzw. Unverzichtbarkeit der klassischen Medien kaum turbulenten Schwankungen ausgesetzt. Zudem untermauern nicht zuletzt die unterschiedlichen Funktionsschwerpunkte der jeweiligen Medien die These der Komplementarität. Grundsätzlich werden die alten Medien in der Schweiz nicht weniger genutzt, aber weniger lang. In der Selbsteinschätzung der Befragten nimmt dabei vor Allem der Fernsehkonsum ab; es kommt zu einer Verlagerung im Medienbudget. Vermutlich handelt es sich aber weniger um eine quantitative Verdrängung, sondern eher um eine stärkere Funktionsdifferenzierung zwischen den einzelnen Mediengattungen (Bonfadelli/ Marr 2005).

**Neue Trends:** Die Zeitreihen der jüngsten Erhebungen der Medienstudien seit 2000 weisen eine hohe Stabilität in der Medienzuwendung auf. Dabei scheint sich die Bindung an das Medium Zeitung seit 2002 auf einem im europäischen Vergleich hohem Niveau stabilisiert zu haben. Beim Fernsehen werden Zuwächse verzeichnet; wobei sich in den letzten beiden Jahren eine Sättigung auf hohem Niveau, evtl. gar ein Rückgang andeutet: dies sowohl bei der Nutzung von öffentlichen wie auch den privaten in- und ausländischen Sendern, die meist per Kabel verbreitet werden.

Beim Radio sind Verluste bei den SRG-Programmen zu Gunsten der Lokalradios zu verzeichnen, während sich die SRG-TV-Programme gegenüber ihrer ausländischen Konkurrenz behaupten konnten. Die Nutzung

des Buchs ist rückläufig, während sich beim neuen Medium Internet in den letzten Jahren eine starke Nutzungszunahme manifestiert (Bonfadelli 2005).

Auf inhaltsanalytischer Ebene beobachtet das Forschungsfeld Medien des fögs (Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft) systematisch und langfristig die zentralen Kommunikationsereignisse in den wichtigen nationalen und internationalen Leitmedien. Kommunikationsereignisse erfahren dabei besonderes Interesse, wenn sie als so genannte Sinneseinheiten in der Alltagskommunikation, mit dem Anspruch auf Anschlusskommunikation, kommuniziert werden. Durch systematisches Monitoring lassen sich Themenkarrieren nachzeichnen und Rückschlüsse sowohl vom Wandel der Selektions- und Interpretationslogiken ausdifferenzierter Mediensysteme als auch der bestehenden Gesellschaftsmodellen ziehen (Imhof 2006).

Nach dem Scheitern der ersten gesamtschweizerischen Internetforschung (MMXI Switzerland 2001-2004), etabliert sich unter dem Namen NET-METRIX seit 2007 eine neue Nutzungsforschung als Verbund der beiden größten angewandten Medienforschungsinstitute (WEMF und MEDIAPULSE) der Schweiz. Die Tradition der Time-Use Studien hat im Jahre 2007 MEDIAPULSE nach einem mehrjährigen Unterbruch wieder aufgenommen und nach der Revision des RTVG (Bundesgesetz über Radio- und Fernsehen) im Jahre 2007 müssen ab 2008 in der Fernseh- und Radioforschung neue Sendegebiete erfasst und die Stichproben aktualisiert werden. Die vielleicht spannendsten Fachdiskussionen zeichnen sich um eine Professionalisierung und Neuorganisation der Grundlagen für die großen Medienstudien ab. In Deutschland werden diese Diskussionen unter den Stichworten „Herausforderungen für die Umfrageforschung“ seit längerem geführt. In der Schweiz besteht ab 2010 dringender Handlungsbedarf (Übergang von der Volkszählung zur Registerzählung), sollte die landesweite hohe Qualität der Mediennutzungsforschung erhalten werden.

## **2 Entwicklungen der Mediennutzung 1996 bis 2000**

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) beauftragte im Jahr 2007 das Institut für Angewandte Kommunikationswissenschaft (IAM) mit der Aufarbeitung der SRG-Medienstudien (MS) von 1996-2000 zur longitudinalen Nutzung.



Die von der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) initiierte Medienstudie (MS) untersuchte seit 1975 das Medienverhalten der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren und stellte damit eine der größten kontinuierlichen Längsschnittbefragungen in der Schweiz dar. Nach der Einführung des autonomen Fernsehmesssystems Telecontrol im Jahre 1985 diente die MS zur Messung der Radionutzung. Im Jahre 2001 wurde die Medienstudie durch das Meter-System Radiocontrol (RC 2000) abgelöst.

