

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (1998)  
**Heft:** 1-2

**Artikel:** Medienangebot - Mediennutzung : nationale Perspektiven : Radioverhalten  
**Autor:** Dähler, Manuel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790827>

### **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:** 23.02.2026

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

## Medienangebot – Mediennutzung Nationale Perspektiven: Radioverhalten

*Seit 1975 erhebt der SRG SSR Forschungsdienst die Mediennutzung in der Schweiz mit Hilfe von face-to-face Interviews. Der zentrale Teil dieses Interviews – das Erfassen der Tagesstätigkeiten und des Medienkonsums im Viertelstundenraster – ist seither praktisch unverändert geblieben und ermöglicht, die Nutzung von Radio, Fernsehen und Presse im Langzeitvergleich aufzuzeigen. Manuel Dähler, Studienleiter Radioforschung beim SRG SSR Forschungsdienst, stellt anhand der Umfrageergebnisse 1977 – 1987 – 1997 die langfristige Entwicklung der Radionutzung am Beispiel der Deutschschweiz dar.*

### 1. Radionutzung: Änderung der Hörzeit

Radio ist das meist genutzte Medium, das gilt für das Jahr 1997 ebenso wie für 1987 und 1977: Seit rund dreissig Jahren hören gut drei Viertel der DeutschschweizerInnen an einem Durchschnittswerktag Radio. In zweierlei Hinsicht geändert hat sich hingegen die Zeit, welche die DeutschschweizerInnen dem ältesten elektronischen Medium widmen: erstens was die Uhrzeit und zweitens was die Dauer des Radiohörens betrifft.

Abb. 1 zeigt, wie viele DeutschschweizerInnen zu den verschiedenen Tageszeiten Radio hören (in % der Bevölkerung). Der Vergleich der Radionutzung im Tagesverlauf 1977, 1987 und 1997 zeigt, dass die Nutzung zur Mittagszeit deutlich zurückgegangen ist, die Reichweite am Vormittag und am Nachmittag hingegen zugenommen hat: 1977 hörte rund die Hälfte der Bevölkerung am Mittag Radio, am Vormittag und am Nachmittag wurde das Radio vergleichsweise selten eingeschaltet. Im Schnitt hörten DeutschschweizerInnen täglich gut zwei Stunden lang Radio (137 Minuten).

In den folgenden zehn Jahren nahm die Tagesnutzung deutlich zu: 1987 wurde pro Tag drei Stunden lang Radio gehört (181 Minuten), rund eine Stunde länger als zehn Jahre zuvor. Nicht nur was die Nutzungsdauer, auch was die Nutzungszeit betrifft hatten sich in dieser Zeit Änderungen ergeben: Am Vorabend entstand eine weitere Nutzungsspitze, die Tendenz, morgens etwa um acht Uhr Radio zu hören, hatte sich verstärkt. Wiederum zehn Jahre später war die Reichweite des Radios morgens um acht praktisch gleich hoch wie um die Mittagszeit, die Nutzung am Vorabend war etwa konstant geblieben. Weiter zugenommen hatte die Tagesnutzung insgesamt, wenn auch nicht mehr so stark wie zwischen 1977 und 1987: 1997 hörten DeutschschweizerInnen im Schnitt 194 Minuten pro Tag Radio.

### 2. Radioangebot: Verzwanzigfachung innerhalb von zwanzig Jahren

Bis zur Zulassung der Privatradios änderte sich auf dem Radiomarkt der Deutschschweiz nur wenig: Die SRG SSR blieb praktisch Monopolanbieterin mit DRS1 und DRS2, dazu kamen einige Auslandprogramme wie beispielsweise SWF3. 1980 begann Roger Schawinski von Italien aus „Radio 24“ zu senden. 1984 fand die grosse Wende statt: Privatradios wurden zugelassen, gleichzeitig ging DRS 3 auf Sendung. Damit vergrösserte sich das Radio-Angebot in der Deutschschweiz auf einen Schlag um 13 Stationen und wuchs dann kontinuierlich weiter bis 1991.

