

Zeitschrift: Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research

Herausgeber: Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences

Band: 10 (2010)

Heft: 2

Artikel: Wirtschaftsberichterstattung im Rundfunk der Schweiz

Autor: Sommer, Katharina / Einwiler, Sabine / Ingenuhoff, Diana

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790995>

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: 07.02.2026

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

KATHARINA SOMMER*, SABINE EINWILLER**, DIANA INGENHOFF*** &
NORBERT WINISTÖRFER****

Wirtschaftsberichterstattung im Rundfunk der Schweiz *Eine inhaltsanalytische Untersuchung zu Unterschieden zwischen den Sprachregionen*

The study analyzes to which extent economic broadcasting coverage differs between the three main language regions – the German-, French- and Italian-speaking parts of Switzerland. According to the obligations of Public Service, one main function which should be fulfilled by public broadcasting is the integration of the different language regions. Therefore, we conducted a content analysis of economic news in main public and private TV and radio news broadcasts in the three language regions. We evaluated the quantity of economic news, but also the relevance of the covered events and comprehensibility of the economic news.

Findings indicate that in all three language regions, about 20 percent of the news broadcasts are economic news. Topics concerning the meso level, companies and industries, are by far most often covered in all three languages. This provides the possibility of interpersonal conversation about these subjects and thus helps integration. Nevertheless, events which happen on a regional level in the other language regions are covered very infrequently.

Keywords: economic news coverage, content analysis, integration.

* Universität Zürich, k.sommer@ipmz.uzh.ch

** Johannes Gutenberg-Universität Mainz, einwiller@uni-mainz.de

*** Universität Fribourg, diana.ingenhoff@unifr.ch

**** FHNW Hochschule für Wirtschaft, norbert.winistoerfer@fhnw.ch

1. Service Public und Wirtschaftsberichterstattung

In Artikel 24 des Schweizerischen Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) ist der Programmauftrag an den schweizerischen öffentlichen Rundfunk (SRG) im Sinne des «Service Public» festgeschrieben. Darin heisst es unter anderem, dass die SRG zur «freien Meinungsbildung des Publikums durch umfassende, vielfältige und sachgerechte Information insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge» (Art. 24, Abs. 4a) beiträgt. Die Integration der unterschiedlichen Sprachregionen spielt dabei eine zentrale Rolle. So soll die gesamte Bevölkerung in allen drei Landessprachen gleichwertig informiert werden (Art. 24, Abs. 1a) und dabei «das Verständnis, de[r] Zusammenhalt und de[r] Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen und gesellschaftlichen Gruppierungen» (Art. 24, Abs. 1b) gefördert und «die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone» berücksichtigt werden (ebd.). Neben dem Austausch und dem Verständnis zwischen den unterschiedlichen Schweizer Regionen ist auch die Anschlusskommunikation an die Medienberichterstattung ein wichtiger Bestandteil der Integration: Denn nur wenn in allen Landesteilen über wichtige regionale, nationale und internationale Themen berichtet wird, kann Anschlusskommunikation über Inhalte der Berichterstattung entstehen (Hungerbühler 2002: 169). Integration wird also dadurch gewährleistet, dass die Menschen in den unterschiedlichen Regionen über die gleichen Themen sprechen können. Dies schliesst auch Themen aus den jeweils anderen Sprachregionen ein.

Die Fragestellung, ob der schweizerische öffentliche Rundfunk dem Programmauftrag durch eine umfassende Information über *wirtschaftliche* Zusammenhänge in den drei Landessprachregionen gerecht wird und somit Integration fördert, ist noch unerforscht. Dies, obwohl angenommen wird, dass die Berichterstattung über Wirtschaftsthemen auf Mikro-, Meso- und Makroebene sowie auf die Konjunktur und Börsenverläufe (u.a. Hagen 2005; Scheufele & Haas 2008) wirkt.

Der vorliegende Beitrag setzt an dieser Forschungslücke an. Mit Hilfe einer inhaltsanalytischen Untersuchung der Wirtschaftsberichterstattung in den Hauptnachrichtensendungen ausgewählter öffentlicher und privater Fernseh- und Radionachrichten in den drei Hauptsprachregionen

des Landes wird ermittelt, inwieweit die Anbieter den Programmauftrag in allen drei Sprachregionen bezüglich Wirtschaftsthemen erfüllen und somit die Gleichwertigkeit der Information fördern. Ein Hauptfokus der Studie liegt auf den für die Erfüllung des Programmauftrags wichtigen Qualitätsaspekten der umfassenden und vielfältigen Information.¹

Das Regulierungsmodell des öffentlichen Rundfunks in der Schweiz ist wie das fast aller europäischen Länder vom Konzept des «Public Service» geprägt. Institutionell grenzt sich der Public Service von privaten Rundfunkprogrammen dadurch ab, dass er als Non-Profit-Organisation marktunabhängig über Gebühren finanziert wird, so dass die Programmstruktur nicht vornehmlich nach der ökonomischen Logik ausgerichtet werden muss (Donges 2003; Jarren et al. 2001). In der Schweiz übernimmt primär die SRG SSR *idée suisse* (im Folgenden SRG) als öffentlicher Anbieter den Auftrag des Public Service. Seit Inkrafttreten des neuen RTVG werden sie dabei durch die konzessionierten Privat-TV und -Radiosender unterstützt.

Im Beziehungsmodell des Public Service werden unter Public Service die Beziehungen von elektronischen Medien zu Politik, Ökonomie und Gesellschaft verstanden (Jarren et al. 2001; Søndergaard 1999). Der öffentliche Rundfunk muss eine Beziehung zu den Rezipienten als Bürger und zu politischen und zu ökonomischen Akteuren aufbauen, so dass die Vorgaben des Public Service immer wieder neu zwischen den gesellschaftlichen Teilgruppen ausgehandelt werden und so auf gesellschaftliche Veränderungen reagiert werden kann. Werden diese Bindungen jedoch zu eng, so kann die Leistungsfähigkeit des Public Service beeinträchtigt werden, da Politisierung, Kommerzialisierung oder eine unausgewogene Bindung an wenige gesellschaftliche Gruppen drohen (Jarren & Donges 2005; Jarren et al. 2001: 61 ff.).

In der inhaltlich-normativen Definition wird als Ziel des Public Service die umfängliche Vielfalt in der Berichterstattung genannt, die insbesondere die Interessen der Bürger/-innen bedienen, informieren und dadurch die Funktionsfähigkeit der Demokratie sicherstellen soll (Hoffmann-Riem 2003). Neben Informations- und Meinungsbildungsfunktion und

¹ Die Studie wurde vom Schweizerischen Bundesamt für Kommunikation (BA-KOM) gefördert.

Berücksichtigung der kulturellen Vielfalt einer Gesellschaft (z. B. Blumler 1993; Donges 2003; Kamber, Schranz & Imhof 2002) wird auch die Unterhaltung der Rezipienten mit berücksichtigt (Cuilenburg & Slaa 1993; Syvertsen 1999). In einer vergleichenden Studie der Rundfunkregulierungen in elf Ländern finden Jarren et al. (2002: 283 ff.), dass sich in allen untersuchten Ländern ähnliche Ziele und Begründungen für den öffentlichen Rundfunk im Sinne des Public Service finden. Angeführt werden unter anderem die Vielfalt der Programmbereiche, die Orientierung an hohen Qualitätsstandards, die Ausrichtung der Organisation an (medien-)ethischen Normen, die Unabhängigkeit der Nachrichten sowie der Beitrag zur Festigung der nationalen Identität und Integration verschiedener Bevölkerungsgruppen.

In der Schweiz lässt sich das Rundfunksystem als Dreiebenen-Modell beschreiben: Zwischen dem privaten und dem öffentlichen Rundfunk herrscht eine Aufgabenteilung, wobei private Programme auf der lokalen und regionalen Ebene zugelassen werden, die nationale und sprachregionale Ebene vornehmlich durch den öffentlichen Rundfunk versorgt wird und die internationale Ebene, also Programme für den internationalen Rundfunkmarkt, wiederum privat sind (Künzler 2003, 2005, 2009). Der nationale öffentliche Rundfunk hat also keine private Schweizer Konkurrenz, lediglich die nationalen öffentlichen und privaten Programme aus Deutschland, Österreich, Frankreich und Italien, die von den Schweizer ZuschauerInnen rezipiert werden.² Durch das mit Leistungsaufträgen verknüpfte Konzessionssystem sollen Möglichkeiten geschaffen werden, «die Ordnungsstrukturen in die Richtung anerkannter gesellschaftspolitischer Ziele wie die möglichst freie, demokratische Meinungsbildung, die breite kulturelle Entfaltung und pluralistische Veranstalterstrukturen zu lenken» (Weber 2000: 35).