Die SRG-Medienstudie wurde als Längsschnitt-Vergleichsstudie konzipiert. Seit 1994 werden aufgrund einer Gemeinderegisterauswahl so genannte Sampling Points erfasst und in einen Masterplan übertragen. Dieses Master Sample wird jährlich den soziodemografischen Verhältnissen angepasst. Im Jahresrhythmus veränderten sich auch die Senderlisten und die Zusammensetzungen der Empfangs- und Konzessionsgebieten – vor allem im Bereich der regionalen und privaten TV- und Radiosender.

Unsere Recherchen haben gezeigt, dass die Medienstudien Daten der Jahre 1975-1995 nicht (mehr) in digitaler Form vorliegen und einzig noch über die (vollständig erhaltenen) Berichte des damaligen Auftraggebers SRG-Forschungsdienst (heute MEDIAPULSE) als aggregierte Datensätze einsehbar sind.

**Tabelle 2 Chronologie der SRG-Hörerforschung (MS)**

Jahre	Grund-gesamtheit	Erhebungs-methode	Erhebungs-dichte	Erhobene Medienarten	Ausführendes Institut
1975-1976	ab 15 Jahren	N=15000, Random-Route, 2-stufig, Stichtag, persönlich	viertel-jährlich	Radio, TV, Lesen	Infratest, München / Analyses Economiques Sociales, St. Sulpice
1977		N=7500			
1980					AES, St. Sulpice
1983		N=5600 (ohne SI)	halb-jährlich		

1986	N=18200, Random Quota, Gemeindesample, persönlich	viertel- jährlich	Radio (mit Lokalradio), TV, Lesen	AES, St. Sulpice / GfM (Gesellschaft für Marketing)
1991	8-er und 4-er Programme (kleine Gemeinden)	viertel- jährlich		
1994	Master Sample			
1999- 2000		viertel- jährlich	Radio (mit Lokalradio), TV, Lesen, Internet	IHA GfM (Hergiswil)

Quellen: Hättenschwiler 1990, Anker 1995, IAM/Mediapulse 2008

Seit 1986 wurde die Stichprobengröße pro Jahr und pro Quartal konstant gehalten, mit Aufstockungsstichproben ergänzt und für die drei Landesregionen disproportional stratifiziert. Auf diese Weise wurde gewährleistet, dass in den ungleich großen sprachregionalen Landesteilen genügend große Stichproben für sprachregionale Auswertungen anfielen.

**Tabelle 3 Stichprobengrößen in den drei Landesregionen**

	Deutschschweiz	Suisse Romande	Svizzera Italiana
1996 Bev. 15+	4.216.000	1.383.000	265.000
Grundstichprobe	9184	5268	2800
Aufstockung	484	252	0
Extrastichprobe	52	0	0
1997 Bev. 15+	4.243.000	1.391.000	268.000
Grundstichprobe	9208	5272	2800
Aufstockung	492	252	0
Extrastichprobe	52	0	0
1998 Bev. 15+	4.227.000	1.399.000	269.000
Grundstichprobe	9244	5272	2800
Aufstockung	492	252	0

Extrastichprobe	52	0	0
1999 Bev. 15+	4.299.000	1.408.000	271.000
Grundstichprobe	9272	5276	2800
Aufstockung	492	252	0
Extrastichprobe	52	252	0
2000 Bev. 15+	4.328.000	1.417.000	273.000
Grundstichprobe	9324	5288	2800
Aufstockung	492	252	0
Extrastichprobe	52	756	0

Die Grundstichprobe ist so angelegt, dass pro Erhebungsquartal jeder Landesteil autonom ausgewiesen wird. Aufstockungen wurden in kleinen oder zweisprachigen Radioempfangsgebieten (Fribourg, Schaffhausen, Graubünden, Oberwallis, Biel, Jura) nach Möglichkeit ebenfalls konstant gehalten. Mit Extrastichproben wurden in außerordentlichen Fällen (Deutschschweiz: Berner Oberland) und für Extraauswertungen (Suisse Romande 1999 und 2000: Stadt Genf) zusätzliche Oversamplings eingefügt.

**Tabelle 4 Fragebogentopologie MS 1996-2000**

104: Viertelstundenraster (05:00-24:00 Uhr) mit 10 (ab 1998 mit 11) Tagestätigkeiten	
105: 24 Uhr bis 05 Uhr (Radionutzung zwischen Mitternacht und 05:00 Uhr)	
R.1: Radioteil (Radio-Split)	TV.1: TV-Teil (TV-Split)
106-110: Regionale Information (Fragen zum Radio-Informationsverhalten)	
Soziodemografie (Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen, letzter Beruf, HHGrösse, Kinder im HH, Berufstätigkeit, Sprachen, Haushaltführung, ab 1999 Internetnutzung)	

Zurzeit liegen die aufbereiteten MS Daten für die Jahre 1996-2000 und eine umfassende Inventarisierung sämtlicher studienrelevanten Informationen

