

## V.1 Zusammenfassung

Medien operieren einerseits vor dem Hintergrund der Nachrichtenlage: So spielten 2023 sowohl nationale Ereignisse wie Parlaments- und Bundesratswahlen als auch die Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten eine grosse Rolle. Andererseits sind Medien in längerfristige Strukturen eingebunden, zu denen Geschäftsmodelle und publizistische Strategien gehören. Solche Strukturen unterscheiden sich je nach Medientyp und Medienorganisation – doch gemeinsam ist den meisten, dass sich die Ressourcen- und Finanzierungslage verschlechtert hat. In diesem Kapitel wird die Qualitätsentwicklung in der Medienarena Schweiz beschrieben. Dabei werden sowohl die Medienarena als Ganzes als auch einzelne Medientypen und Medientitel untersucht und die Entwicklungen und Muster in den einzelnen Qualitätsdimensionen aufgezeigt (vgl. Kapitel [Methodik](#)).

Die Daten zeigen, dass die Medienqualität insgesamt in einem positiven Bereich liegt (6,3), aber im Vorjahresvergleich leicht abgenommen hat (-0,2). Damit wurde die positive Entwicklung gestoppt, die 2020 eingesetzt hatte. Die Krisenereignisse der jüngeren Zeit – die Coronavirus-Pandemie und der Krieg in der Ukraine – sind allerdings mitverantwortlich, dass sich die Medien hinsichtlich ihrer Relevanz laufend verbessern und zunehmend auf relevante Themenbereiche wie die Politik fokussieren. So nimmt die Relevanz im Vergleich zu 2015 um rund einen Scorepunkt zu und verbesserte sich auch im jüngsten Untersuchungsjahr leicht (+0,1). Positiv mit Blick auf die Ressourcenproblematik ist zudem, dass die Einordnungsleistungen auch 2023 höher sind als zu Beginn der Messung 2015. Sie gehen allerdings im Jahresvergleich leicht zurück (-0,2). Die Vielfalt ist weiterhin die Dimension mit den langfristig deutlichsten Qualitätsverlusten. Sie liegt 2023 rund einen Scorepunkt tiefer als 2015, mit einem leichten Rückgang im Jahresvergleich (-0,1). Schliesslich zeigt sich jüngst eine markante Abnahme in der Professionalität (-0,6). Aufgrund der zunehmenden Emotionalisierung von Beiträgen sind die Qualitätswerte in diesem Bereich auf dem niedrigsten Stand seit 2015.

Gesamthaft stehen auch 2023 Angebote des reichweitestarken öffentlichen Rundfunks aus Radio und Fernsehen an der Spitze der Qualität, auch wenn einige seiner Titel an Qualität einbüßen. Die ebenfalls reichweitestarken Angebote von Boulevard- und Pendlermedien schneiden in der Gesamtqualität schlechter ab als andere Medientypen. Bei ihnen zeigen sich im Jahresvergleich einerseits Qualitätsverschlechterungen, andererseits langfristige Qualitätsverbesserungen – vermutlich ein Resultat sowohl der Nachrichtenlage als auch geänderter publizistischer Strategien. Langfristig gleichen sich also die vormals sehr unterschiedlichen Medientypen ein Stück weit an.

## V.2 Entwicklungen der Medienqualität

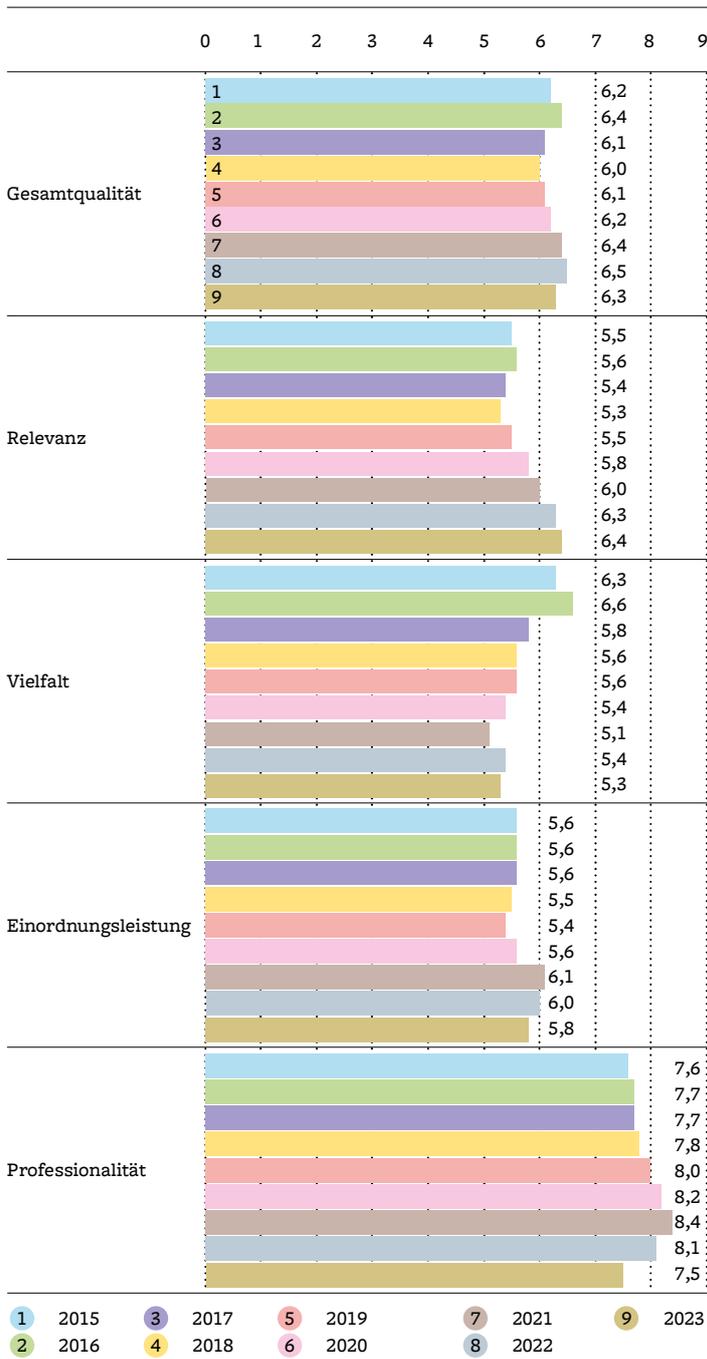
In diesem Kapitel steht die Entwicklung der Medienqualität über die Zeit im Zentrum. Wir untersuchen sie anhand von 54 Informationsmedien aus 12 Medientypen, für die Daten aus allen Kalenderjahren seit 2015 vorliegen.

### V.2.1 Entwicklungen der Gesamtqualität

Über alle Medientypen hinweg betrachtet zeigt sich zumindest im letzten Jahr eine leicht negative Entwicklung bei der Medienqualität (vgl. Darstellung [V.1](#)). Insgesamt nimmt die Gesamtqualität 2023 im Jahresvergleich um 0,2 Scorepunkte ab und bricht damit den Trend, der seit der Coronavirus-

Pandemie zu einer Qualitätsverbesserung geführt hatte.