Der Fokus auf Integration der einzelnen Sprachregionen und damit einhergehend die Stärkung des gesamtschweizerischen Zusammengehörigkeitsgefühls wird vom Public Service klar betont. Stereotype zwischen

² So hatten die privaten Programme der jeweiligen Sprache im Jahr 2008 in der Deutschschweiz einen Marktanteil von 22,5 Prozent, in der Romandie von 28 Prozent und in der italienischsprachigen Schweiz von 26,9 Prozent. Die öffentlichen Programme anderer Länder der jeweiligen Sprache kamen in der Deutschschweiz auf 17,3 Prozent, in der Romandie auf 19,2 Prozent und im Tessin auf 22 Prozent (AG 2008).

den einzelnen Sprachregionen innerhalb der Schweiz sollen abgebaut werden. Sie sind vor allem bei den frankophonen Schweizern hinsichtlich der deutschsprachigen Majorität ausgeprägt (Würth 1999: 130).

Gemeinsame Themen sorgen dafür, dass Anschlusskommunikation angestoßen wird (Jarren 2000; Rössler 2002). Ohne diesen gemeinsamen Themenhintergrund droht die Gefahr, dass «gemeinsame Ordnungsmuster» (Hungerbühler 2002: 181) fehlen und so eine Desintegration auf der Ebene der gesamten Schweiz daraus folgt: «L'élaboration d'un espace public national suisse nécessite une communication entre les régions qui permette aux citoyens d'accéder à des informations semblables, mais aussi de jouir d'une connaissance mutuelle» (Corboud Fumagalli 1996: 11). Heinrich merkt in seinem Überblick über die Forschung zur Wirtschaftsberichterstattung im deutschsprachigen Raum aus dem Jahr 1991 an, dass die Studien auch «nach der funktionalen und personalen Zielorientierung der Medien» (Heinrich 1991: 68) unterscheiden müssten. Für den öffentlichen Rundfunk ist zentral, dass er Komplexität reduziert, «um es dem Rezipienten zu ermöglichen, im Wirtschaftssystem für sich rationale Entscheidungen zu treffen» (Heinrich & Moss 2006: 17), Orientierung zu bieten und eine Grundlage für Gespräche zu schaffen, die wiederum die Integration fördern.

Die Frage, ob die schweizerische Medienlandschaft tatsächlich nach Sprachregionen segmentiert ist (Widmer 1996/97) und damit die Integration erschwert, wird in einer Studie zum Informationsangebot von politischer Berichterstattung von Mittagsnachrichtensendungen in Radioprogrammen für die Zeit von 1960 bis 1999 thematisiert. Untersucht wurden die drei Programme der SRG in deutscher, französischer und italienischer Sprache. Demnach ist die Segmentierung bezüglich der Nachrichtenthemen über die Jahre hinweg deutlich stärker geworden: Während in den 1960er Jahren noch drei Viertel der Nachrichteneignisse in allen drei Programmen thematisiert wurden, lag der Anteil im Jahr 1999 nur noch bei 4 bis 7 Prozent (Hungerbühler 2002: 171). Während die TV-Sender in den ersten Jahren der untersuchten Zeit in allen Landesteilen vor allem Auslandsnachrichten sendeten, verschob sich der Fokus der Berichterstattung in den 1990er Jahren stärker auf die nationale Ebene. Thematisch lässt sich eine Entwicklung weg von politischen Ereignissen hin zu einer breiteren Verteilung auf unterschiedliche Themen

in allen drei Landesteilen erkennen. Insbesondere der Bereich Wirtschaft wird in der Berichterstattung aller untersuchten Radioprogramme deutlich stärker bedacht: Während der Anteil der Wirtschaftsberichterstattung in den 1960er Jahren noch unter 20 Prozent lag, übersteigt er diese Marke Ende der 1990er deutlich, wobei vor allem in der Deutschschweiz mit über 30 Prozent über wirtschaftliche Belange berichtet wird (Hungerbühler 2002: 175).

In einer aktuellen, vom BAKOM in Auftrag gegebenen Studie der Universitäten Lugano und Genf sowie von Publicom zu den Programmstrukturen von SRG-Radioprogrammen im Jahr 2008 (Publicom, UNISI, & UNIGE 2009)³ zeigte sich bezüglich der Unterschiede zwischen den Sprachregionen, dass in den französischsprachigen Programmen Wirtschaftsthemen nur einen geringen Teil ausmachen, nämlich zwischen 10 und 3 Prozent der Informationsbeiträge. Bei DSR1 liegt der Anteil mit 20 Prozent am höchsten (Rete Uno mit 14 Prozent).

Mit den Schweizer Fernsehprogrammen und den Unterschieden zwischen den Hauptsprachregionen beschäftigte sich eine Untersuchung aus dem Jahr 1995 (Corboud Fumagalli 1996). In den Hauptnachrichtensendungen der drei Programme der SRG (SF, TSR und TSI) werden vor allem Beiträge zu Ereignissen gesendet, die im Ausland stattfinden. Nur 15 Prozent der insgesamt aufgegriffenen Ereignisse werden in allen drei Programmen gesendet. Von den Nachrichten, die sich auf Regionen der Schweiz beziehen, sind in der Deutschschweiz und in der Romandie nur rund 3 Prozent den jeweils anderen Sprachregionen zuzuordnen, in der italienischsprachigen Schweiz liegt der Wert immerhin bei 11 Prozent.

Beck & Schwotzer kommen für die Jahre 1996 und 2002 zu einem anderen Ergebnis in ihrer Analyse, inwiefern Schweizer Nachrichtensendungen Integrationspotential liefern (2006). Die Hauptnachrichten von SF, TSR und TSI (jetzt RSI) werden in beiden Jahren dominiert von dem breiten Themenfeld Wirtschaft und Politik, wenn auch mit abnehmender Tendenz; über Kultur- und Sachthemen wird dagegen mehr berichtet.

³ Untersucht werden die Programme La Première, Espace 2, Couleur 3, DRS 1, Rete Uno.

Insgesamt nimmt der Anteil der in allen drei Sendungen berichteten Ereignisse auf über 50 Prozent zu (Beck & Schwotzer 2006: 30). Ein Ergebnis, das dem von Corboud Fumagalli widerspricht. Über die jeweils anderen Sprachregionen wird am wenigsten in der Deutschschweiz und der Romandie berichtet (im Jahr 2002 nur 7 bzw. 12 Prozent), im italienischsprachigen Programm dagegen nehmen die Berichte über Ereignisse in den anderen Sprachregionen 30 Prozent der Sendezeit ein. Dies spricht dafür, dass die Nachrichten-Berichterstattung über jeweils andere Sprachregionen im Tessin die Grundlage für Integration schafft.

Auf den Unterschied zwischen öffentlichen und privaten Angeboten von Nachrichten im Deutschschweizer Rundfunk gehen Kamber, Schranz und Imhof für das Jahr 2000 ein. Auch sie untersuchen ausgewählte Nachrichtensendungen von öffentlichen, aber auch privaten Fernseh- und Radioanbietern und kommen zu dem Schluss, dass die öffentlichen Angebote sehr stark auf politische Ereignisse fokussieren und daher der Politikvermittlungsfunktion gerecht werden. Die privaten Programme dagegen berichten, wie zu erwarten war, zwar auch über Politik, fokussieren dabei jedoch vor allem auf die regionalen bzw. lokalen Ereignisse und auf Politprominenz (Kamber et al. 2002: 54).

Im Jahr 2007 wurde mit der Pilotstudie einer Fernsehprogrammanalyse und für 2008 schliesslich die erste Erhebung einer kontinuierlichen Analyse für die öffentlichen nationalen Schweizer Programme durchgeführt (Trebbe et al. 2008). Untersucht wurden insgesamt sieben öffentliche Programme, die sich auf die drei Sprachregionen der Schweiz aufteilen.⁴ Betrachtet man die Themenstruktur der Nachrichtensendungen, so dominieren bei allen Sendern die kontroversen Themen mit über 50 Prozent. Innerhalb dieses Blocks wird über Wirtschaftsthemen, nach den politischen Themen, zwischen 8 bis 15 Prozent der Nachrichtenzeit berichtet. Verbraucherthemen sind insgesamt mit weniger als einem Prozent bei allen Anbietern vernachlässigbar (Trebbe et al. 2009).