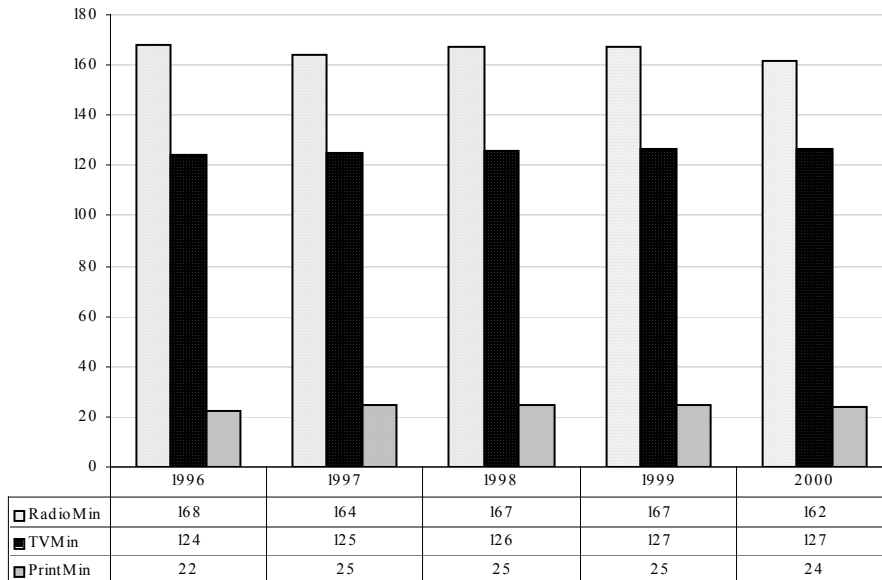
vor. Das Inventar umfasst die Studiendokumentationen und pro Jahr, Erhebungsquartal und Sprachregion vier Fragebogenversionen. Für den Zeitraum 1996-2000 umfasst das Fragebogeninventar somit 60 Fragebogen, 20 für die jeweilige Sprachregion. Eine Vereinheitlichung der Fragebogen konnte durchgeführt werden, wobei aber nicht sämtliche sprachbedingten Unterschiede (z.B. unterschiedliche Itemformulierungen in deutsch, französisch oder italienisch durch sprachregional notwendige Präzisierungen) in eine Sprache überführt werden können. In den 45 Rohdatenfiles (3 pro Sprachregion pro Jahr = 9, mal 5 Jahre = 45) sind diese Differenzen belassen worden. In den Auswertungsfiles wurden sie – nach Möglichkeit - zu Gunsten der deutschen Formulierungen transformiert.

Die drei neu erstellten Rohdatenfiles pro Sprachregion und pro Jahr tragen verschiedene Informationen und sind unterschiedlich aufgebaut. Der erste Datensatz beinhaltet eine Interviewnummer, die soziodemografischen Daten und Fragen zur Radio und TV-Nutzung in horizontaler Anordnung. Der zweite Datensatz enthält eine Interviewnummer, die Informationen des Viertelstundenrasters, getrennt in Tagesaktivitäten, Radio, TV und Printmediennutzung in horizontaler Anordnung. Der dritte Datensatz enthält dieselben Daten wie der zweite Datensatz, allerdings in vertikaler Anordnung. Die Auswertungsfiles werden durch Zusammenführen und Aggregationen von Daten erstellt. Für Datenauswertungen stehen zwei Datensätze mit entsprechend aufgearbeiteten SPSS Syntaxen zur Verfügung.

„ms1\_februar\_2008.sav“ (Daten 1996-2000, n = 91'588, Gesamtdatensatz, drei Sprachregionen, Tagesablauf und Mediennutzung aggregiert in Minuten, horizontale Anordnung, SPSS Format)

Dieser Datensatz weist jedem Interview ein Case zu (horizontale Anordnung). Er wird für den Beschrieb von Mediennutzung, Motiven und Interessen nach Zielgruppen gebraucht.

## **Abbildung 2 Mediennutzung nach Mediengattung, Schweiz 1996-2000**



Quelle: ms1\_februar\_2008.sav, n = 91'588, MO-SO, 05:00-24:00 Uhr, Schweiz (gewichtet)

„ms2\_februar\_2008.sav“ (Daten 1996-2000, n = 6'960'688, Gesamtdatensatz, drei Sprachregionen, Tagesablauf und Mediennutzung nicht aggregiert, vertikale Anordnung, SPSS Format)

Dieser Datensatz weist jedem Interview und jeder Viertelstunde im Tagesablauffraster ein Case zu (vertikale Anordnung). Da wir pro Messtag 76 Viertelstunden (05:00-24:00 Uhr) und 91'588 Interviews zur Verfügung haben, erhalten wir ein größeres, untereinander angeordnetes Datenfile. Tagesablauf und Mediennutzung sind mit 0 (keine Wahl) und 1 (eine Wahl), sowie auf Senderebene mit Senderbezeichnung codiert. Der Datensatz eignet sich für lineare und nicht-lineare Analysen von Zeitreihen, denen beliebige Merkmale aus ms1 (Mediennutzung, Motive, Interessen und Soziodemografie) angefügt werden können.

