

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (1992)
Heft: 1

Artikel: Ältere Menschen als Radio- und Fernsehpublikum
Autor: Aregger, Jost
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790864>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ältere Menschen als Radio- und Fernsehpublikum

Die Studie "Ältere Menschen als Radio- und Fernsehpublikum" ist die jüngste Sonderstudie des SRG-Forschungsdienstes und hat als Schwerpunkt den Umgang älterer Schweizerinnen und Schweizer mit den Massenmedien zum Gegenstand. Nachfolgend werden einige Resultate vorgestellt und diskutiert.

1. Zum methodischen Vorgehen

Die Studie ist in zwei Teile gegliedert: Für den ersten Teil wurden bereits vorhandene Daten noch einmal für die uns interessierenden Altergruppen berechnet. Es handelt sich um Datensätze der grossen SRG-Medienstudie von 1989 und des elektronischen Publikumsmesssystems TELECONTROL von 1990. *Altersgruppen* wurden drei gebildet: Eine umfasst die **55-64jährigen**, eine die **65-74jährigen** und eine dritte die **75jährigen und älteren**.

Der zweite Teil der Studie wurde von Grund auf neu konzipiert. Er enthält eine qualitative Vorstufe mit **50 Tiefeinterviews** bei Schweizerinnen und Schweizern im AHV-Alter. Daran schloss eine repräsentative Hauptbefragung mit insgesamt **1255 persönlichen Interviews** an, die sich wie folgt auf die drei grossen Regionen der Schweiz verteilen: 495 auf die Deutschschweiz, 408 auf die Suisse romande und 352 auf die Svizzera italiana. Die Stichprobe wurde nach dem Quota-Verfahren gezogen, bei dem die Verteilung bestimmter Merkmale vorgegeben wird. In unserem Fall betrafen die Quoten das Geschlecht, das Alter, Erwerbstätigkeit ja oder nein und den Anteil der Befragten, die in Pflege- und Altersheimen wohnen.

In der *Stichprobe der deutschen Schweiz* sind Frauen stärker vertreten als Männer. Die Altersgruppen wurden in Fünf-Jahres-Schritten erfasst und danach zu den bereits erwähnten Zehnergruppen zusammengefasst; die grösste schweizerische Bildungsgruppe, die AbsolventInnen von Berufsschulen, sind auch in der Stichprobe am stärksten vertreten; sieben von zehn Befragten waren nicht mehr berufstätig; etwa die Hälfte wohnte in einer Mietwohnung und mehr als ein Drittel im Einfamilienhaus; gut die Hälfte der befragten Haushalte waren Zweipersonenhaushalte; etwa ein Drittel wohnte in einer Grossstadt.

Die folgenden Ergebnisse werden sich der Einfachheit halber ebenfalls auf die **Deutschschweiz** beschränken.

2. Sekundäranalyse

2.1 Medienbesitz

Je älter die Befragten sind, desto mehr verfügen sie über ein einziges *Fernsehgerät*. Der Deutschschweizer Durchschnitt ist öfters im Besitz mehrerer Fernsehgeräte als es ältere Leute sind. Die älteren Leute sind stark unterdurchschnittlich mit *Videogeräten* ausgestattet. Es gibt beinahe keine 75jährigen und älteren, die über einen Videorecorder verfügen.

Tabelle 1
Geräteausstattung im Bereich TV, Video, Radio

im Haushalt in %:	insg.	55-64	65-74	75+
Radio	97	98	96	93
Plattenspieler	71	64	49	34
Kassetten-/Tonbandgerät	86	81	64	42
CD-Spieler	28	13	5	0
ein Fernseher	83	82	89	90
mehrere Fernseher	10	11	6	4
Video-Recorder	38	28	10	4

Anmerkung: insg. bezieht sich bei obiger und den folgenden Tabellen auf alle Befragten, d.h. auf Personen ab 15 Jahren.

