

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Band:** - (2002)

**Heft:** 1

**Artikel:** Qualitätsmerkmale von Nachrichtenformaten als Element des Service public

**Autor:** Kamber, Esther / Schranz, Mario / Imhof, Kurt

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790691>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 10.02.2026

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

# Qualitätsmerkmale von Nachrichtenformaten als Elemente des Service public.

## Ein Versuch zur Bestimmung publizistischer Leistungen im Kontext des neuen Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG)

### Einleitung

Die gegenwärtige RTVG-Debatte, wenn sie in den Medien überhaupt stattfindet, zeichnet sich durch eine starke Konzentration auf ökonomische Fragen aus, in der die Gebührentgelder und die Rahmenbedingungen der Radio- und Fernsehwerbung im Zentrum stehen. Der Verteilungskampf um Gebührentgelder und Werbeeinnahmen lässt die Diskussion über die Inhalte der Berichterstattung und die normativen Anforderungen an diese in den Hintergrund treten. Berichterstattungsinhalte stellen aus demokratietheoretischer Perspektive aber einen wichtigen Beitrag für moderne Gesellschaften dar. Denn in der öffentlichen medienvermittelten Kommunikation wird die Gesellschaft beobachtbar und qua Intervention gestaltbar. Die öffentliche Kommunikation ist deshalb auch das Medium der Vermittlung zwischen Politik und Staatsbürgern und sollte spezifischen Qualitätsstandards genügen. Im RTVG sind solche Richtlinien im Rahmen der Service public-Bestimmungen festgehalten.

Auf der Grundlage einer Studie über die Informationsaktivität öffentlicher und privater Fernseh- und Radioformate in der Schweiz für das Jahr 2000<sup>1</sup> stellt dieser Beitrag die Resultate den RTVG-Bestimmungen gegenüber und geht der Frage nach, welche Anbieter der «elektronischen Medienarena» mit welcher Informationstätigkeit welche Service public-Leistungen erbringen. Mit diesem Vorgehen wird nicht der Anspruch erhoben, den Begriff und die Inhalte des Service public umfassend bestimmen und untersuchen zu können. Aber die Beschreibung von Qualitätsmerkmalen verschiedener Nachrichtenformate kann die Angebote hinsichtlich ihrer «Dienste» für die politische Auseinandersetzung vergleichen. In einem *ersten* Schritt werden die normativen Ausgangspunkte anhand der Erläuterungen zum RTVG bestimmt, bzw. die Ansprüche an die elektronischen Medien festgehalten und aufgezeigt, welche Anforderungen mit der vorliegenden Untersuchung überprüft werden können (1.). *Zweitens* werden die Resultate der Studie über die publizistischen Leistungen von Nachrichtensendungen privater und öffentlicher Anbieter vorgestellt und die Unterschiede der verschiedenen Formate herausgearbeitet (2). *Drittens* werden die Service public-Leistungen der einzelnen Nachrichtenformate beurteilt und die Bedeutung für die RTVG-Revision festgehalten (3.).

### 1 Service public: «Content» nach den Erläuterungen zum RTVG-Entwurf

Im Vergleich zu den sozial- und wirtschaftspolitischen Diskussionen mit ihrer starken Fokussierung auf den materiellen Aspekt einer flächendeckenden Grundversorgung durch öffentliche Verkehrs-, Post- und Kommunikationsdienstleistungen konnotiert der Begriff des *Service public* im Rahmen der medienpolitischen Debatten stärker gesellschaftliche Integrationsleistungen, die durch die Medien erbracht werden<sup>2</sup>. Unter diesem Aspekt bezieht sich der Begriff des *Service public* insbesondere auf Berichterstattungsleistungen, welche die einzelnen Medien im Rahmen der Politikvermittlung für den demokratischen Meinungsbildungsprozess bereitstellen. Die Notwendigkeit solcher Leistungen wird durch die gesellschaftstheoretische Einsicht begründet, dass die massenmedial hergestellte Öffentlichkeit jenen sozialen Raum verkörpert, in dem das Abstraktum «Gesellschaft» durch ihre Mitglieder beobachtet wird (Imhof 1996: 4). Die Gesellschaft repräsentiert sich durch individuelle und kollektive Akteure sowie durch Normen und Werte, die im Rahmen von Kommunikationsereignissen thematisiert werden und in diesem Prozess Bedeutung erlangen oder verlieren. Dieser, insbesondere im politischen System und im Mediensystem auf Dauer gestellte Kommunikationsprozess, bildet die Voraussetzung für Meinungs-, Willens- und Entscheidungsfindungsprozesse in modernen Gesellschaften. Der Inhalt dieser Service public-Leistungen wird in den Erläuterungen des RTVG-Entwurfs mit Blick auf die SRG ausführlich beschrieben<sup>3</sup>:

«Verlangt wird namentlich, dass die SRG in ihren Programmen des gegenseitige Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch zwischen den Landesteilen, Sprachgemeinschaften und Kulturen fördert, die Ausländer in der Schweiz berücksichtigt, den Kontakt zu den Auslandschweizern unterstützt und die Präsenz im Ausland und das Verständnis für deren Anliegen fördert. Ferner soll die SRG zur freien Meinungsbildung des Publikums beitragen und dabei das Verständnis für politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge sowie für andere Völker fördern. Die SRG ist schliesslich dazu verpflichtet, die kulturellen Werte des Landes zu stärken, das Kulturschaffen anzuregen, zur kulturellen Entwicklung des Publikums beizutragen sowie bildende Inhalte zu vermitteln und Unterhaltung anzubieten.»

Die an dieser Stelle festgehaltenen abstrakten normativen Anforderungen, die sich vor dem Hintergrund des öffentlich diskutierten Gebührensplittings, sinnvollerweise auch auf private Anbieter beziehen lassen, können wie folgt zusammengefasst werden:

- Zuerst beziehen sich die Service public-Leistungen auf die Förderungen der *nationalen Identität*, der *Integration* und der Wahrnehmung der *Schweiz im Ausland*.
- Zweitens fordern die Erläuterungen einen Dienst für die auf Öffentlichkeit angewiesene *Demokratie* [freie Meinungsbildung] bzw. für das *soziale Zusammenleben*.
- Und drittens werden die *Kultur*, die *Bildung* und die *Unterhaltung* als zentrale Elemente des Service public definiert.

Von diesem breit definierten Leistungsauftrag wird im Folgenden der zweite Aspekt ins Zentrum gestellt. Fokussiert wird also der Politikvermittlungsauftrag, welcher zu einer freien Meinungsbildung beitragen soll. Dabei kann die Analyse über die Informationsleistungen öffentlicher und privater Nachrichtenformate im Radio und Fernsehen der Deutschschweiz im Zeitraum vom 1.11.1999 – 31.12.2000 für das SF DRS, SR DRS, Tele 24 und TV3 differenzierte Angaben zu den unterschiedlichen Service public-Leistungen im Hinblick auf den Politikvermittlungsprozess liefern.

## 2 Anspruch und Realität: Service public-Leistungen privater und öffentlicher Anbieter in der elektronischen Medienarena der Deutschschweiz

Die Bedeutung des *Service public* für das Mediensystem lässt sich historisch am Niedergang der Parteipresse und der Dualisierung der elektronischen Medien festmachen. Mit der Erosion der Parteipresse seit den 60er Jahren und dem Bedeutungsgewinn und der Privatisierung des Fernsehens und des Radios erhält der Begriff des *Service public* für die öffentliche politische Kommunikation in der Schweiz grössere Bedeutung. Mit dem integrationspolitischen Auftrag der öffentlichen Anstalten wird eine Medienordnung angestrebt, welche die mit der Schwächung der Parteipresse und dem Aufkommen kommerziell ausgerichteter Privatsender drohende Vermittlungslücke zwischen Politik und Staatsbürgern wieder schliessen soll (a). Die konkreten Rahmenbedingungen und die damit verbundenen normativen Anforderungen, die der Begriff des *Service public* an die Berichterstattung von Fernsehen und Radio stellt, sind keine festen Grössen, sondern nehmen nur innerhalb einer spezifischen Medienarena im Vergleich der diese Arena konstituierenden Medien konkrete Gestalt an. Durch die vergleichende Analyse der unterschiedlichen Nachrichtenformate ist es deshalb möglich, die spezifischen Service public-Leistungen formatspezifisch auszuweisen. Der Untersuchung liegt dementsprechend ein relationaler Qualitätsbegriff zugrunde. Es kann gezeigt werden, in welchem Ausmass und in welcher Form die Nachrichtenformate politische Themen zum Berichterstattungsinhalt machen und dadurch zum demokratischen Meinungsbildungsprozess beitragen (b.).

