

VIII.1 Einleitung

Die Corona-Pandemie verändert sowohl die Themen- und Ereignislage als auch die Arbeitsbedingungen für Journalist:innen. Dies wirkt sich unterschiedlich auf die Medienqualität aus. Insgesamt bleibt die Qualität stabil, verändert sich aber in einzelnen Dimensionen. Die Medien berichten im Corona-Jahr 2020 mehr über Relevantes wie Politik als über Softnews wie Sport und Human Interest. Die Themen- und Ereignislage bedeutet nicht nur mehr Fokus auf die Politik generell, sondern mehr Fokus auf Schweizer Politik. Die Berichterstattung über das Ausland verliert 2020 nochmals an Gewicht und die geografische Vielfalt sinkt. Dafür nehmen die Einordnungsleistungen in Form von Hintergrundbeiträgen nicht weiter ab und Medien aus manchen Medienhäusern stützen sich zunehmend auf eigene statt auf Agenturbeiträge. Auch wenn Journalist:innen vermehrt im Homeoffice arbeiten, bleiben die Beitragsformate dieselben: Reportagen, Portraits oder Interviews kommen 2020 ähnlich häufig vor wie in den Vorjahren. Auch im Corona-Jahr 2020 stehen Medientypen wie der öffentliche Rundfunk oder die Abo-Newssites für eine deutlich höhere Qualität als andere Medientypen. Doch Pendler- und Boulevardmedien können ihre Qualität auch wegen der Themen- und Ereignislage und dem Fokus auf die Politik verbessern.

VIII.2 Entwicklungen der Medienqualität

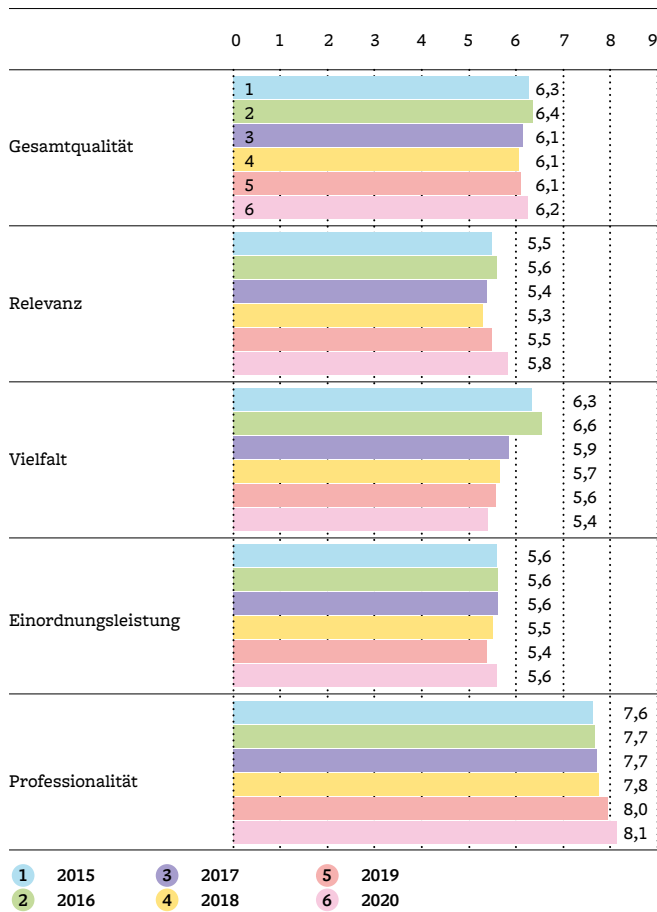
Die Produktion von Medieninhalten und die Medienqualität sind abhängig von strukturellen Rahmenbedingungen. Diese Rahmenbedingungen unterscheiden sich über die Zeit hinweg. Dabei lassen sich längerfristige Trends beobachten, die im Corona-Jahr 2020 verstärkt werden, aber auch Phänomene, die (vorerst) für das Corona-Jahr 2020 spezifisch sind. Langfristig erhöht sich der Druck auf die Redaktionen, weil den Medienhäusern im journalistischen Bereich Einnahmen wegbrechen, gerade im Pandemie-Jahr 2020, und auch in Redaktionen Sparmassnahmen vorgenommen werden. Das Jahr 2020 führt auch rasch zu veränderten Rahmenbedingungen. Erstens ändert sich die Arbeitssituation für viele Medienschaffende im Frühjahr 2020 relativ abrupt. Der Aufruf der Behörden, «zu Hause zu bleiben», bedeutet

auch für viele Journalist:innen Arbeit im Homeoffice. In der Praxis setzen Medienredaktionen die Massnahmen der Behörden unterschiedlich um. Aber insgesamt findet ein wesentlicher Teil der Nachrichtenproduktion nun nicht mehr im Büro oder vor Ort bei Ereignissen oder Interviewpartner:innen statt, sondern bei den Journalist:innen zuhause. Zweitens verändert sich im Corona-Jahr 2020 die Informations- und Themenlage massiv. Die Corona-Pandemie dominiert die Schweizer Medienagenda (Eisenegger et al., 2020) und den Diskurs auf sozialen Medien wie *Twitter* (Rauchfleisch et al., 2021) und verdrängt dabei andere Themen. Dabei findet eine zunehmende «Binnenorientierung» statt, d.h. in dieser aussergewöhnlichen Lage fokussiert die öffentliche Debatte auf Ereignisse im Inland und vor allem auf die Politik, da von der (nationalen) Politik Lösungen zur Bewältigung der Pandemie erwartet werden.

Die Frage ist nun, welche Medientypen und -titel von diesen langfristigen Trends und kurzfristigen Änderungen betroffen sind und ob Veränderungen in der Medienqualität sich in allen Dimensionen der Medienqualität zeigen. Dies wird anhand von 60 Informationsmedien aus 12 verschiedenen Medientypen untersucht (vgl. Kapitel «Methodik»).

VIII.2.1 Entwicklungen bei den Qualitätsdimensionen

Über alle Medientypen hinweg betrachtet, zeigen sich im Corona-Jahr unterschiedliche Entwicklungen der Medienqualität. Insgesamt bleibt sie mit einer minimalen Zunahme von 0,1 Scorepunkten stabil, aber die einzelnen Qualitätsdimensionen zeigen verschiedene Muster (vgl. Darstellung VIII.1). Positiv ist, dass die Relevanz und die Professionalität zunehmen – sie erreichen 2020 den höchsten Wert in den letzten sechs Jahren. Positiv ist ebenfalls, dass die Einordnungsleistungen 2020 wieder zunehmen, nachdem sie in den Vorjahren merklich abgenommen hatten. Problematisch ist allerdings, dass die Vielfalt weiter abnimmt. Dies ist auch deshalb problematisch, weil die Vielfalt offensichtlich nicht bloss in den einzelnen Titeln abnimmt, sondern auch in der Medienarena insgesamt. Denn immer mehr Medien teilen dieselben Beiträge (vgl. Kapitel XII). Wir beobachten also weiterhin einen doppelten Vielfaltsverlust.



Darstellung VIII.1: Veränderungen in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2020

Die Darstellung belegt die Veränderungen der Gesamtqualität und in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2020. 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; 2020 n = 17'294). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen sechs Kalenderjahren vorliegen. *Lesebeispiel:* Im Durchschnitt aller erfassten Medientitel nimmt die gemessene Vielfalt von 6,3 im Jahr 2015 auf 5,4 Scorepunkte im Jahr 2020 ab.

Diese Veränderungen lassen sich nochmals detaillierter untersuchen und mit strukturellen Rahmenbedingungen in Beziehung setzen, indem wir bei den einzelnen Dimensionen die dahinter liegenden Indikatoren und Einzelaspekte anschauen.