Insgesamt zeigen die Ergebnisse zum Vergleich der Inhalte der Rundfunkprogramme zwischen den drei Sprachregionen keine einheitlichen

⁴ SF1, SF zwei und SFinfo für die Deutschschweiz, TSI 1 und 2 für die italienischsprachige Schweiz und TSR1 und 2 für die Romandie. Das einzige sprachregionale private Programm 3+ wurde in der Pilotstudie mit berücksichtigt.

Befunde. Insbesondere die Frage, inwieweit es Überschneidungen in der Thematisierung gibt, wurde widersprüchlich beantwortet (vgl. Corboud Fumagalli 1996; Beck & Schwotzer 2006). In der vorliegenden Studie wird diese Frage für Wirtschaftsnachrichten im Rundfunk aufgegriffen.

Die erste Forschungsfrage untersucht, wie viel Berichterstattung in den Hauptnachrichtensendungen des Rundfunks in allen drei Hauptsprachregionen auf Wirtschaftsthemen entfällt. Nur dann, wenn Wirtschaft neben politischen und gesellschaftlichen Themen einen angemessenen Raum in den Nachrichten erhält, kann der im RTVG geforderte Bildungsbeitrag zu wirtschaftlichen Inhalten geleistet werden und gewährleisten, dass die Bürger über in allen Regionen berichtete Themen später kommunizieren können.

1. Welchen Anteil hat die Wirtschaftsberichterstattung an der Gesamtberichterstattung in den TV- und Radionachrichten?

Neben der Menge der Wirtschaftsberichterstattung insgesamt stellt sich des Weiteren die Frage, ob die Wirtschaftsthemen, über die berichtet wird, für die Rezipienten relevant sind. Die Wirtschaftsberichterstattung kann nur dann als wirklich umfassend gelten, sofern die vermittelten Inhalte für die Rezipienten bedeutsam sind (Daschmann 2009; Schulz 1996). Schatz & Schulz (1992: 696 f.) unterscheiden drei Relevanzebenen: Die gesamtgesellschaftlichen Themen auf der Makro-, organisationale Belange auf der Meso- und individuelle Themen wie Verbrauchertipps auf der Mikroebene. Es lässt sich folgende zweite Forschungsfrage formulieren:

2. Welche Themen werden in den Wirtschaftsnachrichten von TV und Radio behandelt? In welchem Ausmass findet eine Berichterstattung über die jeweils anderen Sprachregionen statt?

Auch wenn der Programmauftrag im RTVG an den öffentlichen Rundfunk gerichtet ist, lassen sich die soeben formulierten Forschungsfragen sinnvollerweise auch auf die Wirtschaftsnachrichten der privaten Sendeanstalten anwenden. Dies insbesondere vor dem Hintergrund der

Bedeutung, die die Privaten in der Schweiz auf regionaler und lokaler Ebene einnehmen (Künzler 2003, 2005, 2009). Laut Artikel 26 RTVG ist der SRG die Veranstaltung regionaler Programme mit Ausnahme zeitlich begrenzter regionaler Fenster sogar explizit untersagt. Im RTVG ist die Möglichkeit einer beschränkten Subventionierung privater lokaler TV- und Radiostationen seit 1994 vorgesehen. Die Fördermittel sind mit der Reform 2007 jedoch deutlich erhöht worden, und seitdem gehen 4 Prozent der eingezogenen Rundfunkgebühren an private Veranstalter lokal-regionaler Programme, denen eine Konzession mit Gebührenanteil erteilt wurde und die den hierin festgelegten Leistungsauftrag mit programmlichen und arbeitsrechtlichen Mindeststandards erfüllen müssen (Art. 40 RTVG 24. März 2006, in Kraft 1. April 2007). Insofern gelten also auch für durch Rundfunkgebühren unterstützte private Rundfunkangebote die Vorgaben des Service Public, wenn auch im Rahmen regionaler und lokaler Berichterstattung. Und auch für die privaten Programme, die konzessioniert wurden, allerdings nicht mit Gebühren unterstützt werden, gilt ein Vielfaltsgebot für die Berichterstattung (Art. 4 RTVG).

2. Methodik

Zur Untersuchung der formulierten Forschungsfragen wurde eine Medieninhaltsanalyse der Wirtschaftsbeiträge in Hauptnachrichtensendungen der öffentlichen und privaten TV- und Radioanstalten der Schweiz durchgeführt. Der Fokus auf diese Nachrichtenkategorie begründet sich insbesondere durch ihre herausgehobene Stellung als zuschauer- beziehungsweise zuhörerstärkste Nachrichtensendung. Ausserdem umfassen die Hauptnachrichtensendungen, die als Standardnachrichten zu klassifizieren sind, sämtliche aktuellen Aspekte (inklusive Wirtschaft) und sind somit universell und sprechen die Allgemeinheit und keine spezifische Zielgruppe an (Maurer 2005).

Für die Analyse ausgewählt wurden diejenigen Sender mit der grössten Zuschauer- beziehungsweise Zuhörerschaft in der Deutschschweiz, der Romandie und dem Tessin. Während die Wahl der öffentlichen Sender der SRG jeweils eindeutig war, wurde bei den Privaten der in der jeweiligen Region nach Marktanteil stärkste Privatsender gemäss Mediapulse

2006 ausgewählt (Mediapulse 2006). Zudem wurde bei den Sendern nachgefragt, welche Nachrichtensendung sie selbst als ihre Hauptnachrichtensendung definieren. Die analysierten Sender und Sendungen sind in Tabelle 1 aufgeführt.⁵

Tabelle 1: Stichprobe der Medieninhaltsanalyse

<i>Sendeanstalt</i>	<i>Sendung</i>	<i>Tageszeit</i>
TV Deutschschweiz		
<i>Öffentlich</i>	SF DRS	Tagesschau
<i>Privat</i>	Tele Züri	Züri News
TV Romandie		
<i>Öffentlich</i>	TSR	Le journal
<i>Privat</i>	Léman Bleu Télévision	Le journal
TV Tessin		
<i>Öffentlich</i>	TSI	Telegiornale
<i>Privat</i>	Tele Ticino	Ticino News
Radio Deutschschweiz		
<i>Öffentlich</i>	DRS 1	Rendez-Vous
<i>Privat</i>	Radio24	Info 24
Radio Romandie		
<i>Öffentlich</i>	RSR La Première	Journal
<i>Privat</i>	Radio Lausanne FM	Le Journal
Radio Tessin		
<i>Öffentlich</i>	RSI Rete Uno	Radiogiornale
<i>Privat</i>	Radio 3iii	Il Notiziario

Der Untersuchungszeitraum umfasste die Wochen vom 13. Februar bis zum 30. April des Jahres 2007. Innerhalb dieses Zeitraums wurde eine systematische Stichprobe gezogen. Kodiert wurde jeder zweite Tag, wobei abwechselnd die Tage Dienstag, Donnerstag und Montag, Mittwoch,

⁵ Die Nachrichtensendungen der privaten Radioprogramme sind mit fünf bis zehn Minuten zwar sehr kurz, allerdings werden erhebliche Anteile der Nachrichtenbeiträge über den Tag verteilt stündlich wiederholt.

Freitag analysiert wurden (KW 7: Dienstag, Donnerstag; KW 8: Montag, Mittwoch, Freitag, usw.).⁶

Die Analyseeinheit bildete der Beitrag, wobei die Abgrenzung thematisch erfolgte (Themenwechsel bedeutet neuer Beitrag). Für die Beiträge wurde eine Themenstruktur ermittelt, die feststellen lässt, ob ein Beitrag einen expliziten Wirtschaftsbezug aufweist und somit analysiert werden muss oder nicht. Beiträge wurden nur dann kodiert, wenn sie sich zu mehr als 50 Prozent mit Wirtschaft befassten. Zur Eingrenzung des Themenbereichs wurde folgende vom Institut für empirische Medienforschung (IFEM) erarbeitete Definition einer Wirtschaftsnachricht zugrunde gelegt:

Als Wirtschaftsnachricht gilt jede Nachricht über ein Ereignis, eine Verpflichtung oder eine Forderung mit unmittelbarer oder mittelbarer finanzieller Auswirkung sowie jede Information über Märkte (inklusive Arbeits- und Ausbildungsmärkte), jede Nachricht über Unternehmen oder ihr direktes Umfeld sowie Informationen über Unternehmer. Indikatoren sind Akteure aus Unternehmen, Gewerkschaften oder Verbänden sowie Politiker. (IFEM 2003: 9)

Insgesamt wurden 1012 Beiträge in der Inhaltsanalyse berücksichtigt, dabei entfallen 665 auf die öffentlichen und 347 auf die privaten Programme. Die Aufteilung auf Radio und Fernsehen war jeweils ausgewogen, so kommen bei den öffentlichen Programmen 339 Beiträge und bei den privaten 174 aus dem Radio.

