

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	24.04.2024
Thema	Medien
Schlagworte	Medienqualität, Meinungsforschung
Akteure	Keine Einschränkung
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1989 - 01.01.2019

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Clivaz, Romain
Ehrensperger, Elisabeth
Gerber, Marlène
Gsteiger, Christian
Mosimann, Andrea
Müller, Eva
Rinderknecht, Matthias
Scherrer, Debora

Bevorzugte Zitierweise

Clivaz, Romain; Ehrensperger, Elisabeth; Gerber, Marlène; Gsteiger, Christian; Mosimann, Andrea; Müller, Eva; Rinderknecht, Matthias; Scherrer, Debora 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Medien, Medienqualität, Meinungsforschung, 1992 - 2018*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 24.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Radio und Fernsehen	1
Presse	2
Medienpolitische Grundfragen	10
Neue Medien	13
Meinungsforschung	13

Abkürzungsverzeichnis

UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
BAP	Bundesamt für Polizeiwesen
RTVG	Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
SSM	Schweizer Syndikat Medienschaffender
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
WEKO	Wettbewerbskommission
<hr/>	
DETEC	Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication
OFCOM	Office fédéral de la communication
UNESCO	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
SSR	Société suisse de radiodiffusion
OFFP	Office fédéral de la police
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision
SSM	Syndicat suisse des mass media
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de recherche)
COMCO	Commission de la concurrence

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Radio und Fernsehen

ANDERES
DATUM: 08.07.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Drei von 25 **Beschwerden** wurden im Berichtsjahr von der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) **gutgeheissen**. Dabei handelte es sich um eine Beanstandung beim „Kassensturz“ wegen Schleichwerbung für das Magazin „Saldo“, um eine Beschwerde gegen einen Beitrag von „Schweiz aktuell“ über verseuchte Eier wegen irreführender Illustration sowie gegen eine Ausgabe der Presse-TV-Rubrik „Motorshow“, in welcher gemäss UBI tendenziös über die Volksinitiative „Avanti“ berichtet worden war. Die UBI erachtete die Vorkehrungen zur künftigen Verhinderung ähnlicher Rechtsverletzungen bei den beiden DRS-Sendegefässen als ungenügend und beantragte deshalb beim UVEK die Verfügung entsprechender Massnahmen. Zwei der 25 Beschwerden hatten Radio-, die übrigen Fernsehbeiträge betroffen – wobei hier zwei Drittel der Beanstandungen Sendungen des Fernsehens DRS, je eine des TSR sowie des TSI und fünf solche von privaten Veranstaltern bemängelt hatten.¹

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 03.08.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Der Kampf um die Gunst des Publikums führte beim BAKOM als Aufsichtsbehörde bei **Verstössen gegen die Werbe- und Sponsoringvorschriften** zu immer mehr Arbeit. Seit Januar 1998 waren 75 Aufsichtsverfahren gegen Radio- und Fernsehstationen eröffnet worden. Ein Fünftel der Verfahren richteten sich gegen die SRG, die übrigen gegen private Sender. Dabei waren es im ersten Halbjahr 2000 gleich viele Verfahren gewesen wie im ganzen 1998. Gemäss BAKOM sei die Tendenz einer immer häufigeren Verwischung der Grenzen zwischen redaktionellem Programmteil und kommerziellen Botschaften zu beobachten.²

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 01.11.2006
ANDREA MOSIMANN

Die SRG konnte auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. In der repräsentativen Imagestudie des Instituts Demoscope war das Schweizer Fernsehen in allen Sparten **der Sender erster Wahl** und die **Qualität der Programme** wurde abgesehen vom Sport besser bewertet als 2005. Die drei Sender SF1, SF2 und SFInfo konnten ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahr um 1,2% auf 34,5% steigern. TSR und TSI erreichten Marktanteile von 32,3% bzw. 31,3%. Die SRG-Radios konnten ihren Marktanteil um 0,8% auf 67,7% steigern.³

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 10.07.2008
ANDREA MOSIMANN

Das Bundesamt für Kommunikation lässt schweizerische **Radio- und Fernsehprogramme** künftig regelmässig analysieren. Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Beobachtung werden u.a. die Glaubwürdigkeit und Vielfältigkeit der Programme der SRG und der staatlich unterstützten Privatsender geprüft.⁴

POSTULAT
DATUM: 29.05.2013
MARLÈNE GERBER

Ebenfalls als erledigt abzuschreiben sei gemäss Botschaft zur RTVG-Teilrevision das 2011 überwiesene Postulat Bieri (cvp, ZG) zur **Verwendung überschüssiger Gebührenanteile** privater Radio- und Fernsehveranstalter für die Förderung der journalistischen Qualität. Schaffung und Betrieb einer in Erfüllung dieses Zweckes zu gründenden Stiftung wäre mit unverhältnismässigem Aufwand verbunden, argumentierte die Regierung in ihrer Botschaft, und verwies auf bestehende Subventionierungen und Möglichkeiten für die Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden.⁵

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 24.08.2015
MARLÈNE GERBER

Eine vom BAKOM in Auftrag gegebene Studie der Firma Publicom AG untersuchte den **Sendeanteil an Regionalinformationen bei Lokalradios mit Gebührenanteil im Jahr 2014**. Von diesen Radios sendeten die französischsprachigen Sender während der Hauptsendezeit die meisten regionalen Informationen, nämlich im Schnitt 36 Minuten pro Werktag. Als einsamer Spitzenreiter in dieser Sparte entpuppte sich das Radio Rhône FM mit 55 Minuten Regionalinformationen pro Werktag. In der Deutschschweiz

beliebte sich der durchschnittliche Anteil an Regionalinformationen während der sogenannten „Prime Time“ auf 25 Minuten pro Werktag; der entsprechende Wert für das Tessin betrug 16 Minuten. Die starke Stellung der Regionalinformation in der Romandie führten die Autoren darauf zurück, dass die Informationsprogramme der französischsprachigen Lokalradios nicht mit regionalen Programmen der SRG konkurrenzieren müssten – dies im Gegensatz zum Tessin, wo die SRG mit drei Radioprogrammen im Bereich der Regionalinformationen tätig sei und darüber hinaus starke Radiokonkurrenz aus dem benachbarten Ausland erhalte.

Insgesamt ging der Anteil an gesendeten Regionalinformationen im Vergleich zum Vorjahr (2013) um durchschnittlich drei Minuten zurück – dies zu Gunsten von Informationen aus dem Ausland. Den stärksten Rückgang verzeichnete das Walliser Radio Rottu. 2013 hatte der Sender Regionalinformationen noch 42 Minuten Hauptsendezeit pro Werktag eingestanden, im Jahr darauf waren es noch deren 15. Im Vergleich zu kommerziellen Radios ohne Gebührenanteile sei der gesamte Anteil an ausgestrahlten Informationen bei Lokalradios mit Gebührenanteilen im Schnitt freilich beträchtlich, was einer gesamtschweizerischen Programmanalyse aus dem Jahr 2013 zu entnehmen sei. Die Studie hielt jedoch auch fest, dass die verschiedenen Radiostationen mit Gebührenanteil ihren gesetzlichen Programmauftrag sehr unterschiedlich auffassen würden.⁶

Presse

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 31.12.1998
ELISABETH EHRENSPERGER

Nachdem die Umstände des Todes von Prinzessin Diana eine Welle der Empörung und heftige Kritik am Sensationsjournalismus ausgelöst hatten, erarbeitete der SVJ-Presserat **berufsethische Leitlinien für den Umgang mit Schock- und People-Bildern**. Neu wurden das Bild und die „Wahrung der Menschenwürde“ als Begriff explizit in den Ehrenkodex der Schweizer Medienschaffenden miteinbezogen. Im weiteren empfahl der Presserat den Medienunternehmen, **Regeln für die Behandlung politischer Inserate** schriftlich festzulegen. Der Schriftsteller Adolf Muschg war an den Presserat gelangt, weil er in einem Inserat des Zürcher SVP-Nationalrats Christoph Blocher mit dem nazifreundlichen Schweizer Schriftsteller Jakob Schaffner verglichen worden war. Der Presserat kam zum Schluss, dass politische Inserate die Medienschaffenden aus publizistischen Gründen etwas angehen, auch wenn der redaktionelle Teil und der Werbeteil voneinander getrennt sind.⁷

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 31.12.1998
ELISABETH EHRENSPERGER

Mit der **Einrichtung von Ombudsstellen** erprobten mehrere Zeitungen Möglichkeiten der Selbstkontrolle. Damit reagierten sie auf die seitens des Parlaments laut gewordene Forderung, eine Ombudsstelle – analog derjenigen für Radio und Fernsehen – sei für die Presse einzurichten. Die selbstauferlegte Kontrolle soll einer Verrechtlichung des Journalismus zuvorkommen sowie dem wachsenden Unbehagen gegenüber den Medien und dem Vorwurf medialer Tyrannei begegnen.⁸