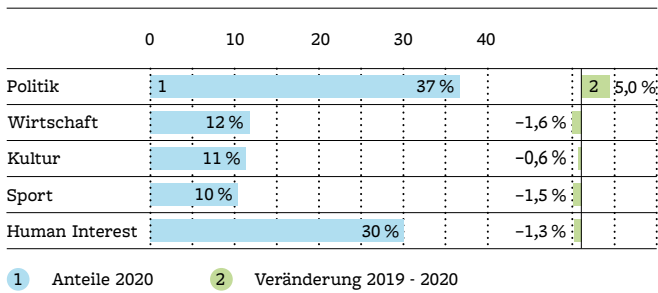
Die Berichterstattung wird im Jahr 2020 merklich relevanter. Dies liegt erstens an der gestiegenen

Akteursrelevanz, d.h. die Medien fokussieren stärker auf gesamtgesellschaftliche Aspekte statt auf Einzelpersonen, und zweitens an der gestiegenen Beitragsrelevanz, d.h. die Medien fokussieren mehr auf Hard News (Politik, Wirtschaft und Kultur) und weniger auf Soft News (Sport und Human Interest). Die grössten Änderungen zeigen sich darin, dass die Medien im Corona-Jahr 2020 auffallend stärker über Politik berichten als in den Vorjahren; allein im Vergleich zu 2019 nimmt der Anteil der Politikberichterstattung um 5 Prozentpunkte zu, während alle anderen Themenbereiche an Bedeutung verlieren (vgl. Darstellung VIII.2). Diese Änderung lässt sich mit grosser Wahrscheinlichkeit auf den Einfluss der Corona-Pandemie zurückführen, die einen Wegfall vie-

Die grössten Änderungen zeigen sich darin, dass die Medien im Corona-Jahr 2020 auffallend stärker über Politik berichten als in den Vorjahren.

ler Sportereignisse oder kultureller Veranstaltungen nach sich zieht und die Bedeutung des politischen Handelns steigert.

Für die Vielfalt bedeutet diese in der Corona-Pandemie feststellbare Fokussierung auf die Politik insgesamt und auf die Schweizer Politik im Speziellen zwei unterschiedliche Dinge. Erstens nimmt 2020 auf der positiven Seite die inhaltliche Vielfalt zu. Die früher festgestellte Orientierung der Medien an Soft News schwächt sich 2020 ab, d.h. es gibt wieder einen breiteren, besser verteilten Mix an verschiedenen Themenbereichen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Human Interest. Freilich wird ein Grossteil der Berichterstattung von der Corona-Pandemie als dem dominanten Oberthema schlechthin bestimmt. Doch innerhalb dieses Oberthemas werden vielfältige Themenbereiche angesprochen, was auch eine frühere Untersuchung spezifisch zur Berichterstattung zur Corona-Pandemie im ersten Halbjahr 2020 zeigte (Eisenegger et al., 2020). Zweitens aber verstärkt auf der negativen Seite die Corona-Pandemie den Trend einer abnehmenden geografischen Vielfalt. In den letzten sechs Jahren nimmt die Bedeutung von Themen und



Darstellung VIII.2: Sphären im Jahresvergleich

Die Darstellung zeigt in den blauen Balken die Anteile der Sphären in der Medienberichterstattung im Jahr 2020 und in den grünen Balken die Veränderung im Jahresvergleich in Prozentpunkten. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2019 n = 20'122, 2020 n = 17'294). Ausgewählt wurden, wie bei Darstellung VIII.1., nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten seit 2015 vorliegen.

Lesebeispiel: Politik ist mit 37% die am meisten thematisierte Sphäre in der Berichterstattung im Jahr 2020; die Anteile haben von 2019 bis 2020 um 5 Prozentpunkte zugenommen.

Ereignissen im Ausland um 8 Prozentpunkte ab, während die Medien immer mehr auf nationale Themen und Ereignisse fokussieren (2020 auch wieder auf lokale und regionale Themen)(vgl. Darstellung VIII.3). 2020 ist diese «Binnenorientierung» klar am stärksten ausgeprägt. Auch sie ist vermutlich Ausdruck der Corona-Pandemie. Dies zeigt sich daran, dass gerade die nationale Politikberichterstattung, aber auch die lokal-regionale Politikberichterstattung 2020 merklich an Bedeutung gewinnen. Die Politikberichterstattung über das Ausland bleibt relativ stabil, was damit bedeutet, dass die internationale Berichterstattung über Wirtschaft, Kultur, Sport und Human Interest im Corona-Jahr 2020 an Bedeutung verliert. Kurz: Die Medien fokussieren während der Pandemie zunehmend auf die nationale Politik, was ein Stück weit mit einer abnehmenden Vielfalt in der Auslandsberichterstattung einhergeht – ein typisches Muster in einer Krisenphase.

Auch bei den Einordnungs- und Interpretationsleistungen gibt es bestimmte Muster. Die Corona-Pandemie und die grosse Unsicherheit, die mit ihr einhergeht, erhöhen das Bedürfnis nach Orientierung und Einordnung. Gleichzeitig führt das rasche Tempo der Corona-Pandemie auch dazu, dass sich Ereignisse überstürzen und oftmals nicht genug Zeit bleibt, diese einzuordnen. Vor diesem Hintergrund

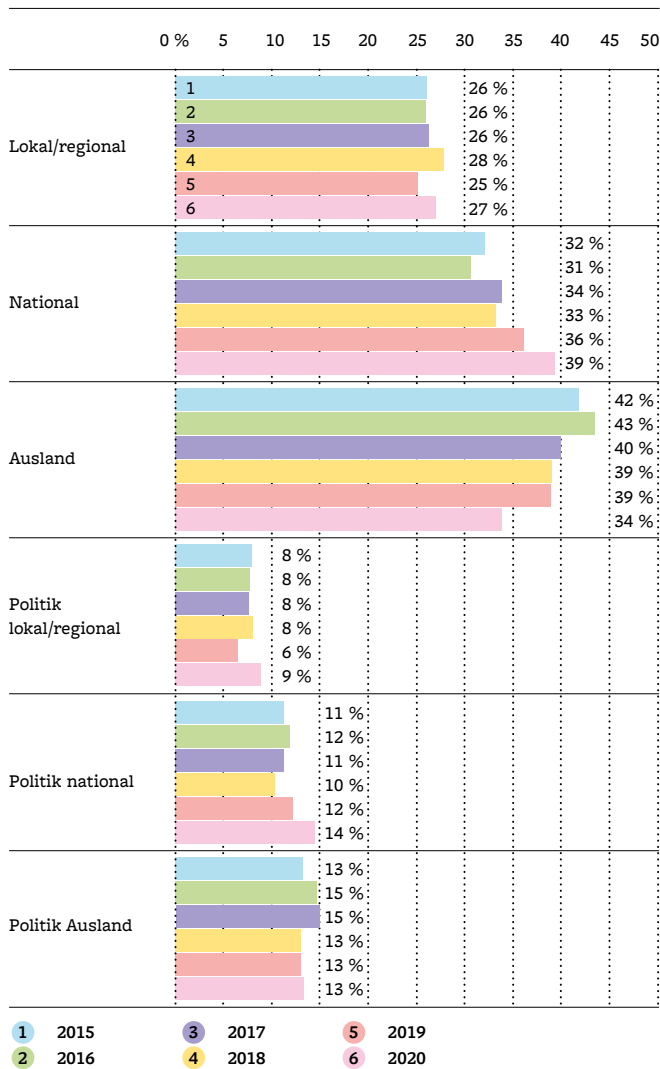
lässt sich ein positiver Befund beobachten: Die Themenorientierung, d.h. die Vermittlung von Hintergründen und das Einordnen in längerfristige Zusammenhänge, nimmt 2020 zum ersten Mal seit Jahren nicht mehr ab. Der Qualitätsscore der Themenorientierung steigt um 0,4 Scorepunkte von 3,5 auf 3,9. Es gibt demnach gerade 2020 wieder etwas bessere Einordnungsleistungen. Dennoch: Dieser positive Befund kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Einordnungsleistungen längerfristig gesehen abgenommen haben. Sie sind 2020 mit 3,9 Scorepunkten immer noch merklich tiefer als 2015 mit 4,7 Punkten.