Die für die Forschungsfragen zentralen Merkmale Vielfalt und Relevanz wurden bereits in verschiedenen Untersuchungen zur Qualität von Nachrichtensendungen definiert und analysiert (z.B. Hagen 1995; Maurer 2005; Vehlow 2006).

Pro Sprachregion wurden zwei (Romandie) bis drei (Deutschschweiz und Tessin) Kodierer eingesetzt. Um ein gemeinsames Verständnis sicher-

⁶ Aufgrund technischer Probleme konnte die Nachrichtensendung «Il Notiziario» von Radio 3iii an folgenden Tagen nicht aufgenommen und somit auch nicht analysiert werden: 27.2., 21.3., 27.3., 2.4., 4.4., 6.4., 10.4., 16.4., 18.4., 20.4. Dieser Tage wurden durch die Kodierungen an folgenden Tagen zum Teil ersetzt: 5.2., 8.2., 26.2., 25.4. Beim Sender Tele Ticino konnten wegen Aufnahmeproblemen die Sendungen vom 18. und 20. April nicht analysiert werden.

zustellen und Besprechungen mit allen Kodierern abhalten zu können, wurde bei den französisch- und italienischsprachigen Kodiererinnen und Kodierern ebenfalls auf gute bis sehr gute Deutschkenntnisse geachtet. Zur Förderung des gemeinsamen Verständnisses und zur Abklärung von Fragen und Problemen wurden regelmässige Sitzungen mit den Kodiererinnen und Kodierern abgehalten.

Um die Reliabilität der Daten berechnen zu können, wurden rund 20 Prozent der Beiträge ($n = 270$) doppelt kodiert (Neuendorf 2002: 159). Die von je zwei Personen kodierten Sendungen wurden so gewählt, dass sich diese gleichmässig über den Untersuchungszeitraum und die untersuchten Sender verteilten. Die Gesamtreliabilität über alle in die Analysen eingeflossenen Variablen beträgt 0.84 für die prozentuale Übereinstimmung und für 0.65 Cohen's Kappa.⁷

3. Ergebnisse

3.1. Anteil der Wirtschaftsnachrichten

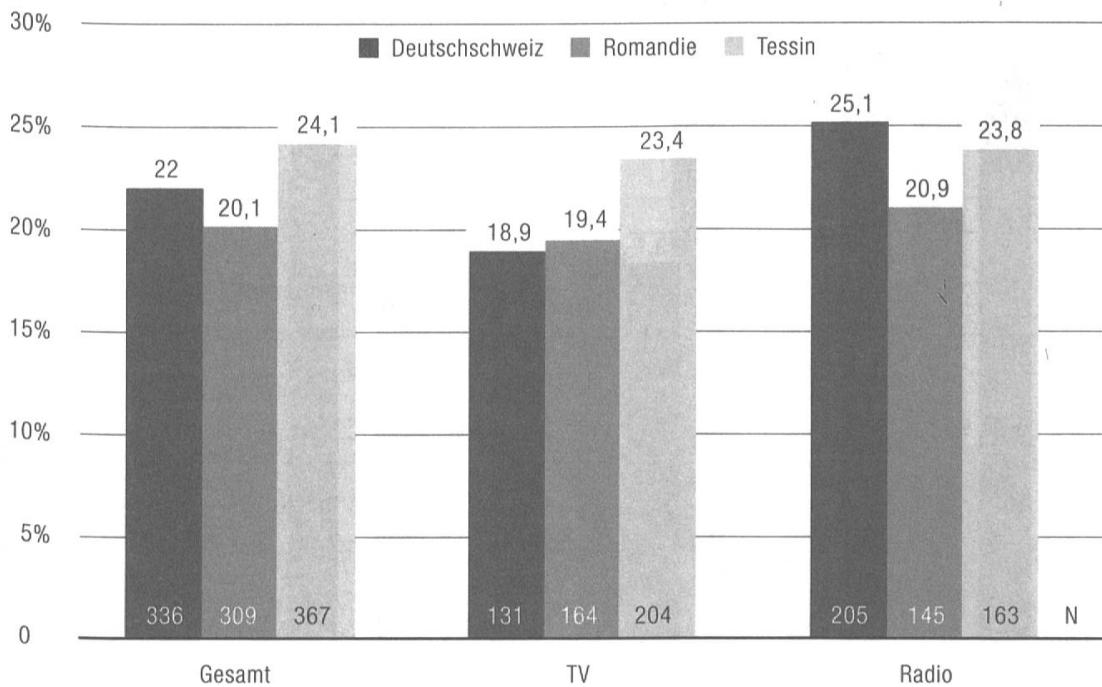
Über alle Sender und Regionen hinweg ergibt sich ein Anteil von 22 Prozent Wirtschaftsberichterstattung an der Gesamtberichterstattung in den untersuchten Hauptnachrichtensendungen.

Abbildung 1 zeigt, dass die Nachrichten im Tessin mit 24 Prozent den höchsten Anteil an Wirtschaftsberichterstattung aufweisen, im Vergleich zu 22 Prozent in der Deutschschweiz und 20 Prozent in der Romandie.

In den Radionachrichten wird geringfügig mehr über Wirtschaft berichtet als im TV (Radio 23 Prozent versus TV 21 Prozent). Insbesondere die TV-Nachrichten in der Deutschschweiz und der Romandie

⁷ Für die statistische Analyse der Reliabilitäten wurde das von Kimberly Neuendorf und Kollegen entwickelte Programm PRAM (Program for Reliability Assessment with Multiple coders), Programmdownload unter <http://academic.csuohio.edu/kneuen-dorf/content/reliable/pram.htm> [13.08.2007]. Berechnet wurden jeweils die prozentuale Übereinstimmung der Kodierungen (percent agreement) sowie Cohen's Kappa. Während für die prozentuale Übereinstimmung ein Wert von mindestens 0.70 gefordert wird (Frey, Botan & Kreps 2000), bewerten Banerjee und Kollegen Cohen's Kappa als akzeptabel bis gut, wenn der Koeffizient zwischen 0.40 und 0.75 liegt und als exzellent, wenn der Wert grösser als 0.75 beträgt (Banerjee et al. 1999).

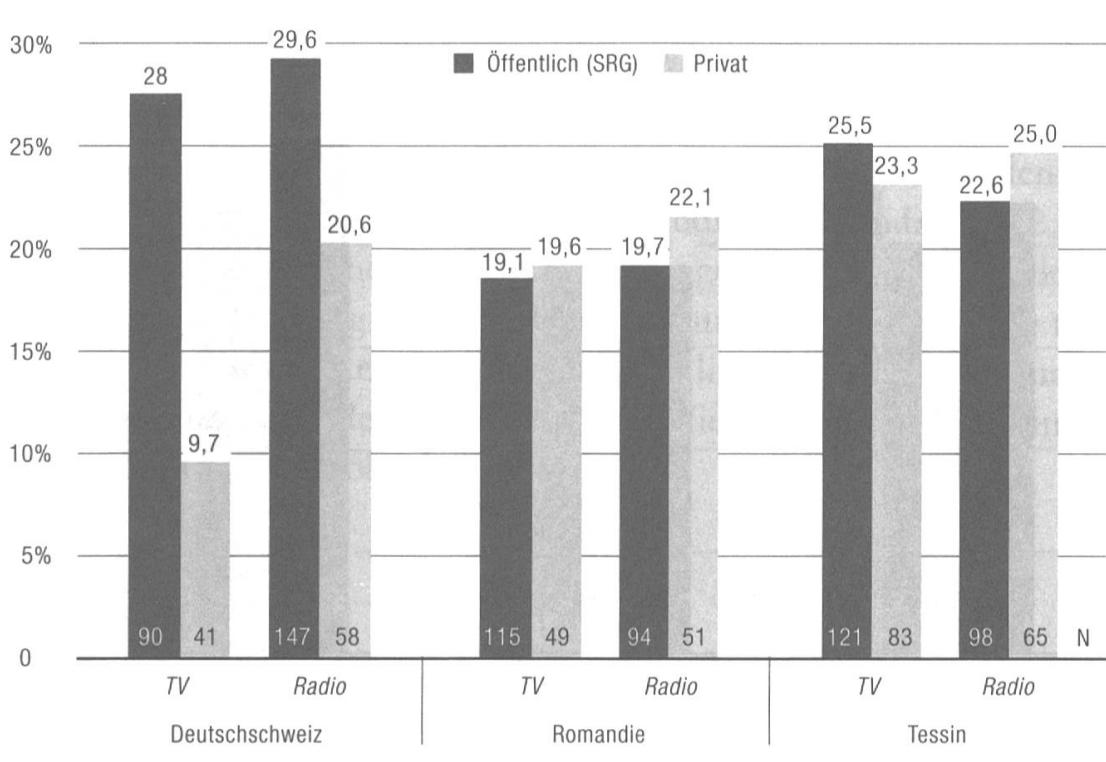
Abbildung 1: Anteilige Dauer der Wirtschaftsnachrichten an der Gesamtlänge der Nachrichten