Hinter diesem insgesamt positiven Trend stehen gegenläufige Entwicklungen bei den Qualitätsdimensionen: sowohl kurzfristige als auch längerfristige. Positiv ist, dass die Relevanz wie schon die Vorjahre auch 2023 weiter zunimmt (+0,1) – sie erreicht 2023 den höchsten Wert in den letzten neun Jahren. Positiv ist ebenfalls, dass die Einordnungsleistungen auch 2023 höher sind als zu Beginn der Messung 2015. Sie gehen allerdings im Jahresvergleich nochmals leicht zurück (-0,2). Die Vielfalt ist weiterhin die Dimension mit den langfristig deutlichsten Qualitätsverlusten. Sie liegt 2023 rund 1 Scorepunkt tiefer als 2015, mit einem leichten Rückgang im Jahresvergleich (-0,1). Neben dieser teilweise eingeschränkten Vielfalt in den einzelnen



**Darstellung V.1: Veränderungen in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2023**

Die Darstellung macht die Veränderungen der Gesamtqualität und in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2023 sichtbar. Die Qualitätsscores stellen den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel dar. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22'032; 2016 n = 22'226; 2017 n = 22'260; 2018 n = 20'669; 2019 n = 19'861; 2020 n = 17'024; 2021 n = 16'974; 2022 n = 17'013; 2023 n = 16'861). Wir wählten nur diejenigen 54 Medientitel aus, für die Daten aus allen 9 Kalenderjahren vorlagen.

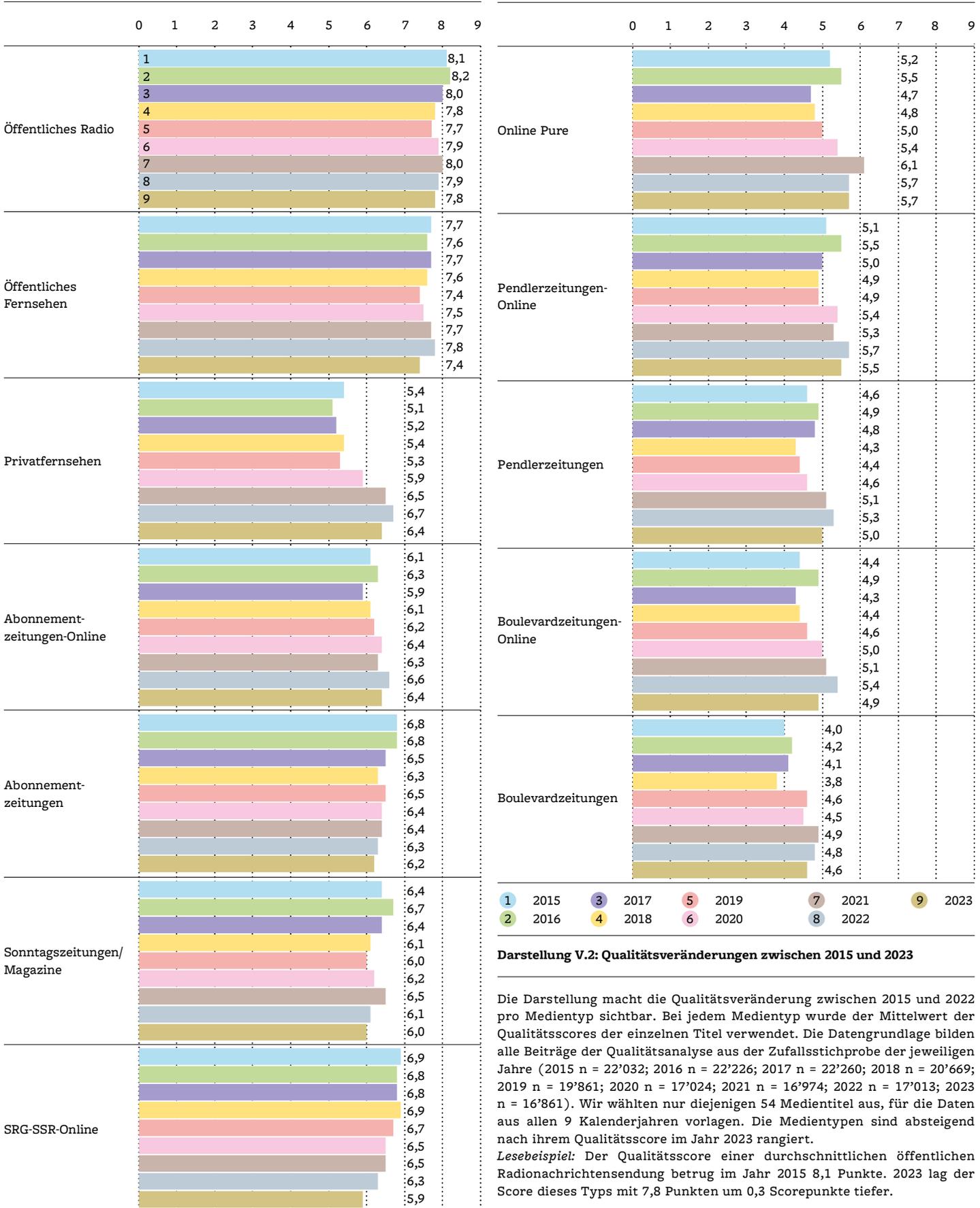
*Lesbeispiel:* Im Durchschnitt aller erfassten Medientitel nimmt die gemessene Vielfalt von 6,3 im Jahr 2015 auf 5,3 Scorepunkte im Jahr 2023 ab.

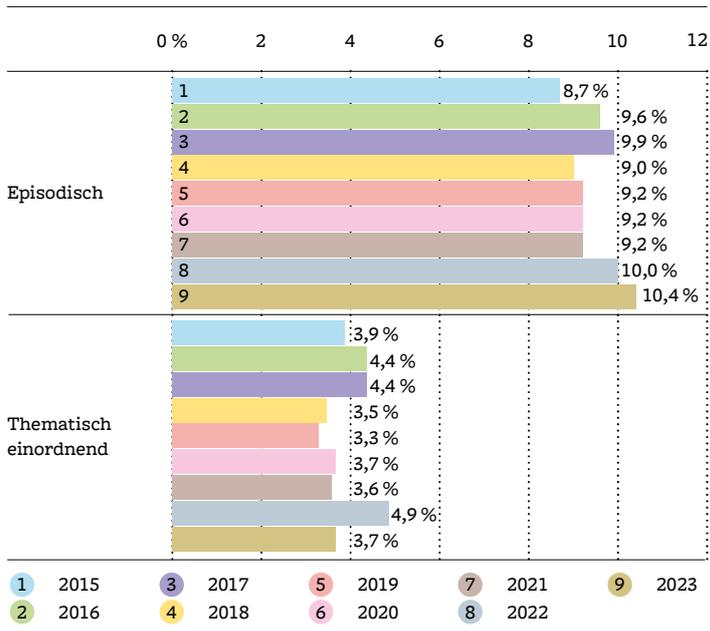
Titeln gibt es zusätzlich eine eingeschränkte Vielfalt in der Medienarena, denn immer mehr Medien teilen untereinander dieselben Beiträge (vgl. Kapitel IX. [Medienkonzentration](#)). Es gibt nach wie vor einen doppelten Vielfaltsverlust. Schliesslich zeigt sich 2023 ein markanter Rückgang in der Professionalität. Der Rückgang im Jahresvergleich (-0,6) erweist sich als stark: 2023 ist das Jahr mit den tiefsten Qualitätswerten in der Qualitätsdimension Professionalität.

Im direkten Jahresvergleich kann mit Ausnahme des Typs Online Pure kein Medientyp die Qualität halten (vgl. Darstellung V.2). Besonders stark zurück geht die Gesamtqualität im letzten Jahr beim öffentlichen Fernsehen (-0,4), bei den Newssites der SRG SSR (-0,4) und beim Typ Boulevard-Online (-0,5). Einige Medientypen weisen Qualitätsverschlechterungen im längerfristigen direkten Vergleich mit 2015 auf: Dazu gehören das öffentliche Radio und, mit stärkeren Schwankungen, das öffentliche Fernsehen (mit einem Höchstwert 2022 und einem Tiefstwert 2023), die allerdings nach wie vor an der Spitze der Medientypen liegen. Auch gedruckte Abonnementzeitungen (im Gegensatz zum Typ Abonnementzeitungen-Online), die Newssites der SRG SSR und der Typ Sonntagszeitungen/Magazine erleiden langfristig eher Qualitätsverluste. Langfristig verbessern sich die Pendler- und Boulevardzeitungen im Online- und Offlinebereich, der Typ Online Pure, die Newssites von Abonnementzeitungen und vor allem das (regionale) Privatfernsehen. Zusammengefasst lässt sich zwischen den Medien eine gewisse Angleichung in der Gesamtqualität beobachten: Während sich bei den qualitätsstarken Typen die Qualität langfristig tendenziell verschlechtert, gibt es bei den qualitätsschwächeren Typen eine Verbesserung.