**Tabelle 5 Zeitverbrauch ausgewählte Tagestätigkeiten und Mediennutzung (Ø pro Tag in %), 1996 und 2000**

	1996	2000	1996	2000	1996	2000
	Deutschschweiz		Suisse Romande		Svizzera Italiana	
Essen	7,7%	7,5%	8,4%	7,9%	7,1%	7,8%
Arbeit	31,5%	32,2%	31,5%	31,1%	30,1%	28,2%
Freizeit	41,6%	41,1%	39,4%	41,0%	42,5%	43,6%
RadioGesamt	17,0%	16,9%	13,1%	12,4%	15,6%	13,0%
TVGesamt	9,7%	9,9%	12,5%	12,0%	12,6%	13,3%
PrintGesamt	2,2%	2,4%	1,6%	2,0%	1,6%	2,2%

Quelle: ms2\_februar\_2008/IAM, nT1 = 12'320, nT2 12'464, Mo-Fr, 05:00-24:00 Uhr

### **3 Die Radionutzung der Unter- und der Oberwalliser**

Der Kanton Wallis weist eine sprachregionale Besonderheit dar und stellt, ein auch für die Schweiz, außerordentlichen Medienraum dar. Während sich die weiteren vier zweisprachigen Gebiete gemeinsame geografische Räume teilen (mit Ausnahme der italienischsprechenden Täler im deutsch- und rätoromanischsprachigen Graubünden, das aber ohnehin ein Sonderfall ist) teilt sich das Wallis in zwei Sprachgebiete, von denen sich der größere, französischsprachige (ständige Wohnbevölkerung im Jahr 2000 im Kanton Wallis 277'000, davon 70% im Unterwallis) zum Genfersee hin öffnet, und so Anschluss an den dynamischen Wirtschaftsraum der Suisse Romande erhält, während der deutschsprachige Teil (Oberwallis) von hohen Bergen eingerahmt und von seiner eigenen Sprachregion, der Deutschschweiz, isoliert ist<sup>2</sup>. Die Teilung ist nicht rigoros und es gibt auch viel Gemeinsames, dass die Walliser verbindet (z. B. die weltberühmte Alpenlandschaft, die Freundlichkeit der Bewohner und Bewohnerinnen, der Wein, eine kohärente Bundespolitik, der Ringkuh-Kampf-Final in Aproz oder den FC Sion, den Fußballclub des Wallis). Trotzdem haben sich in diesem Lebensraum

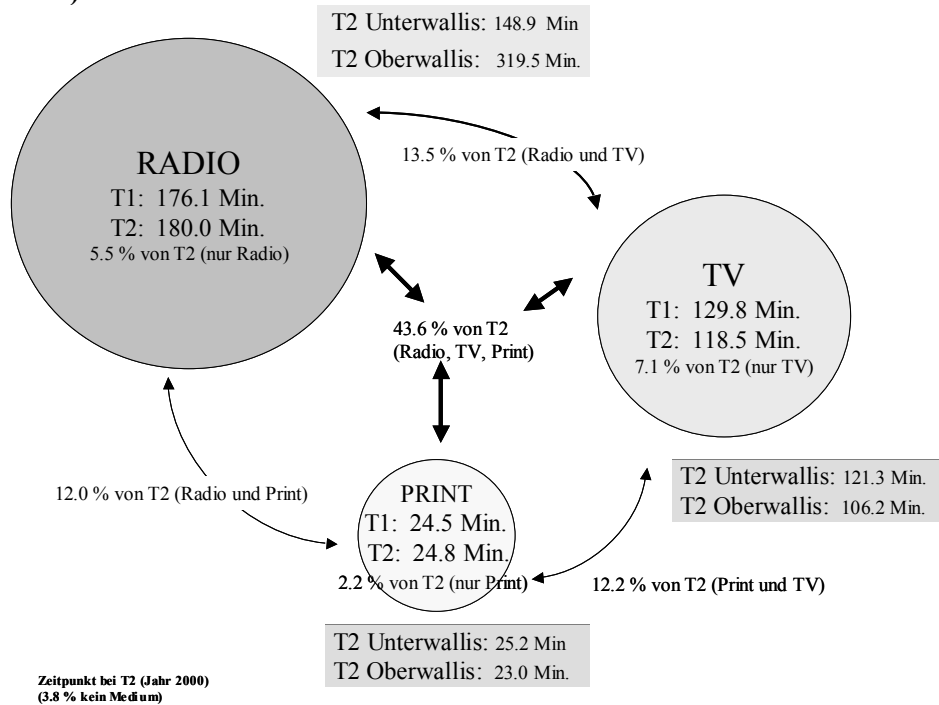
---

<sup>2</sup> Vgl. Hermann, Michael, Leuthold, Heiri: *Atlas der politischen Landschaften*. Zürich 2003, S. 78ff.