berichten vergleichsweise wenig über Wirtschaft (beide 19 Prozent), während dieser Anteil mit 23 Prozent im Tessin am höchsten liegt. Beim Radio ist die Verteilung anders. Hier zeigt sich, dass die Deutschschweizer Radios im Vergleich zu denen der anderen Sprachregionen am meisten Wirtschaft bringen.

Eine Detailanalyse zeigt jedoch, dass die SRG-Sender nicht in allen drei Sprachregionen mehr über Wirtschaft berichten als die Privaten. Betrachtet man die Grössenverteilungen für die drei Sprachregionen getrennt, zeigt sich, dass der höhere Anteil Wirtschaftsberichterstattung bei den Sendern der SRG nur auf den grossen Unterschied zwischen diesen Sendertypen in der Deutschschweiz zurückzuführen ist (siehe Abbildung 2). Die Stärke der Wirtschaftsnachrichten in den öffentlichen Nachrichtenangeboten mag darin begründet liegen, dass insbesondere die Region Zürich/Aargau knapp ein Drittel der Schweizer Wirtschaftsleistung auf sich vereint (Kämpf & Schoder 2008). Es ist daher nachvollziehbar, dass Wirtschaftsthemen, insbesondere über grosse, in der Deutschschweiz ansässige Unternehmen, hier besonders hoch im Kurs sind.

Abbildung 2: Anteilige Dauer der Wirtschaftsnachrichten an der Gesamtlänge der Nachrichten, nach Sprachregionen und Sendertyp



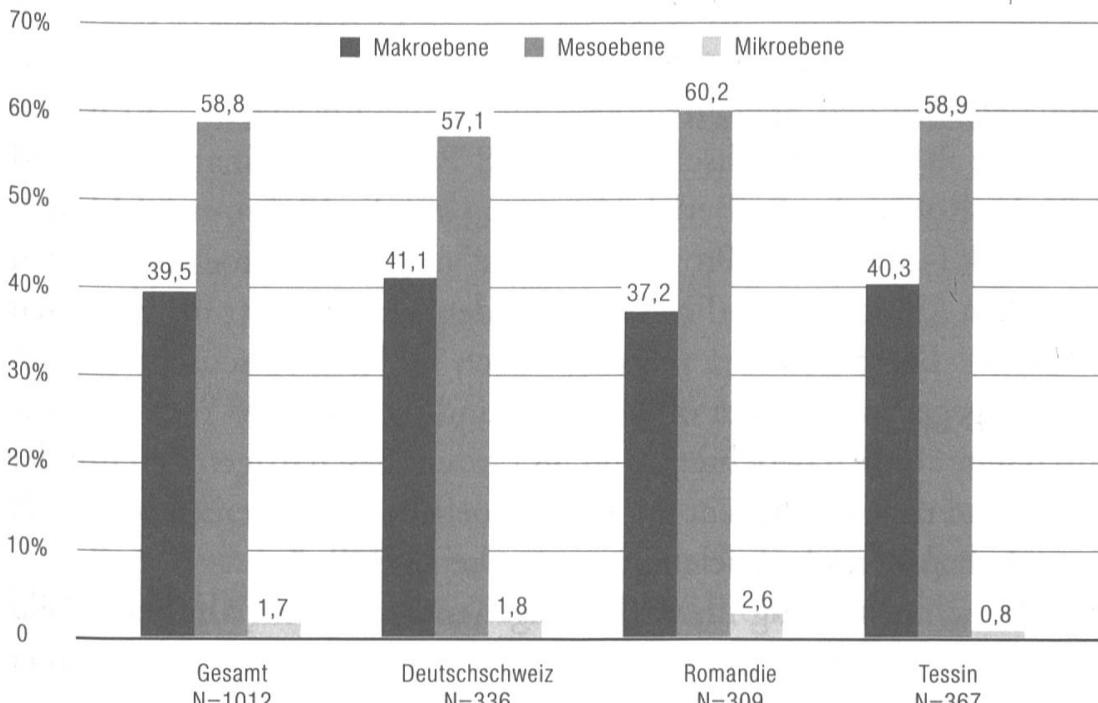
Lediglich für die deutschsprachige Schweiz lässt sich feststellen, dass insbesondere die private, lokal ausgerichtete Nachrichtensendung im Fernsehen deutlich weniger Wirtschaftsthemen aufnimmt als das öffentliche, schweizweit empfangbare Angebot der SRG.⁸ Bis auf diese Ausnahme sind Wirtschaftsthemen im privaten Rundfunk mit rund 20 Prozent an der Gesamtberichterstattung stark vertreten und stehen den öffentlichen Angeboten somit bezüglich des Umfangs nicht nach.

3.2. Relevanz der Wirtschaftsnachrichten

Wichtige Kriterien für die Relevanz einer Nachricht sind der Grad an Betroffenheit, den das berichtete Ereignis auslöst, und die Reichweite, die

⁸ Eine mögliche Erklärung hierfür liegt darin, dass der private TV-Sender TeleZüri seit Oktober 2007 das wöchentliche Wirtschaftsmagazin «BörsenTrend» sendet und Wirtschaftsthemen eher hier als in den Nachrichten behandelt.

Abbildung 3: Anteil der Wirtschaftsthemen an den Relevanzebenen, nach Sprachregionen



es hat. Ein Merkmal, das dabei eine Rolle spielt, ist die Ebene des Themas. Es wird ermittelt, ob es sich um ein gesellschaftlich kontroverses Thema handelt, das für die gesamte Gesellschaft (mindestens eines Landes) relevant ist (Makroebene), ob sich das Thema auf eine einzelne Branche oder auf ein einzelnes Unternehmen bezieht (Mesoebene) oder ob es sich um Verbraucher- oder Ratgeberthemen handelt, die individuell den einzelnen Rezipienten ansprechen (Mikroebene).

Die Ergebnisse zeigen, dass insgesamt am stärksten über Themen auf der Mesoebene, das heißt über Unternehmen und Branchen berichtet wird (rund 60 Prozent). Dieser Befund ist einheitlich über alle drei Sprachregionen hinweg. Über Makro- und damit gesellschaftlich relevante Themen wird mit rund 40 Prozent am zweitstärksten berichtet. Themen, die sich auf die private Lebenswelt beziehen, finden dagegen fast gar keinen Platz in den untersuchten Nachrichtensendungen. Abbildung 3 gibt einen Überblick.