## V.2.2 Entwicklungen bei den Qualitätsdimensionen

Diese Qualitätsentwicklungen lassen sich detaillierter untersuchen und mit strukturellen Rahmenbedingungen in Beziehung setzen. Dafür betrachten wir die hinter den einzelnen Dimensionen liegenden Indikatoren und Einzelaspekte.





**Darstellung V.3: Einordnungsleistung in der Politikberichterstattung über das Ausland im Zeitverlauf**

Die Darstellung zeigt die Anteile von Beiträgen, die über Politik im Ausland berichten und dabei unterschiedliche Grade von Themenorientierung (Einordnung) aufweisen. Die Anteile stellen den Mittelwert der Anteile in den einzelnen Titeln dar. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 22'032; 2016 n = 22'226; 2017 n = 22'260; 2018 n = 20'669; 2019 n = 19'861; 2020 n = 17'024; 2021 n = 16'974; 2022 n = 17'013; 2023 n = 16'861). Wir wählten nur diejenigen 54 Medientitel aus, für die Daten aus allen 9 Kalenderjahren vorlagen.

*Lesebeispiel:* Der Anteil von thematisch einordnenden Beiträgen, die über Politik im Ausland berichten, liegt in allen Jahren um die 4%, während episodische Beiträge leicht an Bedeutung zunehmen und 2023 rund 10% der Gesamtberichterstattung umfassen.

### V.2.2.1 Relevanz und Vielfalt

In den letzten Jahren ist die Berichterstattung deutlich relevanter geworden (vgl. Darstellung V.1). Die zunehmende Relevanz zeigt sich erstens in der gestiegenen Akteursrelevanz: Die Medien fokussieren stärker auf gesamtgesellschaftliche Aspekte statt auf Einzelpersonen. Zweitens wird sie sichtbar in der gestiegenen Beitragsrelevanz: Die Medien fokussieren mehr auf Hardnews (Politik, Wirtschaft und Kultur) und weniger auf Softnews (Sport und Human-Interest-Themen). Mitverantwortlich für diese zunehmende Relevanz sind zwei grosse Krisenereignisse: die Coronavirus-Pandemie und der Krieg in der Ukraine. Diese zwei grossen Themen involvieren eine

Reihe von politischen Akteur:innen und lenken die Aufmerksamkeit auf das politische Handeln. In den Daten zeigen sich die klarsten Änderungen denn auch darin, dass die Medien auffallend stärker über Politik berichten als noch vor der Pandemie. Während 2019, im letzten Jahr vor der Pandemie, in den Medien 31,5% aller Beiträge auf Politik fokussierten, sind es 2020 36,6%, 2021 38,1%, 2022 41,0% und 2023 41,4%. Politik ist also der Themenbereich, zu dem die Medien mittlerweile klar am meisten Beiträge produzieren. Auf der anderen Seite nimmt der Anteil an Human-Interest-Themen weiter ab und lag 2023 bei 19,0% – nochmals um 2,7 Prozentpunkte (PP) tiefer als 2022 und klar der tiefste Wert seit 2015. Die Verschiebungen sind umso bemerkenswerter, als die anderen Themenbereiche nur wenige Änderungen bei der Resonanz erfahren. Die Themenbereiche Wirtschaft (13,6%) und Kultur (12,5%) bleiben langfristig mit kleinen Schwankungen um  $\pm 1$ –2 PP relativ stabil, ebenso der Sport (13,4%) – mit Ausnahme des ersten Pandemiejahrs 2020, als Sportthemen nur 10,5% aller Beiträge ausmachten.

Für die Vielfalt, die in unserer Messung aus zwei Aspekten besteht, bedeutet diese Fokussierung auf die Politik zweierlei: Erstens nimmt seit 2020 auf der positiven Seite die inhaltliche Vielfalt zu. Die früher festgestellte Orientierung der Medien an Softnews nimmt 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 Anfang 2020 bis Anfang 2022 von der Coronavirus-Pandemie und ab Anfang 2022 vom Krieg in der Ukraine (und Ende 2023 teilweise vom Konflikt im Nahen Osten) als den dominanten Themen bestimmt. Doch innerhalb dieser grossen Themen werden vielfältige Themenbereiche angesprochen (Eisenegger et al., 2021; Udriș et al., 2022).

Zweitens wirken sich die Coronavirus-Pandemie und der Krieg in der Ukraine unterschiedlich auf die geografische Vielfalt aus: Die Pandemie verstärkte zunächst den Trend einer abnehmenden geografischen Vielfalt. In den letzten sieben Jahren nimmt die Bedeutung von Themen und Ereignissen im Ausland über alle Themenbereiche mit Ausnahme der Politik insgesamt um rund 10 PP ab, während die Medien immer mehr auf nationale Themen und Ereignisse fokussieren, auch jenseits von Wahljahren wie

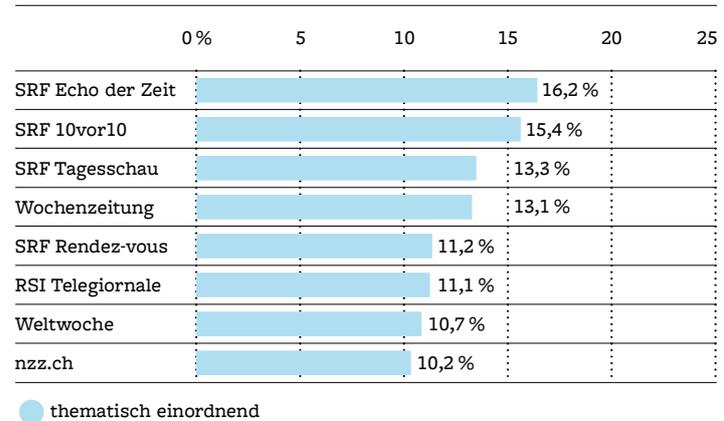
2019 oder 2023. Diese zunehmende Binnenorientierung ist ein wichtiger Grund, warum die geografische Vielfalt abnimmt. Die Eskalation des Kriegs in der Ukraine wiederum mag erklären, warum ausgerechnet 2022 das Jahr war, in dem Politikthemen über das Ausland in den Schweizer Medien eine grössere Rolle spielten als in anderen Jahren.

### V.2.2.2 Einordnungsleistungen

Auch bei den Einordnungsleistungen gibt es je nach Indikator bestimmte Muster. Die Themenorientierung als ein Indikator, d.h. die Vermittlung von Hintergründen und das Einordnen in längerfristige Zusammenhänge, nimmt einerseits auch letztes Jahr wieder um fast 0,5 Scorepunkte ab und liegt nun bei 4,2 Scorepunkten. Andererseits ist dieser Wert höher als in den Jahren vor der Pandemie, als die Themenorientierung laufend abgenommen hatte.

