Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1987)

Heft: 1

Artikel: Zur Problematik der Imagemessung am Beispiel einer SRG-Untersuchung

Autor: Steinmann, Matthias

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790510

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: 15.07.2025

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

VI. Zur Problematik der Imagemessung am Beispiel einer SRG-Untersuchung

Inhalt des folgenden Artikels bildet die Problematik einer wissenschaftlichen Imageuntersuchung, dargestellt am konkreten Beispiel der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft. Die SRG bildet als Institution mit Öffentlichkeitscharakter permanent Gegenstand der öffentlichen und veröffentlichten Diskussion, umsomehr als sie sich mittels ihrer Produkte, das heisst mittels der Programme an die Öffentlichkeit wendet und vor einem unbekannten Publikum bestehen muss. Der SRG-Forschungsdienst führt daher seit 1975 in unregelmässigen Abständen Untersuchungen zum Image der SRG durch.

1. Zum Imagebegriff

Jedes Individuum tritt den Subjekten und Objekten seiner Umgebung mit vorgeformten Ansichten und Meinungen gegenüber, es besitzt also ein strukturiertes und normatives Bild seiner Umwelt. Dieses Bild beruht auf Attitüden und Einstellungen, aber auch auf Erfahrungen; es dient als Orientierungspunkt im gegenseitigen Kontakt und erleichtert die Kommunikation. Der kommunikative Charakter der Imagebildung weist auf die Vielschichtigkeit der Prozesse und des jeweiligen Vorstellungsbildes hin. Das Image besteht sowohl aus rationalen als auch aus irrationalen Komponenten, und obwohl es in der Regel einen diffusen Charakter aufweist, besteht innerhalb seiner Komponenten eine Art Hierarchie von mehr oder weniger vordergründigen Anteilen. Vor allem bei der Interpretation von empirischen Ergebnissen muss davon ausgegangen werden, dass bestimmte Ereignisse bis anhin hintergründige Imagekomponenten aktualisieren können. Solche Bilder, oder eben «Images» existieren natürlich genauso in Hinsicht auf Institutionen, die der Öffentlichkeit mehr oder weniger genau bekannt sind.

Das Erscheinungsbild der SRG ist primär von ihren Programmen geprägt. Die SRG als nationales Unternehmen befindet sich in der Schweiz in der besonderen Situation, dass sie in den verschiedenen Sprachregionen deutsche, französische und italienische Programme produziert und somit auch über unterschiedliche Erscheinungsformen verfügt. Ausser von den Programmen ist die SRG als Subjekt unter anderem auch geprägt von der speziellen Ausformung ihrer internen Organisation, ihrer Unternehmenspolitik und ihrem Auftreten in politischen Auseinandersetzungen. Zusammenfassend präsentiert sich die SRG hauptsächlich anhand ihrer Programmtätigkeit und ihrer Selbstdarstellung.

Das Image der SRG entsteht in zwei unterschiedlichen Feldern: zum einen beim Publikum, zum andern im öffentlichen Raum. Das Publikum tritt mit seinen Erwartungen und Vorstellungen an die SRG heran und bildet sich sein Image in erster Linie aufgrund der konkreten Erfahrungen mit den Programmen sowohl der SRG als auch der übrigen empfangbaren Sender. Die hinter den Programmen stehende Institution ist im Gegensatz dazu nur wenig bekannt und auch von weitaus geringerem Interesse für den Einzelnen. In seiner konkreten Form könnte man das Image also als das Vorstellungsbild bezeichnen, das sich herausbildet in der Konfrontation des Programmangebots und der Selbstdarstellung der SRG einerseits und den Erwartungen und Vorstellungen des Publikums andererseits.

Der öffentliche Raum als spezielle Rezipientengruppe besteht aus den Organisationen und Interessenverbänden aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Medien usw. Diese können in der Regel eindeutig identifiziert werden. Ihre Erwartungen an die SRG leiten sich aus ihren spezifischen Interessen ab und weisen dadurch einen stark instrumentellen Charakter auf. Dank ihrer Machtposition können diese Rezipientengruppen einen starken Druck auf die SRG ausüben. Daher müsste das Image der SRG im öffentlichen Raum in einer speziellen Studie untersucht werden.

Die hier zur Darstellung gelangende Studie beschränkt sich auf die Erfassung des SRG-Images beim Publikum, verzichtet also auf eine Erhebung im öffentlichen Raum. Durch diese Begrenzung wird nur ein Teil des Bezugsrahmens beleuchtet.

