

IX.1 Einleitung

Öffentliche Debatten sind auf ein qualitativ hochwertiges publizistisches Angebot angewiesen. In diesem Kapitel präsentieren wir, wie hoch die Qualität der Medientypen und Medientiteln in den drei Sprachregionen ist und wie sie sich in den verschiedenen Qualitätsdimensionen entwickelt. Im Zeitvergleich beobachten wir tendenziell eine sinkende Medienqualität – dies aufgrund einer abnehmenden Vielfalt und Einordnungsleistung. Im Gegenzug nimmt die Interpretations- und Eigenleistung zu und es finden sich immer seltener reine Agenturbeiträge, die nicht bearbeitet wurden. Die sinkende Qualität betrifft auch die qualitätsstärkeren Medientypen, darunter den öffentlichen Rundfunk, der mit seinen Informationssendungen trotzdem nach wie vor zu den Medientypen mit der höchsten Qualität gehört. Bei Medien mit Zentralredaktionen zeigen sich keine grossen Qualitätsveränderungen. Das heisst: Zentralredaktionen führen auf Ebene des Mediensystems zu weniger Vielfalt und auf Ebene der einzelnen Titel zu keinen Verschlechterungen – trotz der Bündelung von Ressourcen aber auch (noch) nicht zu klaren Verbesserungen.

IX.2 Qualität der Medientypen

Im Rahmen dieses *Jahrbuchs Qualität der Medien* wird die Berichterstattungsqualität von 58 reichweitenstarken Schweizer Informationsmedien untersucht. Sie lassen sich zwölf verschiedenen Medientypen zuordnen. Jeder Typ weist spezifische, formale Merkmale auf und verfügt über eine eigene Entstehungsgeschichte. Entsprechend setzen die Medientypen ihre inhaltlichen Schwerpunkte unterschiedlich und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt der Schweizer Medienarena. Die Berichterstattungsqualität eines durchschnittlichen Angebots variiert jedoch relativ stark im Typenvergleich (vgl. Darstellung IX.1).

Untersuchungsgegenstand und Mediensample

Aktuell werden 58 reichweitenstarke Informationsmedien in die Qualitätsanalyse miteinbe-

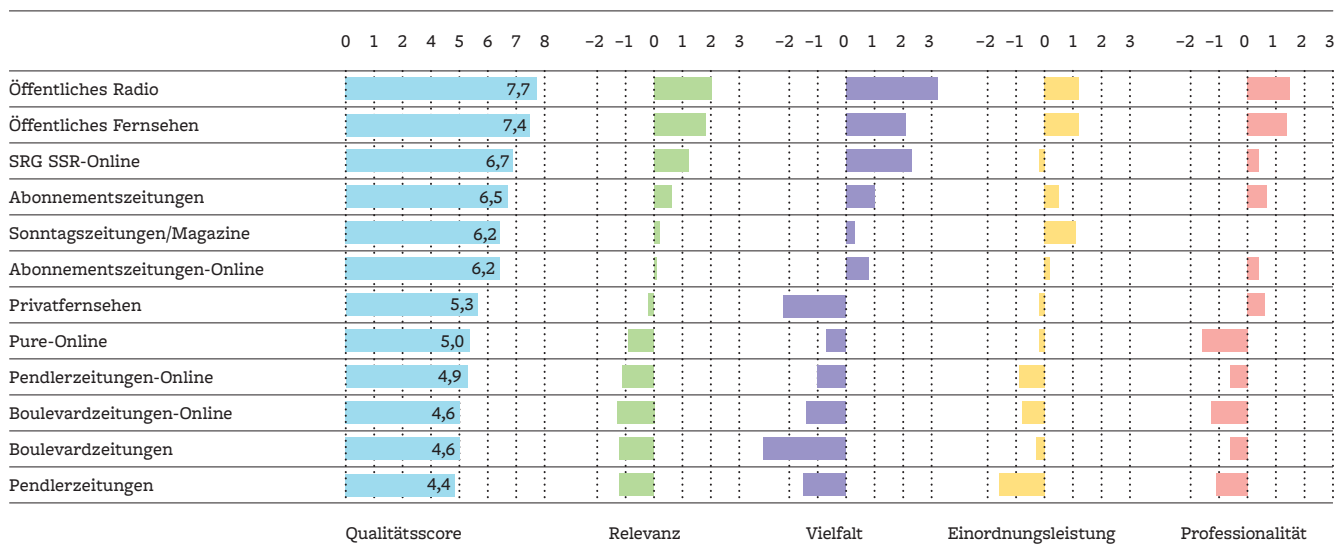
zogen. Die über das Jahr 2019 verteilte Zufallsstichprobe umfasst insgesamt 21 324 Beiträge aus 25 Zeitungen, 19 Newssites, 10 Nachrichtensendungen aus dem Fernseh- und vier aus dem Radiobereich. Diese Beiträge wurden einer Inhaltsanalyse unterzogen (vgl. Kapitel «Methodik»). Die Auswahl der Medientitel soll repräsentative Aussagen über die Medientypen und -gattungen in den drei grossen Sprachregionen Deutschschweiz, Suisse romande und Svizzera italiana ermöglichen.

Sampleveränderungen in dieser Ausgabe

2019 entfällt die Newssite *blickamabend.ch*, weil sie im Untersuchungsjahr nur noch selten ihre Inhalte aktualisierte. Anfang 2020 hat Ringier *blickamabend.ch* ganz eingestellt. Nutzerinnen und Nutzer werden nun automatisch auf die Newssite *blick.ch* umgeleitet. Für das vorliegende Jahrbuch werden die Nachrichtensendungen der Privatradiosender nicht mehr erfasst. Ein Grund ist, dass die meisten Privatradios im linearen Programm, anders als die privaten Fernsehanbieter, nur sehr kurze Nachrichtenformate anbieten.

Qualitätsscoring

Um die Qualität der Schweizer Informationsmedien zu vergleichen und zu analysieren, wurde ein Messverfahren entwickelt, das die vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität quantifiziert. Die Datenerfassung (Inhaltsanalyse) wird von geschulten Mitarbeitenden nach klar festgelegten Konventionen vorgenommen. Für jede Qualitätsdimension werden mehrere Qualitätsindikatoren codiert und in Form eines Punktesystems bewertet. Jeder Medientitel erzielt pro Qualitätsdimension einen Qualitätsscore bzw. einen Qualitätswert, der sich auf einer Skala zwischen 0 und 10 bewegt. Der Mittelwert aus den Qualitätsscores der vier Dimensionen bildet den Gesamtscore (Gesamtwert) für die Qualität der einzelnen Medientitel (zur Erläuterung der Indikatoren, der Scorepunkte und der Scoreberechnung vgl. Kapitel «Methodik»). Die Scores der Medientypen bilden sich aus dem Mittelwert der zu einem Typ subsumierten Medientitel.



Darstellung IX.1: Qualitätsscores der Medientypen

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores für zwölf Medientypen. Die Typen sind absteigend rangiert. Für jeden Typ ist zudem angegeben, ob er in den vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität positiv oder negativ vom Typendurchschnitt abweicht. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe 2019 (n = 21 324, 58 Medientitel).

Lesebeispiel: Die Newsportale der SRG SSR nehmen im Qualitätsranking der Medientypen mit 6,7 Scorepunkten den drittbesten Platz ein. In der Qualitätsdimension Einordnungsleistung schneiden sie aber unterdurchschnittlich ab.