historisch begründbare unterschiedliche Mediennutzungsverhalten entwickelt. Das Wallis gilt als exemplarisches Beispiel zur Anschauung, wie sich regionale Eigenheiten und Medienangebote in Randgebieten entwickeln und ausprägen und bereitet den Behörden immer wieder Schwierigkeiten bei medienpolitischen Entscheiden, z.B. wenn neue Sendekonzessionen vergeben werden.

Sowohl die Unter- als auch die Oberwalliser sind eigentliche Fernsehverächter. Wurden doch im Jahre 2000 in der Restschweiz (Schweiz ohne Wallis) im Durchschnitt täglich 127 Minuten TV geschaut, liegen selbst die im kantonalen Vergleich fernsehfreudigeren Unterwalliser mit 121 Min. unter dem Durchschnitt (vgl. Abbildung 1). Im Vergleich mit den weiteren Westschweizer Kantonen weisen die Unterwalliser den tiefsten TV-Konsum – noch hinter dem Jura und der Stadt Genf – auf. Die Oberwalliser gehören mit den Appenzellern, den Obwaldnern und den Urnern (deutschsprachige vor- oder hochalpine Kantone) zu den Bewohnern und Bewohnerinnen der Schweiz, die landesweit am wenigsten TV schauen (106 Min.).

**Abbildung 3 Mediennutzung im Zeitverlauf: Kanton Wallis (1996 und 2000)**



Quelle: ms2/IAM; nT1 = 540 (1996), nT2 = 548 (2000); Mo-Fr; 05:00-24:00 Uhr

Dagegen sind die Oberwalliser Rekordhalter im Radiohören. Mit 319 Min. durchschnittlicher Radionutzung pro Tag liegen sie weit über dem Schweizer Durchschnitt (172 Min.) und dem Unterwalliser Durchschnittswert von rund 149 Min. Printmedien werden von den Unterwallisern häufiger genutzt (25 Min. pro Tag) als von den Oberwallisern (23 Min. pro Tag).

Ein Vergleich der zwei Messpunkte T1 und T2 zeigt einen Rückgang der TV-Nutzung im Wallis zwischen 1996 und 2000 um 11 Min., eine geringe Zunahme der Printmediennutzung (0.3 Min.) und der Radionutzung (4 Min.). Interessanterweise liegt für das Jahr 2000 eine Internetnutzungszeit im Wallis von 4.8 Min. vor, wobei sich Unter- (4 Min.) und Oberwalliser (0.8 Min.) unterscheiden. Diese 5 Min. Internetnutzungszeit entspricht knapp



der Abnahme der gesamten Mediennutzungszeit im gemessenen Zeitraum. Die Walliser haben also zwischen 1996 und 2000 weniger TV geschaut, mehr Printmedien und Radio genutzt und vielleicht den verringerten TV Konsum teilweise mit Internetnutzung subsumiert.

43.6% der Walliser nutzen an einem durchschnittlichen Werktag im Jahre 2000 Radio, Fernsehen und Printmedien. Dies ist, im Vergleich zur Restschweiz (38%), ein hoher Wert. 37.7% (Vergleichswert 38.4%) nutzen wenigstens 2 Medien und 14.8 (Vergleichswert 19.8%) nur eines der drei Hauptmedien. Knappe 3.8% nutzen kein Medium, was knapp dem Schweizer Durchschnitt (3.9%) entspricht. In unserem Sample entsprechen den Walliser Medienverweigern 21 Personen, die Verteilung zwischen Unter- (17 Personen) und Oberwallisern (4 Personen) sind (auch in den Jahren 1996-1999) zufällig.

### ***3.1 Mediennutzung im Tagesablauf: Öffentlich-rechtliches und privates Radio***

Die Versorgung des Wallis mit öffentlich-rechtlichen Radiosendern entspricht dem landesweiten Standard. Es sind sowohl im französischsprachigen als auch im deutschsprachigen Wallis die drei öffentlich-rechtlichen Hauptsender (La Première, Espace 2, Couleur 3 resp. DRS 1, DRS 2, DRS 3) in der jeweiligen Landessprache empfangbar.