Neben den stark verbreiteten *Radiogeräten* werden beispielhaft die Besitzanteile der Plattenspieler angeführt: Was die Radiogeräte anbelangt, so ist ein ähnlicher Befund abzulesen wie bei den Fernsehgeräten: Je älter die Befragten sind, desto weniger verfügen sie über mehrere eigene Radiogeräte. Beinahe alle besitzen aber mindestens ein Radiogerät in ihrem Haushalt. Ältere Menschen sind ausserdem stark unterdurchschnittlich mit Plattenspielern versorgt. Etwa zwei Drittel der über 74jährigen haben keinen Plattenspieler, während gut 70% des Deutschschweizer Durchschnitts mindestens einen Plattenspieler zu Hause hat.

2.2 Reichweiten und Nutzungsdauer der Medien

Reichweiten Radio: Gut drei Viertel der DeutschschweizerInnen hören an einem durchschnittlichen Tag Radio. Ältere Menschen hören überdurchschnittlich stark das erste Programm von Radio DRS. Weniger als der Bevölkerungsdurchschnitt sind sie an DRS 3, den Lokalradiosendern und an ausländischen Stationen interessiert.

Reichweiten Fernsehen: Etwa sieben von zehn DeutschschweizerInnen sehen an einem durchschnittlichen Wochentag fern. Ältere Menschen tun dies in überdurchschnittlichem Masse; in ähnlich überdurchschnittlichem Mass sehen sie sich das Programm des Schweizer Fernsehens DRS an.

Das heisst: Die älteren Schweizerinnen und Schweizer sind ausserordentlich stark an den Mehrheitsprogrammen

der SRG interessiert, oder umgekehrt: DRS 1 und Fernsehen DRS können sich auf ein treues älteres Stammpublikum verlassen.

Tabelle 2
Reichweiten + Dauer der Mediennutzung (Mo-So)

Anteile in %		insg.	55-64	65-74	75+
Reichweiten in %:	Radio	77	78	80	73
	Tonträger	12	4	2	1
	TV	69	85	88	82
	Zeitung	50	57	59	58
Dauer in Minuten:	Radio	172	165	164	115
	Tonträger	13	4	3	1
	TV	126	171	202	173
	Zeitung	21	26	30	32

Diese nicht ungewöhnlichen Befunde werden durch die Minuten-Nutzungs-Zahlen erhärtet:

Radionutzung in Minuten: Die durchschnittliche Deutschschweizerin und der durchschnittliche Deutschschweizer hören täglich etwa drei Stunden Radio. Ältere Menschen tun dies weniger lang; die über 74jährigen hören rund eine Stunde weniger Radio pro Tag als der Durchschnitt. Dafür wird von den älteren Befragten überdurchschnittlich viel Hörzeit auf DRS 1 verwendet.

Fernsehnutzung in Minuten: Fernsehen DRS wird vom älteren Publikum eindeutig favorisiert. Im Gegensatz zur Radionutzungsdauer sind es beim Fernsehen die älteren Menschen, die diesem Medium deutlich überdurchschnittlich viel Zeit widmen, d.h. rund eine Stunde mehr als der Durchschnitt.

Ältere Menschen hören also deutlich unterdurchschnittlich lang Radio und sehen dafür stark überdurchschnittlich lang fern.

3. Qualitative Vorstufe

3.1 Tagesablauf

Es scheint, dass die *zeitlichen Gewohnheiten*, die den Alltag der Berufstätigen strukturieren, von den Menschen im Ruhestand weitgehend beibehalten werden. Zwischen sieben und acht Uhr stehen die Befragten auf und frühstücken. Es folgen Haushaltarbeiten und Einkäufe. Zu diesen Punkten sind auch im fortgeschrittenen Alter noch grosse geschlechtsspezifische Unterschiede festzustellen. Von halb zwölf an wird gekocht und gegessen und anschliessend machen die meisten Befragten ein Mittagschlafchen. Zwischen zwei und sechs Uhr nachmittags spielt sich der grösste Teil des Soziallebens älterer Menschen ab. Sie treffen sich mit Bekannten, zum Gespräch,

zu einem Jass, sie machen einen Einkaufsbummel, gehen von Zeit zu Zeit ihren kulturellen Interessen nach und machen zur Hauptsache Besuche oder empfangen solche. Nach sechs Uhr sind die meisten wieder zu Hause, wo sie für den Rest des Abends auch bleiben. Etwa um zehn Uhr ist Schlafenszeit.