Bei einem weiteren Aspekt der Einordnungsleistungen, nämlich den Interpretationsleistungen, zeigen sich gemischt-positive Befunde. Obwohl Journalist:innen wegen der Corona-Beschränkungen

Es sind zunehmend Journalist:innen, die Nachrichten selber vermitteln und diese interpretieren, und nicht Agenturen oder Pressedienste.

vermehrt von zuhause arbeiten müssen und möglicherweise weniger Kontakt- und Recherchemöglichkeiten haben, bedeutet dies nicht, dass nun interpretative Beitragsformate an Bedeutung verlieren würden. So gibt es 2020 etwa gleich viele Reportagen, Portraits und Interviews wie in den Vorjahren. Interpretationen in Form von Kommentaren nehmen sogar nochmals leicht zu. Damit nimmt der Anteil an Kommentaren von 2015 bis 2020 zu, wenn auch nur leicht von 4% auf 6%.

Der wichtigste Faktor für zunehmende Interpretationsleistungen aber ist: Nachrichten beruhen mehr auf redaktionellen Leistungen. Es sind zunehmend Journalist:innen, die Nachrichten selber vermitteln und diese interpretieren, und nicht Agenturen oder Pressedienste (vgl. Darstellung VIII.4). Der Anteil an rein redaktionellen Beiträgen steigt von 58% im Jahr 2015 auf 68% im Jahr 2020. Dafür sinken die Anteile von nicht gezeichneten Beiträgen im selben Zeitraum merklich von 16% auf 6%. Beim Umgang mit gezeichnetem Fremdmaterial, also Agenturen, zeigt sich kein einheitliches Bild. Unbearbeitete Beiträge sind 2020, anders als in den letzten paar Jahren, wieder etwas stärker vertreten (13%) als Agentur-Beiträge, die redaktionell bearbeitet werden (10%).



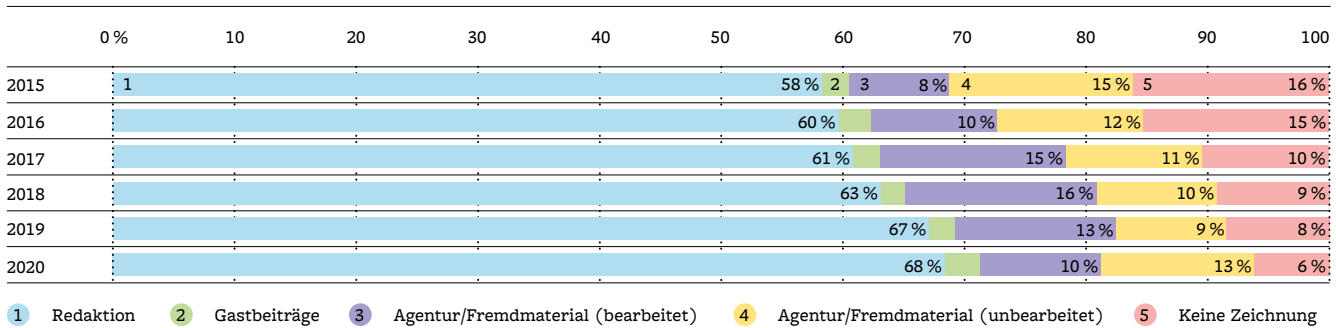
Darstellung VIII.3: Bezugsräume im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Anteile der Bezugsräume in der gesamten Berichterstattung und in der Politikberichterstattung, d.h. Beiträge, die bei der Gesellschaftssphäre als Politik codiert wurden. Bei den Bezugsräumen wurden zur hier dargestellten Kategorie «national» neben Berichten zur Schweiz («national») auch Berichte über bilaterale Bezugsräume («Schweiz - bilateral») mitgezählt. 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 = 22'320; 2016 n = 22'556; 2017 n = 22'529; 2018 n = 20'948; 2019 n = 20'122; 2020 n = 17'294). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen sechs Kalenderjahren vorliegen.

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

Hinter den Gesamtentwicklungen stecken unterschiedliche Entwicklungen und Rahmenbedingungen auf der Ebene der einzelnen Medien, Medienorganisationen und Sprachregionen. Im Durchschnitt greifen Medien in der Suisse romande in 29% der Beiträge auf bearbeitetes oder unbearbeitetes Fremdmaterial zurück – mehr als Medien in der Deutschschweiz und der Svizzera italiana (je 18%) – und diese Anteile haben 2020 nochmals zugenommen. Bezeichnenderweise stammen die drei Titel mit den höchsten Anteilen an solchem Fremdmaterial aus der Suisse romande: *Lematin.ch* (68%), *20minutes.ch* (60%) und *24heures.ch* (56%). Medien in der Svizzera italiana weisen öfter ungezeichnete Beiträge aus (17%) als Medien in der Deutschschweiz (4%) und der Suisse romande (7%), wobei in der Svizzera italiana diese Anteile in den letzten Jahren abgenommen haben. Der Befund, wonach also Medien in den beiden kleineren Sprachregionen im Durchschnitt häufiger auf Agentur- und Fremdmaterial zurückgreifen (oder zumindest ihre Beiträge nicht kennzeichnen), könnte darauf verweisen, dass in den kleineren Sprachregionen weniger Ressourcen für journalistische Eigenleistungen zur Verfügung stehen oder von den Medienhäusern zur Verfügung gestellt werden.

Auch Entscheidungen einzelner Medienhäuser beeinflussen den Umgang mit Agentur- und Fremdmaterial. In der Deutschschweiz kündigen Medienhäuser an, verstärkt in Eigenproduktionen zu investieren. So hat CH Media ihre Zusammenarbeit mit Keystone-SDA seit Anfang 2020 reduziert, d.h. CH Media verzichtet auf Inlandsnachrichten der Keystone-SDA. Auch in den Daten wird ersichtlich, dass der Anteil an Beiträgen mit Fremd- bzw. Agenturmaterial 2020 in Medien wie dem *St. Galler Tagblatt* um rund 10 bis 15 Prozentpunkte abgenommen hat. Bei *20 Minuten* in der Deutschschweiz steht eine Abkehr von der Keystone-SDA Anfang 2021 bevor. Dies ist bemerkenswert, denn 2020 beträgt der Anteil an Agentur- und Fremdmaterial bei *20 Minuten* und seinem Online-Pendant noch mehr als ein Viertel aller Beiträge und damit mehr als der Durchschnitt der Medien. Inwieweit der Wegfall von Beiträgen der Keystone-SDA mit Eigenleistungen oder allenfalls mit anderen Agenturen oder anderem Fremdmaterial kompensiert werden kann, werden Untersuchungen des Kalenderjahres 2021 zeigen.



Darstellung VIII.4: 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 = 22'320; 2016 n = 22'556; 2017 n = 22'529; 2018 n = 20'948; 2019 n = 20'122; 2020 n = 17'294). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen sechs Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Während die Anteile von Gastbeiträgen über die Zeit hinweg mit rund 2% stabil bleiben, nimmt die Zahl der unbearbeiteten Agentur- und Pressedienst-Beiträge von 15% (2015) auf 13% (2020) ab.