### a.) Strukturwandel der Öffentlichkeit –

#### Herausforderungen an den Service public

Der Politikvermittlungsprozess der Medien wird wegen der zunehmenden Entkoppelung von Mediensystem und politischem System seit den 60er Jahren problematisiert. Denn das zunehmend unabhängige Mediensystem orientiert sich an ökonomischen Prämissen und bezieht sich immer weniger auf ein Staatsbürgerpublikum, sondern auf Mediennutzer und Zielgruppen (Imhof 1996b; Jarren 1998; Marcinkowski 1998; Münch 1996; Sarcinelli 1998; Saxer 1998; Imhof/Ettinger 2000). Durch diesen Strukturwandel der Öffentlichkeit droht eine Beeinträchtigung der Beobachtungs- und Vermittlungsfähigkeit des Mediensystems zu handen der Gesellschaft. Die Selektions- und Interpretationslogiken und die Berichterstattungsformen der Medien verändern sich in einer Art und Weise, welche eine umfassende und kontinuierliche Bereitstellung politischer Themen, die sich auch auf zentrale Vorlagen und Prozesse des politischen Systems beziehen, in Frage stellt:

- Auf einer *sachlichen* Dimension treten *nicht* politische Themen (aus den Bereichen Human Interest, Wirtschaft und Kultur) verstärkt in Konkurrenz mit politischen Themen. Die zunehmende Bedeutung von Human Interest-Themen bedrängt so die Vermittlung von politischen Sachverhalten, Abstimmungsvorlagen und Wahlen. Dies führt zu einem «Wahrnehmungsproblem» moderner Demokratien. Der Service public muss daher *erstens* grundlegende politische Informationen zur Verfügung stellen und damit der Tendenz einer Human Interest-Berichterstattung bzw. dem Trend, Politik als Unterhaltung darzustellen, entgegentreten. Eine Berichterstattung über zentrale Politikbereiche und -prozesse sowie Abstimmungen und Wahlen auf nationaler und kantonaler Ebene wie in grösseren Agglomerationen gehört deshalb zum «Pflichtstoff».
- In *sozialer* Hinsicht fördern die Medien in zunehmenden Massen eine Personalisierung der Berichterstattung. Dadurch erhalten nicht mehr länger die gebündelten Interessen von Kollektiven, sondern individuelle Meinungen Aufmerksamkeit. Für die Politikberichterstattung bedeutet dies eine Favorisierung politischer Themen mit hohem Konfliktpotential und eine Bedeutungssteigerung des Nachrichtenwertes «Prominenz». Über die Bereitstellung von politischer Information hinaus ist es *zweitens* entscheidend, dass Sachverhalte umfassend vermittelt, institutionelle Entscheidungsfindungsprozesse und die Positionen der wichtigen politischen Akteure in den Medien dargestellt werden. Eine Berichterstattung, die sich hauptsächlich für personalisierte Konflikte bzw. persönliche moralische Verfehlungen interessiert, zielt an der Bereitstellung von umfassenden Orientierungsgrundlagen vorbei.
- In *zeitlicher* Hinsicht verdrängt eine punktuelle und ereignisorientierte Berichterstattung die Thematisierung von kontinuierlichen Prozessen. Dies hat zur Folge, dass sich die Politikvermittlung über die Abbildung von politisch-insti-

tutionellen Prozessen zu einer punktuellen Thematisierung des Exekutivhandelns hinbewegt (Imhof/Kamber 2001). Schnell wechselnde mediale Problemwahrnehmungen verdrängen dabei eine kontinuierliche Berichterstattung über politische Prozesse, so dass die Politik durch den Aktualitätstempus der Medien überfordert wird (Kamber/Schranz 2002). Eine zentrale Aufgabe der Politikvermittlung liegt deshalb *drittens* in der Verortung von Ereignissen und Prozessen in einem umfassenden politischen Kontext. Orientierung stellt sich im medialen Diskurs durch die Bereitstellung einer zusammenhängenden Berichterstattung ein, in der Themen, Meinungen und Akteure nachhaltig verfolgt und in einen gesellschaftspolitischen Kontext eingeordnet werden.

### b.) Der Stellenwert und die Vielfalt der Politikberichterstattung in den Nachrichtenformaten von SF DRS, SR DRS, Tele24 und TV3

Für die vorliegende Untersuchung wurden alle Beiträge im Zeitraum vom 1.11.1999 – 31.12.2000 der Nachrichtenformate *Tagesschau*, *10vor10* (SF DRS), *Swiss News* (Tele 24), *News7/TV3 News* (TV3), *Echo der Zeit* und *Rendez-vous am Mittag* (SR DRS) einbezogen und als Kommunikationsereignisse erfasst. Kommunikationsereignisse sind Berichterstattungsketten von mindestens drei Beiträgen, die sich auf dasselbe Thema bzw. denselben Vorgang beziehen. Kommunikationsereignisse können exklusiv in einem Nachrichtenformat vorkommen oder aber in mehreren Formaten Niederschlag finden. Ein Kommunikationsereignis definiert sich deshalb durch eine minimale Berichterstattungskontinuität<sup>4</sup>. Durch die Darstellung des Berichterstattungsumfangs der Kommunikationsereignisse lässt sich erstens die Informationstätigkeit

der einzelnen Nachrichtenformate überblicksartig festhalten. Die Systematisierung der Kommunikationsereignisse nach thematischen und geographischen Kategorien unter Einbezug der formatspezifischen Agenden erlaubt zweitens das Informationsangebot der Medienarena insgesamt und jedes einzelnen Mediums weiter zu differenzieren. Dadurch wird der Beitrag der einzelnen Nachrichtenformate zum Politikvermittlungsprozess sichtbar. Durch eine weiterführende Differenzierung der politischen Kommunikationsereignisse für das Inland lassen sich drittens die formatspezifischen Unterschiede bei der Politikberichterstattung festhalten und hinblicklich der Politikvermittlungsfunktion der Medien beurteilen.