Die Befunde können vor dem Hintergrund bewertet werden, bei welchen Bezugsräumen und Themenbereichen die Medien Einordnungen vornehmen. Wir konzentrieren uns dabei auf die Politikberichterstattung über das Ausland, weil zum einen eine systematische Beobachtung von verschiedenen Politikthemen im Ausland wichtig ist für das «Lernen von aussen» und weil zum anderen grosse geopolitische Ereignisse wie die weltweite Coronavirus-Pandemie ab 2020, die Invasion russischer Truppen in die Ukraine seit 2022 und die Eskalation im Nahen Osten seit 2023 die Medienagenda und die Bevölkerungswahrnehmung bei mehreren Nutzergruppen prägen (vgl. Kapitel VI. Mediennutzung). Eine Berichterstattung über Politik im Ausland verlangt einerseits die stärker episodische Vermittlung von neuesten Nachrichten, andererseits aber auch thematische Einordnungen. Positiv ist vor diesem Hintergrund, dass innerhalb der Politikberichterstattung über das Ausland rund 25% aller Beiträge solche Einordnungen vornehmen – ein höherer Wert als in der Politikberichterstattung über das Inland (rund 21%) und deutlich höher als in den Themenbereichen Wirtschaft (14,9%), Kultur (13,9%), Sport (6,9%) oder Human Interest (10,8%).

Positiv ist auch, dass im Zeitverlauf die thematisch einordnende Politikberichterstattung über das Ausland in den Medien nicht an Resonanz eingebüsst



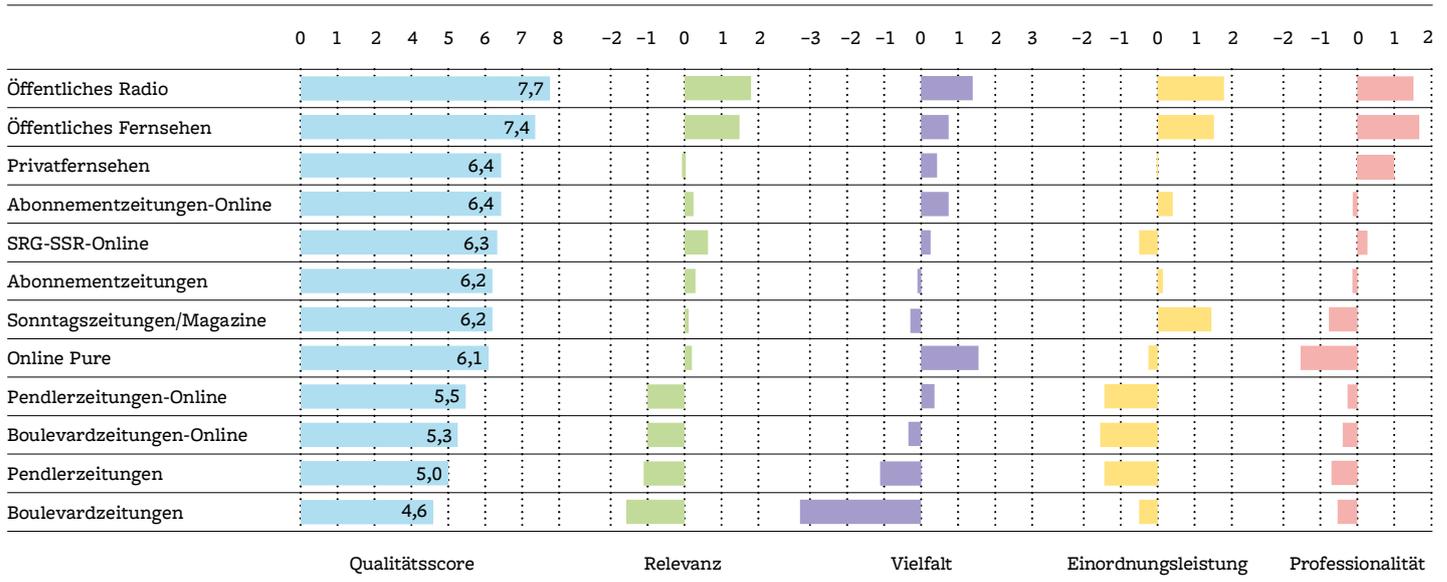
**Darstellung V.4: Thematisch einordnende Berichterstattung über Politik im Ausland in ausgewählten Medientiteln**

Die Darstellung zeigt diejenigen Medientitel mit den höchsten Anteilen an thematisch einordnenden Berichten über Politik im Ausland. Abgebildet sind diejenigen Titel, deren Anteile mindestens 10% betragen. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe von 2023 (n = 16'861).

*Lesebeispiel:* SRF Echo der Zeit ist derjenige Medientitel mit dem höchsten Anteil an thematisch einordnenden Beiträgen über Politik im Ausland (16,2%).

hat (vgl. Darstellung V.3). Die Auswertungen verdeutlichen aber auch, dass eine solche Berichterstattung 2022 – in dem Jahr, in dem der Krieg in der Ukraine eskalierte – nicht einmal 5% der Gesamtberichterstattung der Medien einnimmt. Kaum Einordnungen über Politik im Ausland gibt es nicht nur beim Privatfernsehen, was durch die geforderte regionale Fokussierung auch erwartbar und erklärbar ist, sondern auch mit Anteilen von nur rund 1% bei Pender- und Boulevardzeitungen, offline und online. Umgekehrt gibt es aber einige Medientypen und Medientitel, die einer solchen Berichterstattung mehr Bedeutung zumessen. Von den acht Titeln, in denen die einordnende Politikberichterstattung über das Ausland mindestens 10% der Gesamtberichterstattung ausmacht, sind fünf dem öffentlichen Rundfunk zuzurechnen, insbesondere SRF (vgl. Darstellung V.4). Auch in den Magazinen Wochenzeitung (WoZ) (13,1%) und Weltwoche (10,7%) sowie auf nzz.ch (10,2%) ist eine solche Berichterstattung häufiger anzutreffen als in vielen anderen Medien.

Bei einem weiteren Aspekt der Einordnungsleistungen, nämlich den Interpretationsleistungen, zeigen sich auch 2023 gemischt-positive Befunde. In-



Darstellung V.5: Qualitätsscores der Medientypen

Die Darstellung weist die Qualitätsscores für zwölf 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. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe (2023 n = 20'431, 68 Medientitel).

*Lesbeispiel:* Die Newssites der SRG SSR nehmen im Qualitätsranking der Medientypen mit 6,3 Scorepunkten eine Position oberhalb des Durchschnitts ein. In der Qualitätsdimension Einordnungsleistung schneiden sie aber unterdurchschnittlich ab.

terpretationsleistungen können an zwei Punkten festgemacht werden: an interpretativen Beitragsformaten und daran, dass solche Formate auf Eigenleistungen beruhen. Interpretative Beitragsformate in Form von Reportagen, Portraits und Interviews machen seit 2015 in der Summe immer einen Anteil von rund 7–9% aus, Kommentare immer zwischen 6% und 8%. Ihre Verbreitung bleibt also stabil. Der Anteil an redaktionellen Eigenleistungen bleibt im Jahresvergleich stabil, nimmt aber über den Gesamtzeitraum hinweg betrachtet relativ klar zu.