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 18.09.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Im Frühjahr gründeten Vertreter der Journalistenverbände, der Medienwissenschaft, der Verleger und interessierte Medienschaffende den **Verein „Qualität im Journalismus“**. Eine entsprechende, die wesentlichen qualitätssichernden Prinzipien enthaltende Charta wurde durch die Mitgliederversammlung im November verabschiedet. Die Beherrschung des Handwerks, die charakterliche Eignung als Grundlage journalistischen Handelns sowie die Etablierung gewisser Standards mittels eines ethischen Diskurses standen dabei im Vordergrund. Doch wurde auch der Einbezug des Publikums in die Qualitätsdebatte betont.⁹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 02.12.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Die Schweizerische Kommission Medientransparenz (SKM) wurde aufgelöst. Ab 2000 sollen ihre Aufgaben von der **Schweizerischen Lauterkeitskommission**, das ausführende Organ der Stiftung der Schweizer Werbewirtschaft für die Lauterkeit in der Werbung, wahrgenommen werden. Die Kommission ist paritätisch aus Vertretern von Werbung, Konsumentenschaft und Medienschaffenden zusammengesetzt und steht für mehr Transparenz in den Medien bzw. eine bessere Kontrolle der Trennung zwischen kommerzieller und redaktioneller Kommunikation ein.¹⁰

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 22.12.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Der **Presserat** als Organ journalistischer Selbstkontrolle wurde auf eine **breitere personelle Basis** gestellt und in eine **Stiftung** umgewandelt. Statt wie bis anhin nur der Schweizer Verband der Journalistinnen und Journalisten (SVJ) sollen sich ab Januar 2000 am Presserat künftig auch das Syndikat Schweizer Medienschaffender (SSM), die Mediengewerkschaft Comedia und die neu geschaffene Konferenz der Chefredaktoren beteiligen. Die im Dezember gegründete Stiftung mit Sitz in Freiburg bzw. deren Stiftungsrat wählte 21 Mitglieder in den Presserat, wovon 15 Medienschaffende und 6 Publikumsvertreter sind. Im Stiftungsrat stellten die drei Journalistenverbände neun, der Chefredaktorenverband drei Mitglieder.¹¹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 23.12.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Für den **Presserat** fiel im Berichtsjahr mehr Arbeit an als je zuvor. **39 neue Beschwerden** gingen bei ihm ein, wobei Ende Jahr noch 18 Verfahren hängig waren. Die 23 Beanstandungen, auf welche der Presserat eintrat, betrafen vor allem die Missachtung der Privatsphäre sowie unfaires Verhalten und ungerechtfertigte Anschuldigungen der Medien. Unter anderem empfahl der Presserat den Redaktionen die Zurückweisung von **Leserbriefen** mit rassistischen oder diskriminierenden Tendenzen. Der Rat wies darauf hin, dass eine angeheizte Stimmung in der Öffentlichkeit den Spielraum der Meinungsäusserungsfreiheit einschränke und die Sorgfaltspflicht der Redaktionen erhöhe.¹²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 02.12.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

An der Jahrespressekonferenz des Presserats im Dezember zog der auf den 1.3.2001 scheidende Präsident **Roger Blum** eine Bilanz der vergangenen zwölf Monate und wies auf einen dreifach erfolgten Wandel hin: Der Presserat war auf eine breitere Basis gestellt worden und hatte sich für Publikumsvertretungen geöffnet. Zudem war es zu einer Modernisierung und Erweiterung des berufsethischen Kodex gekommen. Blum fügte an, dass dieser aber bei einer steigenden Anzahl von Medienleuten nicht wirklich verankert sei. Die Medien selbst täten zu wenig, um der bedenklichen Zunahme an Beschwerden Einhalt zu gebieten beziehungsweise diese von vornherein unnötig zu machen. Lag zu Beginn der neunziger Jahre die Zahl der Stellungnahmen des Presserats zu Beanstandungen noch zwischen acht und zwölf, waren es im Berichtsjahr 46. Von den 55 eingetroffenen und häufig Leserbriefe betreffenden Beschwerden waren neun zurückgezogen und zwei durch Nichteintreten des Presserats erledigt worden. Blum rief zu einer **medienethischen „éducation permanente“** auf – zum fortlaufenden ethischen Diskurs auf der Grundlage des berufsethischen Kodex in Verlagen, Redaktionen, Ausbildungsinstitutionen, Radio- und Fernsehstationen. Insbesondere Chancen und Hindernisse für die Beachtung der Medienethik im Internet gaben an der Konferenz zu reden. Der Verein **„Qualität im Journalismus“** präsentierte seinerseits Thesen für **eine solide Aus- und Weiterbildung** von Medienschaffenden. Angesichts des Booms an neuen Ausbildungsgängen sei Orientierungshilfe prioritär.¹³

ANDERES
DATUM: 08.02.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Peter Studer, ehemaliger Chefredaktor des Schweizer Fernsehens DRS sowie des „Tages-Anzeigers“ und seit Februar des Berichtsjahres neu gewählter **Präsident des Presserates**, legte die künftige Agenda des Rates dar. Dabei betonte er unter anderem die Wichtigkeit eines stärkeren Einbezugs der Verleger in die mediale Selbstkontrolle, einer besseren Berücksichtigung der Medienethik in der hausinternen Aus- und Weiterbildung sowie einer dezidierten Abwehr von Verrechtlichungstendenzen im Mediensektor. Entgegen Studers Empfehlung entschied sich die Trägerschaft des Presserats jedoch gegen einen Einbezug der Verlegerseite und lehnte die Erweiterung des Stiftungsrats durch Verleger und Veranstalter der elektronischen Medien ab.¹⁴

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 12.07.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Der Presserat stellte in der Kriminalberichterstattung eine Zunahme **rassistischer Vorurteile** fest und empfahl, auf die Nationalitätennennung zu verzichten, ausser diese sei für den Kontext einer Tat relevant. Die Medienschaffenden hätten bei Berichten über kriminelle Ereignisse besonders darauf zu achten, dass einzelne Gruppierungen nicht diskriminiert würden. Rassistisch und deshalb zu unterlassen sei die Zuordnung von negativen Eigenschaften als typisch für die Angehörigen einer Nation, Ethnie oder Religion. Für einiges Aufsehen sorgte die Rüge des Presserats an die Adresse des Chefredaktors des Westschweizer Wirtschaftsmagazins **„Bilan“**. Dieser hatte eine Uhr im Wert von über Fr. 1000 zum 70% tieferen Fabrikpreis erworben und sich für einen Foto-Auftritt im Jahresbericht eines Westschweizer Unternehmens ablichten lassen. Obwohl Medienschaffende durch öffentliche Auftritte das Image ihres Mediums fördern

dürfen, sei es ihnen laut Presserat untersagt, sich zugunsten von Werbung für Dienstleistungen oder Produkte Dritter einspannen zu lassen.¹⁵

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 02.11.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Der Schweizer Verband der Journalistinnen und Journalisten (SVJ) legte Ende des Berichtsjahres ein **neues Reglement für das Berufsregister (BR)** zuhanden der beiden anderen Mediengewerkschaften comedia und Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) vor. Ziel ist es, ein neues und gesamtschweizerisch einheitliches BR für Medienleute zu schaffen, wobei die wichtigsten Änderungen eine Flexibilisierung des Registers sowie eine Betonung der ethischen Aspekte anstreben und insbesondere die Aufnahmebedingungen in das Register betreffen: Nicht mehr die Einkommenshöhe, sondern die eingesetzte Zeit (mindestens 50% während zweier Jahre) definiert die „hauptberufliche Tätigkeit“. Zudem gilt die journalistische Tätigkeit an sich und nicht das Medium als Aufnahmekriterium. Aufnahmewillige müssen sich künftig auf die Standesregeln des Berufs verpflichten.¹⁶

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 23.11.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

An der Konferenz der Chefredaktoren rief der ehemalige Präsident des Presserats, Roger Blum, zur Einrichtung **flächendeckender Ombudsstellen** auf. Der Schweizer Presserat sei als nationales Selbstkontrollorgan finanziell zu sichern und auszubauen, denn eine Branche, die als mächtiger als der Staat angesehen werde, bedürfe auch der Kontrolle. Der neue Präsident der Konferenz, Chefredaktor des Schweizer Fernsehens DRS Filippo Leutenegger, sprach sich gegen eine Verrechtlichung des Presserats aus. Dieser müsse eine publizistische Instanz sein und nicht zum juristischen Gremium verkommen. Den Tendenzen zur Überregulierung sei die Selbstkontrolle entgegenzuhalten.¹⁷

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 22.12.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Die **AZ-Medien Gruppe** setzte erstmals einen **Ombudsmann** für ihre Zeitungen und Online-Auftritte ein. In das Amt wurde Josef Rennhard, ehemaliger Chefredaktor des „Beobachters“, gewählt. Der Ombudsmann soll zwischen Nutzerinnen und Nutzern, von Medienberichten betroffenen Personen und Institutionen sowie den Macherinnen und Machern der AZ-Medien vermitteln. Dabei hat er für eine Weiterentwicklung der Diskussionskultur wie auch für Verständnis gegenüber den Regeln und Gesetzesmässigkeiten des Medienalltags zu sorgen.¹⁸