Fazit: 2020 steigen in den Schweizer Medien die Professionalität durch einen zunehmenden Verzicht auf Agenturmaterial und die Relevanz und die inhaltliche Vielfalt wegen einer Fokussierung auf nationale Politik statt Softnews während der Corona-Pandemie. Ebenfalls verbessern sich 2020 die Einordnungsleistungen wieder, erreichen aber nicht mehr dasselbe Niveau wie noch vor sechs Jahren. Schliesslich nimmt die geografische Vielfalt weiter ab, weil der Fokus auf lokale, regionale und vor allem nationale Themen und Ereignisse im Corona-Jahr die Auslandsberichterstattung weiter in den Hintergrund drängt.

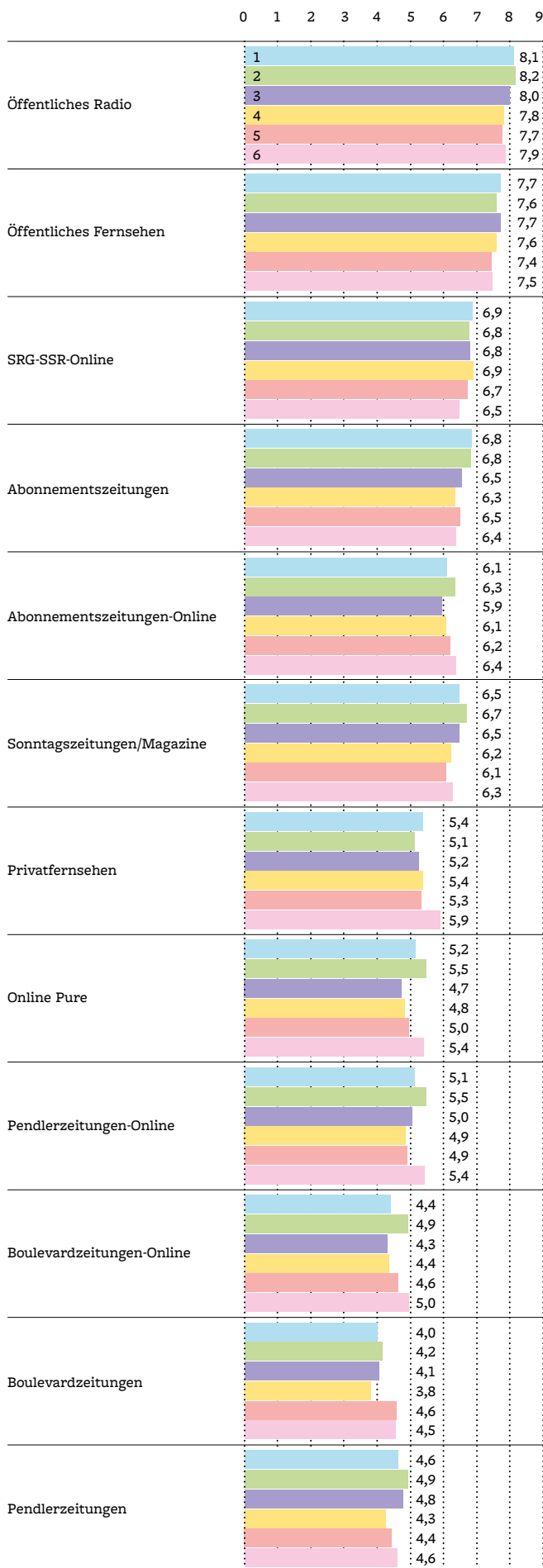
VIII.2.2 Entwicklungen bei den Medientypen

Der Zeitvergleich der gemessenen Gesamtqualität bestätigt in der Tendenz das Bild. Bei 9 von 12 untersuchten Medientypen nimmt die Qualität im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr zu (vgl. Darstellung VIII.5). Die jüngste Qualitätssteigerung führt bei den Informationssendungen des öffentlichen Radios und Fernsehens, bei den Sonntagszeitungen und Magazinen und bei den Online-Pendlerzeitungen dazu, dass der frühere Negativtrend zumindest gebrochen wird. Bei knapp der Hälfte der Typen, nämlich den Abonnementszeitungen-Online, dem Privatfernse-

hen, den Pendlerzeitungen-Online und den Boulevardzeitungen off- und online, können 2020 die besten oder zweitbesten Qualitätswerte in den letzten sechs Jahren erzielt werden.

Bei knapp der Hälfte der Medientypen können 2020 die besten oder zweitbesten Qualitätswerte in den letzten sechs Jahren erzielt werden.

Insgesamt verbessert sich die Qualität eher bei Medientypen mit weiterhin unterdurchschnittlicher Qualität. Diese Medientypen gleichen ihre Qualitätsdefizite ein Stück weit aus, indem sie – gerade 2020 – die Relevanz ihrer Berichterstattung verbessern, z.B. mehr über Politik berichten, oder häufiger Eigenleistungen anbieten als früher. Weiterhin aber sind die Einordnungsleistungen in Form von Hintergrundberichten sehr bescheiden und nehmen, anders als die Relevanz oder die Professionalität, nicht zu. Am anderen Ende des Qualitätsspektrums, nämlich bei den Medientypen mit höherer Qualität, zeigt sich eher das Gegenteil: Trotz Qualitätsverbesserungen im Jahresvergleich kann die früher erzielte Qualität, zum Beispiel bei den Einordnungsleistungen, nicht mehr erreicht werden.



Darstellung VIII.5: Qualitätsveränderungen zwischen 2015 und 2020

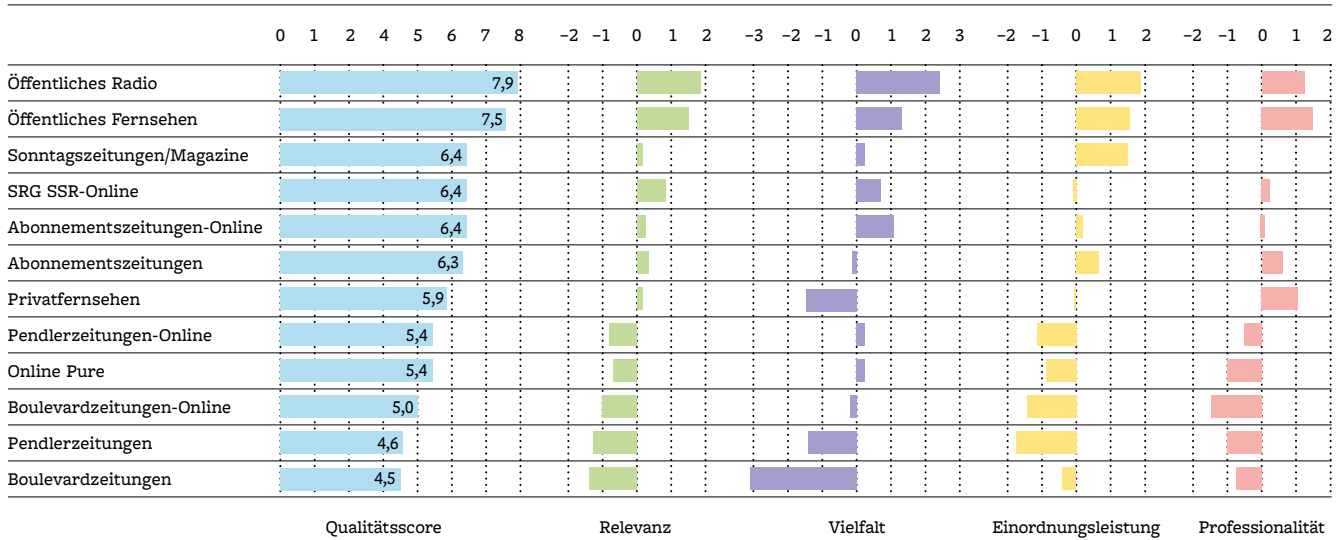
Die Darstellung belegt die Qualitätsveränderung zwischen 2015 und 2020 pro Medientyp. Bei jedem Medientyp wurde der Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel verwendet. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22'320; 2016 n = 22'556; 2017 n = 22'529; 2018 n = 20'948; 2019 n = 20'122; 2020 n = 17'294). Ausgewählt wurden nur diejenigen 55 Medientitel, für die Daten aus allen sechs Kalenderjahren vorliegen. Die Medientypen sind absteigend nach ihrem Qualitätsscore im Jahr 2020 rangiert. *Lesebeispiel:* Der Qualitätsscore einer durchschnittlichen öffentlichen Radionachrichtensendung beträgt im Jahr 2015 8,1 Punkte. 2019 ist der Score dieses Typs mit 7,9 Punkten um 0,2 Scorepunkte tiefer.