Die *Mediennutzung* hat während der folgenden Abschnitte dieses Tagesablaufs ihren Platz: Vom frühen Morgen bis ungefähr zwei Uhr und zwischen sechs und sieben Uhr abends wird *Radio* gehört. Die Nutzungsspitzen liegen zwischen sieben und acht Uhr morgens und während der Mittagszeit. In geringer Zahl wird bereits von zwei Uhr an ferngesehen. Ab sechs Uhr abends und in verstärktem Masse zwischen halb acht und zehn Uhr abends ist das *Fernsehen* das am meisten genutzte Medium und auch der dominierende Faktor der abendlichen Freizeitgestaltung.

4. Repräsentative Hauptstudie

4.1 Reichweiten verschiedener Medien

Die eben erläuterten Befunde der qualitativen Vorstufe konnten in der Hauptbefragung bestätigt werden: *Radio* wird hauptsächlich morgens und mittags gehört und *fernsehen* wird vor allem nach 18 Uhr, mit einer Nutzungsspitze zwischen halb acht und zehn Uhr abends. Es werden zum Teil auch gleichzeitig mehrere Medien genutzt: So wird etwa Zeitung gelesen, während das Radiogerät läuft. Einige Befragte haben sogar gesagt, sie würden abends zur gleichen Zeit fernsehen, Radio hören und lesen. Dieses Phänomen, das erstmals im Zusammenhang mit der Nutzung des *Radios als Hintergrundmedium* festgestellt wurde, wirft gewisse Fragen auf, etwa nach den Behaltensleistungen von verschiedenen Informationen, die gleichzeitig und in unterschiedlicher Form die menschlichen Wahrnehmungsorgane erreichen, oder Fragen nach den Grenzen der Reizbarkeit dieser Wahrnehmungsorgane und des Gehirns.

4.2 Befindlichkeit

Um der Befindlichkeit der älteren Menschen und um ihren Motiven der Mediennutzung auf die Spur zu kommen, haben wir den Blick in Richtung qualitativer Perspektiven geweitet. So wurden den Befragten verschiedene Meinungen zum Älterwerden und zu Radio und Fernsehen vorgelegt, zu denen sie sich zustimmend oder ablehnend äussern konnten, dies in Form von Noten zwischen eins und vier. Eins bedeutet die grösste denkbare Übereinstimmung, vier bedeutet die grösste denkbare Ablehnung einer Meinung. Die kleinsten Noten stehen also für die grösste Übereinstimmung der Befragten mit der jeweiligen Meinung.

Bei den vorgelegten Meinungen zu den Vor- / Nachteilen des Älterwerdens fand die Ansicht die meiste Zustimmung, wonach man nun keine finanzielle Sorgen mehr habe. An zweiter Stelle folgt die Ansicht: "Ich geniesse

meine Freiheit, die ich im Alter erworben habe." An dritter Stelle: *"Ich bin jetzt reifer und habe inneren Frieden gefunden."* Und an vierter Stelle der Satz: *"Endlich habe ich mehr Zeit für mich und meine Hobbies."*

An der Spitze der Zustimmungen finden sich also alles Aussagen, die das Älterwerden in einem positiven Licht erscheinen lassen. Das ist übrigens auch in der Romandie so, während in der Svizzera italiana die negativeren Statements eher grössere Zustimmung fanden.