ANDERES

DATUM: 31.12.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Beim Presserat gingen im Berichtsjahr **erneut mehr Beschwerden** ein als in den vergangenen Jahren. Hatten 1999 noch 39 Klagen behandelt werden müssen, war die Zahl im Jahr 2000 auf 55 gestiegen und belief sich im Berichtsjahr auf 68. Zwei Fälle griff der Presserat von sich aus auf, und 70 Verfahren wurden abgeschlossen. Die Mehrarbeit wurde unter anderem auf die wachsende Bedeutung des Rats als Organ der medialen Selbstreflexion zurückgeführt. Die Statistik widerspiegelte zudem die vermehrte Bereitschaft, das Gremium auch wegen unbedeutenderen Angelegenheiten anzurufen: die Zahl der abgewiesenen Beschwerden stieg auf 25 (1999: 11; 2000: 17) sowie diejenige der zurückgezogenen Beschwerden auf 15 (1999: 4; 2000: 9). Im Präsidialverfahren, das im Jahr 2000 zur Entlastung des Presserats von Fällen untergeordneter Bedeutung eingeführt worden war, konnten 32 Fälle erledigt werden. Gutgeheissen wurden 6, teilweise gutgeheissen 18 Beschwerden. Von den 54 Stellungnahmen, die der Rat im Berichtsjahr veröffentlichte, betrafen 20 den Persönlichkeitsschutz, wobei es in etlichen Fällen nicht „nur“ um die Privat-, sondern auch um die Intimsphäre gegangen war. Unlautere Recherchen und die Behandlung von Leserbriefen standen an zweiter bzw. dritter Stelle.¹⁹

ANDERES

DATUM: 29.03.2002
ROMAIN CLIVAZ

Le **Conseil suisse de la presse** a traité 91 cas durant l'année sous revue, soit 23 de plus que l'an dernier. 23 plaintes ont été approuvées, partiellement ou intégralement. Ce résultat est constant par rapport aux autres années. 24 plaintes ont été rejetées. Le principal motif invoqué pour en justifier la saisine a été la violation de la sphère privée. L'instance s'est par ailleurs spontanément chargée d'examiner si « l'affaire Borer » (traitée dans la suite de ce chapitre) correspondait à un tel cas de figure.²⁰

ANDERES
DATUM: 31.12.2003
ELISABETH EHRENSPERGER

Der **Presserat** nahm im Berichtsjahr zum ersten Mal **mehr als hundert Beschwerden** entgegen, was Presseratspräsident Peter Studer nicht zuletzt auf den gestiegenen Bekanntheitsgrad des Presserates in der Öffentlichkeit und die intensivere Auseinandersetzung mit medienethischen Belangen zurückführte. Von den 103 eingegangenen Beanstandungen (2002: 91) wurden 30 ganz oder teilweise gutgeheissen. 15-mal sah der Presserat die Privatsphäre ohne überwiegendes öffentliches Interesse verletzt, 11-mal das Fairnessverbot. Im übrigen betrafen die Stellungnahmen des Rats die Unterlassung von Berichtigungen nach Falschmeldungen, die Verletzung des Wahrhaftigkeitsgebots sowie Diskriminierungen. 45 Verfahren waren noch hängig.²¹

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 30.09.2013
MARLÈNE GERBER

Im Ende September erschienenen **Jahrbuch „Qualität der Medien“** des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög) meldeten die Autoren aufgrund zunehmender Kommerzialisierung und Konzentration der Medienlandschaft ihre Bedenken zur Medienvielfalt an. Während sich zwischen 2001 und 2012 zwölf Medienhäuser vom Verlag herkömmlicher, deutschsprachiger Presstitel zurückgezogen hatten, waren die Marktanteile der drei grössten Schweizer Verleger beträchtlich gestiegen. Die Tamedia AG konnte seit dem Millennium ihren Anteil in der deutschsprachigen Schweiz praktisch verdoppeln und kontrollierte im Jahr 2012 mehr als einen Drittel (36%) des dortigen Pressemarkts. Hauptsächlich infolge der kürzlich erfolgten Übernahme von Edipresse betrug der Marktanteil von Tamedia in der Westschweiz im Vorjahr gar 68%. Die NZZ-Mediengruppe erhöhte ihre Markteteiligung an deutschsprachigen Presstiteln im untersuchten Zeitraum von 7% auf 19% und der Ringier-Verlag steigerte seine ursprünglich 21-prozentige Quote bis zum Vorjahr um weitere sechs Prozentpunkte. Als weitere bedenkliche Tendenzen identifizierten die Autoren des Jahrbuchs die abnehmende Reichweite von Qualitätszeitungen im Gegensatz zur zunehmenden Etablierung von Boulevardblättern und Gratiszeitungen, die Verlagerung der Werbeausgaben hin zur Gratispresse, die besonders eingeschränkte Vielfalt auf dem Online-Markt sowie die abnehmende Einbindung von Hintergrundwissen und Wirkungszusammenhängen in die journalistische Berichterstattung. Der Schweizer Verlegerverband reagierte postwendend mit Vorwürfen an die Verfasser der Studie. Der Verband kritisierte insbesondere die Erhebungsmethode, welche sich auf Stichproben und die Untersuchung von Frontseiten und Aufmachern gestützt habe. Die französischsprachige Presse kritisierte zudem die Auswahl der regionalen Presstitel in der Westschweiz. Weiter wurde bezweifelt, dass die Qualität von Medien und ihren Inhalten überhaupt qualitativ erfasst werden kann. Oswald Sigg, Mitglied des Stiftungsrates „Öffentlichkeit und Gesellschaft“, reagierte selbstkritisch auf die Vorwürfe aus der Medienbranche. In der Tat vermöge die verwendete Erhebungsmethode die Qualität der regionalen Presseerzeugnisse der Romandie nicht im Detail zu erfassen. Sigg stellte eine Spezialstudie zur Situation der französischsprachigen Regionalmedien für das Folgejahr in Aussicht.²²

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 27.10.2014
MARLÈNE GERBER

Das zum fünften Mal erscheinende, vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) herausgegebene **Jahrbuch „Qualität der Medien“** stellte der Schweizer Medienlandschaft das bisher schlechteste Zeugnis aus. Eine Analyse der Front- und Einstiegsseiten von beinahe 30 Print- und Online-Medien zeigte, dass die aktuelle Medienlandschaft von abnehmender Themenvielfalt, rückläufiger Reichweite von qualitativ hochwertigen Medien und verstärkter Beachtung emotional aufgeladener Themen - als Exempel für 2013 statuiert das Jahrbuch den Fall Carlos - geprägt ist. Der Umstand, dass ein Drittel aller durch die 45 grössten Schweizer Zeitungen erzielten Werbeeinnahmen auf die auflagestarken Gratis-Pendlerzeitungen entfalle, verstärkte diese Negativspirale, so die Autoren der Studie. Aufgrund dieser Schlussfolgerungen begrüssen die Autoren neue medienpolitische Massnahmen, wie sie aktuell von der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK) diskutiert werden. Beim Verband Schweizer Medien wurden die Studienergebnisse als parteipolitisch gefärbt interpretiert. Fög-Leiter Kurt Imhof träume von einer vom Staat subventionierten und kontrollierten Medienlandschaft und lege die Qualitätskriterien in seiner Studie auch entsprechend fest. Das Jahrbuch untersuchte ferner die Präsenz der Parteien in den Medien der Deutsch- und Westschweiz. 37% aller Nennungen entfielen 2013 auf die SVP, womit sie die SP (20%), gefolgt von FDP (16%) und CVP (13%), klar hinter sich liess. Während die Grünen noch 7% aller Parteienennungen ausmachen konnten, belief sich die Präsenz der BDP und der Grünliberalen auf 4% resp. 2%.²³

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 05.12.2014
MARLÈNE GERBER

Unerwartete Erkenntnisse förderte eine an der Universität Zürich angesiedelte und vom BAKOM in Auftrag gegebene **Regionalmedienstudie** zu Tage. Die Befragung von 958 Gemeindevertretern ergab, dass die journalistischen Kenntnisse der lokalen Gegebenheiten im Grunde positiv bewertet werden und in den letzten fünf Jahren kein Rückgang dieser Kompetenzen festgestellt wurde. Hierbei schneiden Medienschaffende von regionalen und lokalen Printmedien im Schnitt mit der Wertung "eher kompetent" etwas besser ab als Journalistinnen und Journalisten elektronischer Medien. Nichtsdestotrotz haben zwei Drittel der befragten Gemeinden ihre eigene Informationstätigkeit in jüngster Zeit intensiviert. Dies sei auch – aber nicht primär – zur Kompensation von Defiziten der Regionalmedien geschehen. Stärker sei dieser Umstand jedoch der sich wandelnden Informationslandschaft geschuldet.²⁴