In den nächsten fünf Jahren blieben die Verhältnisse relativ stabil. Zwischen 1991 und 1996 verschwanden zwar einige Stationen, andere kamen aber neu dazu. In den folgenden zwei Jahren begann das Angebot aufgrund von Neukonzessionierungen wiederum zuzunehmen und lag 1998 bei über 40 Stationen, obschon sich fünf Radios zu zwei grösseren zusammengeschlossen hatten. In die Werte von Abb. 2 noch nicht einbezogen sind jene Faktoren, die das Angebot individuell verfügbarer Radiostationen weiter vergrösserten. Denn neben der Anzahl neuer Programme nahmen durch Kabel, Satellit und Internet auch die Verbreitungs- resp. die Empfangsmöglichkeiten zu.

- Zwischen 1993 und 1998 stieg die Radioempfangbarkeit über Kabel (Kabelanschluss und Radiogerät mit Kabeleingang vorhanden) in der deutschen Schweiz von 40% auf 50%. Damit wurden zahlreiche Radios auch ausserhalb ihrer terrestrischen Verbreitzone empfangbar. Nicht nur das Programmangebot in den einzelnen Regionen, auch die Nutzung von Kabelradio nahm zu: Die effektive Radionutzung über Kabel stieg im gleichen Zeitraum von 30% auf 40%.
- Über Kabel wurde nun auch Pay-Radio angeboten, von Cablecom beispielsweise das Programmpaket Music Choice, das den Zugang zu weiteren 40 Spartenprogrammen ermöglichte.