In der Deutschschweiz kommt die erste negative Meinung erst auf Platz fünf: *"Jetzt brauche ich für alles mehr Zeit,*

auch für Kleinigkeiten." Dem stimmten knapp die Hälfte der Befragten zu. Deutlich weniger Zustimmung fanden die Ansichten *"Ich habe Probleme mit meiner Gesundheit"*, *"Das Leben ist heute viel komplizierter geworden"* und *"Ich fühle mich häufig gefährdeter und bin ängstlicher."* Am wenigsten zustimmend äusserten sich die Befragten zu den Sätzen *"Ich fühle mich einsam"*, *"Aufgaben, die früher mein Leben ausfüllten, fehlen mir jetzt"* und *"Ich muss mich jetzt mehr anderen Familienmitgliedern anpassen."* Insgesamt lässt sich also der Eindruck gewinnen, dass die älteren DeutschschweizerInnen das Älterwerden mehrheitlich positiv erleben.

Tabelle 3
Altersbedingtheit nach Geschlecht, Alter und Bildung

Prozentanteile: Basis DS, N = 495		insg.	Geschlecht:		Alter:			Bildung:			
Vorteile:	Nachteile:		Mann	Frau	55-64	65-74	75+	Primar	Sek.	Berufs.	Gym/Uni
Mehr Zeit	Gesundheitliche Probleme	28	29	27	20	35	28	30	23	28	24
Weniger Stress	Weniger Kraft und Mut	29	37	25	32	32	23	23	27	32	37
Unabhängiger + freier	Tod naht, Verlust v. Freunden	10	13	7	7	14	7	8	3	13	10
Reifer, mehr Lebenserfahrung	Einsamkeit	12	6	15	16	9	9	5	12	12	24
Zufriedener, genügsamer	Langeweile	10	8	11	8	8	13	10	12	9	7
Gesund, aktiv, jung	Fehlender Respekt von Jüngern	3	3	2	3	2	4	2	4	4	0
Finanziell ohne Sorgen	Mehr Stress	7	8	7	3	8	12	8	8	7	4
Keine Vorteile	Finanzielle Probleme	12	9	14	12	11	12	15	12	10	10

4.4 Meinungen zum Fernsehen

Am meisten Zustimmung erhielt die Ansicht "*Moderatorinnen und Sprecher des Fernsehens DRS sind mir allgemein sympathisch*". Da scheint also wieder die starke Bindung an Einzelpersonen durch sowie die Befriedigung des Bedürfnisses nach *zwischenmenschlichem Austausch*. Ebenso wie das Schweizer Radio scheint auch das Schweizer Fernsehen praktisch keine Verständlichkeitsprobleme zu schaffen: Die Meinung "*Sendungen des Schweizer Fernsehens sind gut verständlich*" liegt auf Platz zwei. An dritter Stelle folgt die *Entspannungs- und Erholungsfunktion* des Fernsehens: "*Beim Fernsehen kann ich mich schön entspannen*". Darauf folgt die erste kritische Äusserung: "*Viele gute Sendungen kommen zu spät am Abend*". An dieser Stelle muss allerdings an den Tagesablauf der qualitativen Vorstudie erinnert werden, der gezeigt hat, dass die meisten älteren Menschen ungefähr um zehn Uhr abends schlafen gehen; damit bringen sie sich selbst um die weniger mehrheitsträchtigen Fernsehsendungen, die sie mangels Videorecorder-Besitzes auch nicht aufzeichnen können. Gut die Hälfte der Befragten stimmte der folgenden Meinung zu: "*Ich schalte häufig um, wenn mir etwas nicht gefällt*." Die *Sendertreue* ist beim Fernsehen also deutlich schwächer als beim Radio. Es folgen die Meinungen "*Wenn der Fernseher läuft, fühle ich mich nicht so allein*" und "*Es stört mich, wenn sich Personen und Signete der Sendungen ändern*". Wenig Zustimmung fanden die Ansichten "*Die Schrift im Fernsehen ist zu klein*", "*Ich schaue nur Fernsehen, um mich zu informieren*" und "*Im allgemeinen sind mir die Bilder im Fernsehen zu unruhig, das macht mich nervös*".