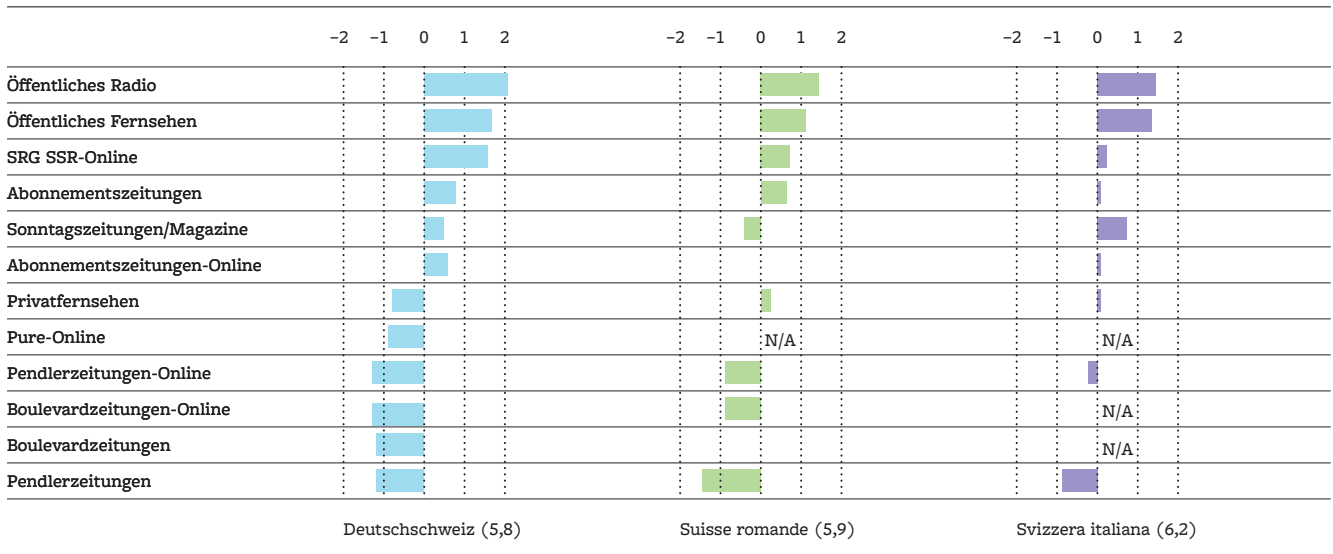
IX.2.1 Medientypen im Überblick

Der Durchschnittswert aller Medientypen liegt bei 5,8 von maximal 10 Scorepunkten. Dabei leisten sechs Typen im Vergleich eine überdurchschnittliche Qualität, und sechs Typen liegen unterhalb des Durchschnittswerts. Analog zu den Vorjahren können sich die drei Typen des öffentlichen Rundfunks trotz gewisser Qualitätsverluste an der Spitze des Typenrankings halten. Die vergleichsweise niedrigen Werte der SRG SSR-Portale in den Dimensionen Einordnungsleistung und Professionalität sind unter anderem auf die ausgeprägte Onlineregulierung (z.B. Längenbeschränkung für Beiträge ohne Sendungsbezug) zurückzuführen, mit welcher der Service public konfrontiert ist. Allerdings lassen sich auf den Portalen der SRG SSR gerade im Bereich der Professionalität in den letzten Jahren Qualitätsverbesserungen feststellen; vor allem die Anzahl an redaktionellen Beiträgen (statt Agenturbeiträgen) nimmt zu. Dies deutet

darauf hin, dass die SRG SSR dem News-Teil ihrer Portale mittlerweile eine andere Bedeutung zuschreibt und diesen noch stärker mit den eigenen Radio- und Fernsehprogrammen zu verschränken versucht.

Die weiteren Medientypen mit überdurchschnittlich hohen Qualitätswerten entstammen dem Pressebereich. Die Sonntagszeitungen und Magazine erzielen in der Dimension Einordnungsleistung trotz Verlusten zwar nach wie vor Spitzenwerte, verlieren aber ebenfalls im Bereich Professionalität an Qualität und erzielen deshalb im Jahr 2019 einen leicht tieferen Wert (6,2) als die gedruckte Abonnementspresse (6,5). Letztere hat sich dank leicht höheren Relevanzwerten insgesamt verbessert.

Der Qualitätsunterschied zwischen den Abo-Newssites (6,2) und deren gedruckten Pendanten (6,5) ist seit 2015 tendenziell kleiner geworden, auch wenn im Jahr 2019 die Unterschiede wieder etwas zunehmen. Denn die Abo-Newssites ordnen im Jahresver-



Darstellung IX.2: Abweichung der Berichterstattungsqualität in den drei Sprachregionen

Die Darstellung zeigt pro Sprachregion und pro Medientyp die Abweichung zur schweizweiten Gesamtqualität (vgl. Darstellung IX.1). Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe 2019 (n = 21 324, 58 Medientitel).

Lesebeispiel: Im sprachregionalen Vergleich erzielten die Medientypen aus der Svizzera italiana einen relativ hohen Qualitätswert (6,2). Drei Medientypen, die vor allem in der Deutschschweiz eine unterdurchschnittliche Qualität aufweisen, kommen in der Svizzera italiana nicht vor.

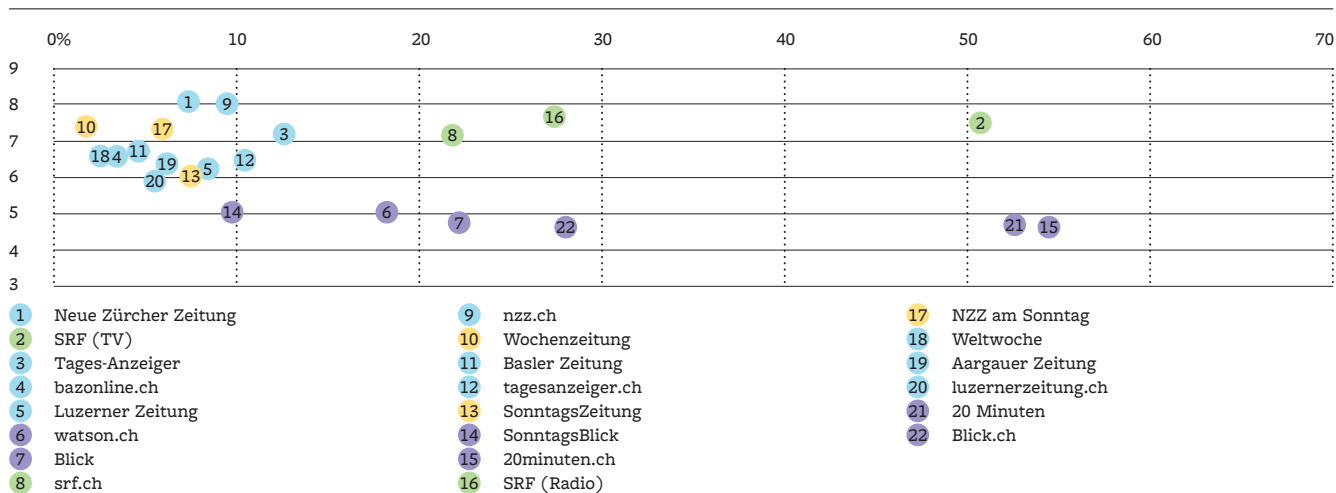
gleich weniger ein, während die gedruckten Abonnementszeitungen sich diesbezüglich kaum verändern. Weiterhin zeichnen sich die gedruckten Abonnementszeitungen durch eine etwas höhere Relevanz, das heisst vor allem mehr Hardnews, und durch mehr Vielfalt aus als ihre Onlineversionen. Auch die Einordnungsleistungen sind 2019 offline wieder höher als online.