Abb. 1: Tagesnutzungsverlauf Radio

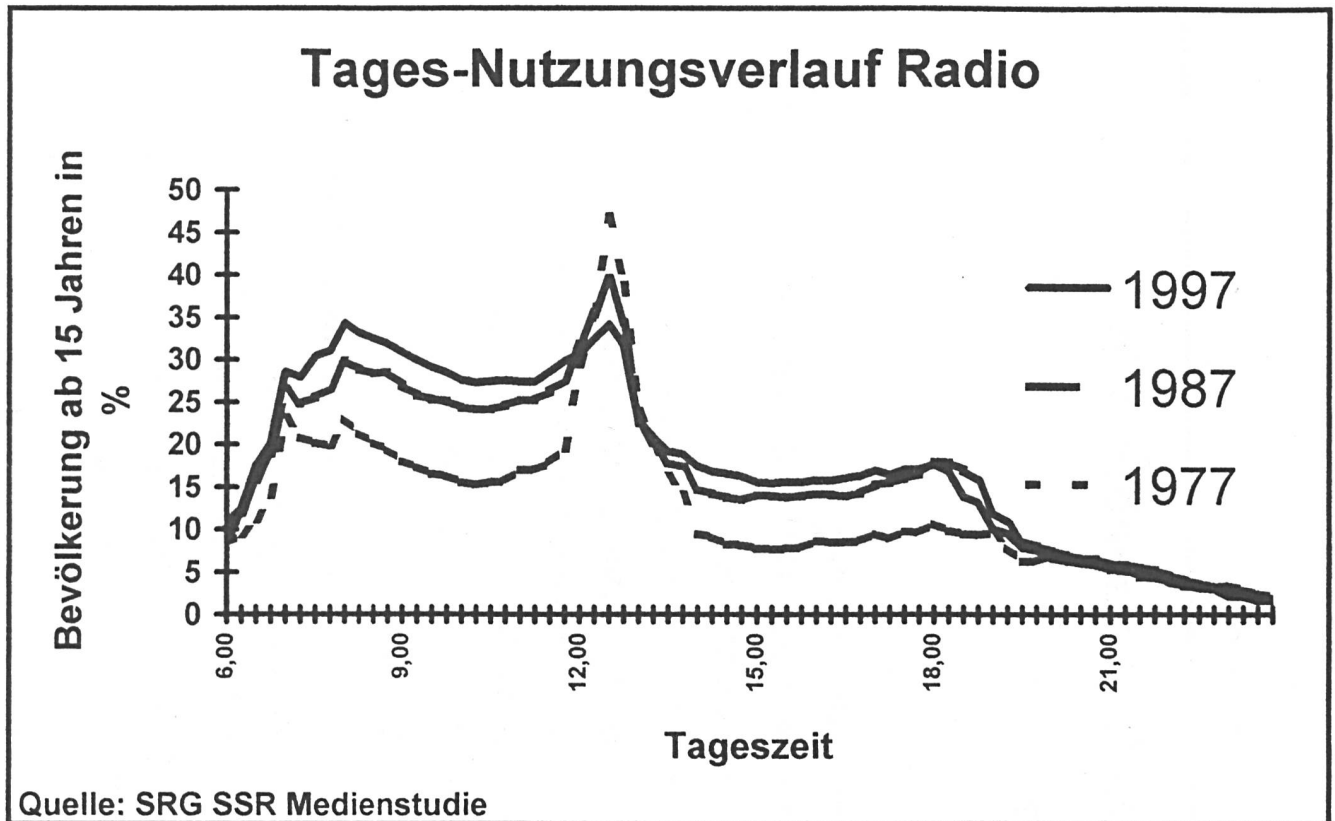


Abb. 2: Radioprogrammangebot