2. Zur Imagemessung

Der disperse Charakter des Publikums erlaubt es nicht, den Anspruch zu erheben, «das» Image der SRG als solches empirisch untersuchen zu können. Die in dieser Erhebung angewandte Methode ermöglicht aber, anhand verschiedener Imageindikatoren die hauptsächlichen Meinungen und Ansichten zu Teilbereichen zu erfassen. Die Studie gliedert sich grob gefasst in zwei grosse Untersuchungsgebiete, zum einen wird das Image der Institution erfasst, zum andern dasjenige der SRG als Programmhersteller und -verbreiter. Die Beziehung des Publikums zu den Medien allgemein, also Funktionszuweisungen an elektronische und Printmedien sowie Prestige und Glaubwürdigkeit im intermediären Vergleich bilden einen dritten, umfangmässig geringeren Forschungsgegenstand. Die sogenannten «Imageindikatoren» sind bezüglich der Institution: – Aufbau und Organisation der SRG, – Finanzierung sowie – Informations- und Finanzverwaltungspolitik. Zu diesen institutionellen Teilaspekten wurde neben individuellen Einschätzungen und Beurteilungen auch der Wis-

sensstand des einzelnen erhoben. Der programmbezogene Frageapparat umfasst die Imageindikatoren: – Bedürfnisentsprechung, – Auftragserfüllung, – Zielgruppenausrichtung, – Qualität des Programmablaufs und – Image des Personals. Die hier angeführten Imageindikatoren, sowohl für Institution als auch für Programm, bilden – zu Fragekomplexen umgeformt – die Grundlage des Fragebogens, der seit Beginn der SRG-Imageforschung zur Anwendung gelangt. Um neuen Bedürfnissen und Gegebenheiten gerecht zu werden, müssen selbstverständlch jeweils Anpassungen vorgenommen werden.

3. Zur Erhebungsmethodik

Die Erhebung der Daten fand im Rahmen der alljährlich stattfindenden qualitativen Untersuchungen des SRG-Forschungsdienstes Ende 1985 und anfangs 1986 statt. Gesamtschweizerisch wurden 4000 persönliche Interviews durchgeführt, je 1500 in der deutschen und in der französischen und 1000 in der italienischen Schweiz. Grundgesamtheit der Befragten bildete die Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren, durch eine Filterführung im Fragebogen wurde jedoch eine Beschränkung auf Fernsehzuschauer beziehungsweise Radiohörer vorgenommen. Die weitgehend standardisierte Methode erlaubt den Vergleich zu Imageuntersuchungen früherer Jahre. Da das Image ein dynamisches Gebilde darstellt – und wenn auch relativ schwerfällig, doch Veränderungen unterliegt – ist ein Feststellen des Ist-Zustandes nur unter Einbezug der Veränderungen möglich.

4. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Primär besteht das Ergebnis, um konkret zu werden, aus Verschiebungen im Rahmen eines recht stabilen Gesamtbildes. Auffällig ist zunächst die grosse Diskrepanz in der Beurteilung von Programm im weitesten Sinne und Institution SRG. Das Wissen um Organisationsstruktur, Kompetenzverteilung und Finanzierung der Institution SRG ist allgemein gering und hat sich insgesamt im Laufe der Zeit kaum vergrössert. Vermutlich aufgrund der weitverbreiteten Wissensdefizite und eines ebenso weitverbreiteten Misstrauens gegenüber Bürokratie und Verwaltung wird der administrative Teil der SRG auch kritischer beurteilt als das Programm. Da Wissen beziehungsweise Nichtwissen in Fragen der Organisation und dergleichen einen wesentlichen Einfluss auf die Beurteilung des Programmkomplexes haben kann, wird bei künftigen Studien eine getrennte Auswertung nach Wissensstand in Betracht zu ziehen sein.

Der in weiten Teilen unbekannten Institution stehen genaue Vorstellungen und Ansichten zu den SRG-Programmen gegenüber. Die tägliche Rezeption liefert den praktischen Erfahrungshintergrund, vor dessen Folie die Einschätzung der programmlichen Einzelaspekte stattfindet.