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 20.01.2015
MARLÈNE GERBER

Eine vom BAKOM in Auftrag gegebene und an der Universität Fribourg durchgeführte Studie untersuchte die **Arbeitsbedingungen und die Berichterstattungsfreiheit** von Journalistinnen und Journalisten. Betreffend Ersterem belegten die Forscher eine bereits weit verbreitete Einschätzung, nämlich eine leichte Verschlechterung der Arbeitsbedingungen, was nachweislich auch die Qualität der Medienberichterstattung beeinträchtigt. Mehr potentiellen Nachrichtenwert enthielt der zweite Befund, gemäss welchem Medienschaffende durch Anzeigekunden in ihrer professionellen Freiheit eingeschränkt werden. Medienhäuser würden weniger Nachrichten publizieren, die den Werbekunden schaden könnten, vielmehr würden sie diese gar bewusst positiv darstellen. Des Weiteren offenbarte die Studie, dass über medienpolitische Fragen eher stiefmütterlich berichtet werde und wenn, dann häufig in denjenigen Fällen, wo der eigene Arbeitgeber positiv dastehe. Gemäss der Studie sind Medienschaffende von Wochenzeitungen und Zeitschriften hier stärker in ihrer journalistischen Freiheit eingeschränkt als solche, die für Tageszeitungen schreiben. Im Zeitungsarchiv von Année Politique Suisse fand sich mit dem Bund/Tages-Anzeiger nur ein Gefäss, das prominent über die Ergebnisse dieser Studie berichtete. Die Studie stützt ihre Erkenntnisse auf Fokusgruppen und teilstandardisierte Interviews sowie auf eine Befragung von etwas über 1'100 Mitglieder der Journalistengewerkschaft impressum (Rücklaufquote 34%).²⁵

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 26.10.2015
MARLÈNE GERBER

Nach Herausgabe des **sechsten Jahrbuchs „Qualität der Medien“** des Fög der Universität Zürich gab insbesondere die dort festgestellte stark rückläufige Nutzung von Qualitätsmedien zu reden. Gemäss einer in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen GfK durchgeführten Online-Befragung von 3400 Personen zwischen 16 und 69 Jahren gaben nur noch 42% der Befragten an, regelmässig Abonnentszeitungen zu konsumieren. Dies entspricht im Vergleich zu 2009 einem Rückgang um 14 Prozentpunkte. Am stärksten gingen die Nutzungszahlen bei den jungen Erwachsenen (16- bis 29-jährige) zurück: Während 2009 44% angaben, sich regelmässig mit Abonnentszeitungen zu informieren, betrug dieser Anteil 2015 lediglich noch 26%, wogegen die Bedeutung von sog. Softnews (Inhalte mit geringerem Informationsgehalt und höherem Unterhaltungswert) gerade in dieser Gruppe stark zugenommen hat. Darüber hinaus hätten die Medienhäuser mit sinkenden Werbeeinnahmen zu kämpfen, da der Werbe-Erlös aus dem stark wachsenden Online-Markt trotz stark wachsender Online-Mediennutzung im Vergleich zu demjenigen der Print-Medien noch immer relativ gering ausfalle. Als Folge dieser Strukturschwäche fürchten die Forscher eine verstärkte Einflussnahme durch politische und ökonomische Akteure, da sich die Medien gezwungen sehen könnten, Geschäftssparten ohne publizistischen Inhalt auszubauen – ein Umstand, der bereits durch ähnliche Erkenntnisse in einer im selben Jahr publizierten Studie der Universität Freiburg zu Tage gefördert wurde.²⁶

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 18.11.2016
CHRISTIAN GSTEIGER

Im Jahr 2016 widmete sich das vom Fög herausgegebene **Jahrbuch «Qualität der Medien»** zwei verschiedenen Schwerpunkten: Einerseits dem Medienvertrauen, andererseits der Qualität und Vielfalt des Newsrepertoires, also dem Medienangebot. Dabei kam die Studie zu mehreren Erkenntnissen: So sei das Medienvertrauen in Ländern, die über einen starken Service public verfügen, grundsätzlich höher als in Ländern mit schwächerem Service public. Wer also häufig Nachrichten des öffentlichen Rundfunks konsumiere, entwickle ein grösseres Vertrauen in das Mediensystem. In der Schweiz sei das Vertrauen aufgrund des starken Service public entsprechend hoch, so ein Befund der Analyse. Ferner verfüge die Schweiz über ein diversifiziertes Medienangebot. Zu diesem Schluss kam das Fög, weil Schweizerinnen und Schweizer

auf ein vielfältiges Berichterstattungsspektrum zurückgreifen können: Zum einen bedingt durch die verschiedenen Abonnementszeitungen, zum anderen durch die differenzierte Berichterstattung der SRG, welche systemrelevante ökonomische, politische und gesellschaftliche Themen aus verschiedenen Blickwinkeln darzustellen pflege.

Die Befragung von Mediennutzerinnen und -nutzern ergab ausserdem, dass die Qualität der Abonnementszeitungen und des öffentlichen Rundfunks insgesamt als hoch eingestuft werde. Auch teilten die Konsumierenden grösstenteils die These der Studie, dass Qualitätsjournalismus wichtig für eine demokratische Gesellschaft sei. Gleichzeitig sei die Anzahl der sogenannten «News-Deprivierten» von 21 Prozent im Jahr 2009 auf 31 Prozent im Jahr 2016 angestiegen. Als News-Deprivierte bezeichnete die Studie jene, welche unterdurchschnittlich viel auf Informationsmedien zurückgreifen oder wenn, dann auf Gratiszeitungen, kostenlose Online-Angebote oder Social Media. 47 Prozent der Befragten gaben denn auch an, mindestens einmal wöchentlich News über Social Media zu beziehen, für 22 Prozent der 18- bis 24-Jährigen stellte «Facebook» gar die Hauptinformationsquelle dar; lediglich 11 Prozent der jungen Erwachsenen gaben derweil das Fernsehen als Hauptquelle an. Dies, so resümierte die Studie, biete einerseits für Medienhäuser die Chance, viele Junge via Social Media erreichen zu können, andererseits lauere hier auch die Gefahr, dass traditionelle, zur Zeit als qualitativ hochwertig eingestufte Medienmarken immer weniger wahrgenommen würden.

Die Erkenntnis der Studie, ein starker Service public fördere auch das Vertrauen in die privaten Medien, wurde sogleich in der politischen Debatte rund um die «No-Billag»-Initiative aufgegriffen: Deren Initianten und Befürworter waren nämlich der gegenteiligen Ansicht: Vielmehr grabe die staatlich finanzierte SRG den privaten Medienhäusern das Wasser ab, als dass diese von ihr profitieren würden. Die Studie sei lediglich eine Verschwendung von Steuergeldern, meinte die Initiativbefürworterin und Nationalrätin Nathalie Rickli (svp, ZH) laut St. Galler-Tagblatt.

Für die jährlich erscheinende Studie werden seit 2009 pro Jahr 3'400 Onlineinterviews durchgeführt, zudem wurden 2016 insgesamt 1'613 repräsentativ ausgewählte Personen aus der Deutschschweiz und der Romandie mittels Onlinefragebogen zum Themenschwerpunkt befragt. Miteinbezogen wurde erstmals auch der «Reuters Digital News Report», welcher Umfragedaten aus 26 Ländern und rund 50'000 Interviews enthält.²⁷

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 12.10.2017
MARLÈNE GERBER

Ein im Herbst 2017 herausgegebenes **Buch** von Stefan Russ-Mohl, Journalistikprofessor der Università della Svizzera italiana in Lugano, sah durch die Digitalisierung der Information die Demokratie in Gefahr. Die digitale Welt biete einen guten Nährboden für die Verbreitung von Konspirationstheorien, Fake News und Halbwahrheiten. Unter anderem würden auch «Medienbarone, Autokraten und IT-Giganten» zur Krise der Medien beitragen, gewisse Fehler seien aber auch von den Medien selbstverschuldet. Der Autor plädierte deswegen für die **Schaffung einer «Allianz für die Aufklärung»**, die es sich zur Aufgabe machen sollte, Faktenchecks durchzuführen und einer breiten Öffentlichkeit zentrale Erkenntnisse aus der Wissenschaft zu vermitteln. So forderte er die Medienschaffenden zu vermehrt unabhängigem, wissenschaftsbasiertem Journalismus auf und nahm im gleichen Zug die Wissenschaft in die Pflicht, den Medien ihre fachliche Kompetenz verstärkt zur Verfügung zu stellen. Des Weiteren forderte Russ-Mohl etwa mehr Transparenz bei der Verwendung öffentlicher Gelder – sowohl im Journalismus als auch in der Wissenschaft.²⁸

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 26.10.2017
CHRISTIAN GSTEIGER

Im **Jahrbuch «Qualität der Medien» 2017** des Fög nahm sich das Institut des «Strukturwandels der Öffentlichkeit» an. Die Struktur der Öffentlichkeit (hier: Medien), so erläuterte die Studie, habe die Form eines «langen Schweifs» angenommen. Dieser Schweif bestehe vorne am Kopf aus einigen wenigen reichweitenstarken Anbietern, zu denen in der Schweiz die professionellen Medienanbieter gehörten. Der hintere, lange Teil des Schweifs hingegen bestehe aus einer grossen Anzahl an Anbietern und Angeboten, welche aber jeweils deutlich weniger Personen erreichten. Das seien etwa sogenannte «alternative» Informationsangebote oder auch PR-Dienste und Werbepattformen. Zudem hielt die Studie fest: Egal ob Vorder- oder Hinterteil des Schweifs, alle Anbieter sehen sich mehr oder weniger stark dem Einfluss der grossen Tech-Plattformen (Google, Facebook) ausgesetzt, das Internet habe sich zu einer zentralen Instanz im Medienbereich entwickelt. Insbesondere professioneller

Journalismus gerate dabei unter Druck. Konkretisiert wurde die Erkenntnis anhand mehrerer Punkte.