Ein Vergleich der Relevanzebenenverteilung zwischen den TV-Nachrichten der öffentlichen und privaten Sender in den drei Sprachregionen

ist in Tabelle 2 dargestellt. Bei den öffentlichen Fernsehnachrichten zeigt sich in allen drei Regionen eine ähnliche Verteilung der Relevanzebenen. Es dominiert die Mesoebene mit über 60 Prozent, während Nachrichten zur Lebenswelt der Konsumenten fast keine Rolle spielen. Dieses Bild ist bei den privaten Anbietern tendenziell ähnlich, allerdings ist die Abweichung zwischen den Sprachregionen hier insgesamt stärker. So ist die Mesoebene in der Deutschschweiz mit 78 Prozent dominant, während sich in der Romandie die Berichterstattung auf die Makro- und Mesoebene verteilt (43 versus 51 Prozent). Hier ist auch die Mikroebene bei den öffentlichen Anbietern deutlich stärker in der Berichterstattung zu finden (6 Prozent). Diese Tendenz zeigt sich auch in der Deutschschweiz. Im Tessin hingegen wird in der öffentlichen und privaten TV-Sendung thematisch sehr ähnlich berichtet; rund 38 Prozent beschäftigen sich mit der Makro-, und rund 61 Prozent mit der Mesoebene. Die Themen bezüglich privater Lebensbereiche spielen insgesamt keine Rolle.⁹

Die Berichterstattung im Radio zeigt tendenziell ein ähnliches Bild bezüglich der Verteilung der Relevanzebenen (siehe Tabelle 3). Auch hier sind die Sendungen der SRG über die Sprachregionen hinweg thematisch sehr ähnlich strukturiert. Die Radiosendungen privater Anbieter dagegen zeigen, wie schon beim TV, ein heterogeneres Bild: In der Deutschschweiz dominieren im Unterschied zu den anderen Sprachregionen und auch im Vergleich zum TV insgesamt Themen auf Makroebene und erst darauf folgend mit 47 Prozent Themen bezüglich Unternehmen und Branchen. In der Romandie dominiert klar die Mesoebene mit rund 69 Prozent und hebt sich damit nicht nur von der Radioberichterstattung der privaten Anbieter in den anderen Sprachregionen, sondern auch von den öffentlichen Angeboten im Radio ab, die mit 47 Prozent einen relativ starken Anteil an Makrothemen aufweisen.

Auf der Mesoebene zeigen die Sprachregionen ein ähnliches Bild bezüglich der Unter-Themenbereiche:¹⁰ Sowohl in den TV- als auch in

⁹ Da die Analyseperiode in die Zeit fällt, in der öffentliche Firmen die Jahreszahlen des Vorjahres bekanntgeben, wird der Anteil dieser Finanzberichterstattung an der Mesoebene mit angegeben. Die Mesoebene bleibt trotz der Untersuchungsperiode dominant in der Berichterstattung.

¹⁰ Die genauere Aufschlüsselung der Mikroebene ist aufgrund der geringen Beachtung in der Berichterstattung vernachlässigbar.

Tabelle 2: Anteil der Wirtschaftsthemen im TV an den Relevanzebenen, nach Sprachregionen Sendertyp (in Prozent)

	TV / Öffentlich (SRG) (n=326)			TV / Privat (n=172)		
	D-Schweiz (n=90)	Romandie (n=115)	Tessin (n=121)	D-Schweiz (n=41)	Romandie (n=49)	Tessin (n=83)
Makro	35.6	31.3	37.2	17.1	42.9	38.6
Meso	63.3	66.1	62.0	78.0	51.0	60.2
Anteil Jahreszahlen- Berichte an Mesoebene	22.8	34.2	13.3	21.9	16.0	6.0
Mikro	1.1	2.6	0.8	4.9	6.1	1.2

Tabelle 3: Anteil der Wirtschaftsthemen im Radio an den Relevanzebenen, nach Sprachregionen Sendertyp (in Prozent)

	Radio / Öffentlich (SRG) (n=339)			Radio / Privat (n=174)		
	D-Schweiz (n=147)	Romandie (n=94)	Tessin (n=98)	D-Schweiz (n=58)	Romandie (n=51)	Tessin (n=65)
Makro	46.9	46.8	40.8	51.7	27.5	47.7
Meso	51.7	53.2	58.2	46.6	68.6	52.3
Anteil Jahreszahlen- Berichte an Mesoebene	25.0	20.0	28.1	18.5	20.0	17.6
Mikro	1.4	0	1.0	1.7	3.9	0

den Radionachrichten dominieren Themen aus dem Bereich der wirtschaftlichen Performance von Unternehmen und Branchen (durchschnittlich mit rund 19 Prozent). Dies ist vor allem im öffentlichen Radio der Deutschschweiz mit 47 und in den öffentlichen TV-Nachrichten in der Romandie mit 37 Prozent der Fall. Auch andere Informationen zur Unternehmensführung – etwa strategische Entscheide mit durchschnittlich 10 oder zum Management mit 12 Prozent – werden in allen Sprachregionen stark berücksichtigt. Auf der Makroebene dagegen zeichnet sich ein

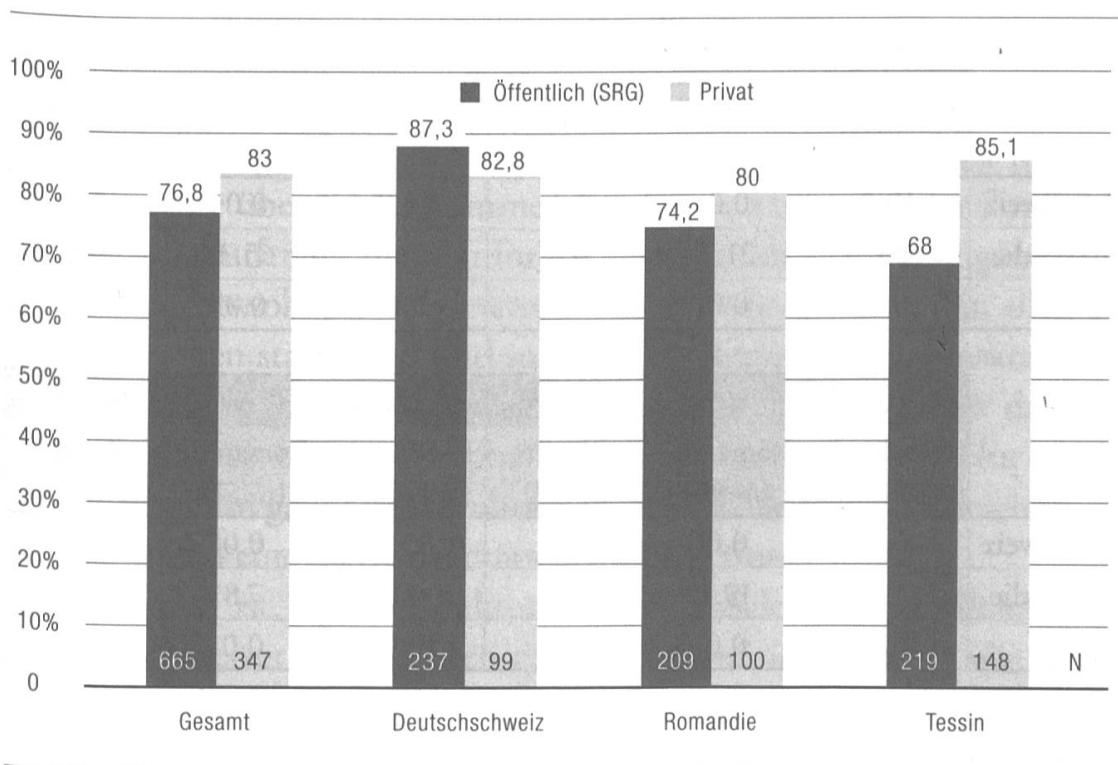
Unterschied zwischen den Sprachregionen ab: Während in der Deutschschweiz und in der Romandie in den Fernsehnachrichten der Fokus auf Absatzmarkt, Konjunktur und Wachstum mit jeweils rund 5 bzw. 6 Prozent an allen Wirtschaftsnachrichten liegt, wird im Tessiner Fernsehen daneben vor allem die Wirtschaftsethik mit rund 9 Prozent thematisiert. Ein Grund dafür könnte sein, dass die Anteile am Bruttoinlandsprodukt vor allem in der Deutsch- und der Westschweiz deutlich höher sind als im Tessin und daher die Themen bezüglich der Wirtschaftsentwicklung hier «näher» liegen. Bei einer genaueren Analyse der Themen zeigt sich, dass sich das öffentliche Fernsehangebot vornehmlich auf wirtschaftsethische Fragen wie beispielsweise die Auswirkungen der Globalisierung auf Niger fokussiert, während das italienischsprachige Fernsehangebot eine stärkere Thematisierung von wirtschaftsethischen «soft news» aufweist. So wird im Tessin vor allem Kriminalität berücksichtigt. Auch in den Radionachrichten nimmt die italienischsprachige Berichterstattung einen eigenen Weg: Während in den anderen beiden Sprachen vor allem über die Börsenentwicklungen berichtet wird (in der Deutschschweiz mit 27 und in der Romandie mit 11 Prozent), sind dies im Tessin vor allem der Absatzmarkt (mit 11 Prozent), die Konjunktur und das Wachstum (mit 9 Prozent).