**Tabelle 6 Tagesreichweiten öffentlich-rechtliches und privates Radio**

	1996	2000	1996	2000
	Unterwalliser		Oberwalliser	
Radiohörer	73%	72%	86%	85%
Öffentlich-rechtliche Sender	46%	38%	36%	41%
Private Sender	40%	46%	63%	60%
Anteile Doppelhörer	14%	13%	13%	16%

Quelle: ms1/IAM, nT1 = 540 (1996), nT2 = 548 (2000), Mo-Fr, 05:00 - 24:00 Uhr

Währenddem sich im Unterwallis die Nutzung der privaten Sendeanstalten auf Radio Rhone, Radio Chablais und Radio Framboise verteilt, wird die

private Radionutzung im Oberwallis von Radio Rottu (deutscher Name der Rhone) praktisch vollständig abgedeckt. Das teilweise auch empfangbare Radio Berner Oberland (deutschsprachig) wird nur selten genutzt.

**Tabelle 7 Zeitverbrauch ausgewählte Tagestätigkeiten und Mediennutzung (Ø pro Tag in %), 1996 und 2000**

	1996	2000	1996	2000
	Unterwalliser		Oberwalliser	
Essen	6,9%	6,6%	6,5%	6,6%
Arbeit	32,6%	29,3%	39,0%	38,9%
Freizeit	39,3%	42,0%	34,0%	33,5%
RadioGesamt	13,8%	13,1%	23,1%	28,0%
TVGesamt	11,8%	10,6%	9,7%	9,3%
PrintGesamt	2,2%	2,2%	2,0%	2,0%

Quelle: ms2/IAM; nT1 = 540 (1996), nT2 = 548 (2000), Mo-Fr; 05:00-24:00 Uhr

Wenn wir den Zeitverbrauch der Unter- und Oberwalliser an einem durchschnittlichen Werktag vergleichen, fällt die hohe Arbeitszeit-Belastung der Oberwalliser auf (beinahe +10%, entspricht rund 1.5 Std.). Dementsprechend unterscheidet sich auch die Verfügbarkeit von Freizeit. Vergleichen wir diese mit den Angaben für die Landesregionen in Tabelle 7, so fällt die tiefere Belastung der Unterwalliser und die höhere Belastung der Oberwalliser auf. Die Gründe dafür müssen in den unterschiedlichen ökonomischen und sozialen Strukturen der beiden Kantonsteile liegen. Geben die aufgearbeiteten Daten Möglichkeiten, solche Fragestellungen zu prüfen? Gibt es Modelle, die die Beziehungen zwischen Mediennutzung und sozio-ökonomischen Bedingungen darlegen können?

Um diese Fragen zu klären, haben wir mit der Methode der neuronalen MLP Netze<sup>3</sup> ein Klassifikationsmodell berechnet. Als Klassifizierungsvariable

<sup>3</sup> MLP = Multi-Layer-Perceptron. Neuronale Netze werden zur Mustererkennung eingesetzt. Durch Modellierungen werden Prognosewerte optimiert, die auch der Leistungsmessung dienen. Das vorliegende Beispiel stammt aus einer umfassende-

dient die Zugehörigkeit zum Oberwallis (1). Mit (0) sind die Nicht-Oberwalliser bezeichnet. Als Eingabevariablen dienen uns die Parameter der aggregierten Mediennutzung (in Minuten: Radio-, TV-, Printmedien-, Internetnutzung) und Tagestätigkeiten (in Minuten: Arbeit, Freizeit, Essen, Autofahren), sowie die soziodemografischen Variablen: Geschlecht, Alter, Letzter Beruf recodiert, HHGrösse, Bildung recodiert, Einkommen recodiert, Kinder im HH.

**Tabelle 8 Zeitverbrauch, Mediennutzung und Sozialstruktur**

	Unterwalliser	Oberwalliser	MLP Importance	log. Regression B S.E.	
Radionutzung			0,671		
Radio Min Tag	158,5 Min	353,5 Min***		0,003	0,001
Beruf			0,489		
Frei/Leitende Angestellte (0)	13,60%	26,30%			
Gewerbe/Landwirte	8,30%	1,3%*		-2,630	1,089
Angestellte/Beamte	28,90%	52,60%		0,062	0,396
Arbeiter	20,90%	7,9%**		-1,663	0,566
Schüler, Hausfrau, Rentner	28,30%	11,8%*		-1,170	0,520
Zeit im Auto			0,470		
Autofahren Min Tag	46,5 Min	17,2 Min***		-0,019	0,005
Haushaltgrösse			0,418		
Einpersonenhaushalt (0)	12,20%	24,70%			

*ren Untersuchung zweisprachiger Gebiete in der Schweiz. Wir wollen mit dem Einsatz von neuronalen Netzen voraussagen, welcher Sprachgemeinschaft eine bestimmte Person angehört, um Muster von Tagesabläufen und Medienverhalten zu vergleichen. Mit der Generalisierung der Modelle werden regionale Unterschiede in weiteren sprachgeteilten Gebieten untersucht. Einen guten Einblick in Mustererkennungungsverfahren gibt Zell (2000), zur Anwendung in der Sozialforschung vgl. Backhaus et al. (2003). Anwendungen in der Kommunikationsforschung sind uns nicht bekannt. Die Regressionsanalyse dient der Überprüfung des Data Mining und liefert zusätzliche Gütekriterien.*