So seien professionelle Informationsmedien – also jene am Kopf des Schweifs – so wichtig wie nie zuvor, da sie Informationen professionell kuratierten, kontrollierten und verarbeiteten. Dies biete eine wichtige Orientierungshilfe, da im grossen Hinterteil des Schweifs sozusagen «Wildwuchs» herrsche: Dort erfüllten Anbieter oft nicht traditionelle Standards des professionellen Journalismus. Der Wildwuchs im hinteren Teil des Schweifs begünstige die Entstehung von «kontrovers diskutierte[n] alternative[n] Medien», welche sich oft oppositionell zu etablierten Informationsmedien positionierten und «teilweise Verschwörungstheorien» verbreiteten, hielt die Fög-Studie fest. Dabei handle es sich um ein Randdasein, allerdings sorgten solche alternativen Medien für Kontroversen, wodurch situativ hohe Reichweiten der darüber verbreiteten Informationen erzielt würden.

Währenddessen verlagerte sich auch das Konsumverhalten der Schweizer Bevölkerung: 41 Prozent informierten sich primär via Newssites oder Social Media. Noch dominierten die Newssites als Informationsquelle, die grossen Internetplattformen dienten aber oft als Zuleitungskanäle. Das heisst der Zugang zu Informationen erfolgte immer öfters via Social Media oder Suchmaschinen und nicht direkt über die Website einer Zeitung. Da Social Media wie Facebook sogenannte «Emotionsmedien» seien, könne sich dies «qualitätsnivellierend» auf professionelle Informationsmedien auswirken. Dies, da diese Anbieter dann ihre Beiträge Social-Media-konform gestalten würden, um den Zugang via Social Media sicherzustellen.

Schliesslich, so hielt das Fög abschliessend fest, werde die Medienvielfalt am Kopf des Schweifs zunehmend geringer: In der Deutschschweiz etwa dominierten die drei grössten Medienhäuser 71 Prozent des Online-Reichweitenmarkts (NZZ-Group, Tamedia und Ringier), in der Suisse romande (Tamedia, Ringier und Éditions Suisses) und der Svizzera italiana (Tamedia/Salvoni, Ringier und Regiopress) seien es gar 88 Prozent. Die Einstellung weiterer regionaler Printausgaben werde in Zukunft diese Konzentration des Online-Angebots verstärken.

Für die Studie berücksichtigte das Fög 28'214 Beiträge aus 79 Schweizer Medien und verglich diese mit Daten aus den Jahren 2014 und 2015. Ergänzt wurde die Datenlage mit Erkenntnissen des «Reuters Digital News Reports», welcher Umfragedaten aus 36 Ländern und 70'000 Interviews enthält.²⁹

ANDERES
DATUM: 20.07.2018
MARLÈNE GERBER

Im Jahr 2018 wurde das **Verhältnis zwischen Medien und Wissenschaft** von verschiedenster Seite thematisiert. Wie bereits ein Journalistikprofessor der Università della Svizzera italiana in einem im Herbst 2017 erschienenen Buch gefordert hatte, bestärkten im Folgejahr weitere Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler die Notwendigkeit einer verstärkten Aufklärung durch die Wissenschaft im digitalen Medienzeitalter, in dem Desinformationen einfacher verbreitet werden könnten. Professor Mark Eisenegger, Leiter des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) an der Universität Zürich, initiierte mit zwei Medienforschenden aus Deutschland und Österreich eine Charta für eine öffentliche Kommunikationswissenschaft, die Forscherinnen und Forscher der Kommunikations- und Medienwissenschaften dazu auffordern soll, gesellschaftliche Diskurse stärker zu verfolgen und mit ihrem Wissen zur Versachlichung von Diskussionen beizutragen.

Auf verstärkte Kollaboration setzten im selben Jahr die SRG, Ringier, die ETH Lausanne und Triangle Azur – ein Kooperationsnetzwerk der Universitäten Genf, Lausanne und Neuenburg – mit der Lancierung der «Initiative for Media Innovation» zur Förderung des Wissenstransfers zwischen Forschung und Medien. Im Rahmen der Kollaboration sind etwa Projekte zu Fake News, Datenjournalismus oder künstlicher Intelligenz vorgesehen, die aus einem jährlich erneuerten Fonds über CHF 650'000 finanziert werden.

Ebenfalls im Jahr 2018 ging das vom ehemaligen SRG-Wissenschaftsjournalisten Beat Glogger initiierte elektronische Wissenschaftsmagazin «higgs» online. Wie bereits die im Jahr 2015 lancierte Wissensplattform der Schweizer Politologinnen und Politologen mit dem Namen «DeFacto» stellt auch «higgs» seine Artikel der Öffentlichkeit kostenlos zur Verfügung.³⁰

Die Bilanz des Fög im **Jahrbuch «Qualität der Medien» 2018** beginnt mit positiven Befunden: Das Vertrauen der Schweizer Bevölkerung in die Informationsmedien sei auch im internationalen Vergleich extrem hoch und die hiesige Medienqualität sei «überwiegend noch gut». In der Folge präsentierten die Autorinnen und Autoren jedoch ein in verschiedener Hinsicht besorgniserregendes Bild der aktuellen Medienlandschaft, was sie dem digitalen Strukturwandel attestierten. Zum einen erreichten die klassischen Medien immer weniger Leute. Der Anteil Personen, der sich vom Informationsjournalismus abwendet und News nur oder überwiegend via Social Media konsumiert, war weiter zunehmend und kam bei 36 Prozent zu liegen. Unter den 16- bis 29-Jährigen gehörte erstmals eine Mehrheit zu diesen sogenannten News-Deprivierten. Das Fög betrachtete diesen Umstand unter anderem als problematisch, da sich Beiträge mit verschwörungstheoretischem Charakter auf sozialen Plattformen teilweise rasant verbreiteten, und rief die professionellen Medienschaffenden dazu auf, dem verstärkt aufklärend entgegenzuwirken.

Im Fokus des benannten Jahrbuchs standen hingegen die durch den digitalen Strukturwandel bedingten finanziellen Schwierigkeiten der traditionellen Medien und deren Folgen für die Schweizer Medienlandschaft. Eine Ursache für diese Schwierigkeiten ortete das Fög zum einen bei der geringen Zahlungsbereitschaft für Onlinenews und zum anderen beim Umstand, dass die aus dem Printwerbemarkt abfliessenden Gelder – vor 10 Jahren hätten die Einnahmen durch Printwerbung in Zeitungen um CHF 1.4 Mrd. höher gelegen – nur zu einem kleinen Teil bei den Schweizer Medienhäusern verblieben. Während zwar CHF 2.1 Mrd. jährlich in Onlinewerbung investiert würden, gingen bereits zwei Drittel davon über Suchmaschinenwerbung direkt an Google. Auf gerade einmal CHF 265 Mio. belaufe sich der Ertrag aus Displaywerbung, der primären Onlinewerbeform des Informationsjournalismus.