Bezüglich des Orts des Ereignisses stehen wie erwartet die Schweiz beziehungsweise die Teilregionen der Schweiz im Zentrum des Interesses. Mit rund 80 Prozent der Berichterstattung wird ein deutlicher Fokus auf nationale, regionale und lokale Ereignisse gesetzt. Nur knapp 5 Prozent der berichteten Wirtschaftsereignisse finden in den Nachbarländern der Schweiz statt. Abbildung 4 zeigt die Unterschiede, die zwischen den Regionen und zwischen öffentlichem und privatem Rundfunk auftreten.

Während die Berichterstattung über die Schweizer Ereignisse in den Privatsendern relativ gleich ausfällt (durchschnittlich 83 Prozent), zeigen sich bei den Sendern der SRG Unterschiede. In der Deutschschweiz wird am meisten über Schweizer Ereignisse berichtet, während in der Romandie und vor allem im Tessin in nennenswertem Masse auch über Wirtschaftsereignisse berichtet wird, die sich im Ausland zutragen.

Integration wird auch dadurch gefördert, dass Information über die jeweils anderen Sprachregionen in die Berichterstattung mit einfließt.

Abbildung 4: Anteil Berichte mit Hauptereignisort Schweiz, nach Sprachregionen und Sendertyp



Die Ergebnisse zeigen, dass im Grunde keine Berichterstattung über die jeweils anderen Sprachregionen in den Nachrichten Niederschlag findet, lediglich im italienischsprachigen Nachrichtenprogramm wird über die Deutschschweiz im öffentlichen Rundfunk und im privaten Radio geringfügig (mit 3 bis 4 Prozent) berichtet. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Bürger über den Rundfunk nur unzureichend über die wirtschaftlichen Ereignisse in den anderen Sprachregionen informiert werden und somit das Integrationspotential in dieser Hinsicht noch nicht ausgeschöpft ist. Allerdings muss hier beachtet werden, dass die konzessionierten Privaten ausdrücklich für die lokale und regionale Berichterstattung zuständig sind. Dass diese Sender wenig über die anderen Sprachregionen berichten, ist also keine Überraschung. Allerdings wäre es auch für sie möglich, die lokalen und regionalen Ereignisse mit Geschehnissen in anderen Sprachregionen in Verbindung zu bringen und damit in einen Schweizer Kontext zu stellen.

Tabelle 4: Anteil der Ereignisse in den Sprachregionen an den Ereignissen insgesamt (in Prozent)

	TV / Öffentlich (SRG) (n=326)			TV / Privat (n=172)		
	D-Schweiz (n=90)	Romandie (n=115)	Tessin (n=121)	D-Schweiz (n=41)	Romandie (n=49)	Tessin (n=83)
D-Schweiz	10.0	0.0	4.1	26.8	0.0	0.0
Romandie	0.0	21.7	0.8	0.0	65.3	0.0
Tessin	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	72.3

	Radio / Öffentlich (SRG) (n=339)			Radio / Privat (n=174)		
	D-Schweiz (n=147)	Romandie (n=94)	Tessin (n=98)	D-Schweiz (n=58)	Romandie (n=51)	Tessin (n=65)
D-Schweiz	6.8	0.0	3.1	25.9	0.0	3.1
Romandie	1.4	19.1	1.0	0.0	7.8	1.5
Tessin	0.7	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0

4. Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse

Die abschliessende Frage, ob die Hauptnachrichten im Schweizerischen Radio und Fernsehen gemäss des Service Public in allen Sprachregionen eine Basis für Integration schaffen, lässt sich nicht mit einem klaren Ja oder Nein beantworten.

Zufriedenstellend ist mit rund 22 Prozent der Anteil, den die Wirtschaftsberichterstattung an der Gesamtberichterstattung der Hauptnachrichtensendungen einnimmt. Hinsichtlich der Quantität gibt es zwischen den Sprachregionen keine nennenswerten Unterschiede. Jedoch wird in den Nachrichten der Radiosender tendenziell mehr über Wirtschaft berichtet als in jenen des Fernsehens.

Nur teilweise zufriedenstellend ist die Auswahl der Themen, über die in den Nachrichten berichtet wird. Für die Integration wäre es förderlich, einerseits über gleiche Themen in allen Sprachregionen und andererseits über Ereignisse in den jeweils anderen Sprachregionen zu berichten. Gesamtgesellschaftlich relevante wirtschaftspolitische Themen sind für die Anschlusskommunikation von Bedeutung, da vorausgesetzt werden kann, dass alle darüber informiert sind. Dieses Argument gilt insbeson-

dere für die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender. Für die Nachrichten der privaten Anbieter kann es nur eingeschränkt gelten, da sie auf lokale und regionale Berichterstattung angelegt sind.

In den Radio- und TV-Nachrichtensendungen werden mehrheitlich Beiträge gebracht, in denen es um Einzelunternehmen und Branchen geht. Dabei werden zu einem grossen Teil Grossunternehmen thematisiert; Berichte über KMU kommen kaum vor. Hier wird der Forderung des Leistungsauftrags, breite Informationen anzubieten, nicht ganz nachgekommen, obwohl die Berichterstattung über diese Themen in allen drei Hauptsprachen stattfindet und so das allen Regionen gemeinsame Wissen fördert. Die Berichterstattung über grosse Unternehmen ist damit zu erklären, dass sie eine professionelle Medienarbeit betreiben. Nur wenige KMU pflegen regelmässige Kontakte mit den Medien und beschäftigen oftmals auch keine hierfür verantwortliche Person.

Interessant ist, dass der Faktor Nähe (zur Schweiz) vor allem in den Deutschschweizer Nachrichten der SRG dominiert, ebenso wie in den Sendungen der Privaten aller Regionen. Bezogen auf die Deutschschweiz kann dies vor allem an der Dominanz dieser Region bezüglich des Bruttoinlandsprodukts der Schweiz liegen. In den Nachrichten der öffentlichen Sender im Tessin und in der Romandie kommen zuweilen auch Wirtschaftsbeiträge vor, die das (meist benachbarte) Ausland betreffen. Sie orientieren sich also stärker als die Deutschschweiz an Frankreich bzw. Italien, was unter anderem durch ihre Verbundenheit mit dem gleichsprachigen und den kulturell und wirtschaftlich nahe stehenden Nachbarn zu erklären ist. Anders sieht es allerdings bezüglich der Berichterstattung über die jeweils anderen Sprachregionen aus: Sie spielen in den Nachrichtensendungen fast gar keine Rolle. Eine Basis für die Integration durch Information über die jeweils anderen Landesteile wird daher im Schweizer Rundfunk bezüglich der Wirtschaftsnachrichten nicht gelegt.

Für die weitere Forschung zur Wirtschaftsberichterstattung im Rundfunk muss berücksichtigt werden, dass die vorgestellten Ergebnisse aus der Zeit vor der grossen Finanzkrise stammen, die im Frühsommer des Jahres 2007 mit der Immobilienkrise in den USA begann. Es ist anzunehmen, dass von da an sowohl die Fernseh- als auch die Radionachrichten in allen drei Sprachregionen eine deutliche Verlagerung hin zu Makrothemen insbesondere mit internationaler Ausrichtung oder Dimension zeigen.

Interessant wäre es festzustellen, ob die Wirtschaftsberichterstattung mit der Überwindung der Krise in den nächsten Jahren wieder zu einer wie in dieser Studie gezeigten Aufschlüsselung der News zurückkehrt, oder ob durch die Krise eine Sensibilisierung und damit langfristige Etablierung von Makrothemen in den Rundfunknachrichten angestoßen wurde.