Unterhalb des Qualitätsdurchschnitts befindet sich das Privatfernsehen mit 5,3 Punkten. Das Privatfernsehen schneidet zwar punkto Professionalität besser ab als der Durchschnitt, zeigt jedoch grössere Qualitätsdefizite in der Vielfalt. Ebenfalls unter dem Durchschnitt liegt der Online-Pure-Player *watson.ch* (5,0), der sich im Vergleich zu den Pendler- und Boulevardzeitungen über etwas mehr Einordnungsleistung auszeichnet. Die Boulevard- und Pendlermedien online und offline schneiden in allen Qualitätsdimensionen unterdurchschnittlich ab. Bemerkenswert ist allerdings die mittlerweile schweizweit

einzige gedruckte Boulevardzeitung *Blick* (4,6), die bei den Einordnungsleistungen besser und in der Vielfalt mit ihrem klaren Softnews-Profil schlechter abschneidet als die Pendlermedien.

IX.2.2 Medientypen in den Sprachregionen

Die verschiedenen Medientypen leisten also einen unterschiedlich starken Beitrag zur Qualität. Diese Unterschiede sind auch deshalb von Bedeutung, weil nicht alle Medientypen in den drei untersuchten Sprachregionen gleich stark verbreitet sind. Die zwölf Medientypen mit den 58 untersuchten Informationsangeboten wurden so ausgewählt, dass sich repräsentative Aussagen über die durchschnittliche Qualität in den drei Sprachregionen machen lassen. Wie Darstellung IX.2 zeigt, sind die Qualitätsunterschiede zwischen den Regionen relativ gering. Die Svizzera italiana stellt mit 6,2 Scorepunkten im



Darstellung IX.3: Berichterstattungsqualität und Reichweite in der Deutschschweiz

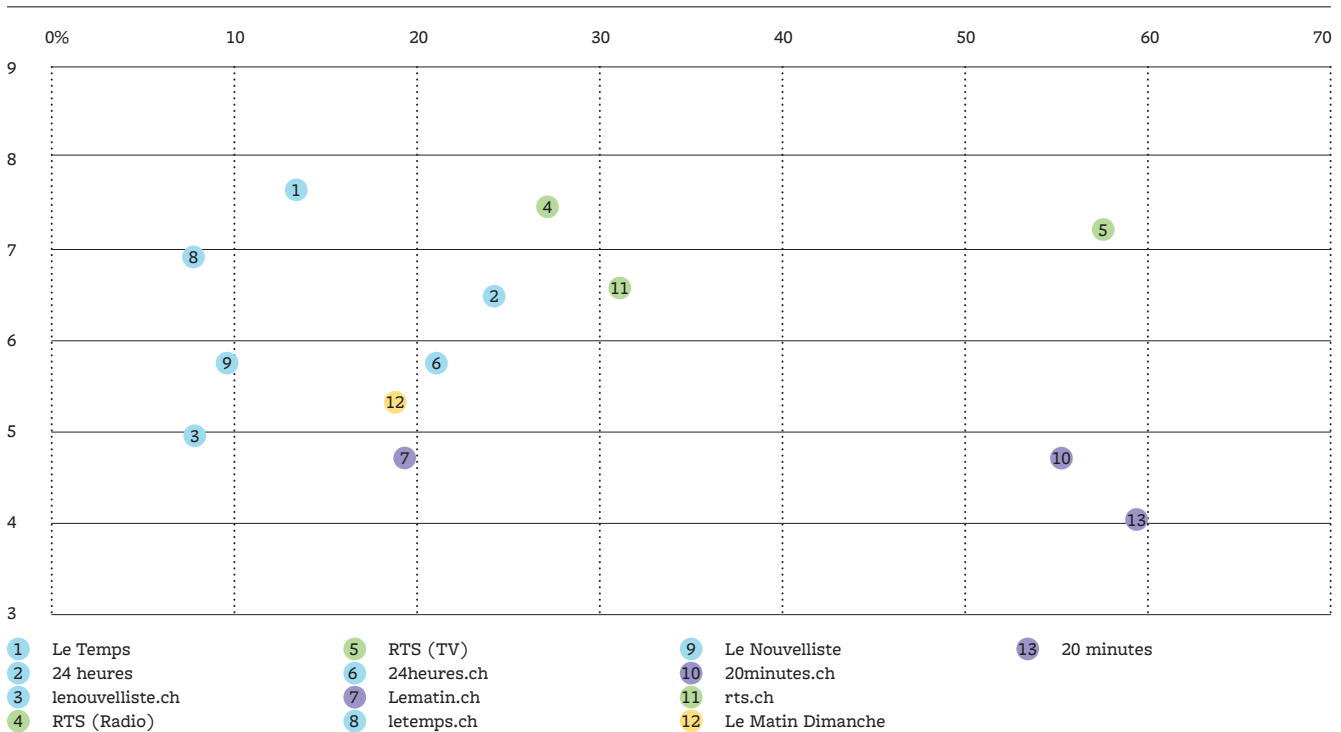
Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (y-Achse) und die Nutzung in der «letzten Woche» (x-Achse) ausgewählter Medientitel in der Deutschschweiz. Jede Farbe steht für einen aggregierten Medientyp: Abonnement (blau), Boulevard/Pendler/Pure-Online (lila), Sonntag/Magazin (gelb), öffentlicher Rundfunk (grün). Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe 2019 (n = 10291, 26 Medientitel), Datengrundlage für die Reichweite sind die Befragungsdaten aus dem *Reuters Institute Digital News Report 2020* (Reuters Institute, 2020). Für SRF (TV) und SRF (Radio) wurde bei der Medienqualität jeweils der Mittelwert der Scores von zwei Informationssendungen verwendet. Bei der Mediennutzung wurden SRF (TV) und Radio SRF 1/2/4 abgefragt und nicht die einzelnen Informationssendungen.

Lesebeispiel: *20 Minuten* und *20minuten.ch* als Vertreter von Pendlermedien (offline und online) erzielen laut Befragung die höchsten Reichweiten in der Deutschschweiz (53% bzw. 55% der Befragten). Gleichzeitig ist ihre Gesamtqualität mit 4,5 bzw. 4,6 Scorepunkten unterdurchschnittlich.

Schnitt das beste Angebot bereit, gefolgt von der Suisse romande (5,9) und der Deutschschweiz (5,8).

Ein Blick auf die einzelnen Medientypen zeigt im sprachregionalen Vergleich bemerkenswerte Muster. Erstens: In allen drei Sprachregionen tragen die drei Medientypen des öffentlichen Rundfunks, die gedruckten Abonnementszeitungen und teilweise auch die Newssites der Abonnementszeitungen zu einer überdurchschnittlichen Qualität bei. Zweitens: In der Suisse romande existiert im Bereich der Sonntagspresse und Magazine kein Titel, der an die Qualität der Angebote in der Deutschschweiz (v.a. *NZZ am Sonntag*) und in der Svizzera italiana (*Il Caffè*) heranreicht. Drittens: In der Suisse romande und vor allem in der Svizzera italiana fehlen Medientypen, die wie in der Deutschschweiz eine unterdurchschnittliche Qualität haben. So gibt es weder in der Svizzera italiana noch in der Suisse romande einen Online-Pure-Player mit der Bedeutung von *watson.ch*. Auch gibt es in der Svizzera italiana keine täglichen Boulevardmedien, und in der Suisse romande erscheint

die Boulevardzeitung *Le Matin* seit 2018 nur noch digital. Viertens: Die Medientypen innerhalb der Svizzera italiana unterscheiden sich viel weniger voneinander als die Medientypen innerhalb der Deutschschweiz. Dies gilt mit Einschränkungen auch für die Suisse romande: Zwar ist in der Suisse romande die untersuchte Pendlerzeitung qualitativ schlechter als ihre sprachregionalen Pendanten, aber die anderen Medientypen unterscheiden sich nicht so stark voneinander, wie sie dies in der Deutschschweiz tun. Vor allem erreichen in der Suisse romande auch die qualitativ besseren Medientypen nicht die gleich hohe Qualität wie in der Deutschschweiz. Zugespielt formuliert: In der Svizzera italiana und teilweise auch in der Suisse romande wird die Qualität des Angebots «gemittelt», während in der Deutschschweiz der grössere Markt ein differenzierteres Angebot hervorbringt (vgl. Udris et al., 2020) – sowohl Medientypen mit besonders hoher Qualität als auch mehrere stark kommerzialisierte Medientypen mit unterdurchschnittlicher Qualität.