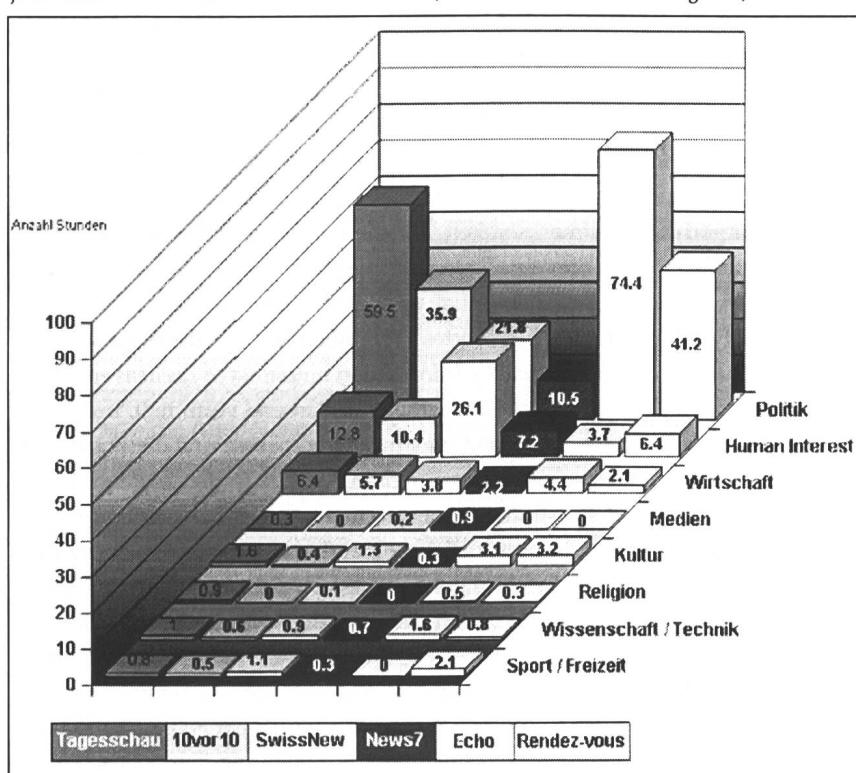
Betrachtet man zuerst den Umfang der erfassten Kommunikationsereignisse, zeigen sich folgende Profile der Nachrichtenformate: Die *Tagesschau* und das *Echo der Zeit* senden im Zeitraum vom 1.11.1999 – 31.12.2000 über 80 Stunden Information, die sich als kontinuierliche Beobachtungsleistung beschreiben lässt. *Swiss News*, *10vor10* und *Rendez-vous am Mittag* bieten ca. 50 Stunden (vgl. Darstellung 1) und *News7/TV3 News* rund 20 Stunden Information<sup>5</sup>. Die Berichterstattung ist damit stärker punktuell orientiert<sup>6</sup>.

Bezüglich der Vielfalt bzw. der Anzahl der Kommunikationsereignisse stehen *Tagesschau* und *Swiss News* mit über 300 Ereignissen an der Spitze, gefolgt von *10vor10* und *News7/TV3 News*. Im Gegensatz dazu bilden die Radio-Formate weniger, aber zeitlich umfassende Kommunikationsereignisse aus. Die Formate des Fernsehens sind demnach stärker auf Vielfalt und die des Radios mehr auf Kontinuität

und Hintergrund ausgerichtet. Unterschiede zwischen den Formaten sind auch anhand der Gewichtung von Themenbereichen festzustellen. Obwohl alle Nachrichtenformate des Fernsehens und des Radios sich stark auf die Kernbereiche Politik, Wirtschaft und Human Interest konzentrieren, befassen sich die Radiosendungen *Echo der Zeit* und *Rendez-vous am Mittag* fast ausschliesslich mit politischen Themen (d.h. Themen, die sich unmittelbar auf Akteure oder Verfahrensabläufe des politischen Systems beziehen). Dementsprechend hat die Wirtschafts- und Human Interest-Berichterstattung in den Radiosendungen weniger Bedeutung als im Fernsehen.