VIII.3 Qualität der Medientypen

Im Rahmen dieses *Jahrbuchs Qualität der Medien* wird die Berichterstattungsqualität von 60 reichweitenstarken Schweizer Informationsmedien untersucht, die sich 12 verschiedenen Medientypen zuordnen lassen. Jeder Medientyp 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 in der Schweizer Medienarena. Die Berichterstattungsqualität eines durchschnittlichen Angebots variiert jedoch relativ stark im Typenvergleich (vgl. Darstellung VIII.6).

VIII.3.1 Medientypen im Überblick

Der Durchschnittswert aller Medientypen liegt bei 6,0 von maximal 10 Scorepunkten. Sechs Typen leisten im Vergleich dazu überdurchschnittliche Qualität und sechs Typen liegen unterhalb des Durchschnittswerts. Analog zu den Vorjahren können sich die Typen des öffentlichen Rundfunks trotz gewisser Qualitätsverluste an der Spitze des Typenrankings halten. Die vergleichsweise niedrigen Scores der SRG SSR-Portale im Bereich Einordnungsleistung und Professionalität hängen vermutlich auch mit der ausgeprägten Online-Regulierung zusammen (z.B. Längenkriterium für Beiträge ohne Sendungsbezug), mit welcher der Service public konfrontiert ist. So basieren auf den Portalen rund 4 von 10 Beiträge auf be-



Darstellung VIII.6: Qualitätsscores der Medientypen

Die Darstellung weist die Qualitätsscores für 12 Medientypen aus. 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 (2020 n = 18'695, 60 Medientitel).

Lesebeispiel: Die Newssites der Pendlerzeitungen nehmen im Qualitätsranking der Medientypen mit 5,4 Scorepunkten eine Position unterhalb des Durchschnitts ein. In der Qualitätsdimension Vielfalt schneiden sie aber überdurchschnittlich ab.

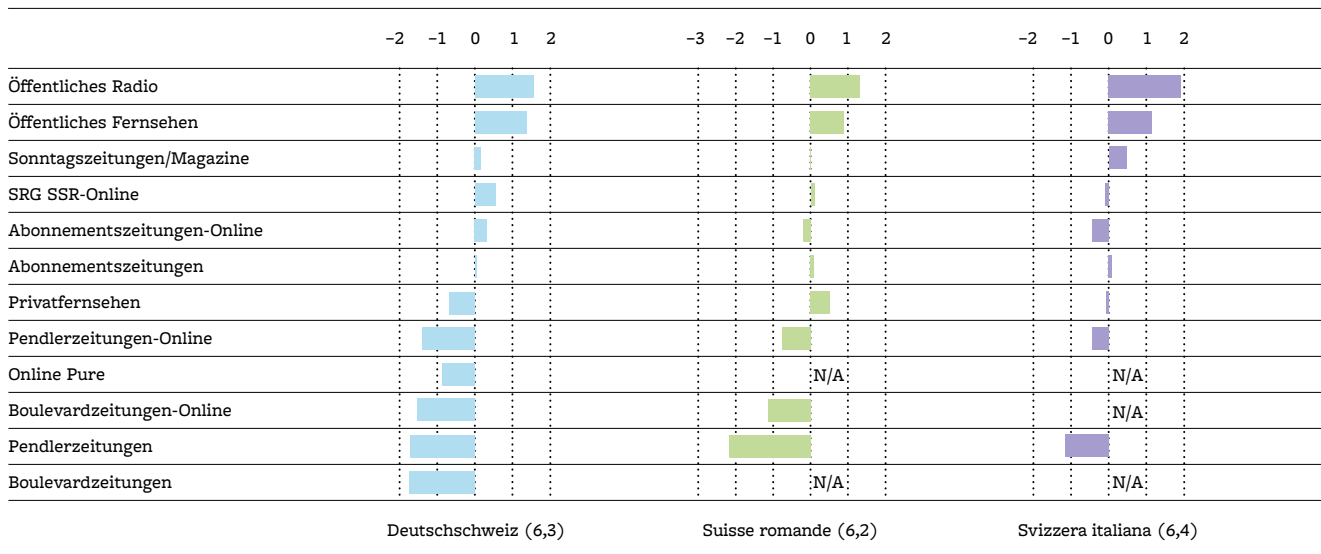
arbeitetem Agenturmaterial. Solche eher kürzeren Beiträge tragen insgesamt zwar zu Relevanz und Vielfalt bei, aber weniger zu den Qualitätsdimensionen Einordnung und Eigenleistungen. Der Anteil an redaktionell bearbeiteten Agenturbeiträgen auf den Online-Portalen der SRG SSR hat im Durchschnitt aber seit 2015 um rund 10 Prozentpunkte abgenommen.

Analog zu den Vorjahren können sich die Typen des öffentlichen Rundfunks trotz gewisser Qualitätsverluste an der Spitze des Typenrankings halten.

Die anderen Medientypen mit überdurchschnittlich hohen Qualitätswerten entstammen dem Pressebereich. Die Sonntagszeitungen und Magazine (6,4) stoppen in der Dimension Einordnungsleistung den Negativtrend und erzielen im Typenvergleich

Spitzenwerte. Gedruckte Abonnementszeitungen (6,3) und die Abo-Newssites (6,4) weisen insgesamt ähnlich gute Qualitätswerte auf, auch weil sich die Inhalte von gedruckten und Online-Ausgaben zu einem wesentlichen Teil überlappen. Trotzdem ist es nach wie vor so, dass in gedruckten Abonnementszeitungen verhältnismässig mehr einordnende und relevante Beiträge zu finden sind als auf den Abo-Newssites. Doch gerade im Bereich der geografischen Vielfalt haben gedruckte Abonnementszeitungen an Qualität eingebüsst, während Abo-Newssites sich hier klar gesteigert haben.

Knapp unterhalb des Qualitätsdurchschnitts befindet sich das Privatfernsehen mit 5,9 Scorepunkten. Das Privatfernsehen schneidet zwar in punkto Professionalität besser ab als der Durchschnitt, doch zeigen sich beim Privatfernsehen grössere Qualitätsdefizite in der Vielfalt. Dafür ist die Berichterstattung im Privatfernsehen im letzten Jahr relevanter geworden, möglicherweise als Ausdruck der veränderten Themen- und Ereignislage. Ebenfalls unter dem Durchschnitt liegt der Online-Pure-Player *wat-*



Darstellung VIII.7: Abweichung der Berichterstattungsqualität in drei Sprachregionen

Die Darstellung zeigt pro Sprachregion und pro Medientyp die Abweichung der schweizweiten Gesamtqualität. Datengrundlage bilden alle Beiträge aus der Zufallsstichprobe der Qualitätsanalyse 2020 für die 58 Medientitel der drei untersuchten Sprachregionen ($n = 18'279$).