und Nutzung

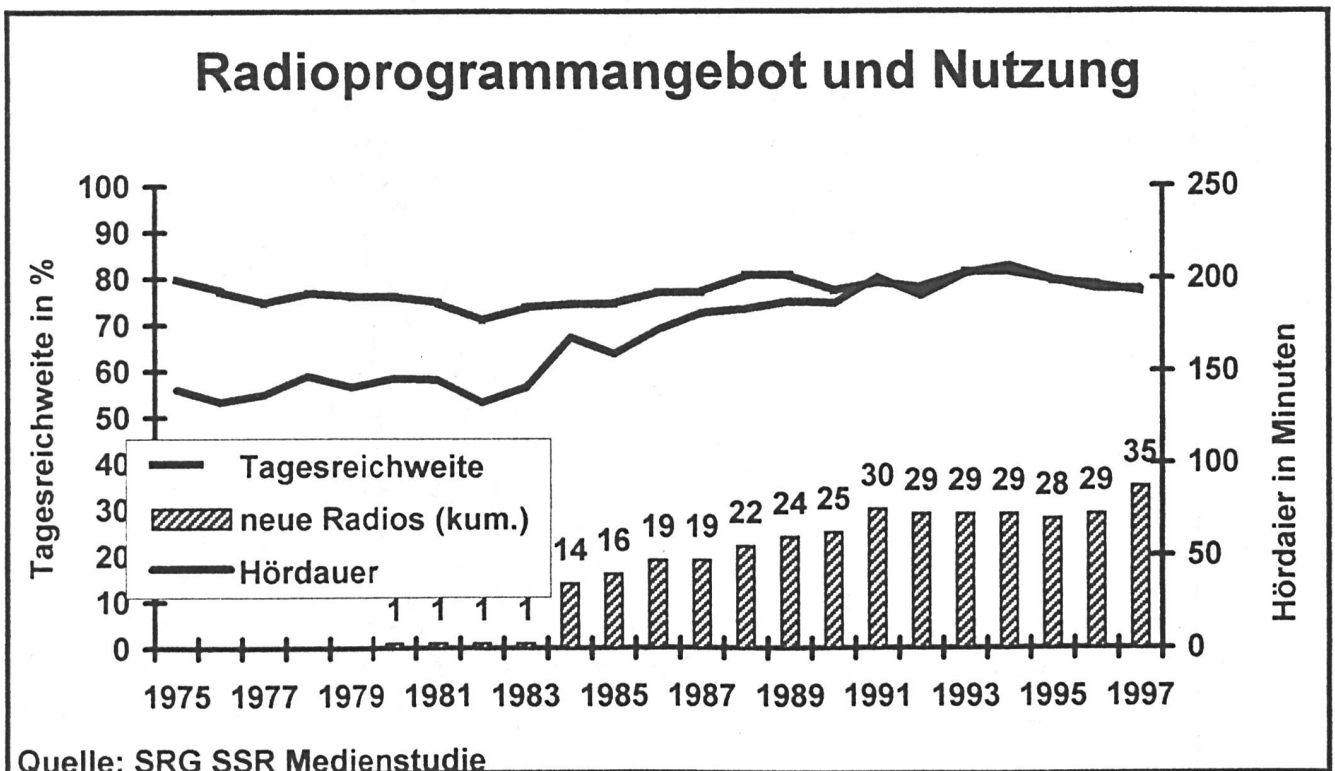
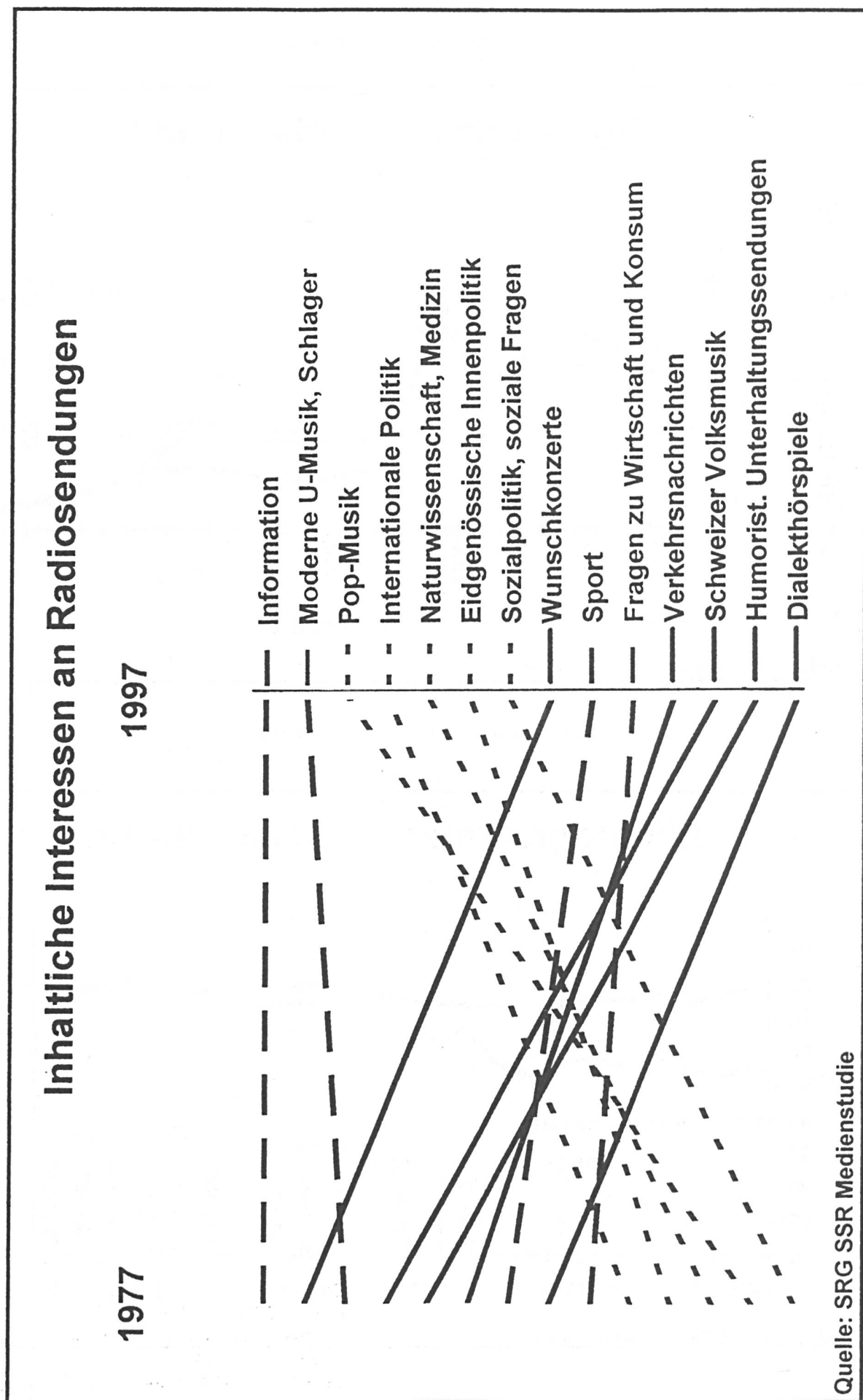