Durch die Prozentuierung des Umfangs der Kommunikationsereignisse pro Medium nach Themenbereichen werden zweitens die redaktionsinternen Prioritäten und die unter-

**Darstellung 1:** Länge der Berichterstattungsfolgen (Kommunikationsereignisse) nach Themenbereichen je Medium im Zeitraum vom 1.11.99 – 31.12.2000 (N = 612 Kommunikationsereignisse)



schiedlichen Schwerpunkte der Nachrichtenformate sichtbar (vgl. Darstellung 2).

**Darstellung 2:** Prozentuale Verteilung der Berichterstattungsfolgen (Kommunikationseignisse) gemäss ihrer Länge je Medium nach Themenbereichen im Zeitraum 1.11.99 – 31.12.00 (N = 612 Kommunikationseignisse)

	Politik	Human Interest	Wirtschaft	Medien	Kultur	Religion	Wissenschaft/ Technik	Sport/ Freizeit
Tagesschau	<b>71%</b>	15%	8%	1%	2%	1%	1%	1%
10vor10	<b>67%</b>	19%	<b>11%</b>	0%	1%	0%	1%	1%
Swiss News	39%	<b>47%</b>	7%	1%	2%	0%	2%	2%
News7/ TV3 News	47%	<b>33%</b>	10%	4%	1%	0%	3%	2%
Echo der Zeit	<b>86%</b>	4%	5%	0%	2%	1%	2%	0%
Rendez-vous am Mittag	<b>75%</b>	11%	4%	0%	6%	0%	1%	4%

Das politische Informationsangebot ist bei Radio (rund 80%) und Fernsehen DRS (rund 70%) eindeutig am wichtigsten, während die privaten Formate *Swiss News* und *News7/TV3 News* auch dem Human Interest einen vergleichsweise hohen Stellenwert beimessen. Bei *Swiss News* gehört fast jedes zweite Kommunikationseignis dem Human Interest an. Dabei konzentriert sich *News7/TV3 News* im Rahmen seiner Human Interest-Themen vor allem auf die Darstellung Prominenter sowie auf Unfälle und Katastrophen, und *Swiss News* stellt die Sex&Crime-Berichterstattung ins Zentrum. Im Gegensatz dazu spielen im *Echo der Zeit* Human Interest-Themen praktisch keine Rolle. Diese unterschiedlichen Präferenzen für Politik- bzw. Human Interest-Themen widerspiegeln sich auch in den Agenden der Nachrichtenformate. Bei den öffentlichen Sendern stehen neben den national bedeutungsvollen Katastropheneignissen im Jahre 1999/2000 wie dem Sturm Lothar und der Schlammlawine in Gondo, vorwiegend internationale Vorgänge wie die Präsidentschaftswahl in den USA, die CDU-Spendenaffäre in Deutschland, der Tschetschenien-Krieg und die Regierungsbeteiligung der FPÖ in Österreich im Zentrum. Die Agenden der Formate der Privatsender weichen davon stark ab und bevorzugen Vorgänge wie den Crossairabsturz in Niederhasli, das Bergbahnunglück im österreichischen Kaprun, den Prozess zum Mordfall Bilkei in Zürich, den Inzestverdacht gegenüber dem Schweizer Kind Raoul Wüthrich in den USA, den Tod des Schweizer Kickboxers Andy Hug und die Reality-TV-Sendung Big Brother.

Neben der thematischen Gewichtung der einzelnen Formate werden mit der Differenzierung der Kommunikationseignisse nach geographischen Bezügen auch die räumlichen bzw. publikumspezifischen Ausrichtungen der Formate sichtbar (vgl. Darstellung 3).

Der Inlandberichterstattung kommt in allen Nachrichtenformaten eine wichtige Bedeutung zu. Ausgeprägt widmen sich vor allem *Rendez-vous am Mittag* (57%), *10vor10* (56%), *Swiss News* (54%) und *News7/TV3 News* (53%) dem natio-

nalen Kontext, gefolgt von den beiden Formaten *Tagesschau* und *Echo der Zeit*. Demgegenüber profiliert sich insbesondere das *Echo der Zeit* (57%) mit einer ausgeprägten Auslandberichterstattung als «NZZ der elektronischen Medien». Vergleichsweise sehr stark ist *Swiss News* (27%) in der Berichterstattung auf regionaler und lokaler Ebene. In der Kombination der Themenbereiche und der geographischen Bezugsräume der Kommunikationseignisse lassen sich die Profile der Formate folgendermassen zusammenfassen: Die Nachrichtenformate der öffentlichen Anbieter stellen ein umfangreiches Informationsangebot zur Verfügung, das sich stark auf die Politik konzentriert und Vorgänge

im In- und Ausland beleuchtet. Die privaten Anbieter dagegen fokussieren in ihrer Informationstätigkeit stark Human Interest-Themen. *Swiss News* von Tele 24 hat gleichzeitig eine starke lokale/regionale Ausrichtung.