Lesebeispiel: Im sprachregionalen Vergleich erzielen die Medientypen aus der Svizzera italiana einen relativ hohen Qualitätswert (6,4 Scorepunkte). Vier Medientypen erzielen im schweizweiten Typenvergleich eine überdurchschnittliche Qualität. Drei Medientypen, die vor allem in der Deutschschweiz eine unterdurchschnittliche Qualität aufweisen, kommen in der Svizzera italiana nicht vor.

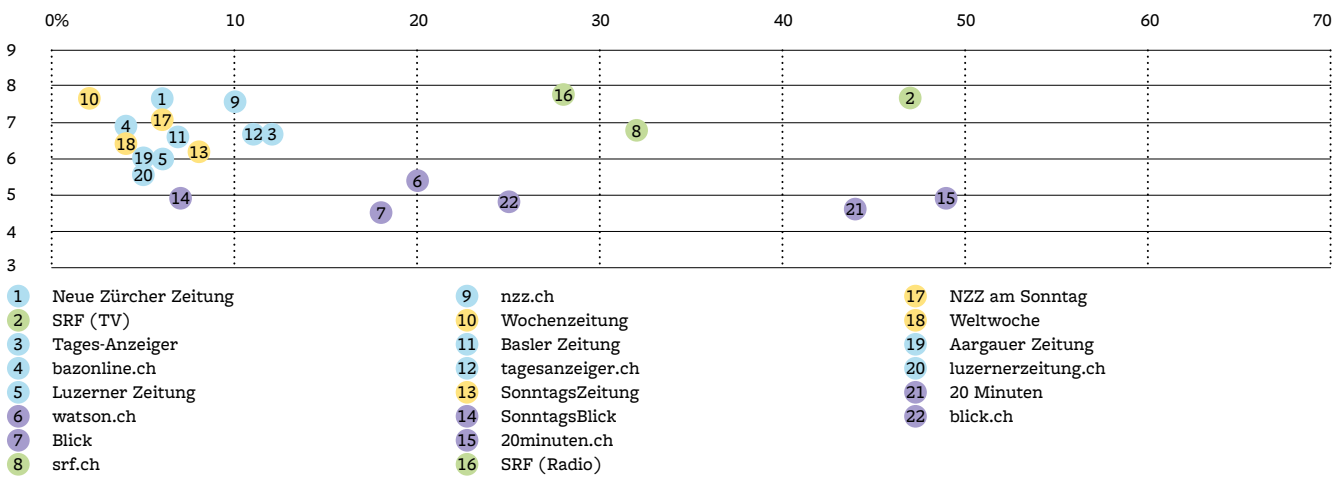
son.ch (5,4), der sich im Vergleich zu den Pendler- und Boulevardzeitungen aber nicht mehr – anders als in den Vorjahren – über mehr Einordnungsleistung charakterisiert. Die Boulevard- und Pendlermedien online und offline schneiden in fast allen Qualitätsdimensionen unterdurchschnittlich ab, obwohl sich mehrere von ihnen im Corona-Jahr wegen der zunehmenden Fokussierung auf Politik im Bereich der Relevanz verbessert haben. Die mittlerweile schweizweit einzige gedruckte Boulevardzeitung *Blick* (4,5) weist insgesamt die geringste Qualität auf und kann sich 2020 nur noch eingeschränkt gegenüber den gedruckten Pendlermedien (4,6) mit (leicht) besseren Einordnungsleistungen profilieren.

VIII.3.2 Medientypen in den Sprachregionen

Die 12 verschiedenen Medientypen leisten also einen unterschiedlich starken Beitrag zur Qualität. Diese Qualitätsunterschiede sind auch deshalb von Bedeutung, weil die Medientypen nicht im gleichen Mass

in den Sprachregionen vorkommen. Ein solcher umfassender Blick auf die verschiedenen Medientitel und Medientypen in den Sprachregionen zeigt gewissermaßen die Informations-Umwelten («information environments», vgl. Cushion, 2021), also welche Qualität die sprachregionalen Arenen mit den verschiedenen Medien insgesamt anbieten. Wie Darstellung VIII.7 zeigt, sind die Qualitätsunterschiede zwischen den Regionen relativ gering. Wie im Vorjahr stellt die Svizzera italiana mit 6,4 Scorepunkten im Schnitt das beste Angebot bereit, gefolgt von der Deutschschweiz (6,3) und der Suisse romande (6,2). Die rätoromanische Schweiz wird hier weggelassen, weil mit dem neu erfassten Titel *rtr.ch* nur ein Medium vorliegt.

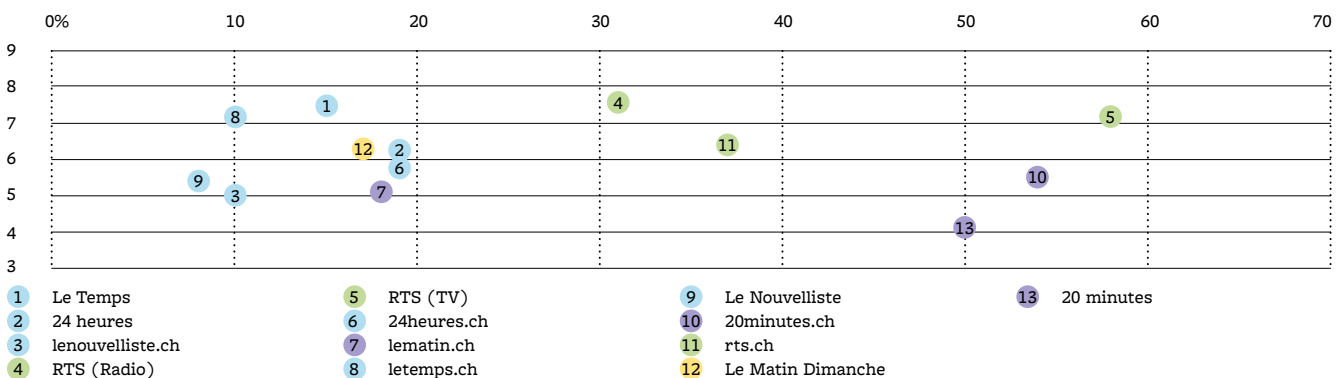
Dass die Medienqualität ausgerechnet in der kleinsten Sprachregion am höchsten ist, könnte auf den ersten Blick als Widerspruch aufgefasst werden. Denn weiter oben wurde unter anderem beschrieben, dass einzelne Titel in den kleineren Sprachregionen offenbar weniger Ressourcen haben und mehr auf Agentur- und Fremdmaterial zurückgreifen. Doch auf den zweiten Blick zeigt sich, dass die höhe-



Darstellung VIII.8: Berichterstattungsqualität und Reichweite in der Deutschschweiz

Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (y-Achse) und die Nutzung «letzte Woche» (x-Achse) ausgewählter Medientitel in der Deutschschweiz. Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge aus der Zufallsstichprobe der Qualitätsanalyse 2020 (n = 7'828, 26 Medientitel). Datengrundlage für die Reichweite sind die Befragungsdaten aus dem *Digital News Report 2021* (Reuters Institute, 2021). Für SRF (TV) und SRF (Radio) wurde bei der Medienqualität jeweils der Mittelwert der Scores von zwei Informationssendungen verwendet und 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 (44% resp. 49% der Befragten). Gleichzeitig ist ihre Gesamtqualität mit 4,6 resp. 4,9 Scorepunkten unterdurchschnittlich.



Darstellung VIII.9: Berichterstattungsqualität und Reichweite in der Suisse romande

Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (y-Achse) und die Nutzung «letzte Woche» (x-Achse) ausgewählter Medientitel in der Suisse romande. Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge aus der Zufallsstichprobe der Qualitätsanalyse 2020 (n = 4'171, 13 Medientitel). Datengrundlage für die Reichweite sind die Befragungsdaten aus dem *Reuters Institute Digital News Report 2021* (Reuters Institute, 2021). 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 (50% resp. 54% der Befragten). Gleichzeitig ist ihre Gesamtqualität mit 4,1 resp. 5,5 Scorepunkten unterdurchschnittlich.