Abb. 3: Inhaltliche Interessen an Radiosendungen



- Über Kabel oder Satellit wurden zunehmend weitere Radioprogramme digital – also in CD-Qualität – angeboten; die Verbreitung von Radioprogrammen über Internet nahm und nimmt rasant zu.

Die zwei Nutzungskurven in Abb. 2 (Hördauer in Minuten pro Tag und Tagesreichweite) zeigen deutlich: Das Wachstum des Radiomarktes führte nicht dazu, dass (noch) mehr Menschen zu 'RadiokonsumentInnen' wurden. Trotz grosser Verbreiterung der Angebotspalette wurde nicht mehr, aber länger Radio gehört. Die Hördauer nahm mit der Zulassung der kommerziellen Radios 1984 sprunghaft zu und folgte dann der Kurve des Angebotszuwachses. Mit andern Worten: 1998 hörten nach wie vor rund 80% der Bevölkerung Radio, sie hörten aber gut 40% länger als noch vor 20 Jahren.

### 3. Inhaltliche Interessen: sachlichere Information, modernere Musik

Im Verlauf der Jahre änderte sich nicht nur der Umgang mit dem Medium Radio, sondern auch das Interesse an seinen Inhalten. Wertet man die „Interessensfrage“ der SRG SSR Medienstudie aus und ordnet die inhaltlichen Interessen der RadiohörerInnen in Ranglisten, zeigen sich über die letzten 20 Jahre deutliche Verschiebungen (Abb. 3).

An der Spitze geblieben ist das Interesse der RadiohörerInnen an Information und Nachrichten. Hoch im Kurs geblieben ist auch das Interesse an Unterhaltungsmusik, am Sport und den Fragen zu Wirtschaft und Konsum.

Daneben sind aber zwei deutliche Veränderungen auszumachen. Erstens veränderte sich der Musikgeschmack des Radiopublikums: Sowohl die Wunschkonzerte wie die Schweizer Volksmusik rückten zu Gunsten der Pop-Musik in den Hintergrund. Zweitens wurden 1997 andere Wortbeiträge gesucht als 1977: Unterhaltungsorientierte Wortbeiträge wie Hörspiele und Unterhaltungssendungen fielen zurück, gefragt sind hingegen zunehmend informationsorientierte Wortsendungen zu Politik, Naturwissenschaften und dem sozialen Bereich. Vom Radio mehr als vor 20 Jahren nachgefragt wird heute moderne Musik und sachliche Information.

### 4. Medienkonsum: grösseres Zeitbudget für elektronische und Printmedien

Die Studie der SRG SSR heisst nicht zuletzt Medienstudie, weil sie mehr als nur Fragen zum Radio beantwortet. Abb. 4 stellt die Nutzung verschiedener Medien gegenüber: Radio hören, Fernsehen und Lesen

von Zeitungen und Zeitschriften 1977, 1987 und 1997. 1977 erreichte das Fernsehen an einem Werktag abends um acht Uhr gleich viele Menschen wie das Radio am Mittag um halb eins. Gelesen wurde nach den Radionachrichten am Mittag und vor der Tagesschau am Abend, nämlich über Mittag zwischen zwölf und zwei sowie am Abend zwischen sieben und acht Uhr.