Als Konsequenz davon beobachtete das Fög eine fortgesetzte Medienkonzentration, die es als «besorgniserregend hoch» einstufte. In der Deutschschweiz besaßen die drei grössten Verlage Tamedia (40%), Ringier (22%) und die NZZ-Mediengruppe (20%) zum gegebenen Zeitpunkt 82 Prozent des Pressemarktes, in der französischsprachigen Schweiz belief sich die entsprechende Zahl gar auf 90 Prozent (Tamedia 72%; Edition Suisse Holding: 11%; Imprimerie Saint-Paul: 7%). Im Jahrbuch kritisch beleuchtet wurde in diesem Zusammenhang das Verschwinden der Zehnder Regionalmedien aufgrund der Übernahme durch die Zeitungshaus AG, wie die vormalige BaZ Holding AG neuerdings heisst. Die strukturellen Schwierigkeiten der Branche mache diese auch anfälliger für eine Einflussnahme durch «finanzstarke Investoren mit politischen Interessen, vornehmlich aus dem rechtskonservativen politischen Spektrum», gab die Autorenschaft zu bedenken. Im Hinblick auf publizistische Verbundsysteme bezeichnete das Fög das Jahr 2018 als Schlüsseljahr für die zunehmende Medienkonzentration und bezog sich dabei auf das im Berichtsjahr von der WEKO bewilligte Joint Venture der NZZ-Regionalmedien und der AZ Medien, die ab Januar 2018 erfolgte Zusammenlegung der gesamten Mantelberichterstattung von Tamedia sowie die Schaffung einer Zentralredaktion für die beiden Bündner Tageszeitungen. So liege etwa der Anteil geteilter Beiträge sowohl bei der redaktionellen Berichterstattung (55%) als auch bei den meinungsbetonten Artikeln (68%) beim Tages-Anzeiger, dem «Bund» und der Berner Zeitung seit der Einführung der Tamedia-Zentralredaktionen beträchtlich höher als zuvor (vorher: 38%, resp. 40%). Insbesondere problematisch sei dies während Abstimmungskämpfen, da die Presse nach wie vor als zentrale Informationsquelle fungiere. Nicht zuletzt kritisierte das Jahrbuch auch die Konzentration bei den Werbeverbänden nach dem Konkurs von Publicitas, womit sich mit Admeira und Tamedia/Goldbach nur noch zwei grosse Werbeverbände gegenüber stehen.

Aus demokratietheoretischer Sicht als problematisch erachtete das Fög überdies den durch Stellenabbau bedingten Braindrain im Informationsjournalismus, aktuell beobachtbar bei der SDA, der SRG und – so vermuteten die Verfasserinnen und Verfasser des Jahrbuchs – in naher Zukunft ebenfalls bei CH Media und Tamedia. Durch vergangene Arbeitsplatzreduktionen sei die Beschäftigung in den Medienhäusern zwischen 2011 und 2016 bereits um 19 Prozent eingebrochen. Das Fög ging in seinem Jahrbuch auch davon aus, dass der Abfluss finanzieller und personeller Ressourcen zu einer Verschlechterung der Medienqualität führe. Bei einem Drittel der 66 untersuchten Medientitel habe die Qualität im Vergleich zum Vorjahr abgenommen.

Die im Entwurf für ein Gesetz über elektronische Medien vorgeschlagenen medienpolitischen Massnahmen unterstützte das Fög, befand sie aber noch als zu wenig weitgehend. Das Forschungsinstitut erachtete es als Fehler, die direkte Medienförderung auf Onlineanbieter zu beschränken, die in erster Linie audiovisuelle Inhalte produzieren, da ein qualitativ hochstehender Informationsjournalismus mit solchen Inhalten nicht ausreichend gewährleistet werden könne. Ferner bedürfe es

zusätzlicher finanzieller Mittel für die direkte Medienförderung. Nicht zuletzt solle auch die Einführung einer Steuer auf die Werbeeinnahmen der globalen Tech-Intermediäre geprüft und die Medienkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen verstärkt gefördert werden.³¹

Medienpolitische Grundfragen

ANDERES

DATUM: 22.07.1992
MATTHIAS RINDERKNECHT

Im Ehrverletzungsstreit, der auf den sogenannten "**Historikerprozess**" folgte, hiess das Bundesgericht die Klage des Zürcher Anwalts Frick gegen einen Journalisten des Tages-Anzeigers gut mit der Begründung, das Prinzip der Unschuldsvermutung hätte respektiert werden müssen. Der Journalist hatte im Dezember 1989 in einem Artikel die These eines Historikers und dessen Vorwürfe gegen Wilhelm Frick, dieser sei 1940 in einen Putschversuch verwickelt gewesen, übernommen, ohne die Quellen zu überprüfen. Eine generelle Pflicht für Medienschaffende, Angaben in wissenschaftlichen Arbeiten anhand der Primärquellen zu überprüfen, besteht allerdings nicht. Laut Angaben des Bundesgerichts ergibt sich eine solche Pflicht jedoch dann, wenn kumulativ ein schwerer Angriff auf die Ehre erhoben werde und überdies die Sekundärquelle die Primärquelle nicht wörtlich zitiere. Dann müsse mit der Möglichkeit einer eigenen Wertung des Zweitautors gerechnet werden.³²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 27.10.1992
MATTHIAS RINDERKNECHT

An einer UNESCO-Tagung befassten sich namhafte Fachleute mit dem Problem der **Selbst- und Fremdkontrolle der Medien**. Kritik wurde am zunehmenden Aktualitätsdruck geäussert, der eine kritische Hinterfragung und eine Abklärung bezüglich der Vollständigkeit sowie der Wahrheit der zahlreichen weiterzuverbreitenden Informationen verunmöglicht. Kritisiert wurde auch die vermehrte Fremdkontrolle der Medien beim Zugang zu Informationen, wie dies im Falle der Berichterstattung während des Golfkriegs sowie aus den Krisengebieten im ehemaligen Jugoslawien geschehen war resp. immer noch geschieht. Die zunehmende Kriminalisierung des Medienschaffens durch höhere Normendichte wandle die Fremdkontrolle im übrigen immer häufiger in eine Selbstkontrolle in Form der Vermeidung von umstrittenen Themen um. Nach Ansicht verschiedener Teilnehmer müssten die grösseren Medienunternehmen eine Ombudsstelle schaffen, um die Glaubwürdigkeit der Medien zu bewahren; dadurch könnte die Fremd- und die Selbstkontrolle in einem ausgeglichenen Verhältnis nebeneinander existieren.³³

KANTONALE POLITIK

DATUM: 16.11.1992
MATTHIAS RINDERKNECHT

Der Entwurf für ein Medienförderungsgesetz des Kantons Bern wurde am 2. Berner Medientag zur Diskussion gestellt. Das Thema "Reine Marktorientierung oder staatliche Unterstützung der Medien" bildete den Kernpunkt der Kontroverse. Einig waren sich Verleger, Journalisten und Medienwissenschaftler in der Forderung nach einer besseren Ausbildung der Medienschaffenden, unterstützt durch staatliche Beiträge. Der Entwurf sieht auch das Öffentlichkeitsprinzip mit Geheimhaltungsvorbehalt für behördliche Informationen vor.³⁴

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 12.06.1993
MATTHIAS RINDERKNECHT

Eine UNIVOX-Umfrage über das Verhältnis der Bevölkerung zu den Medien zeigte auf, dass immer weniger Menschen Vertrauen in die Unabhängigkeit der Medien setzen: Nur noch 30% (1988 und 1990: 40%) der Befragten glaubten, dass die Medien sich gegen wirtschaftliche und politische Druckversuche behaupten können. Insgesamt wurden die Medien trotzdem als verlässliche Informationsquellen bezeichnet. Die **Glaubwürdigkeit** der Printmedien nahm gegenüber 1988 bei den Befragten sogar um 5% auf 68% zu, hingegen nahm jene von Radio und Fernsehen leicht ab.³⁵

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 26.08.1994
EVA MÜLLER

Im Auftrag der Nationalen Schweizerischen Unesco-Kommission untersuchte der Publizistikwissenschaftler Küpfer die **Berichterstattung über** die Themen **Asyl und Fremdenfeindlichkeit** in sechs grossen Deutschschweizer, einer Tessiner und zwei Westschweizer Tageszeitungen in den Jahren 1991 und 1992. Grundsätzlich kam die Studie zur Ansicht, dass die Schweizer Tagespresse häufiger für die Position der Asylbewerber eintrat als dass sie diese als Zielscheibe verbaler Attacken missbraucht hätte. Am meisten asylbewerberfeindliche Artikel fanden sich im "Blick"; sämtliche anderen Tageszeitungen seien neutrale und objektive Vermittler. Generell stellte sich heraus, dass viel mehr fremdenfeindliche Beiträge von der Leserschaft als von der

Redaktion stammen.³⁶

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE

DATUM: 10.05.1995
EVA MÜLLER

Der Aargauer Grosse Rat verwarf eine parlamentarische Initiative der SP-Fraktion, die eine **staatliche Medienförderung** im Gesetz verankern wollte, um einen "Medieneintopf" im Kanton Aargau zu verhindern. Die bürgerliche Ratsmehrheit sprach sich für freie Marktwirtschaft und gegen die vor 15 Jahren in der Kantonsverfassung verankerte Absicht aus, ein Mediengesetz zu erlassen. Der Gesetzesentwurf der SP sah Investitions- und Produktionsbeiträge für Presse, Radio und Fernsehen – vor allem als Starthilfe gedacht – vor sowie Beiträge zur Aus- und Weiterbildung im Medienbereich.³⁷