In einem ersten allgemeinen Urteil zum schweizerischen Fernsehen erklärte sich *die Mehrheit der Schweizer Fernsehzuschauer als zufrieden.* Gesamtschweizerisch sind seit 1979 nur geringe Verschiebungen zu beobachten, doch verläuft die Tendenz *in Richtung einer wachsenden Zufriedenheit.* Im interregionalen Vergleich wird deutlich, dass diese positive Entwicklung in der *Westschweiz noch stärker* als in der *deutschen Schweiz auftritt.* Die Beurteilung der SRG-Radios fällt noch besser aus. Gesamtschweizerisch bezeichnen sich mehr als drei Viertel der befragten Hörer als zufrieden. Auch ist gegenüber 1979 der Zufriedenheitsgrad insgesamt angewachsen, *sehr prägnant vor allem in der deutschen Schweiz.* Beinahe die Hälfte der Befragten stellt sowohl für die Radio- als auch für die Fernsehprogramme eine qualitative Verbesserung gegenüber früher fest. Die Polaritätenprofile der regionalen Fernsehsender zeigen im Vergleich zu früheren Erhebungen einen positiveren Verlauf. Das gleiche gilt für das Radio der italienischen Schweiz, wogegen Radio DRS und Radio TSR teilweise etwas kritischere Urteile erhalten. Eine weitere Verbesserung lässt sich auch beim Imageindikator «Berücksichtigung von Institutionen und Bevölkerungsgruppen» nachweisen. So ist der Grossteil der Befragten der Meinung, Institutionen und Bevölkerungsgruppen würden in Radio und Fernsehen angemessen berücksichtigt. In allen Regionen besteht aber nach wie vor die Ansicht, die älteren Menschen würden von den elektronischen Medien etwas vernachlässigt. Allerdings empfinden die befragten älteren Menschen selbst diesen Umstand weniger. Generell ist aber seit 1983 die Einschätzung ausgeglichener geworden, das heisst die Indices zeigen nicht mehr so krasse Ausschläge in Richtung Vernachlässigung oder Bevorteilung einzelner Institutionen oder Bevölkerungskreise. *Als grobe Bilanz könnte man eine allgemeine Verbesserung in der Beurteilung von Radio und Fernsehen festhalten.*

Ein sehr genauer Imageindikator für Beurteilung und Einstufung der SRG-Programme bildet der Vergleich mit der Konkurrenz, also mit den ausländischen Radio- und Fernsehprogrammen und den schweizerischen Lokalradios. Die Fernsehprogramme der SRG werden seit 1979 vermehrt als *gleichwertig* zu ihrer ausländischen Konkurrenz eingeschätzt. Der Qualitätsvergleich mit den *Lokalradios* zeigt, dass in der deutschen Schweiz die Programme der Lokalradios von jenen, die sie auch regelmässig hören, mehrheitlich als ungefähr gleich gut wie diejenigen der SRG empfunden werden. Allerdings hört ein Drittel der Befragten überhaupt keine Lokalradios.

Eng im Zusammenhang mit dem Konkurrenzvergleich steht die Frage nach dem Vermissen von einzelnen Programmen, das heisst die graduellen Unterschiede bezüglich der Entbehrlichkeit. Im Bereich Fernsehen zeigen sich interregionale Differenzen, in der deutschen und italienischen Schweiz gelten die SRG-Programme als die unentbehrlichsten, in der Westschweiz würde man dagegen die französischen Sender ebenso vermissen. Dieselbe Erhebung ergibt für die Radios eine ganz klare Führung der SRG-Programme punkto Unentbehrlichkeit. *Insgesamt erlaubt die wachsende Anzahl empfangbarer Radio- und Fernsehprogramme eine grössere Vergleichbarkeit und ein feineres Beurteilungsraster. Kehrseite dieser Entwicklung ist aber eine zunehmende Verunsicherung und Verwirrung auf seiten der Hörer und Zuschauer.*

Der dritte, wesentlich kleinere Untersuchungskomplex beinhaltet Fragen nach dem *Verhältnis des Publikums zu den Medien sowie dem Verhältnis der Medien untereinander.* Wichtiger Indikator ist beispielsweise die Funktionszuweisung an die einzelnen Medien. Gesamtschweizerisch wird von Radio und Fernsehen in *erster Linie Information* erwartet, *Unterhaltungsansprüche* folgen an *zweiter Stelle, tertiär* sind Bedürfnisse hinsichtlich *Bildung und Kultur.* Die Betrachtung des intermediären Verhältnisses zeigt, dass das Fernsehen seine frühere Leaderrolle bezüglich Glaubwürdigkeit zugunsten des Radios eingebüsst hat. Zusätzlich hat das Radio seit 1979 an Prestige gewonnen. Die interregionalen Unterschiede auf diesem Gebiet indizieren fundamentale kulturelle Differenzen, so ist bei den Westschweizern und den Tessinern die Bindung an das Medium Fernsehen durchwegs am stärksten, die Deutschschweizer hingegen halten zum Fernsehen eine etwas kritischere Distanz.

Als abschliessendes Resultat der letzten Imagemessung der SRG ergeben sich zwei – vielleicht lapidare – Erkenntnisse:

1. Medien erfahren im Laufe der Zeit Veränderungen, ihre Einschätzung und ihre Funktionen sind nicht per se gegeben, sondern unterliegen unterschiedlichen historischen und gesellschaftlich-soziologischen Einflüssen und Strömungen.

2. Trotzdem haben sich in den letzten Jahren in einem recht stabilen Rahmen keine Umwälzungen, sondern bloss Verschiebungen ergeben, die zudem grösstenteils einen für die SRG positiven Charakter aufweisen.

Matthias Steinmann