Drittens interessieren die Form und der Stil der Politikberichterstattung für das Inland, um die Leistungen der Medien für den Meinungsbildungsprozess bestimmen zu können. Dazu wird ein in der Politikwissenschaft etabliertes Begriffsverständnis (Alemann 1994) verwendet, welches für die Analyse von Informationssendungen bereits getestet wurde (Bruns/Marcinkowski 1996).

Der umfassende Begriff der Politik lässt sich durch seine Aufgliederung in *polity*, *politics* und *policy* näher bestimmen. Der Begriff *polity* bezeichnet die institutionelle Dimension der Politik und beschreibt Verfassungen, Regierungen und Parlamente als Teil einer sichtbaren Rechtsordnung, die auf politische Entscheidungen einwirkt. Da Kommunikationseignisse in den elektronischen Medien, die primär diesen Aspekt der Politik fokussieren, äussert rar sind, wurde er für die Auswertung nicht verwendet. Der *politics*-Aspekt zielt auf die Prozesshaftigkeit der Politik. Hinter den politischen Entscheidungen stehen Ideen und Interessen bzw. Akteure, die diese in konfliktiven Prozessen vertreten. Das als *politics* erfasste «Machtspiel» wird oft mit dem Unterhaltungsaspekt der Politik in Verbindung gebracht und die entsprechende Berichterstattungsform mit der Sport-Metapher «race horse journalism» versehen. Die letzte

**Darstellung 3:** Prozentuale Verteilung der Berichterstattungsfolgen (Kommunikationseignisse) gemäss ihrer Länge je Medium nach geographischen Aufmerksamkeitsstrukturen im Zeitraum 1.11.99 – 31.12.00 (N = 612 Kommunikationseignisse)

	Ausland	Schweiz	Regional/ Lokal
Tagesschau	50%	45%	5%
10vor10	38%	56%	6%
Swiss News	19%	54%	<b>27%</b>
News7/ TV3 News	36%	53%	11%
Echo der Zeit	<b>57%</b>	42%	1%
Rendez-vous am Mittag	41%	<b>57%</b>	2%

Dimension, die *policy*, bezeichnet schliesslich den konkreten sachlichen Inhalt der Politik, die politischen Verhandlungsgegenstände. Für die vertiefende Analyse wurden alle Kommunikationereignisse mit innenpolitischem Bezug in die folgenden drei Kategorien eingeteilt:

1. Policy-Ereignisse: Kommunikationereignisse mit ausgeprägter Fokussierung politischer Sachverhalte und starkem Bezug zu prozessuralen Vorgängen im politischen System (Bsp. Gesetzgebungsprozesse, Abstimmungsvorlagen, Wahlberichterstattung).
2. Politics-Ereignisse: Kommunikationereignisse mit starker Fokussierung der politischen Auseinandersetzung bzw. prominenter Einzelpersonen der Politik (Bsp. Demonstrationen, Parteikonflikte).
3. Differenziert wurden weiter Kommunikationereignisse mit Bezug zu judikativen Vorgängen (hauptsächlich Gerichtsprozesse).

Der mit Prominenz und Konflikt verbundene, sowie auf Personalisierung rekurrende *politics*-Aspekt (vgl. Darstellung 4) spielt für die Politikberichterstattung von *News7/ TV3 News* und *Swiss News* die stärkste Rolle ( $\geq 40\%$ ). Kommunikationereignisse mit prominenten Personen und konfliktiven Situationen besetzen entsprechend die ersten Plätze ihrer Agenden: die Bundesratswahlen, der SPS-interne Konflikt um Parteipräsidentin Ursula Koch, der Faschismus-Vorwurf von Blocher an die Sozialdemokraten, der Aufmarsch der Skinheads am 1. August 2000 auf der Rütliwiese, der stark personalisierte Konflikt zwischen den Bundesräten Ogi und Couchebin um die materielle Ausgestaltung der Armeereform XXI und die Geheimdienstoffäre Bellasi. *Swiss News* berichtet zudem sehr häufig über Gerichtsprozesse. Die Inlandberichterstattung dieser beiden Nachrichtenformate betont somit die Unterhaltungsaspekte der Politik. Im Gegensatz dazu beugen sich das *Echo der*

**Darstellung 4:** Differenzierte Darstellung der Berichterstattungsfolgen (Kommunikationereignisse) mit innenpolitischem Bezug je Medium im Zeitraum 1.11.99 – 31.12.2000 (N = 172)