POSITIONSPAPIER UND PAROLEN

DATUM: 31.12.1995
EVA MÜLLER

Die SVP will **bürgerliche Journalisten fördern**. In einem Positionspapier zur Medienpolitik machte sie sich die Schulung von Medienschaffenden zur Aufgabe und will zur Förderung des bürgerlich gesinnten journalistischen Nachwuchses beitragen.³⁸

GERICHTSVERFAHREN

DATUM: 29.12.1996
EVA MÜLLER

Die **Bundesanwaltschaft überwachte** im September während mehrerer Wochen **Journalistentelefone** der "Sonntags-Blick"-Bundeshausredaktion, um der Indiskretion eines Beamten auf die Spur zu kommen. Das Vorgehen der Bundesanwaltschaft stiess in weiten Kreisen auf Kritik.³⁹

POSTULAT

DATUM: 19.03.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Angesichts des sich fortsetzenden Wandels in Richtung Personalisierung und Kommerzialisierung in der politischen Kommunikation wurden im Berichtsjahr die Auswirkungen der medialen Begleitung der Bundesrats- und Nationalratswahlen Gegenstand wissenschaftlicher Debatten. Die Kritik wendete sich insbesondere gegen eine **„Amerikanisierung der Berichterstattung“**. Bundesrat Leuenberger forderte überdies die Einsetzung eines Medienrats mit angesehenen Fachleuten – nicht zur Behandlung von Beschwerden oder zur Ausübung von Zensur, sondern als Anstoss für eine Qualitätsdiskussion. Mit der Überweisung eines Postulat Weigelt (fdp, SG) beauftragte der Nationalrat den Bundesrat, die **Schaffung eines Medienrats** im Vorfeld der anstehenden Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) zu prüfen.⁴⁰

MOTION

DATUM: 23.06.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Als Postulat überwies der Nationalrat eine Motion seiner Legislaturplanungs-Kommission, die vom Bundesrat eine Lageanalyse zur Situation des **publizistischen Wettbewerbes** und der **Qualitätssicherung** zwischen verschiedenen, voneinander unabhängigen Medien in den Kantonen und Regionen verlangt hatte. Der Bundesrat war bereit gewesen, den Vorstoss als Postulat entgegenzunehmen, anerkannte er doch die zentrale Bedeutung der Medien als Akteure im demokratischen Diskurs und wies im Hinblick auf die Revision des RTVG Untersuchungen zur neuesten Entwicklung im Bereich der Print- und elektronischen Medien grosse Wichtigkeit zu. Angesichts medialer Indiskretionen und Vorverurteilungen, wie sie beispielsweise im Fall Bellasi erfolgt seien, stelle sich – so Nationalrat Baumann (svp, TG) in einer Interpellation (Ip. 99.3443) – die Frage nach dem **journalistischen Ethos** und nach einer Ausklammerung von Teilen der Privatsphäre aus der medialen Transparenz. Der Bundesrat warnte in seiner Antwort zum Vorstoss vor einem solchen Schritt, hielt das Öffentlichkeitsprinzip hoch, verwies auf die durch das Recht garantierten Instrumente zum Schutz der Persönlichkeit und betonte die Verantwortung der Gesellschaft und der Medien selbst gegenüber Fehlleistungen, zu denen verschärfter Wettbewerb führen könne.⁴¹

ANDERES

DATUM: 20.12.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Die Bundesanwaltschaft ermittelte aufgrund einer Anzeige des Bundesamts für Polizei (BAP) gegen drei Journalisten des **„Sonntags-Blicks“** wegen **Veröffentlichung geheimer Unterlagen**. Auslöser war ein Artikel über geheime Ermittlungen mehrerer Kantone in Kooperation mit dem BAP und Interpol gegen einen internationalen Mafiaring gewesen. Im **„Fall Jagmetti“** bestätigte das Bundesgericht einen Entscheid des Zürcher Obergerichts, wonach ein Redaktor der „Sonntags-Zeitung“ wegen Veröffentlichung amtlich geheimer Verhandlungen zu einer Busse von 800 Fr. verurteilt worden war. In seiner Urteilsbegründung hielt das Bundesgericht fest, die Veröffentlichung einer in vertretbarer Weise für geheim erklärten Information bleibe grundsätzlich strafbar. Eine im Licht der Meinungsäusserungsfreiheit grosszügigere Gesetzesauslegung lehnte das

Gericht als unzulässig ab. Im weiteren stützte das Bundesgericht einen Entscheid der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI), welche im Zusammenhang mit der 1997 ausgestrahlten Sendung „**L'honneur perdu de la Suisse**“ den Verantwortlichen der Télévision Suisse Romande (TSR) eine Verletzung der Programmbestimmungen vorgeworfen hatte. Der Sendebeitrag, in welchem die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg thematisiert worden war, habe es gemäss Urteil des Bundesgerichts an Objektivität und Transparenz mangeln lassen.⁴²

POSTULAT

DATUM: 11.02.2011
DEBORA SCHERRER

Die **Qualität der Medien** war ein zentrales medienpolitisches Thema im Berichtsjahr. Im Februar erschienen sechs Studien zur Situation und Qualität der Schweizer Medien, welche der Bundesrat als Antwort auf ein Postulat Hans-Jürg Fehr (sp, SH) in Auftrag gegeben hatte. Im Postulat ging es um die zentrale Bedeutung der Medien, insbesondere der Presse für die demokratische Willensbildung. Die Studien bestätigten zum einen die fortgeschrittene Pressekonzentration, zum anderen eine Verschlechterung der Medienqualität.⁴³

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 20.07.2011
DEBORA SCHERRER

Die Medien forderten mehr **Transparenz in der Meinungsforschung**. Meinungsumfragen gehören seit 1998 zum fixen Programmbestandteil der SRG vor Wahlen und Abstimmungen. Zuletzt in die Kritik geraten waren die Prognosen des Forschungsinstituts gfs im Vorfeld der Abstimmung über die Minarettinitiative 2010. Die SRG hielt nach einer kurzen Sistierung an der Zusammenarbeit mit der gfs fest und rechtfertigte dies mit der Beurteilung des Sachverhalts durch die Unabhängige Beschwerdeinstanz. Diese hatte festgestellt, dass die programmrechtlichen Vorgaben erfüllt und die Regeln des Branchenverbands eingehalten worden waren. (Siehe zu dieser Thematik auch hier)⁴⁴

ANDERES

DATUM: 08.10.2011
DEBORA SCHERRER

Am **Swiss Media Forum 2011**, das zum ersten Mal stattfand, äusserte sich Bundesrat Johann Schneider-Ammann zur staatstragenden Funktion der Medien und der gebotenen Qualität, die sich in Objektivität, Korrektheit, Unabhängigkeit, Vielfältigkeit, Verständlichkeit und Konstanz niederschlagen soll.⁴⁵

POSITIONSPAPIER UND PAROLEN

DATUM: 24.07.2013
MARLENE GERBER

Im Juli präsentierte die SP ihr **Positionspapier „für ein demokratiegerechtes Mediensystem“**, worin die Partei diverse Massnahmen unterbreitete, um auf den Strukturwandel in der Medienlandschaft und die damit einhergehenden Probleme zu reagieren. Im aktuellen System ortete die Partei eine fortschreitende Kommerzialisierung und Medienkonzentration, abnehmende Qualität der Berichterstattung, weniger seriöse Recherche und eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen für Medienschaffende. Die Sozialdemokraten forderten deshalb den Übergang von der indirekten Presseförderung zur direkten und eine alle Mediengattungen umfassende Medien- und Journalismusförderung. Dazu sollen jährlich CHF 100 bis 200 Mio. Fördergelder für die Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden sowie für die Schulung der Medienkompetenz von Konsumenten eingesetzt werden. Gespeist werden könnte ein zu diesem Zwecke geschaffener Fonds laut Vorschlägen der SP neben den Gebührenanteilen der privaten Radio- und Fernsehveranstalter (Gebührensplitting) auch durch die Erhebung einer Werbe- und Datenverkehrsabgabe für Webdienste wie Facebook und Google, die fremde journalistische Leistungen kommerziell nutzen ohne dabei die Produktionskosten mitzutragen. Als Kriterien für die Vergabe von Fördergeldern schlugen die Sozialdemokraten unter anderem die Gewährleistung von fairen und über einen GAV abgesicherten Arbeitsbedingungen sowie einen hohen Anteil an journalistischen Eigenleistungen, das Vorhandensein eines Qualitätssicherungskonzeptes und die Abwesenheit publizistischer Gratisangebote vor. Weiter sprach sich die Partei in ihrem Positionspapier für die vom Bundesrat im Rahmen der Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) vorgeschlagene geräteunabhängige Haushaltsabgabe aus. Bei bürgerlichen Parlamentariern und dem Geschäftsführer des Verbands Schweizer Medien stiessen die Vorschläge der SP auf wenig Resonanz. (Siehe auch hier)⁴⁶