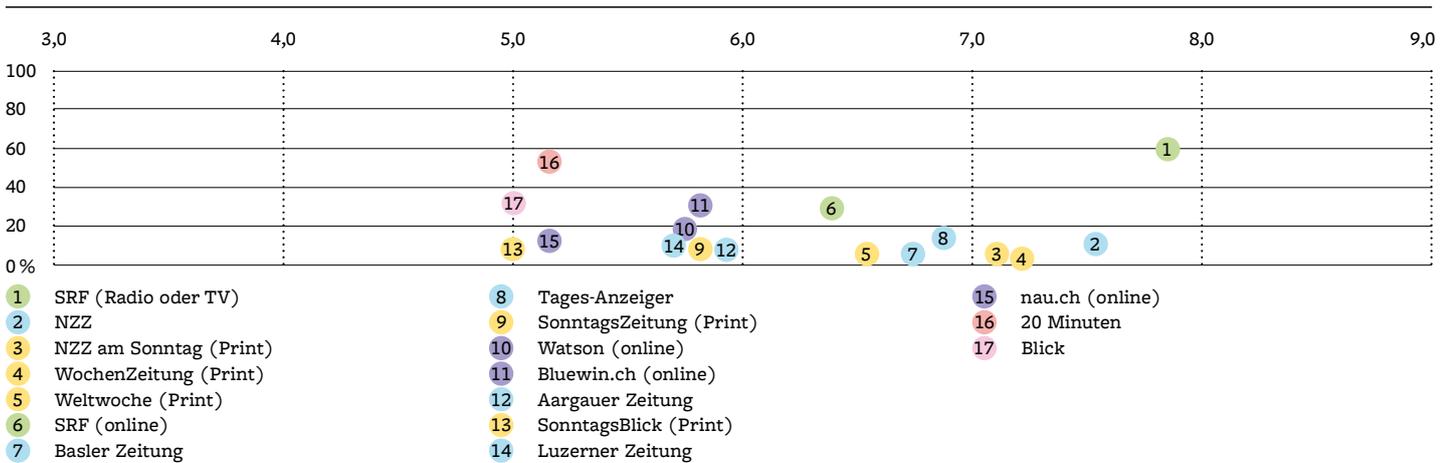
### V.2.2.3 Professionalität: Eigenleistungen und Quellentransparenz

Die langfristige Zunahme von redaktionellen Eigenleistungen ist ein Indikator für Professionalität. Es sind zunehmend Journalist:innen, die Nachrichten selber vermitteln und diese interpretieren, und nicht Nachrichtenagenturen wie Keystone-SDA. Der Anteil an rein redaktionellen Beiträgen, inklusive den Beiträgen von Korrespondent:innen, steigt von

58,0% im Jahr 2015 auf 73,1% im Jahr 2021 und liegt trotz Rückgang 2023 mit 69,9% immer noch deutlich höher. Dafür sinken die Anteile von nicht gezeichneten Beiträgen im selben Zeitraum merklich von 16,0% auf 6,3%. Der Umgang mit Quellen ist also professioneller geworden. Beim Umgang mit gezeichnetem Fremdmaterial, also Agenturen, zeigt sich tendenziell eine leichte Abnahme: Unbearbeitete Agenturbeiträge machten noch rund 9% aus und damit etwas weniger als in den früheren Jahren. Auch Agenturbeiträge, die redaktionell bearbeitet werden, sind mit rund 13% nach wie vor vertreten, aber nicht mehr so stark wie noch 2017 oder 2018 (16%).

### V.2.2.4 Professionalität: Sachlichkeit

Der wichtigste Grund, warum die Professionalität insgesamt auch 2023 nochmals zurückgeht, liegt an der abnehmenden Sachlichkeit. In den Medien werden 2023 mehr als im Vorjahr Beiträge veröffentlicht, die gefühlsbetont, appellierend oder gar polemisch verfasst sind. Ein solcher moralisch-emotiona-



**Darstellung V.6: Berichterstattungsqualität und Verbreitung in der Deutschschweiz**

Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (x-Achse) und die Nutzung «letzte Woche» (y-Achse) von Medientypen ausgewählter Medienmarken in der Deutschschweiz. Die Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge aus der Zufallsstichprobe der Qualitätsanalyse 2023 (n = 9169). Die Datengrundlage für die Verbreitung sind die Befragungsdaten aus dem Digital News Report 2024 (Reuters Institute, 2024). Bei den meisten Medienmarken berücksichtigten wir die Gesamtverbreitung ihrer Offline- und Onlinekanäle sowie bei der Medienqualität den Mittelwert der Offline- und der Onlineausgabe. Bei einigen Medienmarken wurde nur die Printausgabe berücksichtigt («P»). Für SRF (Radio oder TV) verwendeten wir bei der Medienqualität den Mittelwert der Scores von vier Informationssendungen. Bei der Newsnutzung wurde SRF insgesamt abgefragt und nicht die einzelnen Informationssendungen.

*Lesebeispiel:* Die Marke 20 Minuten als Vertreterin von Pendlermedien (offline und online) erzielt laut Befragung die zweithöchste Verbreitung in der Deutschschweiz (56% der Befragten). Gleichzeitig liegt ihre Gesamtqualität mit 5,2 Scorepunkten unter dem Durchschnitt.

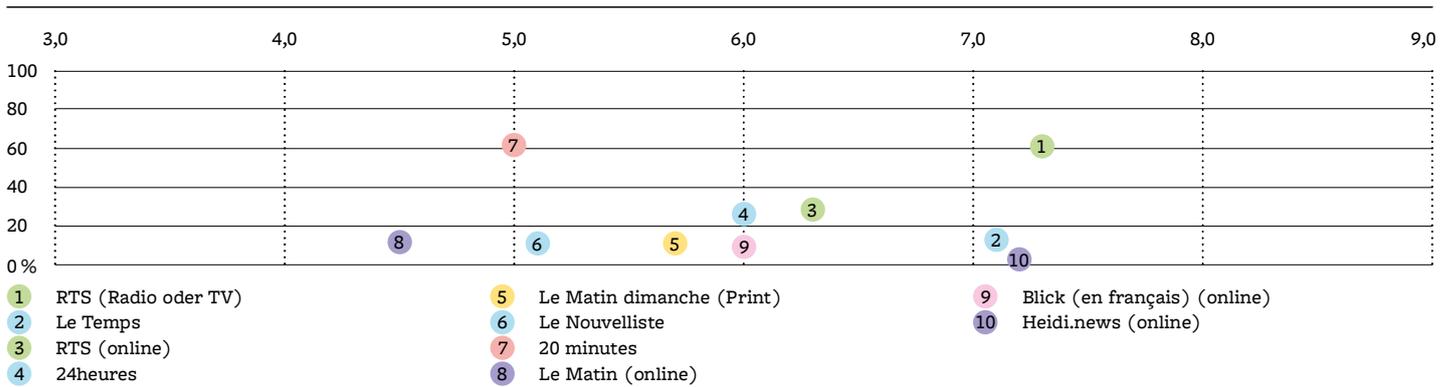
ler Stil kommt 2023 von allen neun Untersuchungsjahren am häufigsten vor – trotzdem ist er nach wie vor nicht der Regelfall (15,0%).

Moralisch-emotionale Beiträge treten 2023 in folgenden Kombinationen gehäuft auf: in den Themenbereichen Human Interest (19,6%) und Kultur (26,5%), in Gastbeiträgen (36,6%) und in redaktionellen Beiträgen (20,5%) zumindest mehr als in Agenturbeiträgen (4,1%). Moralisch-emotionale Beiträge sind auch häufiger bei thematisch einordnenden Beiträgen (26,5%) als bei episodischen Beiträgen (14,9%). Das heisst, in der Medienarena gibt es mit Anteilen von rund 4% der Gesamtberichterstattung Beiträge, die sowohl Emotionen ins Zentrum rücken als auch Ereignisse und Themen einordnen – besonders bei Heidi.news, republik.ch und Weltwoche mit Anteilen von rund 20%. Aus einer Qualitätsperspektive heraus ist dieser Befund ambivalent zu bewerten. Auf der einen Seite könnten Emotionen von Journalist:innen dazu verwendet werden, bei den Nutzer:innen Interesse für ein komplexes Thema zu wecken. Auf der anderen Seite steht die Fokussierung auf Emotionen aber dem Gebot der Sachlich-

keit entgegen. Hier besteht die Gefahr, dass Einordnungen von Emotionen überlagert werden oder die Einordnung Züge von Polemik annehmen kann. Für das Jahrbuch zahlt die Verwendung von Emotionen bzw. ein moralisch-emotionaler Diskursstil deshalb nicht positiv auf den Gesamtscore ein.