Zehn Jahre später wurde der abendliche Zeitungs- und Zeitschriftenkonsum durch die auf halb acht Uhr vorverschobene Tagesschau gebrochen. 1987 lag der Fernsehkonsum insgesamt tiefer als in den Vorjahren, am meisten ferngesehen wurde gegen neun Uhr abends.

1997 verschob sich das Lesen vermehrt in den Vormittag, der Mittagspeak aber blieb. Das Fernsehen nahm wieder an Reichweite zu und dehnte sich nun bis in den frühen Nachmittag und den späten Abend aus.

Innerhalb der betrachteten Periode nahm der tägliche Medienkonsum um eine Stunde zu. Abb. 5 zeigt, dass man sich 1977 während 254 Minuten (werk)täglich dem Konsum elektronischer und gedruckter Medien (Zeitungen und Zeitschriften) widmete. In den folgenden 10 Jahren nahm der tägliche Medienkonsum um drei viertel Stunden auf rund 290 Minuten zu, länger genutzt wurde vor allem das Radio. Zwischen 1987 und 1997 nahm der Medienkonsum nochmals um fast 45 Minuten zu, diesmal eher zu Gunsten des Fernsehens.

Über den betrachteten Zeitraum von 20 Jahren nahm der Medienkonsum in der deutschen Schweiz um 30 % zu, blieb aber proportional über die drei Mediengruppen praktisch unverändert.

**Fazit: Das wachsende Medienangebot – vor allem der elektronischen Medien – schlägt sich in längerer Nutzung nieder, nicht aber in deutlicher Zunahme des Publikums; es verteilt seine Nutzung auf mehr Radio- und TV-Stationen. Das wachsende Angebot erschliesst somit nicht neue Nutzerkreise, sondern segmentiert das vorhandene Publikum, wobei hier vorerst offen bleibt, ob der Angebotszuwachs Ursache oder Wirkung dieser Segmentierung ist.**

Manuel Dähler, SRG SSR Forschungsdienst, Leiter Radioforschung, Postfach 3000 Bern 15, e-mail: manuel.daehler@srg-ssr-idee-suisse.ch

Erratum:  
Manuel Dähler und Markus Jedele bedanken sich bei Katrin Hemmer herzlich für die kritische Uebersetzung der Artikel (S. 48-58).