Zweipersonenhaushalt	50,40%	30,1%**	-1,181 0,426
Dreipersonenhaushalt	19,00%	27,40%	0,011 0,464
4+ Personenhaushalt	18,40%	17,80%	-0,665 0,503
Anzahl Kinder im Haushalt			0,348
Keine Kinder (0)	57,70%	77,60%	
Ein-Kindfamilie	14,50%	11,80%	
Zwei-Kindfamilie	19,20%	5,30%	
3+-Kindfamilie	8,60%	5,30%	
Internetnutzung			0,342
InternetEMail Min Tag	5,2 Min	0,8 Min	
Freizeit			0,324
Freizeit Min Tag	424,4	341,1	
Bildung			0,299
Grundbildung	28,50%	21,30%	
Mittlere Bildung	51,80%	69,30%	
Höhere Bildung (0)	19,70%	9,30%	
Geschlecht			0,244
Female	51,60%	53,90%	
Male (0)	48,40%	46,10%	
Arbeitszeit			0,222
Arbeit Min Tag	394,2 Min	499,5 Min	

Quelle: ms1/IAM; N=415 (2000); 15-59; Mo-Fr; 05:00-24 Uhr, Grundstichprobe  
 MLP: Accuracy 89,2%, Testdatensatz Unterwalliser 79.1%, Oberwalliser 84,0%.  
 log. Regression: Forward LR, Nagelkerke R Square 0,349, Predicted 85,2%,  
 (0) Referenzkategorie, \*\*\*sign. P <= 0.001 \*\*sign. P <= 0.01 \*sign. P <= 0.05

MLP (künstliches neuronales Netz) hat die Variablen „Alter“, „TV-“ und „Printmedien-“ Nutzung, „Essen“ (Essenszeit) und „Einkommen“ nicht als Modellparameter aufgenommen.

Die MLP Klassifikation wird im zweiten Schritt mit einer binär-logistischen Regression überprüft. In diese werden die Klassifizierungsvariable als abhängige Variable (AV) und sämtlichen klassifizierten Merkmale der MLP als unabhängige Variablen (UV) eingegeben. Die Regressionsgleichung bestätigt 4 der 10 Einflussfaktoren in der MLP Klassifikation, wobei die Variablen „Zeit im Auto“ und „Beruf“ in der Regression die Plätze getauscht haben.

Haupteinflussfaktor in beiden Modellen ist die unterschiedliche Radionutzung der Unter- und Oberwalliser. Dies erstaunt nicht, denn der hohe Erfolgsfaktor des regionalen Radiosenders ist der strikte Bezug auf den eingegrenzten Oberwalliser Medienraum und die Ansage der redaktionellen Beiträge in „Walliser-Titsch“. Beim zweiten Faktor (Berufstätigkeit) fällt die große Anzahl Landwirte, der starke Anteil von Arbeitern (gelernte und ungelernete) und die Gruppe der Hausfrauen und Schüler im Unterwallis auf. Die Haushalte im Oberwallis sind eher klein und kinderlos und mehr als 50% der Beschäftigten arbeiten als Angestellte oder Beamte.

Neben der technischen Verfügbarkeit von „eigenen“ Medienangeboten spielen die regionalen Präferenzen, bedingt durch die geografische Lage und die sprachregionalen Identifikationen, sowie die unterschiedlichen Sozialstrukturen im Unter- und im Oberwallis eine wichtige Rolle bei der Mediennutzung. Eine Interpretation könnte dahin lauten, eine Differenz zwischen einem industrialisierten Lebensraum im unterem Teil und einem alpinen Lebensraum im oberen Teil des Tales zu postulieren.

Vielleicht können in der Medienforschung der Schweiz in Zukunft mit der Untersuchung von Längsschnittentwicklungen weitere solche Zusammenhänge ergründet werden. Die aufgearbeiteten SRG-MS-Datensätze stehen nun den interessierten Forschern und Nachwuchswissenschaftlern im In- und Ausland als erster Medien-Längsschnittdatensatz der Schweiz zur Verfügung. Eingelagert sind sie bis zur Überführung an die Nachfolgeorganisation von SIDOS (Schweizerischer Informations- und Datenarchivdienst für die Sozialwissenschaften) im Medien-Längsschnitt-Archiv (MLA) des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft (IAM) in Winterthur.