	Kommunikationereignisse mit «Policy-Fokussierung»	Kommunikationereignisse mit «Politics-Fokussierung»	Kommunikationereignisse mit «Judikativ-Fokussierung»
<b>Tagesschau</b>	<b>64%</b>	27%	9%
<b>10vor10</b>	51%	36%	13%
<b>Swiss News</b>	39%	<b>42%</b>	<b>19%</b>
<b>News7/ TV3 News</b>	49%	<b>40%</b>	11%
<b>Echo der Zeit</b>	<b>72%</b>	26%	2%
<b>Rendez-vous am Mittag</b>	59%	35%	6%

Policy-Fokussierung: Kommunikationereignisse mit ausgeprägter Fokussierung politischer Sachverhalte und starkem Bezug zu prozessuralen Vorgängen im politischen System. Politics-Fokussierung: Kommunikationereignisse mit starker Fokussierung der politischen Auseinandersetzung bzw. prominenter Einzelpersonen der Politik. Judikativ-Fokussierung: Kommunikationereignisse mit Fokussierung der Judikative (insbes. Gerichtsprozesse).

*Zeit* (72%) und die *Tagesschau* (64%) diesem Trend nicht. Ihre Berichterstattung konzentriert sich in stärkerem Masse auf Ereignisse und Prozesse laufender politischer Vorlagen, wie etwa die europapolitische Diskussion oder die Energievorräte.

### 3 Service Public und publizistische Leistungen bezogen auf die RTVG-Erläuterungen

Abschliessend werden die Berichterstattungsleistungen der Nachrichtenformate im Rahmen des Politikvermittlungsprozesses beurteilt und deren Bedeutung für die RTVG-Revision aufgezeigt:

- a. Hinsichtlich der Politikvermittlungsfunktion der Medien erbringen die *Nachrichtenformate der öffentlichen Anbieter* die gewichtigsten Service public-Leistungen, weil sie ein umfangreiches, kontinuierliches und vielfältiges Informationsangebot bereitstellen, das sich stark auf die Politik konzentriert. Politische Ereignisse im In- und Ausland stellen zentrale Schwerpunkte der Formate dar. Die Politikberichterstattung ist zudem stark an der Agenda des politischen Systems orientiert und vermittelt dadurch vor allem auch die prozessuralen Vorgänge im politischen System.
- b. Die *Privatsender* hingegen tendieren zu einer Vernachlässigung des kostenintensiven Informationsbereichs (News TV3) und unterliegen stärker dem Druck der Einschaltquoten. Dies führt zu einer Informationstätigkeit, die schnell wechselnd, wenig nachhaltig und am stärksten regional/lokal ausgerichtet ist. Die Politikberichterstattung ist zudem viel stärker an der Politprominenz, den konfliktiven Vorgängen im politischen System und an der Prozessberichterstattung orientiert. In diesem Sinne ist die Politikberichterstattung der Nachrichtenformate von Privatanbietern vor allem als Ergänzung zur klassischen Politikberichterstattung zu sehen. Denn inwiefern ihre Politikberichterstattung eine notwendige Stärkung der Kontrollfunktion der Medien ist und wie stark eine auf Unterhaltungsaspekte bedachte Politikberichterstattung der Politikabstinenz der Bevölkerung entgegentreten kann, bleibt eine offene Frage.
- c. Wenn man das Argument eines kleinen schweizerischen Rundfunkmarktes, der in starker Konkurrenz zum Ausland steht, ernst nimmt, erscheint es sinnvoll, hinsichtlich der Nachrichtenformate die Service public-Leistungen der öffentlichen Anbieter weiterhin zu fördern und in allen Landesteilen ein breites Informationsangebot zu gewährleisten. Insbesondere die Nachrichtenformate der italienischen und französischen Schweiz, die sich in einem noch kleineren Markt bewegen und gröserer Konkurrenz aus dem nahen Ausland haben als die Deutschschweiz, sind ohne Gebührenmittel kaum in der Lage, den Service public-Anforderungen gerecht zu werden.

## Anmerkungen

- 1 Schranz, M., P. Ettinger, K. Imhof (2002), «(Service) public eye on political communication». Eine Analyse der Informationsleistungen öffentlicher und privater Nachrichtenformate im Radio und Fernsehen der Deutschschweiz, ein durch das Bakom finanziertes Forschungsprojekt.
- 2 Zur Differenzierung von strukturellen und inhaltlichen Elementen des Service public-Begriffs in den wissenschaftlichen und medienpolitischen Diskussionen vgl. Jarren/Donges/Künzler (2001: 48ff).
- 3 Erläuterungen zum Entwurf für ein neues Radio- und Fernsehgesetz (RTVG), Vernehmlassung Dezember 2000, S. 14. Kursivsetzung durch die Autoren.
- 4 Für das methodische Vorgehen vgl. Schranz/Ettinger/Imhof (2002: 14f).
- 5 Wobei die tiefen Werte von TV3 zu einem gewissen Anteil auch mit dem Unterbruch der Nachrichtensendung beim Übergang von News7 zu TV3 News im Frühjahr 2000 zu erklären sind.
- 6 Auch wenn sich die Längen der einzelnen Nachrichtenformate geringfügig unterscheiden besteht kein direkter Zusammenhang zwischen der Ausstrahlungslänge und der Anzahl an Kommunikationereignissen eines Nachrichtenformats.