Darstellung IX.4: Berichterstattungsqualität und Reichweite in der Suisse romande

Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (Y-Achse) und die Nutzung in der «letzten Woche» (X-Achse) ausgewählter Medientitel in der Suisse romande. Jede Farbe steht für einen aggregierten Medientyp: Abonnement (blau), Boulevard/Pendler (lila), Sonntag/Magazin (gelb), öffentlicher Rundfunk (grün). Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe 2019 (n = 4995, 13 Medientitel), Datengrundlage für die Reichweite sind die Befragungsdaten aus dem *Reuters Institute Digital News Report 2020* (Reuters Institute, 2020). Bei der Mediennutzung wurden RTS (TV) und RTS La Première / Espace Deux abgefragt und nicht die einzelnen Informationssendungen. *Lesebeispiel*: 20 minutes und 20minutes.ch als Vertreter von Pendlermedien (offline und online) erzielen laut Befragung die höchsten Reichweiten in der Suisse romande (60% bzw. 55% der Befragten). Gleichzeitig ist ihre Gesamtqualität mit 4,0 bzw. 4,7 Punkten unterdurchschnittlich.

Das sprachregional ausgeprägte Qualitätsangebot schlägt sich auch in der Mediennutzung nieder. Dies zeigen die Darstellungen IX.3 und IX.4. Dort werden die Qualitätswerte derjenigen Titel dargestellt, für die auch Nutzungsdaten aus der Befragung im *Reuters Institute Digital News Report 2020* vorliegen (Reuters Institute, 2020). Dieser erfasst nur die Deutschschweiz und die Suisse romande, liefert aber Zahlen, die über die Gattungen hinweg vergleichbar sind. 1458 Personen in der Deutschschweiz und 1036 Personen in der Suisse romande wurden Anfang 2020 gefragt, welche Medien sie in der «letzten Woche» zu Newszwecken genutzt hatten. Die Befragten konnten aus vorgegebenen Listen einmal für

den Bereich von Offlinemedien (Presse, Radio, Fernsehen) und einmal für den Bereich von Onlinemedien so viele Medien auswählen, wie sie wollten. Mit diesen so gewonnenen Befragungsdaten kann bestimmt werden, wie hoch die Reichweite in der sprachregionalen Bevölkerung ist.

Sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Suisse romande zeigt sich bei den reichweitenstärksten Medien eine Zweiteilung. Hohe bis sehr hohe Reichweiten erzielen sowohl der öffentliche Rundfunk (SRF und RTS) mit seinen qualitativ guten Informationsprogrammen in Radio, Fernsehen und im Netz als auch die Boulevard- und Pendlermedien mit ihren qualitativ eingeschränkten Titeln. Und in bei-

den Sprachregionen gibt es Abonnementsmedien, die eine sehr wichtige Funktion erfüllen, weil sie sowohl eine (sehr) hohe Qualität bieten als auch relativ weit verbreitet sind. Im Bereich der Abonnementsmedien (offline und online) kommt in beiden Sprachregionen je zwei Titeln eine besondere Bedeutung zu: *Tages-Anzeiger* und *NZZ* in der Deutschschweiz und *24 heures* und *Le Temps* in der Suisse romande. *NZZ* und *Le Temps* erreichen als qualitativ beste Abonnementsmedien Reichweiten von immerhin rund 10%. Und *Tages-Anzeiger* und *24 heures* vermögen als Abonnementsmedien noch höhere Reichweiten zu erzielen, gerade in der Suisse romande – und dies mit einer Qualität, die zwar nicht an die Spitzenreiter herankommt, aber immer noch überdurchschnittlich ist.

Ein Vergleich der Sprachregionen zeigt ebenfalls die weiter oben skizzierte Differenzierung, die in der Deutschschweiz ausgeprägter ist. Dort gibt es mehr Typen und Titel als in der Suisse romande, die relativ qualitätsschwach sind. Und es gibt in der Deutschschweiz im Bereich der Sonntags- und Wochenmedien mehr qualitativ gute Angebote, die eine gewisse Reichweite erzielen.

IX.3 Entwicklungen der Medienqualität

Die strukturellen Rahmenbedingungen unterscheiden sich nicht nur zwischen den verschiedenen Medientypen, sondern auch über die Zeit hinweg. Auf einen Nenner gebracht: In den letzten Jahren nahm der Druck auf die Informationsmedien zu, weil die Einnahmen aus dem Publikums- und dem Werbemarkt zurückgehen und weil wegen des veränderten Nutzungsverhaltens viele Informationsmedien immer mehr Kanäle, darunter verschiedene Social-Media-Plattformen, bespielen müssen. Sinkende Einnahmen und ein steigender Aufwand zwingen Medienhäuser zu Anpassungen wie die Zusammenlegung von Redaktionen bzw. die Einführung von Zentralredaktionen oder medienkonvergenten Newsrooms. Der Aufwand für den einzelnen Titel sinkt, weil Inhalte der Partnermedien übernommen werden. Kosten werden auch durch Einsparungen innerhalb von Redaktionen reduziert, ohne dass der Aufwand reduziert wird. So stehen am Ende einzelnen Titel weniger Ressourcen zur Verfügung als

zuvor. Eine solche Reduktion von Ressourcen wirkt sich vermutlich auf die geleistete Qualität aus. Zwei Fragen stehen dabei im Raum: Welche Typen und Titel sind davon betroffen? Zeigen sich Veränderungen in der Medienqualität in allen Dimensionen und Aspekten?

IX.3.1 Entwicklungen bei den Medientypen

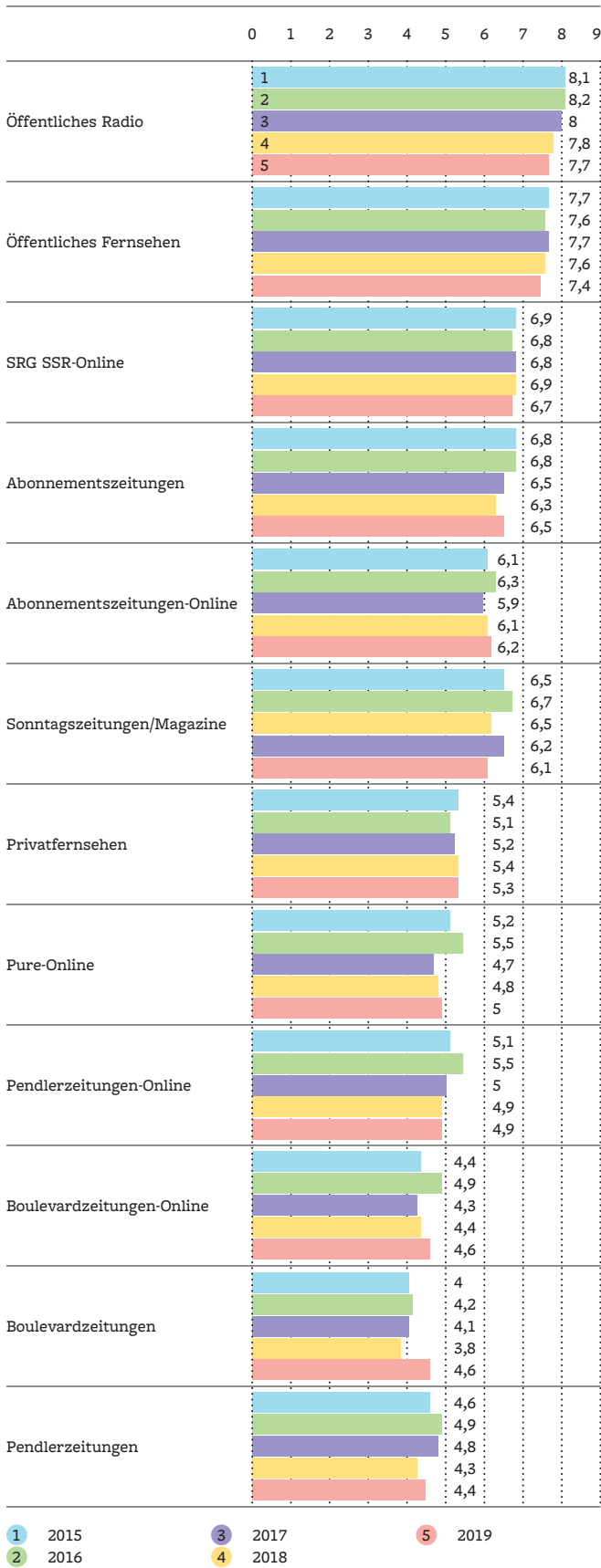
Die gemessene Gesamtqualität im Zeitvergleich bestätigt in der Tendenz das erwartete Bild. Bei vier von zwölf untersuchten Medientypen nimmt die Qualität im Zeitraum von 2015 bis 2019 messbar ab, bei zwei Typen teilweise (vgl. Darstellung IX.5).