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Abonnementszeitungen-Online	6,4	5,8	6,2	5,5	7,9
nzz.ch	7,6	6,9	8,7	6,4	8,4
letemps.ch	7,2	6,2	8,7	6,4	7,5
bazonline.ch	6,9	5,9	7,2	6,5	8,2
tagesanzeiger.ch	6,7	5,5	6,9	6,3	8,0
bernerzeitung.ch	6,6	5,6	6,2	6,1	8,4
24heures.ch	6,0	5,9	7,2	4,2	7,0
tagblatt.ch	5,9	5,9	3,7	5,7	8,3
luzernerzeitung.ch	5,9	5,7	3,7	5,7	8,5
cdt.ch	5,8	5,5	6,2	4,2	7,4
lenouvelliste.ch	5,0	5,2	3,7	3,6	7,5
Sonntagszeitungen/Magazine	6,4	5,8	5,4	6,8	7,8
Wochenzeitung	7,7	7,2	6,4	9,0	8,2
NZZ am Sonntag	7,1	6,3	7,1	6,8	8,1
Il Caffè	6,7	6,7	7,4	5,3	7,5
Weltwoche	6,7	5,7	5,3	8,9	6,9
Le Matin Dimanche	6,3	5,2	5,1	6,1	8,6
SonntagsZeitung	6,2	5,6	5,0	6,0	8,3
Schweiz am Wochenende	5,9	5,2	3,6	7,1	7,9
SonntagsBlick	4,9	4,4	3,0	5,2	7,1
Abonnementszeitungen	6,3	5,9	5,0	6,0	8,5
Neue Zürcher Zeitung	7,7	6,8	8,3	7,0	8,7
Le Temps	7,5	7,1	7,4	7,1	8,4
Der Bund	6,8	5,9	6,5	6,2	8,5
Tages-Anzeiger	6,7	5,6	6,1	6,5	8,7
Basler Zeitung	6,6	6,2	6,1	5,8	8,2
Corriere del Ticino	6,3	6,5	5,8	5,6	7,5
24 heures	6,2	5,7	4,5	6,0	8,5
Aargauer Zeitung	6,0	5,6	4,0	5,7	8,7
Berner Zeitung	6,0	5,4	4,2	5,6	8,6
Luzerner Zeitung	5,9	6,1	2,7	5,8	9,0
St. Galler Tagblatt	5,7	5,2	2,8	6,1	8,7
Südostschweiz	5,6	5,3	3,7	4,9	8,3
Le Nouvelliste	5,4	5,5	2,7	5,3	8,3
Pendlerzeitungen-Online	5,4	4,8	5,4	4,1	7,4
tio.ch	5,8	5,2	6,1	4,4	7,7
20minutes.ch	5,5	5,2	6,1	3,9	6,9
20minuten.ch	4,9	3,9	4,0	4,1	7,5
Online Pure	5,4	4,9	5,4	4,4	6,9
watson.ch	5,4	4,9	5,4	4,4	6,9
Boulevardzeitungen-Online	5,0	4,6	4,9	3,8	6,4
lematin.ch	5,1	5,1	6,0	3,1	6,4
blick.ch	4,8	4,2	3,9	4,6	6,4

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Pendlerzeitungen	4,6	4,3	3,7	3,5	6,9
20 minuti	5,1	5,1	4,4	3,8	7,3
20 Minuten	4,6	3,6	2,7	4,1	7,8
20 minutes	4,1	4,3	4,1	2,6	5,5
Boulevardzeitungen	4,5	4,2	2,0	4,9	7,1
Blick	4,5	4,2	2,0	4,9	7,1

Tabelle VIII.1: Qualitätsscores von Presstiteln und Onlinependants

Die Tabelle 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 2020 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt wurden (n = 14'919).

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

re Qualität in der Svizzera italiana primär deshalb zustande kommt, weil dort qualitätsschwächere Medientypen fehlen, die in der Deutschschweiz und teilweise auch in der Suisse romande verbreitet sind. Dass wiederum in der Svizzera italiana Boulevardmedien und Online-Pure-Player fehlen, die als werbefinanzierte Medien auf eine hohe Reichweite und damit grössere Medienmärkte angewiesen sind, bestätigt das Argument der unterschiedlich hohen Ressourcen in Medienmärkten. Änderungen wären nur dann zu erwarten, wenn ein grösseres Deutschschweizer Medienhaus ein neues Partnermedium lancieren würde, wie Tamedia 2011 mit *20 minuti*. Bezeichnenderweise treten in der Suisse romande mit *blick.ch/fr* und *watson.ch/fr* 2021 zwei neue Medientitel in Erscheinung, deren Deutschschweizer Partnermedien über eine unterdurchschnittliche Qualität verfügen und die auch wegen der Möglichkeit nationaler Werbepools lanciert werden.

Das sprachregional unterschiedlich ausgeprägte Qualitätsangebot lässt sich weiter mit der Mediennutzung in Beziehung setzen (vgl. Darstellungen VIII.8 und VIII.9). Hier werden die Qualitätswerte derjenigen Titel dargestellt, für die auch Nutzungsdaten aus der Befragung im *Reuters Institute Digital News Report 2021* vorliegen (Reuters, 2021). Der *Reuters Institute Digital News Report* erfasst nur die Deutschschweiz und die Suisse romande, liefert aber Zahlen, die über die Gattungen hinweg vergleichbar sind. 2'000 Personen in der Deutschschweiz und Suisse romande wurden Anfang 2021 gefragt, welche

Medien sie in der «letzten Woche» zu Newszwecken genutzt hatten. Die Befragten konnten aus vorgegebenen Listen einmal für den Bereich von Offline-Medien (Presse, Radio, Fernsehen) und einmal für den Bereich von Online-Medien 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 online als auch die Boulevard- und Pendlermedien mit ihren qualitativ eingeschränkten Titeln. Eine weitere Gemeinsamkeit der beiden Sprachregionen: Es gibt 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 *24heures* und *Le Temps* in der Suisse romande. *NZZ* (online) und *Le Temps* (offline und online) erreichen als qualitativ beste Abonnementsmedien Reichweiten von immerhin rund 10%. Und *Tages-Anzeiger* und *24heures* vermögen als Abonnementsmedien noch höhere Reichweiten zu erzielen, gerade in der Suisse romande – und dies mit einer Qualität, die zwar nicht an die Spitzen-

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

Tabelle VIII.2: Qualitätsscores von Rundfunktiteln

Die Tabelle zeigt die Qualitätsscores für 19 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 2020 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt wurden ($n = 3'776$).

Lesebeispiel: Das *Echo der Zeit* nimmt im Qualitätsranking mit einem Scorewert von 8,2 den Spitzenplatz ein. Auch in der Qualitätsdimension Relevanz erzielt das *Echo der Zeit* von allen Rundfunktiteln die höchsten Werte.

reiter herankommt, aber immer noch überdurchschnittlich ist.

VIII.4 Qualität der Medientitel

Wesentliche Qualitätsunterschiede zeigen sich zwischen den Medientypen, wie sie oben in Kapitel VIII.2 beschrieben werden. Gleichzeitig gibt es auch innerhalb von Medientypen teilweise beachtliche Unterschiede, vor allem bei den Wochenmedien, den Abonnementsmedien (gedruckt und on-

line) sowie beim Privatfernsehen. Boulevard- und Pendlermedien sowie der öffentliche Rundfunk in den drei Sprachregionen (Fernsehen, Radio, online aber nur bedingt) erweisen sich als relativ homogen, was die Qualität betrifft.