## Literatur

- Alemany, U. von (1994): Grundlagen der Politikwissenschaft, Opladen.
- Brunn, Th., F. Marcinkowski (1996): Konvergenz Revisited. Neue Befunde zu einer älteren Diskussion, in: Rundfunk und Fernsehen, 44.
- Imhof, K. (1996a): «Öffentlichkeit» als historische Kategorie und als Kategorie der Historie, in: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte, 46, 1, 3–25.
- Imhof, K. (1996b): Eine Symbiose: Soziale Bewegungen und Medien, in: K. Imhof, P. Schulz (Hg.): Politisches Raisonnement in der Informationsgesellschaft, Reihe Mediensymposium Luzern, Zürich: Seismo, 165–186.
- Imhof, K., P. Ettinger (2000): Die Kommunikationereignisse Wahlen und Abstimmungen als Indikatoren sozialen Wandels, in: H. Bohrmann, O. Jarren, G. Melischek, J. Seethaler (Hg.): Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien, Opladen: Westdeutscher Verlag, 251–272.
- Imhof, K., E. Kamber (2001): Politik und Gesellschaft im Strukturwandel der Öffentlichkeit. Zur Veränderung der Konstitutionslogiken der öffentlichen Kommunikation im Licht der Integrations- und Ordnungsdebatten, in: J. Allmendinger (Hg.): Gute Gesellschaft?, Plenumsband A zum 30. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, Opladen: Leske+Buderich, 425–453.
- Jarren, O. (1998): Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel, in: U. Sarcinelli (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, 74–96.
- Jarren, O., P. Donges (2001): Medienregulierung durch die Gesellschaft? Eine steuerungstheoretische und komparative Studie mit Schwerpunkt Schweiz, Wiesbaden.
- Jarren, O., P. Donges und M. Künzler (2001): Der schweizerische öffentliche Rundfunk im Netzwerk, Diskussionspunkte 41 Zürich: IPMZ Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.
- Kamber, E., M. Schranz (2002): Von der Herstellung zur Darstellung demokratischer Öffentlichkeit? – Die Politikvermittlung der Massenmedien unter den Bedingungen eines ausdifferenzierten Mediensystems, in: K. Imhof, O. Jarren, R. Blum (Hg.): Integration und Medien, Mediensymposium Luzern, Opladen: Westdeutscher Verlag (i.E.).
- Marcinkowski, F. (1998): Politikvermittlung durch Fernsehen und Hörfunk, in: U. Sarcinelli (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, 165–183.
- Meier, W. A., H. Bonfadelli, M. Schanne (1993): Medienlandschaft Schweiz im Umbruch. Vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk zur elektronischen Kioskware, Bern: Haupt.
- Münch, R. (1996): Mediale Ereignisproduktion. Strukturwandel der politischen Macht, in: S. Hradil (Hg.): Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften. Verhandlungen des 28. Kongresses der deutschen Gesellschaft für Soziologie in Dresden 1996, Frankfurt a. M.: Campus, 696–709.
- Sarcinelli, U. (1998): Parteien und Politikvermittlung. Von der Parteien- zur Mediendemokratie? in: Derslb. (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, 273–296.
- Saxer, U. (1998): System, Systemwandel und politische Kommunikation, in: O. Jarren, U. Sarcinelli, U. Saxer (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, 21–64.
- Schranz, M., P. Ettinger, K. Imhof (2002): «(Service) public eye on political communication», Ms, Projekt durch Bakom finanziert.

**Lic. phil. Esther Kamber**, geb. 1964, studierte Soziologie, Sozial- und Wirtschaftsgeschichte und Ökonomie. Seit 1997 ist sie Mitarbeiterin am fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung und des SIUZ – Soziologisches Institut der Universität Zürich.

**Lic. phil. Mario Schranz**, geb. 1970, studierte Soziologie, Politikwissenschaft und Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Seit 1997 ist er Mitarbeiter am fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung und des SIUZ – Soziologisches Institut der Universität Zürich.

**Prof. Dr. Kurt Imhof**, geb. 1956, studierte Geschichte, Soziologie und Philosophie. Er ist Ordentlicher Professor für Publizistikwissenschaft und Soziologie an der Universität Zürich und daselbst Leiter des fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung und des SIUZ – Soziologisches Institut der Universität Zürich.