Bei fünf Typen bleibt die Qualität relativ stabil, nur bei der gedruckten Boulevardzeitung verbessert sie sich merklich. Die Qualität sinkt ausgerechnet bei mehreren Medientypen, die im Typenvergleich eine überdurchschnittliche Qualität aufweisen: bei gedruckten Abonnementszeitungen, Sonntags- und Wochenmedien sowie den Informationssendungen des öffentlichen Rundfunks.

IX.3.2 Entwicklungen bei den Qualitätsdimensionen

Über alle Medientypen hinweg betrachtet, zeigen sich die Qualitätsverschlechterungen bei zwei von vier Dimensionen (vgl. Darstellung IX.6). Eine ganz klare Abnahme zeigt sich bei der Vielfalt: Die Medien decken ein immer kleineres Spektrum an Themen und geografischen Räumen in ihrer Berichterstattung ab. Dies ist auch deshalb problematisch, weil die Vielfalt nicht bloss in den einzelnen Titeln abnimmt, sondern auch in der Medienarena insgesamt, weil immer mehr Medien dieselben Beiträge teilen (vgl. Kapitel XIII.3). Wir beobachten also einen doppelten Vielfaltsverlust. Neben der sinkenden Vielfalt nehmen die Einordnungsleistungen ab, wenn auch nicht so stark wie bei der Vielfalt. Im Bereich der Professionalität verbessern sich die Informationsmedien. Auch die Relevanz bleibt relativ stabil.

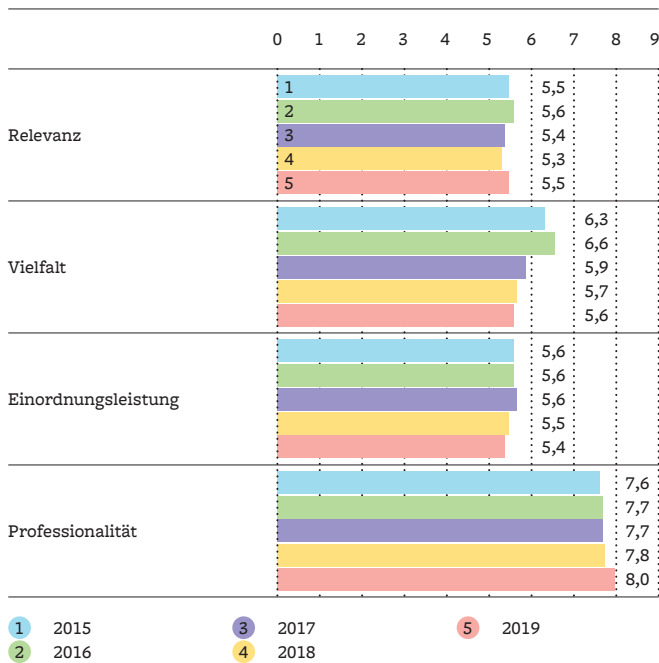
Diese Veränderungen lassen sich detaillierter untersuchen, wenn wir bei den einzelnen Dimensionen die dahinter liegenden Indikatoren und Einzelaspekte anschauen. So zeichnet sich bei den sinken-



Darstellung IX.5: Qualitätsveränderungen zwischen 2015 und 2019

Die Darstellung belegt die Qualitätsveränderung zwischen 2015 und 2019 pro Medientyp. Bei jedem Medientyp wurde der Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel verwendet. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22 320; 2016 n = 22 556; 2017 n = 22 529; 2018 n = 20 948, 2019 n = 20 122). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen fünf Kalenderjahren vorliegen. Die Medientypen sind absteigend nach ihrem Qualitätsscore im Jahr 2019 rangiert.

Lesebeispiel: Der Qualitätsscore einer durchschnittlichen öffentlichen Radionachrichtensendung beträgt im Jahr 2015 8,1 Punkte. 2019 ist der Score dieses Typs mit 7,7 Punkten tiefer.



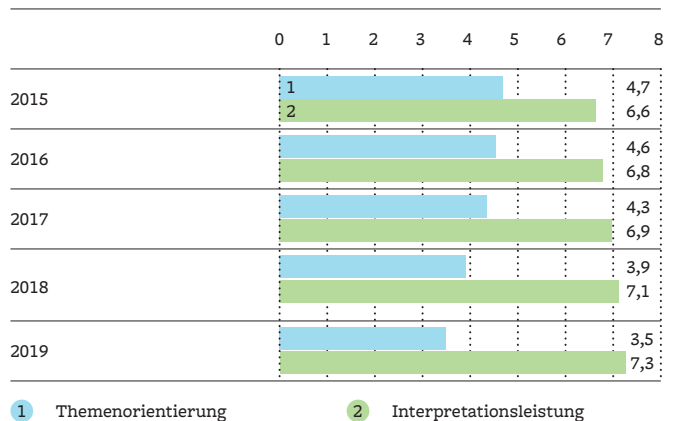
Darstellung IX.6: Veränderungen in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2019

Die Darstellung belegt die Veränderungen in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2019. Die Qualitätsscores stellen den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22 320; 2016 n = 22 556; 2017 n = 22 529; 2018 n = 20 948, 2019 n = 20 122). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen fünf Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Im Durchschnitt aller erfassten Medientitel nimmt die gemessene Vielfalt von 6,3 im Jahr 2015 auf 5,6 Scorepunkte im Jahr 2019 ab.

den Einordnungsleistungen eine positive und eine negative Entwicklung ab (vgl. Darstellung IX.7): Einerseits nimmt die Themenorientierung ab, das heisst in den Medien gibt es immer weniger Beiträge, bei denen Hintergründe vermittelt und Nachrichten eingeordnet werden. Andererseits nehmen die Interpretationsleistungen zu – es gibt immer mehr Beiträge, die auf journalistischen Leistungen beruhen und bei denen Journalistinnen und Journalisten kommentieren.