Die detaillierten Qualitätswerte sind für den Bereich von Pseudotiteln und ihren Onlinependants in Tabelle VIII.1 und für den Bereich von Rundfunktiteln in Tabelle VIII.2 verzeichnet.

VIII.4.1 Qualität der Presse- und Onlinetitel

Auch 2020 bestätigt sich das Bild, welche Titel innerhalb ihrer Typen die beste Qualität erzielen: *NZZ* und *Le Temps* sowie ihre Onlinependants bei den Abonnementsmedien, *WoZ* und *NZZ am Sonntag* (aber *Il Caffè* nur noch teilweise) bei den Sonntagszeitungen und Magazinen sowie *20 minuti | tio.ch* bei den Pendlermedien.

Zudem können sich folgende Medien im Zeitverlauf dadurch profilieren, dass sich ihre gemessene Qualität seit 2015 merklich verbessert: *Blick* und *blick.ch* zeichnen sich im Vergleich zu anderen Boulevard- und Pendlermedien mittlerweile durch relativ solide Einordnungsleistungen aus. Mehrere Abo-Newssites haben sich verbessert, darunter *tagesanzeiger.ch* oder *bazonline.ch*, die in allen Dimensionen überdurchschnittlich gut abschneiden. Auch die Newssites von CH Media, *luzernerzeitung.ch* und *tagblatt.ch*, haben sich seit 2015 verbessert, doch ist bei ihnen die Vielfalt eingeschränkt. Auf der anderen Seite müssen mehrere gedruckte Zeitungen, darunter *Le Nouvelliste* und *Südüostschweiz*, seit 2015 klare Qualitätsverluste hinnehmen und weisen mittlerweile unterdurchschnittliche Vielfalts- und Einordnungswerte auf.

VIII.4.2 Qualität der Rundfunktitel

Auch im Rundfunkbereich bestätigen die Werte aus dem Kalenderjahr 2020 die Resultate der Vorjahre: Im Durchschnitt erzielen die ressourcenstarken Informationssendungen des öffentlichen Rundfunks regelhaft höhere Qualitätswerte als jene des Privatfernsehens (vgl. Tabelle VIII.2). Die Logiken der Gattungen zeigen sich im Vergleich des Angebots von *SRF*, *RTS* und *RSI*: Die Radiotitel schneiden in der Tendenz besser ab als Fernsehtitel, und beide traditionellen Gattungen weisen eine höhere Qualität auf als die digitalen Kanäle mit den Newssites. Aber auch für die öffentlichen Radio- und Fernsehtitel gilt: Ihre Qualität hat tendenziell abgenommen. Besonders betroffen ist die geografische Vielfalt, die im Corona-Jahr 2020 stark abgenommen hat mit der Fokussierung auf Vorgänge im Inland. Die Einordnungsleistungen haben sich bei mehreren Sendungen des öffentlichen Rundfunks 2020 verbessert,

nachdem sie in den Vorjahren abgenommen hatten.

Kein klares Muster zeigt sich bei den Online-Angeboten der *SRG SSR*: Anders als bei den Radio- und Fernsehtiteln nimmt im Corona-Jahr die geografische Vielfalt nicht ab, dafür aber die inhaltliche Vielfalt. Zudem lassen sich auf den Online-Portalen immer weniger Beiträge beobachten, die auf (bearbeitetes) Agenturmaterial zurückzuführen sind, d.h. die Interpretationsleistungen und die Professionalität steigen. Doch gleich wie bei den Radio- und Fernsehtiteln sinkt tendenziell die Vermittlung von Hintergrundinformationen (Themenorientierung). Die 2020 zum ersten Mal untersuchten Angebote *swissinfo.ch* und *rtr.ch* zeigen, dass das Qualitätsspektrum ziemlich breit ist. *swissinfo.ch* auf der einen Seite profiliert sich mit einem relativ hohen Qualitätsscore von 7,2 vor allem wegen einer relevanten Berichterstattung und der Vermittlung von Hintergründen. Dies ist insofern erklärbar, als *swissinfo.ch* in seinem publizistischen Profil nicht in erster Linie auf die Vermittlung von tagesaktuellen Nachrichten abzielt. *rtr.ch* in der *Svizra rumantscha* auf der anderen Seite kann als kleinstes bzw. ressourcenschwächstes öffentliches Online-Angebot zwar nicht mit der Qualität von *swissinfo.ch* und *srf.ch* mithalten, aber in den Dimensionen Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität mit den Online-Pendants von *RTS* und *RSI*.

Informationssendungen des untersuchten Privatfernsehens, das mit Ausnahme von *TeleZüri* zum Service public verpflichtet ist und einen wesentlichen Teil des Einkommens über Gebühren erhält, können insgesamt nicht mit der Qualität des öffentlichen Fernsehens mithalten. Doch vor allem *Léman Bleu* schafft es, zumindest in manchen Dimensionen fast ähnlich gute Werte zu erzielen, nämlich bei der Professionalität und teilweise auch bei den Einordnungsleistungen. Dass es sich um einen ressourcenmässig relativ kleinen Fernsehsender handelt, zeigt, dass auch mit weniger Kapital solide Qualitätswerte erzielt werden können. Das klarste Gegenbeispiel ist *Tele M1*, das trotz eines höheren Budgets von allen untersuchten Privatfernsehsendern die tiefste Qualität aufweist, vor allem im Bereich der Relevanz und der Vielfalt. Mehr Gebühren führen also nicht unbedingt zu mehr Qualität. Daten aus dem Kalenderjahr 2018 des Forschungsinstituts Publicom zeigen zudem, dass *Tele M1* und sein Schwestersender *Tele-*

bärn wöchentlich nicht einmal genügend Sendeminuten an relevanten Regionalinformationen produzieren, die laut Konzession vorgeschrieben sind (vgl. Brändli et al., 2019). Damit kann wie schon in den früheren Jahrbüchern festgehalten werden: Entscheidend ist auch der Wille, einen Service public anzubieten.

Gleichzeitig hat sich die Qualität von *Tele M1* im Jahresvergleich 2019 bis 2020 aber merklich verbessert; so ist die Berichterstattung mit deutlich höheren Anteilen an Politik als im Vorjahr relevanter und sachlicher geworden. Die Einordnungsleistungen in Form von Hintergrundberichterstattung (Themenorientierung) haben aber nochmals abgenommen. Damit bietet *Tele M1*, wie auch seine Schwestersender *Telebärn* und *TeleZüri* und wie auch *Tele Ticino*, zumindest in seiner Hauptnachrichtensendung weniger Kontext und weniger Hintergründe als *Tele 1* und *Léman Bleu*. Ob die verbesserte Qualität 2020 letztlich ein Resultat der veränderten Themen- und Ereignislage ist – mehr Politikereignisse, weniger Sportereignisse – oder ob sich dahinter veränderte publizistische Strategien niederschlagen, kann erst mit einer Untersuchung nach dem Ende der Corona-Pandemie geklärt werden.

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*. Publicom AG. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/studien/programmanalysen-regional-tv.html>

Cushion, S. (2021). Are public service media distinctive from the market? Interpreting the political information environments of BBC and commercial news in the United Kingdom. *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/02673231211012149>

Eisenegger, M., Oehmer, F., Udris, L. & Vogler, D. (2020). *Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie*. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera* (S. 29–48). Schwabe.

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

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2019). *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*. Schwabe.

fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2020). *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*. Schwabe.

Rauchfleisch, A., Vogler, D. & Eisenegger, M. (2020). *Wie das Coronavirus die Schweizer Twitter-Communitys infizierte*. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera* (S. 61–75). Schwabe.

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

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. <http://www.digitalnewsreport.org>

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>