Abb. 4: Mediennutzung im Tagesverlauf

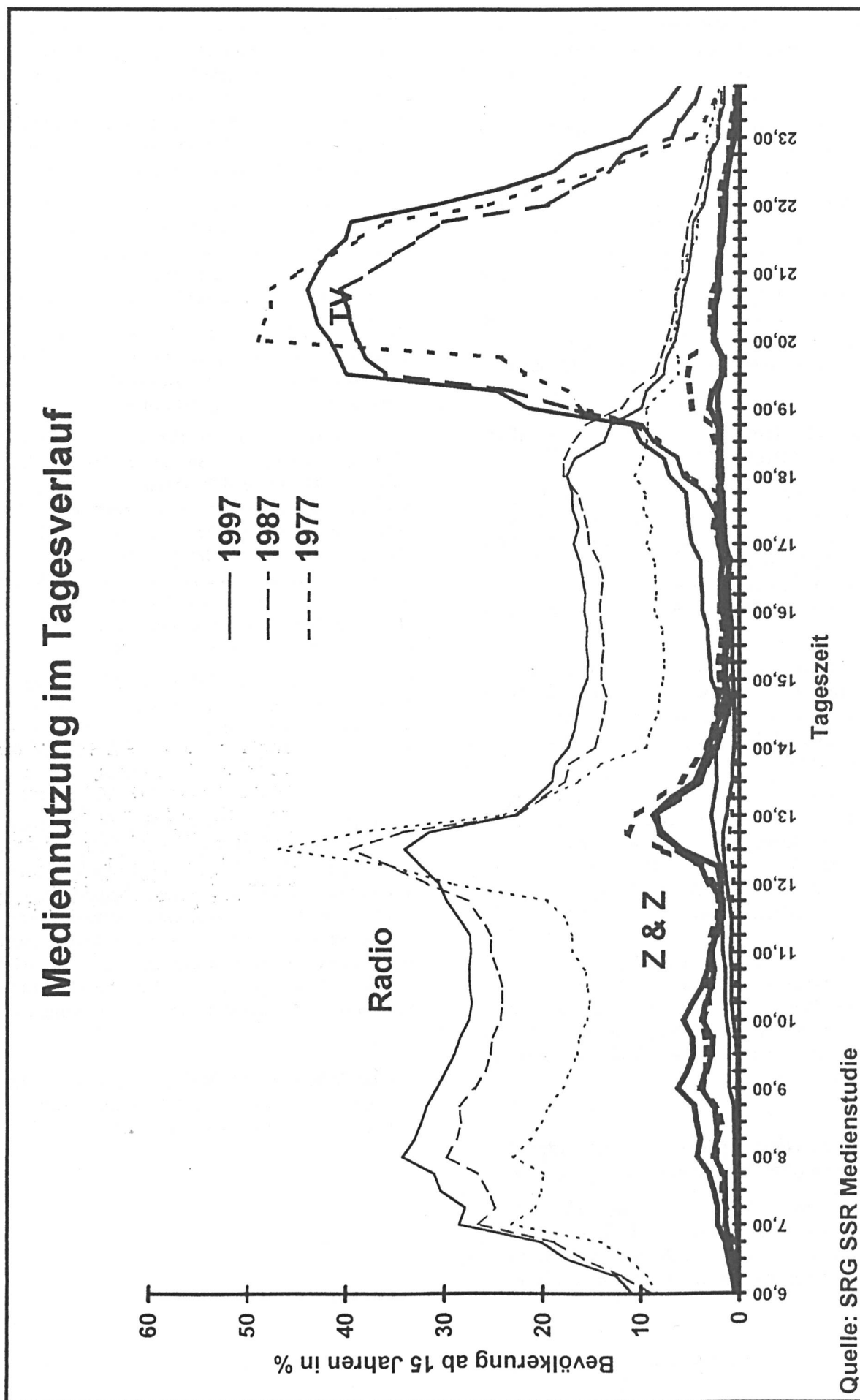
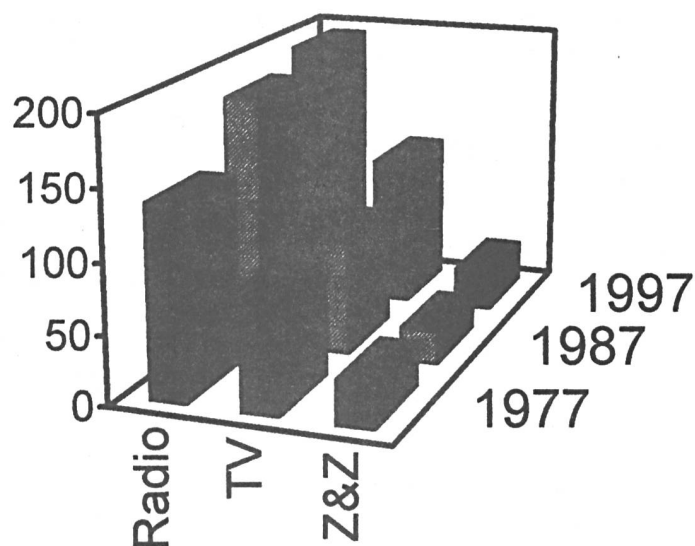


Abb. 5: Mediennutzung in Minuten nach Mediengruppen

## Mediennutzung in Minuten nach Mediengruppen



Quelle: SRG SSR Medienstudie

Erratum: Quelle: SRG SSR Medienstudie. Jährliche Befragung von 18'200 Personen (9200 in Deutschschweiz), repräsentativ für die sprachassimierte Bevölkerung der jeweiligen Sprachregion ab 15 Jahren. Zahlen für Werktage (Montag-Freitag) in Deutschschweiz.