### V.3 Qualität der Medientypen

Folgend untersuchen wir, fokussiert auf das Jahr 2023, die Berichterstattungsqualität von allen 68 für das Jahrbuch erfassten Schweizer Informationsmedien, die sich 12 verschiedenen Medientypen zuordnen lassen. Jeder Medientyp weist spezifische formale Merkmale auf und verfügt über eine eigene Entstehungsgeschichte. Die Durchschnittszahlen einzelner Medientypen für das Jahr 2023 in Darstellung V.7 können leicht abweichen von den Zahlen zur zeitlichen Entwicklung in Darstellung V.2, denn bei den zeitlichen Entwicklungen wurden nur diejenigen Medientitel erfasst, die seit 2015 kontinuierlich Teil des Untersuchungssamples sind.



**Darstellung V.7: Berichterstattungsqualität und Verbreitung in der Suisse romande**

Die Darstellung zeigt die Gesamtqualität (x-Achse) und die Nutzung «letzte Woche» (y-Achse) von Medientypen ausgewählter Medienmarken in der Suisse romande. Die Datengrundlage für die Medienqualität bilden alle Beiträge aus der Zufallsstichprobe der Qualitätsanalyse 2023 (n = 4562). Die Datengrundlage für die Verbreitung sind die Befragungsdaten aus dem Digital News Report 2024 (Reuters Institute, 2024). Bei den meisten Medienmarken berücksichtigten wir die Gesamtverbreitung ihrer Offline- und Onlinekanäle sowie bei der Medienqualität den Mittelwert der Offline- und der Onlineausgabe. Bei Le Matin Dimanche wurde nur die Printausgabe berücksichtigt («P»). Für RTS (Radio oder TV) verwendeten wir bei der Medienqualität den Mittelwert der Scores von drei Informationssendungen. Bei der Nutzung wurde RTS insgesamt abgefragt und nicht die einzelnen Informationssendungen.

*Lesebeispiel:* Die Marke 20 minutes als Vertreterin von Pendlermedien (offline und online) erzielt laut Befragung die höchste Reichweite in der Suisse romande (61% der Befragten). Gleichzeitig ist ihre Gesamtqualität mit 5,0 Scorepunkten unterdurchschnittlich.

### V.3.1 Medientypen im Überblick

Der Durchschnittswert aller Medientypen liegt im Jahr 2023 bei 6,1 von maximal 10 Scorepunkten (vgl. Darstellung V.5). Sieben Typen leisteten im Vergleich dazu überdurchschnittliche Qualität und fünf Typen liegen unterhalb des Durchschnittswerts. Analog zu den Vorjahren können sich die Radio- (7,7) und Fernsehsendungen (7,5) des öffentlichen Rundfunks an der Spitze des Typenrankings halten, mit nach wie vor überdurchschnittlichen Leistungen in allen Qualitätsdimensionen, auch wenn ein langfristiger Rückgang der Vielfalt zu verzeichnen ist. Die SRG-SSR-Portale (6,3) haben seit 2015 rund 1 Scorepunkt eingebüsst. Zwar profilieren sie sich gegenüber anderen Typen weiterhin mit einer höheren Relevanz und Vielfalt, doch hat auch hier die Vielfalt merklich abgenommen. Einordnungs- und Eigenleistungen liegen ungefähr im Durchschnitt.

Weitere Medientypen mit überdurchschnittlich hohen Qualitätswerten entstammen dem Pressebereich und seit einigen Jahren auch dem Privatfernsehen (6,4), für das wir die Nachrichtensendungen von vier regionalen Privatsendern erfasst haben. Bis 2020 hatte die Gesamtqualität des

Privatfernsehens unter dem Durchschnitt gelegen. Nun profilieren sich die regionalen Privatsender besonders im Bereich Professionalität (vor allem durch eine hohe Sachlichkeit) und manche von ihnen auch im Bereich der Vielfalt. Sonntagszeitungen und Magazine (6,0) schneiden überdurchschnittlich ab bei den Einordnungsleistungen, liegen aber 2023 im Bereich der Professionalität (und dabei vor allem hinsichtlich der Sachlichkeit) unter dem Durchschnitt. Gedruckte Abonnementzeitungen (6,2) und die Abonewssites (6,4) unterscheiden sich nur in geringem Masse voneinander, auch weil sich die Inhalte von gedruckten und Onlineausgaben zu einem wesentlichen Teil überlappen. Die Onlineausgaben profilieren sich auch 2023 im Durchschnitt am ehesten im Bereich der Vielfalt, allerdings mit sehr grossen Unterschieden innerhalb dieses Typs (vgl. auch Darstellung V.8)

Mittlerweile wieder etwas klarer unter dem Durchschnitt liegt der Typ Online Pure (6,0): Hier wurden neben Watson.ch, nau.ch und blue News (bluewin.ch) seit 2022 auch die Angebote Heidi.news und republik.ch erfasst. Die Qualität der einzelnen Angebote unterscheidet sich stark, und besonders bei den Einordnungsleistungen (vgl. Darstellung V.8).

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

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

**Darstellung V.8: Qualitätsscores von Pressetiteln und Onlinependants**

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores für insgesamt 48 Titel derjenigen Typen, die von ursprünglichen Presseanbietern oder von Online-Pure-Playern stammen. Zudem bildet sie pro Typ den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel ab. 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. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die wir mittels einer über das Jahr 2023 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt haben (n = 17'433).

*Lesebeispiel:* Die Onlineabonnementszeitung nzz.ch nimmt innerhalb des Typs der Abonnementsnewsites mit einem Scorewert von 7,6 den Spitzenplatz ein. In der Qualitätsdimension Einordnungsleistung erzielt der Titel 7,1 Punkte.

Deshalb sind Qualitätsaussagen auf der Grundlage dieses heterogenen Typs nur begrenzt sinnvoll.

Die Boulevard- und Pendlermedien, online und offline, schneiden in fast allen Qualitätsdimensionen unterdurchschnittlich ab und verlieren im Jahresvergleich an Qualität. Längerfristig läuft aber bei allen vier Typen der Trend klar in Richtung mehr Qualität. Besonders in den Bereichen Relevanz und Vielfalt verbessern sich diese Typen und veröffentlichen u.a. mehr Hardnews als zuvor. Ein Stück weit schlägt sich in diesen Verbesserungen die Themen- und Ereignislage nieder. Doch weil sich auch die Professionalität verbessert, sind die Qualitätssteigerungen auch publizistischen Strategien zuzuschreiben.

### V.3.2 Verbreitung der Medientypen

Die zwölf 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 verbreitet sind. Ein umfassender Blick auf die Medientitel und Medientypen in den Sprachregionen zeigt, welche Qualität die sprachregionalen Arenen mit den verschiedenen Medien

insgesamt anbieten und wie stark diese Angebote genutzt werden. Deshalb setzen wir die Daten des Qualitätsscorings mit Verbreitungsdaten in Beziehung: In den Darstellungen V.7 und V.8 sehen wir diejenigen Titel, für die sowohl Qualitätsscores aus dem Jahrbuch Qualität der Medien als auch Nutzungsdaten aus der Befragung des Digital News Report 2024 vorliegen, die in der Deutschschweiz und der Suisse romande durchgeführt wurde (Reuters Institute, 2024). Für die folgenden Darstellungen wurden, wo möglich und sinnvoll, die Offline- und Onlineverbreitung zusammengonnen.