Insgesamt könnte also gesagt werden, dass das *Schweizer Radio* eher der Information und der Musik wegen sowie als Begleitmedium gehört wird und bei den Befragten ein treues Stammpublikum hat, während das *Schweizer Fernsehen* wegen entspannenden und unterhaltenden Elementen geschaut wird und stärker dem Umschalten und damit der Konkurrenz ausgesetzt ist als Radio DRS.

4.5 Sendungspräferenzen

In einem weiteren Schritt äusserten die Befragten ihre Sendungswünsche. Sie sagten uns, welche Sendungsarten sie mehr hören bzw. sehen möchten, welche weniger und welche ihrer Meinung nach in genau richtigem Mass ausgestrahlt werden.

Radio: Auf Radio DRS möchten die Befragten vor allem mehr Musiksendungen hören. An erster Stelle liegen "reine Musiksendungen", gefolgt von "Wunschkonzerten" und "Sendungen mit viel Musik und Kurzinformationen". Meist gewünschte Wortsendungen waren "Hörspiele", Sendungen mit "Speziellen Themen für Ältere" und "Lesungen von Lyrik oder Prosa". Auch noch gewünscht

wurden "Gratulationssendungen", "Ratgebersendungen" und "Religiöse Sendungen".

Fernsehen: Die Wunschliste sieht hier folgendermassen aus: An der Spur liegen "Natur- und Tierfilme", die auch im gesamtschweizerischen Durchschnitt vielfach an erster Stelle genannt werden. Die starke nationale Bindung der Befragten zeigen unter anderem die häufigen Wünsche nach vermehrter Ausstrahlung von "Volkstheater und Schwänken", "Heimatfilmen", "Folklore" und "Schweizer Filmen". Viel gewünscht werden außerdem "Filme über fremde Länder und Völker", "Komödien und lustige Filme", "Shows, Spiele und Unterhaltung", "Medizinsendungen", "anspruchsvolle Kinofilme", "Opern und Operetten", Sendungen mit "Themen speziell für ältere Menschen" und "klassische Musik". Auch noch gewünscht werden "Krimis", "Western" und "Hollywood Filme", die eher dem Genre der allgemeinen, meist amerikanisch beeinflussten Unterhaltung zugerechnet werden können.

4.6 Fernseh-Hitliste

Soweit zum Wünschbaren. Wie sah nun die Realität im Untersuchungszeitraum (TELECONTROL-Daten vom November 1990) aus:

Die Über-54jährigen haben sich im Schweizer Fernsehen DRS vor allem Unterhaltungssendungen angesehen: "Tellstar" und "Traumpaar". Es folgen das Konsumentenmagazin "Kassensturz", die Krimis "Ein Fall für zwei" und "Derrick" sowie die "Tagesschau". Auf Platz neun liegt "Wetten, dass" und auf Platz zehn eine "Sondersendung zur Ankunft der Delegation Kalif" aus Bagdad.

4.7 Kluft zwischen Wünschen und Verhalten

Die Palette der Sendungswünsche und jene der tatsächlich gesehnen Sendungen weichen also erheblich voneinander ab. Es ist nicht übertrieben, von einer Kluft zwischen Wunschvorstellungen und Nutzungsverhalten zu sprechen. Diese Kluft eignet aber nicht nur der Bevölkerungsgruppe der Alten, sie ist im Gegenteil bei allen Altersstufen anzutreffen und gehört zu den bis anhin nur dürftig erklärten Erscheinungen in der grossen und bunten Welt der Massenmedien und ihrer Publikä.

5. Quelle

Aegger, Jost / Aeschbacher, Catherine / Kuonen, Manfred / Steinmann, Matthias F.: *Ältere Menschen als Radio und Fernsehpublikum*. SRG Forschungsdienst: Bern Mai 1991.