Die abnehmende Themenorientierung lässt sich anhand eines besonders wichtigen Bereichs illustrieren: der Hintergrundberichterstattung über Politik auf der Makroebene (d.h. auf Ebene des poli-



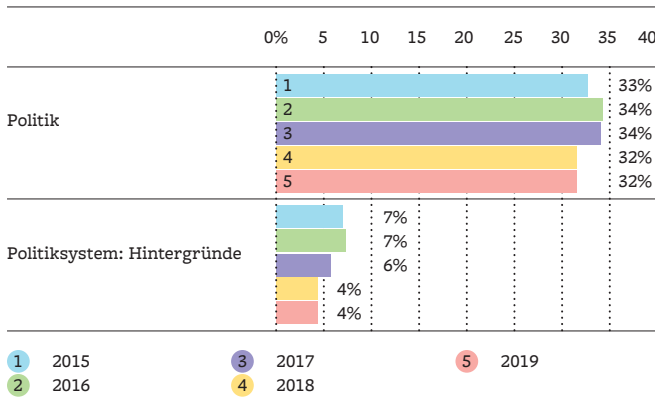
Darstellung IX.7: Qualitätsindikatoren Themenorientierung und Interpretationsleistung im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die zeitliche Entwicklung der Qualitätsindikatoren Themenorientierung und Interpretationsleistung, die beide Teil der Qualitätsdimension Einordnungsleistung sind. Die Qualitätsscores stellen den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22 320; 2016 n = 22 556; 2017 n = 22 529; 2018 n = 20 948, 2019 n = 20 122). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen fünf Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Die Themenorientierung ist im Zeitverlauf rückläufig. Zwischen 2015 und 2019 ist der Wert um 1,2 Scorepunkte auf 3,5 gesunken.

tischen Systems). Diese Abnahme liegt nicht etwa daran, dass die Politik insgesamt weniger beachtet würde: Darstellung IX.8 zeigt, dass sich nach wie vor rund ein Drittel aller Beiträge mit Politik beschäftigen. Aber die Einordnung von gesamtgesellschaftlich besonders relevanten politischen Themen nimmt ab, auch im Wahljahr 2019, und zwar von 7% im Jahr 2015 auf 4% im Jahr 2019. Solche Einordnungen gehen bei allen Medientypen zurück. Auch beim öffentlichen Fernsehen, bei dem im Vergleich der Medientypen die meisten Beiträge aus einordnenden Hintergrundberichten über Politik bestehen, sinkt der Anteil solcher Beiträge von 14% im Jahr 2015 auf 11% im Jahr 2019.

Ein positiver Befund ist jedoch, dass die Interpretationsleistungen im Zeitverlauf zunehmen. Diese Zunahme zeigt sich an zwei Punkten. Erstens nimmt der Anteil an Kommentaren zu, wenn auch nur leicht von 4% auf 6%. Zweitens – und dies ist der wichtigere Punkt – beruhen Nachrichten immer häufiger auf redaktionellen Leistungen. Es sind also

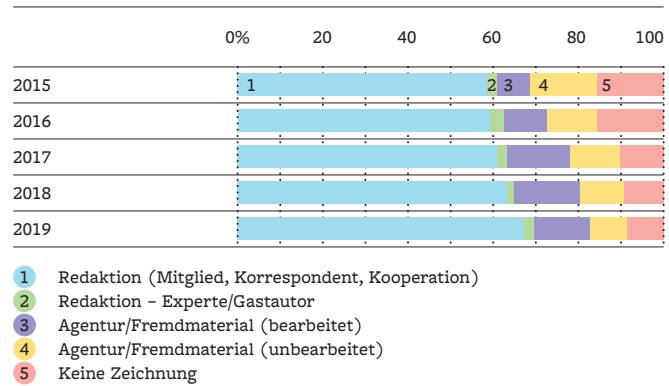


Darstellung XI.8: Politikberichterstattung im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Anteile der Politikberichterstattung generell und die Anteile der einordnenden Berichterstattung über das Politiksystem (Makro). Die Anteile stellen den Mittelwert der Anteile in den einzelnen Titeln dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22320; 2016 n = 22556; 2017 n = 22529; 2018 n = 20948, 2019 n = 20122). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen fünf Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Während die Berichterstattungsanteile genereller Politiknachrichten relativ stabil bleiben, schrumpft die Hintergrundberichterstattung über politische Makro-Themen.

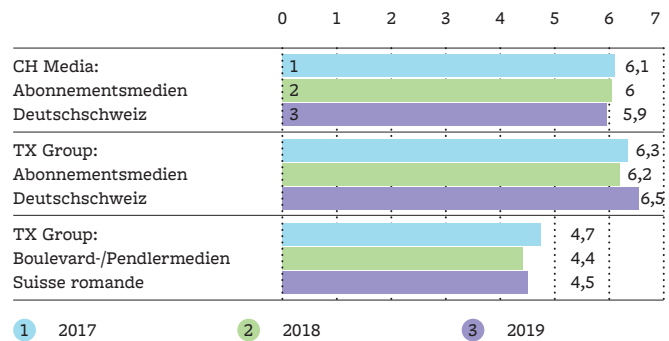
zunehmend Journalistinnen und Journalisten, die Nachrichten vermitteln und diese interpretieren, und nicht Agenturen oder Pressdienste. Diese zunehmenden Interpretationsleistungen, die mit dem Transparentmachen der Quelle gleichzeitig ein Indikator für die Professionalität sind, zeigen sich in Darstellung IX.9. Der Anteil an redaktionellen Beiträgen steigt von 58% im Jahr 2015 auf 67% im Jahr 2019. Dafür sinken die Anteile von nicht gezeichneten Beiträgen und von reinen Agenturbeiträgen, und zwar in vielen Medientypen und bei mehreren Medienhäusern. Dies zeigt sich exemplarisch für die Titel der TX Group, was nicht überrascht, denn in den letzten Jahren wurde eine eigene Hausagentur aufgebaut (*Newsexpress* bzw. *NXP*), die allerdings wiederum mit externem Agenturmaterial arbeitet. Zudem verzichtet die TX Group seit 2019 in den beiden grösseren Sprachregionen in der Sportberichterstattung auf SDA-Meldungen. Kurz: Wenn Informationsmedien Agenturmaterial verwenden, veröffentlichen sie dieses Rohmaterial immer selte-



Darstellung IX.9: Eigen- und Fremdleistungen im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Anteile von Beiträgen, die auf verschiedenen Formen von Eigen- und Fremdleistungen beruhen. Die Anteile stellen den Mittelwert der Anteile in den einzelnen Titeln dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22320; 2016 n = 22556; 2017 n = 22529; 2018 n = 20948, 2019 n = 20122). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen fünf Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Während die Anteile von Gastbeiträgen über die Zeit hinweg mit rund 2% stabil bleiben, nimmt die Zahl der unbearbeiteten Beiträge von Agentur- und Pressediensten von 15,1% (2015) auf 9% (2019) ab.



Darstellung IX.10: Medienqualität von Medienangeboten in Zentralredaktionen im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores von ausgewählten Medientiteln, die im Zeitraum von 2017 bis 2019 zu einer Zentralredaktion wechselten und für die Qualitätsscores vorliegen. *CH Media:* Aargauer Zeitung, Luzerner Zeitung (offline und online), Schweiz am Wochenende, St. Galler Tagblatt (offline und online); *TX Group* Boulevard-/Pendlermedien Suisse romande: 20 minutes (offline und online), Le Matin (online); *TX Group* Abonnementsmedien Deutschschweiz: Basler Zeitung (offline und online), Der Bund, Berner Zeitung (offline und online), SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger (offline und online). Die Qualitätsscores stellen den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2017 n = 7228; 2018 n = 7066, 2019 n = 7113).

Lesebeispiel: Die untersuchten Abonnementsmedien, die mittlerweile zu CH Media gehören, erzielen 2017 einen Qualitätsscore von 6,1 und 2019 einen Qualitätsscore von 5,9.