Die aktuellen Daten bestätigen das Bild der Vorjahre: Weder in der Deutschschweiz noch in der Suisse romande gibt es einen linearen Zusammenhang zwischen Medienqualität und Verbreitung (Reichweite). Dies wird bereits mit Blick auf die am weitesten verbreiteten Titel klar: 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 als auch die Boulevard- und Pendlermedien mit ihren qualitativ weniger hochwertigen Titeln. In der Deutschschweiz fällt zudem der reichweitenstarke

	Qualitätsscore	Relevanz	Vielfalt	Einordnungsleistung	Professionalität
Öffentliches Radio	7,7	8,1	6,4	7,3	8,9
SRF Echo der Zeit	8,1	8,8	6,3	8,7	8,7
SRF Rendez-vous	7,9	8,4	7,0	7,8	8,6
RSI Radiogiornale 12.30	7,6	8,9	5,6	6,3	9,4
RTS Le 12h30	7,4	7,3	6,3	7,2	9,1
RTS La Matinale	7,3	7,1	7,0	6,6	8,5
Öffentliches Fernsehen	7,4	7,8	5,9	7,0	9,0
SRF Tagesschau	7,6	8,1	6,6	6,8	9,0
RSI Telegiornale sera	7,6	8,0	6,6	6,6	9,3
SRF 10vor10	7,4	7,9	4,9	8,5	8,5
RTS 19h30	7,0	7,2	5,5	6,3	9,1
Privatfernsehen	6,4	6,1	5,6	5,6	8,4
Léman Bleu Journal	7,5	7,1	7,7	6,4	8,9
Tele Ticino Ticino News	7,4	6,9	7,7	6,6	8,3
TeleBärn News	6,3	6,0	5,3	5,1	8,8
Tele 1 Nachrichten	6,3	6,2	5,6	5,0	8,3
Tele Züri ZüriNews	5,7	5,7	3,9	5,3	7,8
Tele M1 Aktuell	5,4	4,9	3,5	4,9	8,3
SRG-SSR-Online	6,3	6,8	5,4	5,1	7,7
swissinfo.ch	7,4	8,2	6,1	7,1	8,2
srf.ch	6,3	6,3	6,2	5,3	7,5
rts.ch	6,3	7,3	6,2	4,6	7,1
rtr.ch	6,1	6,5	4,1	5,0	8,8
rsi.ch	5,3	6,0	4,4	3,8	6,8

**Darstellung V.9: Qualitätsscores von Rundfunktiteln**

Die Darstellung zeigt die Qualitätsscores für 19 Informationsangebote im Rundfunkbereich. Zudem wird pro Typ der Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel abgebildet. 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. Die Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die wir mittels einer über das Jahr 2023 verteilten Zufallsstichprobe auswählten (n = 4268).

*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 mit 8,8 Scorepunkten überdurchschnittliche Werte.

Online-Pure-Player nau.ch in diese zweite Kategorie, während die anderen Pure Player Watson.ch und bluewin.ch bei der Qualität näher an den Durchschnitt herankommen. In beiden Sprachregionen zeigt sich auch, dass beim öffentlichen Rundfunk die linearen Angebote (Fernsehen und Radio) sowohl eine höhere Verbreitung als auch eine höhere Qualität haben als die Onlineangebote auf der Webseite.

Eine weitere Gemeinsamkeit der beiden Sprachregionen: Es gibt Abonnementmedien, die eine sehr wichtige Funktion erfüllen, weil sie sowohl

eine (sehr) hohe Qualität bieten als auch relativ weit verbreitet sind. Im Bereich der Abonnementmedien (offline und online) kommt in beiden Sprachregionen bestimmten Titeln eine besondere Bedeutung zu: und zwar der NZZ in der Deutschschweiz und Le Temps in der Suisse romande, die als qualitativ beste Abonnementmedien Reichweiten von mehr als 10% haben. In zweiter Linie trifft dies auf 24heures und den Tages-Anzeiger zu, die beide eine gute Qualität bieten und Reichweiten von rund 20% aufweisen. Onlineangebote von überdurchschnittlicher Quali-

tät wie Heidi.news in der Suisse romande sind von der Verbreitung her Nischenangebote.

#### V.4 Qualität der Medientitel

Während wir bisher die Qualität übergeordnet auf der Ebene der Medienarena und der Medientypen untersucht haben, steht nun die Qualität einzelner Medien im Zentrum. Hier interessieren drei Aspekte: 1) Wie typisch oder untypisch sind einzelne Titel innerhalb eines Typs, sprich wie homogen oder heterogen sind die Medientypen? 2) Wie homogen oder heterogen ist die Qualität einzelner Titel mit Blick auf die verschiedenen Qualitätsdimensionen? 3) Gibt es zeitliche Entwicklungen einzelner Titel, vor allem der neu ins Sample aufgenommenen, die besonders auffallend und erwähnenswert sind?

Die detaillierten Qualitätswerte sind für die Presstitel und ihre Onlinependants in Darstellung V.8 und für die Rundfunktitel in Darstellung V.9 verzeichnet. Zwei Titel haben wir neu aufgenommen: zum einen die Sonntagszeitung La Domenica, die nach dem Ende der Sonntagszeitung Il Caffè 2021 gegründet wurde. So kann im Mediensample wieder eine Sonntagszeitung aus der Svizzera italiana abgedeckt werden. Zum anderen haben wir RTS La Matinale auf Radio RTS La Première einbezogen. So kann wie in der Deutschschweiz (Radio SRF Echo der Zeit und Rendez-vous) ein Titel mit dem Charakter eines Nachrichtenmagazins untersucht werden. Für eine bessere Vergleichbarkeit mit diesen Nachrichtenmagazinen berücksichtigten wir von der zweistündigen, teilweise aus repetitiven Teilen bestehenden Sendung RTS La Matinale ein 30- bis 45-minütiges Zeitfenster, das sowohl einen Nachrichtenblock als auch vertiefende Beiträge umfasst.

##### V.4.1 Qualität der Presse- und Onlinetitel

Im Presse- und Onlinebereich erweist sich nur die Gruppe der Pendlermedien als relativ homogen. So gibt es innerhalb der meisten Typen beachtliche Unterschiede: Bei den gedruckten Abonnementzeitungen beispielsweise unterscheidet sich der Gesamtscore des qualitativstärksten Titels um rund 2 Score-

punkte vom Gesamtscore des qualitativschwächsten. Ein weiteres Beispiel ist der Typ Online Pure. Die beiden Angebote republik.ch (6,5) und Heidi.news (7,2), die auf Aboeinnahmen und Spenden aus der Community setzen, kommen mit ihrer Qualität an die Abonnementmedien heran. Die reichweitestarken, primär werbefinanzierten Online-Pure-Player nau.ch (5,2) und bluewin.ch (5,8) – beide mit Verbesserung vor allem im Bereich Vielfalt – und auch Watson.ch (5,7) siedeln sich hingegen von der Gesamtqualität her in der Nähe von Boulevard- und Pendlermedien an.

Werfen wir nun einen Blick auf die einzelnen Titel und ihre Qualität in den verschiedenen Qualitätsdimensionen, lassen sich zwei grundlegende Muster erkennen: Einerseits gibt es Titel mit einer relativ «homogenen» Qualität, das bedeutet, bei ihnen sticht keine Qualitätsdimension besonders hervor oder fällt deutlich ab. Dazu gehören in der Regel Titel, die innerhalb ihrer Typen die besten Qualitätswerte erzielen: NZZ (7,4) und Le Temps (6,9) sowie ihre Onlinependants (7,6 bzw. 7,3) und auch die Titel der Tamedia-Mantelredaktion in der Deutschschweiz, WoZ (7,3) und NZZ am Sonntag (7,1) bei den Sonntagszeitungen und Magazinen, tio.ch (6,2) bei den Pendlermedien und Heidi.news (7,2) und republik.ch (6,5) beim Typ Online Pure, auch wenn dort neben sehr hohen Einordnungsleistungen gewisse Defizite in der Sachlichkeit sichtbar sind (einordnende Beiträge, die gleichzeitig emotionalisieren) (vgl. Kapitel V.2.2).