## Literatur

- Anker, Heinrich (1995). Wertwandel und Mediennutzung in der Schweiz. Die Radionutzung 1975 bis 1992 im Spiegel der Publikumsforschung der SRG. Dokumentation zur Kommunikations- und Medienpolitik, Bd. 3. Aarau: Sauerländer.
- Aregger, Jost (1992). Ältere Menschen als Radio- und Fernsehpublikum. *Medienwissenschaft Schweiz*, 1992/ 1: 39-42.
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf (2003). *Multivariate Analysemethoden*. Berlin Heidelberg New York: Springer.
- Bonfadelli, Heinz (2005). Mediennutzung in der Schweiz zwischen Stabilität und Wandel. In: Koschnick, Wolfgang J., (Hrsg): *Focus-Jahrbuch 2005. Beiträge zu Werbe- und Medienplanung, Markt-, Kommunikations- und Mediaforschung*. Focus Verlag, München: 243-252.
- Bonfadelli, Heinz; Marr, Mirko (2005). Mediennutzungsforschung. In: Bonfadelli, Heinz; Jarren, Otfried; Siegert, Gabriele (Hrsg). *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Bern etc.: Haupt Verlag: 499-522.
- Bonfadelli, Heinz (2004). *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen*. 3 ed. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mgH.
- Bonfadelli, Heinz; Meier, Werner A., Schanne, Michael (1998). Öffentlicher Rundfunk und Kultur. Die SRG zwischen gesellschaftlichem Auftrag und wirtschaftlichem Kalkül. *Reihe Diskussionspunkt / 36*.
- Bonfadelli, Heinz (1997). Gesellschafts- und Medienwandel als Herausforderung für die Publizistikwissenschaft. *Medienwissenschaft Schweiz*, 1/2: 86-93.
- Bonfadelli, Heinz (1994). Medienpublikum: Erträge der angewandten und der universitären Medienwissenschaft. *Medienwissenschaft Schweiz / 2*: 38-39.
- Bonfadelli, Heinz (1992). Medienumwelt und Mediennutzung von Jugendlichen im Wandel. *Medienwissenschaft Schweiz*, 1: 18-28.
- Dähler, Manuel (1998). Medienangebot - Mediennutzung. Nationale Perspektiven. Radioverhalten. *Medienwissenschaft Schweiz*, ½: 48-53.
- Hättenschwiler, Walter (1992). Medien im Leben der Senioren. *Medienwissenschaft Schweiz*, H. 1, 43-48.
- Hättenschwiler, Walter (1990). Radiohören im Umbruch. Hörerforschung und ihre Ergebnisse in der Schweiz. Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich: Zürich.
- Hermann, Michael; Leuthold, Heiri (2003). *Atlas der politischen Landschaften*. Zürich: vdf Hochschulverlag AG ETH Zürich.
- Imhof, Kurt (2006). *Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels*. Frankfurt am Main: Campus.
- Jedele Markus (1998). Medienangebot - Mediennutzung. Nationale Perspektiven: Fernsehverhalten. *Medienwissenschaft Schweiz*, ½: 54-58.
- Marr, Mirko (2005). *Internetzugang und politische Informiertheit: zur digitalen Spaltung der Gesellschaft*. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.
- Meier, Werner A.; Bonfadelli, Heinz, Schanne, Michael (1993). *Medienlandschaft Schweiz im Umbruch: vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk zur elektronischen Kioskware*. Basel, Frankfurt am Main: Helbing & Lichtenhahn.

- Probst, Carole; Lepori, Benedetto (2007). Für eine Kartographie der Schweizer Kommunikationswissenschaft. Methodologische Überlegungen und ausgewählte Resultate. In: *Studies in Communication Sciences*, 1. Journal of the Swiss Association of Communications Research. Lugano: 253-270.
- Saxer, Ulrich; Bonfadelli, Heinz; Hättenschwiler, Walter (1980). Die Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Eine Studie zur Mediensozialisation im Spannungsfeld von Familie, Schule und Kameraden. Zürcher Beiträge zur Medienpädagogik. Zug: Klett und Balmer.
- Saxer, Ulrich (1989). Lokalradios in der Schweiz. Schlussbericht über die Ergebnisse der nationalen Begleitforschung zu den lokalen Rundfunkversuchen 1983-88. Bern GS EVED.
- Süss, Daniel et al. (1998). Media Use and the Relationships of Children and Teenagers with their Peergroups a Study of Finnish, Spanish and Swiss Cases. *European Journal of Communication*, 4/ 13: 521-538.
- Themenheft (1998). "Medienangebot - Mediennutzung". Medienwissenschaft Schweiz, Heft 1 + 2.
- Zell, Andreas (2000). Simulation neuronaler Netze. München: Oldenburg.

### ***Autorinnen und Autoren***

*Max Müller*, Dr, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Institut für Angewandte Medienforschung, Zur Kesselschmiede 35, 8401 Winterthur, max.mueller@zhaw.ch, www.iam.ch