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Abonnementszeitungen	6,5	5,8	6,2	5,7	8,3
Neue Zürcher Zeitung	7,9	7,0	9,1	6,8	8,8
Le Temps	7,6	6,7	8,6	6,4	8,7
Der Bund	7,1	6,2	7,7	6,2	8,5
Tages-Anzeiger	7,1	5,7	7,4	6,6	8,5
Basler Zeitung	6,5	5,6	6,2	5,9	8,3
24 heures	6,4	5,8	6,2	5,1	8,5
Aargauer Zeitung	6,2	5,6	5,1	5,6	8,4
St. Galler Tagblatt	6,1	5,4	5,4	5,2	8,4
Südostschweiz	6,1	5,5	5,0	5,4	8,3
Berner Zeitung	6,1	5,4	4,5	5,8	8,6
Luzerner Zeitung	6,1	5,6	4,9	5,3	8,4
Corriere del Ticino	5,9	6,0	5,6	4,7	7,2
Le Nouvelliste	5,7	5,5	5,0	4,6	7,6
Abonnementszeitungen-Online	6,2	5,4	6,0	5,4	8,1
nzz.ch	7,9	6,8	9,2	6,8	8,8
letemps.ch	6,8	5,6	7,2	5,7	8,7
bazonline.ch	6,5	5,4	6,7	5,8	8,0
bernerzeitung.ch	6,4	5,3	6,3	5,8	8,3
tagesanzeiger.ch	6,4	5,1	6,2	6,0	8,1
cdt.ch	5,9	5,3	5,8	4,7	7,9
luzernerzeitung.ch	5,8	5,2	4,3	5,4	8,2
tagblatt.ch	5,7	5,1	4,3	5,5	8,0
24heures.ch	5,7	4,7	5,3	4,9	7,8
lenouvelliste.ch	4,9	5,0	4,5	3,2	6,7
Sonntagszeitungen/Magazine	6,2	5,5	5,5	6,3	7,6
Wochenzeitung	7,3	7,2	6,4	7,6	8,2
NZZ am Sonntag	7,2	6,0	7,9	6,4	8,5
Il Caffè	6,7	6,2	6,8	5,9	8,0
Weltwoche	6,5	6,1	6,6	7,4	5,8
SonntagsZeitung	6,0	4,9	5,0	6,1	8,2
Schweiz am Wochenende	5,9	5,0	4,2	5,9	8,3
Le Matin Dimanche	5,3	4,0	4,1	5,5	7,5
SonntagsBlick	4,9	4,2	3,1	5,5	6,6
Pure-Online	5,0	4,3	4,5	4,9	6,1
watson.ch	5,0	4,3	4,5	4,9	6,1

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Pendlerzeitungen-Online	4,9	4,1	4,2	4,2	7,1
tio.ch	5,5	4,7	5,3	4,6	7,5
20minutes.ch	4,7	4,3	4,4	3,7	6,3
20minuten.ch	4,5	3,4	2,7	4,4	7,5
Boulevardzeitungen-Online	4,6	3,9	3,8	4,3	6,4
Lematin.ch	4,7	4,5	5,0	3,8	5,7
Blick.ch	4,5	3,4	2,7	4,8	7,1
Boulevardzeitungen	4,6	4,0	2,3	4,9	7,0
Blick	4,6	4,0	2,3	4,9	7,0
Pendlerzeitungen	4,4	4,0	3,7	3,5	6,5
20 minuti	4,7	4,4	3,8	3,7	6,9
20 Minuten	4,6	3,8	3,3	4,1	7,3
20 minutes	4,0	4,0	3,9	2,9	5,3

Darstellung IX.11: Qualitätsscores von Pressetiteln und Onlinependants

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores für insgesamt 41 Titel derjenigen Typen, die von ursprünglichen Presseanbietern stammen. Zudem wird pro Typ der Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dargestellt. Die Titel sind pro Typ absteigend rangiert. Pro Medientitel ist zudem angegeben, wie viele Scorepunkte dieser in den vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität erzielt. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels einer über das Jahr 2019 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt wurden (n = 17044).

Lesebeispiel: nzz.ch nimmt innerhalb des Typs der Abonnement-Newssites mit einem Scorewert von 7,9 den Spitzenplatz ein. In der Qualitätsdimension Einordnungsleistung erzielt der Titel 6,8 Punkte.

ner ungefiltert, sondern bearbeiten es mit redaktionellen Ressourcen.

Die Gesamtqualität in der Schweizer Medienarena sinkt insgesamt und bei vielen Medientypen wegen der abnehmenden Vielfalt und der abnehmenden einordnenden Hintergrundberichterstattung. Im Bereich von Interpretations- und Eigenleistungen konnten sich die Medien etwas verbessern.

IX3.3 Entwicklungen bei den Medienhäusern

Diese kritisch-ambivalenten Resultate müssen auch vor dem Hintergrund diskutiert werden, dass sich die Medientitel durch den Zusammenschluss von Redaktionen immer mehr ähneln, also dass es bereits auf Ebene der Medienarena eine klare Reduktion von Vielfalt gibt (Vogler et al., 2020). Ein Hauptargument von Medienhäusern für die Einführung von Zentralredaktionen ist, dass die Vielfalt auf

der Systemebene zwar abnehme, die Qualität auf Ebene der einzelnen Titel aber gehalten, wenn nicht gar gesteigert werden könne. Ob dies stimmt, kann ansatzweise mit den Daten des Qualitätsscorings überprüft werden. Wir tragen zu diesem Zweck die Qualitätswerte von Medien ab, die in den letzten Jahren zu drei Zentralredaktionen zusammengelegt wurden: die regionalen Abonnementsmedien von *AZ Medien* und der *NZZ Mediengruppe* zu *CH Media* (im Laufe des Jahres 2019), die Abonnementsmedien der *TX Group* in der Deutschschweiz (Anfang 2018 sowie zirka Anfang 2019 auch mit der *Basler Zeitung*) und die Boulevard- und Pendlermedien *20 minutes* und *Le Matin* im Bereich Werbung und Pendlermedien der *TX Group* in der Suisse romande (Anfang 2018).

Der Zeitvergleich zeigt: Die Veränderungen sind gering. Bei den Boulevard- und Pendlermedien der *TX Group* in der Suisse romande kann durch die Zusammenlegung (2018) die Qualität nur knapp gehalten werden (vgl. Darstellung IX.10); der Score

nimmt von 4,7 Punkten auf 4,5 Punkte leicht ab. Bei den Abonnementsmedien von *TX Group* in der Deutschschweiz wird die Qualität nach der Einführung der Zentralredaktion (2018 bzw. ab 2019 inklusive *Basler Zeitung*) gehalten und nimmt im Jahr 2019 sogar leicht zu. Grund sind die höhere Relevanz und die zunehmenden Eigenleistungen, allerdings bei sinkenden Einordnungsleistungen und abnehmender Hintergrundberichterstattung. Auch die bis Ende 2018 bzw. Mitte 2019 noch unabhängig voneinander operierenden Titel von *CH Media* verändern sich insgesamt (noch) wenig. Die abnehmende Vielfalt von Inhalten, die mit dem Zusammenlegen von Redaktionen einhergeht, führt also bisher nicht zu einer klaren Qualitätsverbesserung, sondern höchstens zu einer Stabilisierung. Es ist aber auch klar, dass dies ein provisorisches Fazit ist, denn strukturelle Veränderungen müssen sich nicht unmittelbar in den Inhalten niederschlagen. Ob und wie die Einführung von Zentralredaktionen die Qualität der einzelnen Titel nachhaltig verändert, kann erst zu einem späteren Zeitpunkt valider untersucht werden.