Auf der anderen Seite gibt es Titel, die in manchen Qualitätsdimensionen deutlicher besser bzw. schlechter abschneiden als in anderen Qualitätsdimensionen. Solche Titel mit auffallend heterogener Qualität umfassen einerseits Titel mit geringen Einordnungsleistungen, aber hoher Professionalität (u.a. lematin.ch, nau.ch, bluewin.ch, 20minuten.ch und 20minutes.ch sowie die regionalen Privatsender von CH Media), und zum anderen Titel mit geringer (geografischer) Vielfalt aufgrund einer sehr starken regionalen Fokussierung, aber hoher Professionalität (u.a. die regionalen Abonnementmedien von CH Media oder Le Nouvelliste).

Im Vergleich zum Vorjahr haben fast alle Pendler- und Boulevardmedien an Qualität verloren, manche sogar fast einen halben Scorepunkt. Während der Rückgang bei lematin.ch ins längerfristige Bild passt, ist der jüngste Rückgang bei den Angeboten von

20 Minuten (in den drei Sprachregionen) und bei den Blick-Titeln möglicherweise nur temporär, da die längerfristige Entwicklung positiv ist und die Gesamtqualität nach wie vor deutlich höher liegt als 2015. Bei den Blick-Titeln fällt zudem auf, dass sich der relativ neu gegründete Blick-Ableger in der Suisse romande ([blick.ch/fr](http://blick.ch/fr)) im Jahresvergleich verbessert. Er schneidet wegen eines relevanteren und vielfältigeren Mix an Themenbereichen (Relevanz und Vielfalt) und eines eher sachlichen Stils (Professionalität) und trotz weiterhin geringerer Einordnungs- und auch Eigenleistungen (Professionalität) insgesamt besser ab als die Deutschschweizer Nachrichtenmarke.

Die neu ins Sample aufgenommene Sonntagszeitung *La Domenica* aus der *Svizzera italiana* schliesslich unterscheidet sich nur in einigen Bereichen vom *Corriere del Ticino*, ihrer täglich erscheinenden Schwesterzeitung. *La Domenica* hat ebenfalls Stärken im Bereich der Relevanz, kann sich aber als wöchentlich erscheinender Titel nicht zusätzlich durch höhere Einordnungsleistungen profilieren gegenüber der laufend aktuellen Newssite des *Corriere del Ticino*. Ebenfalls ist bei *La Domenica* im Bereich der Professionalität die Sachlichkeit durch emotionalisierende Beiträge etwas eingeschränkt.

#### V.4.2 Qualität der Rundfunktitel

Beim Rundfunk sind die Typen öffentliches Radio und öffentliches Fernsehen relativ homogen. Sie profilieren sich zudem in allen Qualitätsdimensionen mit einer überdurchschnittlichen Qualität. Innerhalb der anderen Typen hingegen gibt es zum Teil grosse Unterschiede: Beim regionalen Privatfernsehen beispielsweise unterscheidet sich der Gesamtscore des qualitätsstärksten Titels um rund 2 Punkte vom Gesamtscore des qualitätsschwächsten. *Léman Bleu* (7,5) und zunehmend mehr auch *Tele Ticino* (7,4) schaffen es seit mehreren Jahren, in verschiedenen Dimensionen ähnlich gute Werte wie Angebote der SRG SSR zu erzielen. Dass es sich bei ihnen um ressourcenmässig relativ kleine Fernsehsender handelt, zeigt, dass auch mit weniger Kapital solide oder sogar gute Qualitätswerte erzielt werden können. Die tendenziell ressourcenstärkeren Programme von CH Media (*Telebärn*, *TeleZüri*, *Tele M1*) und auch

*Tele1* (6,3) schneiden im Vergleich dazu schlechter ab, vor allem wegen geringerer Einordnungsleistungen und geringerer Vielfalt. Zudem erleiden sie im Jahresvergleich Qualitätsverluste. Trotzdem ist festzuhalten, dass sie längerfristig, im Vergleich zu 2015 ihre Qualität merklich gesteigert haben.

Auch bei den Rundfunktiteln gilt, dass Titel mit relativ homogener Qualität oft insgesamt gute oder sogar sehr gute Qualitätswerte erzielen. Dazu gehören vor allem SRF *Echo der Zeit* (8,1) und SRF *Rendez-vous* (7,9). Sie zeichnen sich nicht nur durch eine besonders hohe Relevanz und damit eine besonders hohe Hardnews-Orientierung aus. Sie stechen gleichzeitig heraus durch stark überdurchschnittliche Einordnungsleistungen und auch hohe Werte im Bereich Professionalität. Auch RTS *Le12h30*, RTS *La Matinale*, SRF *Tagesschau*, RSI *Telegiornale*, RTS *19h30* und *swissinfo.ch* profilieren sich in allen Qualitätsdimensionen mit guten oder sogar überdurchschnittlichen Werten. Heterogener – wenn auch insgesamt bei hoher Qualität – sind die Leistungen bei RSI *Radiogiornale 12.30*. Bei ihm kontrastieren sehr hohe Werte in den Bereichen Relevanz und Professionalität mit klar tieferen Werten in den Bereichen Vielfalt und Einordnungsleistungen. In dem Zusammenhang zu nennen ist auch SRF *10vor10*, das bei der (geografischen) Vielfalt im Vergleich zu den anderen Qualitätsdimensionen auffallend schlechter abschneidet.

Im Vergleich zu den Radio- und Fernsehsendungen können die meisten Onlineangebote der SRG SSR die hohe Qualität der Radio- und TV-Programme nicht halten – und dies in den Dimensionen Vielfalt und Einordnungsleistung und teilweise auch Relevanz und Professionalität. Das Angebot aus der kleinsten Sprachregion, *rtr.ch/novitads* (6,1), hat sich demgegenüber nicht nur im Jahresvergleich verbessert. Auch kontrastieren die geringeren Werte in den Bereichen Vielfalt und Einordnungsleistung mit sehr hohen Werten bei der Professionalität (vor allem sachliche Berichterstattung).

In der zeitlichen Entwicklung gilt, dass kein Titel der SRG SSR 2023 eine höhere Qualität aufweist als 2015. Bei einigen Titeln schwankt die Qualität stärker, vor allem im Fernsbereich (mit Höchstwerten 2022 und Tiefstwerten 2023). Bei manchen Titeln sinkt die Qualität längerfristig, vor allem bei den Onlineportalen, die zwar im Bereich Relevanz an

Qualität zulegen, aber in den Bereichen Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität verlieren. Die längerfristige Entwicklung beim regionalen Privatfernsehen hingegen ist trotz jüngsten Qualitätsverlusten positiv.

Das neu erfasste Magazin RTS La Matinale ordnet sich in punkto Qualität in der Nähe der anderen Programme von RTS (Le 12h30 und 19h30) ein. RTS La Matinale schneidet in allen Qualitätsdimensionen gut ab, weist aber im Vergleich zu den Nachrichtemagazinen von SRF eine etwas geringere Relevanz und geringere Einordnungsleistungen auf.

---

## Literatur

Eisenegger, M., Oehmer, F., Udris, L. & Vogler, D. (2021). Lessons Learned? Die Qualität der Medienberichterstattung in der ersten und zweiten Welle der Corona-Pandemie. In fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien* (S. 37-50). Schwabe.

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

Reuters Institute for the Study of Journalism (2024). *Digital News Report*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

Udris, L., Vogler, D., Eisenegger, M., Siegen, D., Weston, M. J. & Schäfer, S. (2022). Die Qualität der Berichterstattung über den Ukrainekrieg. In fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien 2022* (S. 53-68). Schwabe.

Vogler, D. & Udris, L. (2021). Transregional News Media Coverage in Multilingual Countries: The Impact of Market Size, Source, and Media Type in Switzerland. *Journalism Studies*, 22(13), 1793-1813. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1965909>

---