Literatur

- BANERJEE, M. et al. (1999). Beyond Kappa: A Review of Interrater Agreement Measures. *Canadian Journal of Statistics* 27(1): 3–23.
- BECK, D. & SCHWOTZER, B. (2006). Fernsehnachrichten in einem mehrsprachigen Land. Eine Langzeitanalyse von Tagesschau, Téléjournal und Telegiornale. *Medienwissenschaft Schweiz* (1/2): 25–33.
- BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION (BAKOM) (2009). Analyse der Radioprogramme der SRG SSR idée suisse. Zusammenfassung.
- BLUMLER, J.G. (1993). Meshing Money with Mission: Purity versus Pragmatism in Public Broadcasting. *European Journal of Communication* 8(4): 403–424.
- CORBOUD FUMAGALLI, A. (1996). Une Suisse ou trois régions? Les journaux télévisés. *Medienwissenschaft Schweiz* (1): 11–17.
- CUILENBURG, J. v. & SLAA, P. (1993). From Media Policy towards a National Communications Policy: Broadening the Scope. *European Journal of Communication* 8(2): 149–176.
- DASCHMANN, G. (2009). Die Qualität von Fernsehnachrichten: Dimensionen und Befunde unter besonderer Berücksichtigung der forsa-Befragung vom Januar 2009. Mainz: Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz.
- DONGES, P. (2003). Autonomie sichern, Offenheit erhöhen – Sicherung des Service Public. In: P. DONGES & M. PUPPIS (Hrsg.). *Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Köln: Herbert von Halem Verlag: 52–66.
- FREY, L.R.; BOTAN, C.H. & KREPS, G.L. (2000). *Investigating Communication: An Introduction to Research Methods* (2. ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- HAGEN, L.M. (1995). Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden für ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- HAGEN, L.M. (2005). KonjunkturNachrichten, Konjunkturklima und Konjunktur. Wie sich die Wirtschaftsberichterstattung der Massenmedien, Stimmungen der Bevölkerung und die aktuelle Wirtschaftslage wechselseitig beeinflussen – eine transaktionale Analyse. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- HEINRICH, J. (1991). Forschungsstand Wirtschaftsjournalismus im deutschsprachigen Raum. In: S. KLAUE (Hrsg.). *Marktwirtschaft in der Medienberichterstattung*. Düsseldorf, Wien, New York: Econ: 57–72.
- HEINRICH, J. & MOSS, C. (2006). *Wirtschaftsjournalistik. Grundlagen und Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- HOFFMANN-RIEM, W. (2003). Kann und soll der öffentliche Rundfunk eine Staatsaufgabe sein? In: P. DONGES & M. PUPPIS (Hrsg.). *Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Köln: Herbert von Halem Verlag: 29–51.
- HÖHNE, A. & RUSS-MOHL, S. (2004). Zur Ökonomik von Wirtschaftsjournalismus und Corporate Communication: Finanzberichterstattung und Risikokommunikation als Beispiele. *Medienwissenschaft Schweiz* 2: 90–101.
- HUNGERBÜHLER, R. (2002). Sprachregionale Segmentierung und Integration: Politische Berichterstattung am Schweizer Radio. In: K. IMHOF; O. JARREN & R. BLUM (Hrsg.). *Integration und Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 168–183.
- IFEM, INSTITUT FÜR MEDIENFORSCHUNG GMBH (2003). Wirtschaftsthemen in den Fernsehnachrichten. Schlussbericht (zuletzt abgerufen am 04.04.2006 von: <http://www.ernst-schneider-preis.de/studien/stellungnahme2004.pdf>).
- JARREN, O. (2000). Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48(1): 22–41.
- JARREN, O. & DONGES, P. (2005). Der öffentliche Rundfunk in der Gesellschaft. Begründung, Wandel und Konflikte um eine Leitidee am Beispiel Schweiz. In: C.-M. RIDDER et al. (Hrsg.). *Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*. Festschrift für Marie Luise Kiefer. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 177–195.
- JARREN, O. et al. (2001). Der Schweizerische öffentliche Rundfunk im Netzwerk. Möglichkeiten der Absicherung und Bindung der SRG an die Gesellschaft. Zürich: IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung.
- JARREN, O. et al. (2002). Rundfunkregulierung. Leitbilder, Modelle und Erfahrungen im internationalen Vergleich. Eine sozial- und rechtswissenschaftliche Analyse. Zürich: Seismo.
- KAMBER, E.; SCHRANZ, M. & IMHOF, K. (2002). Qualitätsmerkmale von Nachrichtenformaten als Elemente des Service Public. Ein Versuch zur Bestimmung publizistischer Leistungen im Kontext des neuen Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG). *Medienwissenschaft Schweiz* 1: 50–55.
- KÄMPF, R. & SCHODER, T. (2008). Wirtschaftsregionen in der Schweiz. Die Volkswirtschaft. *Das Magazin für Wirtschaftspolitik* 4: 35–36.
- KEEL, G. & WYSS, V. (2007). Die Medienarbeit von Unternehmen und Organisationen aus der Sicht von Schweizer Journalisten. Schlussbericht. Winterthur: Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule Winterthur und Farner PR.
- KÜNZLER, M. (2003). Leitbilder des öffentlichen Rundfunks: Plädoyer für einen neuen Forschungsansatz. In: P. DONGES & M. PUPPIS (Hrsg.). *Die Zukunft des öffentlichen Rundfunks – Internationale Beiträge aus Wissenschaft und Praxis*. Köln: Herbert von Halem Verlag: 94–110.
- KÜNZLER, M. (2005). Das Schweizerische Mediensystem im Wandel: Eine Einführung. In: M. KÜNZLER (Hrsg.). *Das Schweizerische Mediensystem im Wandel. Herausforderungen, Chancen, Zukunftsperspektiven*. Bern: Haupt: 9–34.

- KÜNZLER, M. (2009). Switzerland: Desire for Diversity without Regulation. A Paradoxical Case? *International Communication Gazette* 71(1-2): 67–76.
- MAURER, T. (2005). Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität – Eine Längsschnittstudie zur Entwicklung der Nachrichtenqualität in Deutschland. München: Verlag Reinhard Fischer.
- MEDIAPULSE AG (2006). Jahresbericht 2006. Bern.
- MEDIAPULSE AG (2008). Jahresbericht 2008. Bern.
- NEUENDORF, K. (2002). The content analysis guidebook. Thousand Oaks: Sage.
- RÖSSLER, P. (2002). Viele Programme, dieselben Themen? Vielfalt und Fragmentierung: Konvergenz und Divergenz in der aktuellen Berichterstattung – eine Inhaltsanalyse internationaler TV-Nachrichten auf der Mikroebene. In: K. IMHOF; O. JARREN & R. BLUM (Hrsg.). *Integration und Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 148–167.
- SCHEUFELE, B. & HAAS, A. (2008). Medien und Aktien: Theoretische und empirische Modellierung der Rolle der Berichterstattung für das Börsengeschehen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- SCHULZ, W. (1996). Qualität von Fernsehprogrammen. In: W. HÖMBERG & H. PÜRER (Hrsg.). *Medientransformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- SØNDERGAARD, H. (1999). Some Reflections on Public Service Broadcasting. *Nordicom Review* 20(1): 21–28.
- SYVERTSEN, T. (1999). The many Uses of the “Public Service” Concept. *Nordicom Review* 20(1): 5–12.
- FACHBEREICH MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT, UNIVERSITÄT FRIBOURG (2009). Kontinuierliche Programmforschung in der Schweiz: Die Programme der SRG SSR idée suisse. Stichprobenbericht Herbst 2008. Fribourg.
- TREBBE, J. et al. (2008). Fernsehprogrammanalyse Schweiz. Methode, Durchführung, Ergebnisse. Zürich, Chur: Rüegger Verlag.
- Trebbe, J. et al. (2009). Kontinuierliche Programmforschung in der Schweiz: Die Programme der SRG SSR idée suisss. Stichprobenbericht Herbst 2008. Fribourg.
- VEHLOW, B. (2006). Qualität von Spätnachrichten-Sendungen. München: Verlag Reinhard Fischer.
- WEBER, R.H. (2000). Finanzierung der Rundfunkordnung. Zentrum für Informations- und Kommunikationsrecht. Universität Zürich: Schulthess Juristische Medien AG.
- WIDMER, J. (1996/97). Randbemerkungen zur sprachlich segmentierten Öffentlichkeit in der Schweiz. *Medienwissenschaft Schweiz* 1/2: 2–6.
- WUERTH, A. (1999). Die SRG und ihr Integrationsauftrag. Wandel – Gründe – Konsequenzen. Bern: Verlag Paul Haupt.

Für eine Übersicht über den Codeplan wenden Sie sich bitte an die Autoren.

Submitted: 12 November 2009. Resubmitted: 18 Mai 2010. Accepted: 29 July 2010.