IX.4 Qualität der Medientitel

Wesentliche Qualitätsunterschiede zeigen sich zwischen den Medientypen, wie sie oben in Kapitel IX.2 beschrieben werden. Gleichzeitig gibt es auch innerhalb von Medientypen teilweise beachtliche Unterschiede, vor allem bei den Wochenmedien, den Abonnementsmedien (offline und online) sowie beim Privatfernsehen. Boulevard- und Pendlermedien sowie der öffentliche Rundfunk (Fernsehen, Radio, online aber nur bedingt) in den drei Sprachregionen erweisen sich als relativ homogen, was die Qualität betrifft.

Die detaillierten Qualitätswerte sind für den Bereich von Pressetiteln und ihren Onlinependants in Darstellung IX.11 und für den Bereich von Rundfunktiteln in Darstellung IX.12 ersichtlich.

IX.4.1 Qualität der Presse- und Onlinetitel

In den jeweiligen Medientypen erzielen 2019 wiederum die gleichen Titel die beste Qualität wie im Vorjahr: *NZZ* und *Le Temps* sowie ihre On-

linependants bei den Abonnementsmedien, *WoZ*, *NZZ am Sonntag* und *Il Caffè* bei den Sonntagszeitungen und Magazinen sowie *20 minuti / tio.ch* bei den Pendlermedien.

Seit 2015 weisen zudem folgende Medien im Zeitverlauf eine merkliche Verbesserung bei der Qualität auf. *Blick* und *blick.ch* zeichnen sich im Vergleich zu anderen Boulevard- und Pendlermedien mittlerweile durch relativ solide Einordnungsleistungen aus. *Der Bund* steigert sich bei den Einordnungsleistungen sowie bei der Professionalität und hebt sich im Vergleich zu anderen Titeln der *TX Group* mit einer besonders relevanten Berichterstattung ab. *nzz.ch* verbessert sich nochmals in punkto Relevanz und Vielfalt und erzielt damit Spitzenwerte. Auf der anderen Seite müssen die Sonntags-titel *Schweiz am Wochenende* und *Le Matin Dimanche* klare Qualitätsverluste hinnehmen und büssen gerade bei ihren früheren Stärken, den Einordnungsleistungen und der Professionalität, seit 2015 kontinuierlich an Qualität ein.

IX.4.2 Qualität der Rundfunktitel

Auch im Rundfunkbereich bestätigen die Werte aus dem Untersuchungsjahr 2019 die Resultate der Vorjahre: Im Durchschnitt erzielen die ressourcenstarken Informationssendungen des öffentlichen Rundfunks höhere Qualitätswerte als jene des Privatfernsehens. Die Logiken der Gattungen zeigen sich im Vergleich des Angebots von *SRF*, *RTS* und *RSI*: Die Radiotitel schneiden in der Tendenz besser ab als die Fernsehtitel, und beide traditionellen Gattungen weisen eine höhere Qualität auf als die digitalen Kanäle mit den Newssites und – wie eine frühere Analyse zeigte – dem Angebot auf *Facebook* (vgl. fög, 2018, S. 87–89). Allerdings haben sich bei *SRF* die Typen Radio und Fernsehen angeglichen, denn die Radioformate profilieren sich nur noch bedingt mit höheren Eigenleistungen im Vergleich zum öffentlichen Fernsehen. Ihre besondere Stärke ist 2019 die Vielfalt, gerade beim *Echo der Zeit*, das zudem mit dem höchsten Relevanzwert (8,1) überzeugt. Aber auch für die öffentlichen Radio- und Fernsehtitel gilt: Ihre Qualität hat tendenziell gerade im Bereich der Vielfalt und der Einordnungsleistungen abgenommen (vgl. Darstellung IX.12).

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Öffentliches Radio	7,7	7,2	8,3	6,3	9,1
SRF Echo der Zeit	8,1	7,6	9,2	6,7	8,9
SRF Rendez-vous	7,7	7,4	7,9	6,6	8,8
RSI Radiogiornale 12.30	7,6	7,0	8,4	5,8	9,4
RTS Le12h30	7,6	6,7	7,9	6,2	9,5
Öffentliches Fernsehen	7,4	7,1	7,3	6,3	9,1
SRF Tagesschau	7,6	7,3	8,2	5,7	9,0
RSI Telegiornale sera	7,5	7,2	7,6	6,1	9,0
SRF 10vor10	7,5	7,3	6,7	7,1	8,7
RTS Le Journal	7,3	6,4	6,9	6,3	9,4
SRG SSR-Online	6,7	6,4	7,5	5,0	8,0
srf.ch	7,4	6,9	8,1	5,9	8,5
rts.ch	6,7	6,6	7,4	4,6	8,0
rsi.ch	6,1	5,6	7,0	4,4	7,5
Privatfernsehen	5,3	5,0	3,0	5,0	8,3
Léman Bleu Journal	6,1	5,3	4,2	5,9	9,2
Tele Ticino Ticinonews	5,9	5,5	3,9	5,0	9,0
TeleBärn News	5,4	5,5	3,0	4,7	8,4
Tele 1 Nachrichten	5,4	5,5	3,2	4,8	8,1
Tele Züri ZüriNews	4,9	4,5	2,6	4,9	7,7
Tele M1 Aktuell	4,1	3,6	1,1	4,6	7,2

Darstellung IX.12: Qualitätsscores von Rundfunktiteln

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores für 17 Informationsangebote im Rundfunkbereich. Zudem wird pro Typ der Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dargestellt. Die Titel sind pro Typ absteigend rangiert. Pro Medientitel ist zudem angegeben, wie viele Scorepunkte dieser in den vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität erzielt. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels einer über das Jahr 2019 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt wurden (n = 4280).

Lesebeispiel: Das *Echo der Zeit* nimmt im Qualitätsranking mit einem Scorewert von 8,1 den Spitzenplatz ein. Auch in der Qualitätsdimension Relevanz erzielt das *Echo der Zeit* von allen Rundfunktiteln die höchsten Werte.

Informationssendungen des untersuchten Privatfernsehens, das mit Ausnahme von *TeleZüri* zum Service public verpflichtet ist und einen wesentlichen Teil des Einkommens über Gebühren erhält, können in der Regel nicht mit der Qualität des öffentlichen Rundfunks mithalten. Doch einige Titel schaffen es, zumindest in manchen Dimensionen ähnlich gute Werte zu erzielen, nämlich *Journal* von *Léman Bleu* und *Ticinonews* von *Tele Ticino* bei den Einordnungsleistungen und bei der Professionalität. Dieses Ergebnis zeigt, dass auch mit weniger Kapital solide Qualitätswerte erzielt werden können. Das deutlichste Gegenbeispiel dafür ist *Aktuell* von *Tele*

M1, das trotz eines höheren Budgets von allen untersuchten Privatfernsehensendern die tiefste Qualität, vor allem im Bereich der Vielfalt, aufweist. Mehr Gebühren führen also nicht unbedingt zu mehr Qualität (vgl. Brändli, 2019). Damit kann wie schon in den früheren Jahrbüchern festgehalten werden: Entscheidend ist auch der Wille, einen Service public anzubieten.

Literatur

Brändli, M., Sasso, S., & Glaab-Seuken, S. (2019). *Programmanalyse Schweizer Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag - 2018*. Bericht: Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation. Kilchberg.

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2018). *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera*. Basel: Schwabe.

Reuters Institute for the Study of Journalism (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Abgerufen unter <http://www.digitalnewsreport.org>

Udris, L., Eisenegger, M., Vogler, D., Schneider, J., & Häuptli, A. (2020). Mapping and Explaining Media Quality: Insights from Switzerland's Multilingual Media System. *Media and Communication*, 8(3), 258-269 <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3140>

Vogler, D., Udris, L., & Eisenegger, M. (2020). Measuring Media Content Concentration at a Large Scale Using Automated Text Comparisons. *Journalism Studies*, 21(11), 1459-1478 <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1761865>