Neue Medien

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2011
DEBORA SCHERRER

Die **Internetstudie** des Bakom kam zum Ergebnis, dass der steigende Produktivitätsdruck die publizistische Vielfalt beeinträchtigt. Das Internet ermögliche eine solche nur bedingt, da der Effizienzdruck dazu führe, dass bei der Recherche gespart werde und die einzelnen Medien zunehmend andere Medien zitierten. Weiter würden den Journalisten häufig die Kompetenzen fehlen, um den Anforderungen, der Medienkonvergenz gerecht zu werden.⁴⁷

Meinungsforschung

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 14.04.2014
MARLÈNE GERBER

Das von Claude Longchamp geführte Forschungsinstitut gfs.bern geriet 2014 erneut wegen seiner **SRG-Trendumfrage** in Kritik. Grund dafür waren die grossen Differenzen in der Zustimmung zur Ecopop- und zur Gold-Initiative zwischen dem Abstimmungssonntag und der zweiten Trendbefragung (13 resp. 15 Prozentpunkte). Sowohl die NZZ als auch das Forschungsinstitut Sotomo kritisierten im Berichtsjahr die Deutungshoheit von gfs.bern. Zusätzliche Konkurrenz erhält die SRG-Trendumfrage seit 2013 durch die von "20 Minuten" durchgeführte Online-Befragung, welche von den Politologen Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen ausgewertet wird. Im Gegensatz zur vom Bund finanzierten Nachwahlbefragung (Vox-Analyse) führt die SRG zur Vergabe der Trendumfrage alle vier Jahre ein Bewerbungsverfahren durch. Michael Hermann und Thomas Milic von Sotomo gaben bekannt, für die nächste Legislaturperiode eine Bewerbung einreichen zu wollen.⁴⁸

ANDERES
DATUM: 02.07.2014
MARLÈNE GERBER

Der im Nachgang der Masseneinwanderungsinitiative eskalierte Streit um die **Nachwahlbefragungen** führte dazu, dass sich der Bund mit der Frage auseinandersetzte, ob er solche Abstimmungsanalysen auch weiterhin erstellen lassen soll. Im Juli bejahte dies der Bundesrat, beschloss aber auch, den Auftrag für den Zeitraum 2016-2019 gemäss WTO-Richtlinien öffentlich auszuschreiben. Ferner beauftragte er die Bundeskanzlei, mit der "Forschungsgemeinschaft VOX-Analysen" einen neuen Vertrag abzuschliessen, dessen Laufzeit auf Ende 2015 terminiert ist und eine Option auf Verlängerung enthält. Diese würde gewährt, wenn beim neuen Vergabeverfahren Verzögerungen auftreten würden.⁴⁹

ANDERES
DATUM: 12.11.2015
MARLÈNE GERBER

Die Nachbefragungen zu den eidgenössischen Abstimmungen, die seit 1977 unter dem Namen **VOX-Analysen** von gfs.bern durchgeführt wurden, werden künftig durch die Stiftung für die Forschung in den Sozialwissenschaften (FORS) und das Zentrum für Demokratie in Aarau (ZDA) in Zusammenarbeit mit dem Umfrageinstitut Link organisiert. Der Bund, welcher die Analysen seit 1987 finanziell unterstützt, hatte den Auftrag im Vorjahr für einen befristeten Zeitraum von vier Jahren zum ersten Mal und im Umfang von CHF 1,8 Mio. öffentlich ausgeschrieben. Für den Entscheid seien die Qualifikation des Befragungsteams von FORS sowie die vorgeschlagenen Massnahmen zur Maximierung der Rücklaufquote und der günstige Preis ausschlaggebend gewesen, begründete die Bundeskanzlei ihre Wahl. Peter Farago, damaliger Direktor von FORS, bestätigte, dass durch diesen Entscheid Synergien mit den bereits am FORS durchgeführten Befragungen zu den eidgenössischen Wahlen (Selects) genutzt werden können. Um einen lückenlosen Übergang zu gewährleisten, finanziert der Bund die VOX-Analysen noch bis maximal Ende 2016. Gemäss Aussagen der Bundeskanzlei bedeutet die Neuvergabe auch einen Schnitt: Die methodische Vergleichbarkeit über die Zeit sei nicht gewährleistet.⁵⁰

1) NZZ, 7.3., 7.7., 8.7. und 2.10.00 und Presse vom 17.5.00.

2) Presse vom 19.2. und 3.8.00.

3) AZ und TA, 1.11.06; Marktanteile der SRG: Bund, 18.4.07.

4) NZZ, 8.2. und 10.7.08.

5) BBI, 2013, S. 5027

6) Medienmitteilung BAKOM vom 24.8.15; Publicom Privatradiostudie 2014

7) Presse vom 11.7.98. Vgl. Lit. SVJ, S. 94-101.10; Presse vom 21.3.98. Vgl. Lit. SVJ, S. 29-48.9

8) SGT, 1.10.98 und 5.1.99; NZZ, 2.10. und 4.12.98; LT, 2.11.98.

9) Bund, 19.3.99; NZZ, 17.9.99; BaZ, 18.9.99.

10) Bund, 1.12.99; TA, 2.12.99.

11) Presse vom 25.9.99; Bund, 27.9.99; NZZ, 23.10.99; Presse vom 22.12.99.

12) Presse vom 19.4.99.; Presse vom 23.12.99.

13) BaZ, 31.8.00.; Presse vom 25.8. und 2.12.00.

14) TA, 25.1.01; NZZ, 26.1. und 20.4.01; AZ, 3.2.01; Presse vom 8.2.01., ssmgazette, 3/2001, S. 16 f.

15) Bund, 13.3.01; NZZ, 16.3.01; AZ, 22.3.01; TA, 12.7.01.; Presse vom 1.3.01; NZZ, 2.3.01.

- 16) ssmgazette, 3/2001, S. 4 f.; Bund, 30.10.01; TA, 1.11.01; NZZ, 2.11.01.
- 17) NZZ, 15.6. und 23.11.01; TA, 16.6.01.
- 18) AZ, 22.12.01.
- 19) NZZ, 18.1.02; Bund, 13.4.02.
- 20) NZZ, 29.3.03.
- 21) AZ und NZZ, 2.4.04.
- 22) AZ, NZZ, und TA, 26.9.13; TG, 30.9.13; vgl. Lit. Fög.
- 23) Lit. fög; BaZ, NZZ, SGT, TA, TG, 28.10.14; SO, 2.11.14
- 24) Lit. Meier; NZZ, 3.2.15
- 25) Lit. Puppis et al.; TA, 20.1.15
- 26) fög (2015). Jahrbuch 2015 Qualität der Medien ; AZ, BaZ, Lib, NZZ, TA, 27.10.15; NZZ, 31.10.15
- 27) Fög (2016). Qualität der Medien 2016; BaZ, CdT, LT, SGT, 18.11.16; NZZ, 31.12.16
- 28) Russ-Mohl (2017). Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde; NZZ, 3.2.18
- 29) Fög (2017). Jahrbuch Qualität der Medien – Hauptbefunde; WoZ, 26.10.17
- 30) DeFacto; Initiative for Media Innovation; higgs; NZZ, 3.2.18; BaZ, 6.7.18; Blick, LT, 20.7.18; NZZ, 27.10.18; LT, 21.11.18
- 31) Fög (2018). Qualität der Medien: Jahrbuch 2018; AZ, NZZ, SGT, TA, 23.10.18
- 32) Presse vom 22.7.92; Klartext, 1992, Nr. 4.
- 33) TA, 23.10.92; NZZ, 27.10.92; wf, Radio-/TV-Spiegel, 1992, Nr. 43.; Bund, 26.3.92 und NZZ, 27.3.92.; Die Volkswirtschaft, 65/1992, Nr. 4, S. 6 ff.
- 34) TW, 16.11.92; Klartext, 1992, Nr. 2
- 35) Univox 1 H-93; TA, 12.6.93.
- 36) Lit. Küpfer. Vgl. auch LZ, 5.7.94; BaZ, 17.8.94; 24 Heures, 26.8.94.
- 37) LNN und TA, 10.5.95.
- 38) SVP, Positionspapier zur Medienpolitik der SVP, Bern 1995.7
- 39) Sonntags-Blick, 29.12.96; Presse vom 30.12.96.; Presse vom 24.2.97
- 40) Amt. Bull. NR, 1999, S.507f.; Bund, 13.3.99; NZZ, 16.3.99; TA, 19.3.99; SZ, 3.7.99; Ww, 2.9.99; Presse vom 13.10.99.
- 41) AB NR, 2000, S. 770.5; AB NR, 2000, S. 850; Presse vom 7.4.00.
- 42) Bund, 22.1.00; TG, 24.11.00; LT, 16.12.00; NZZ, 20.12.00.; NZZ, 7.12.00.; Presse vom 8.12.00; NZZ, 11.1.01
- 43) AB NR, 2009, S. 1806; zu den 6 Studien des Bakom: Lit. Ecoplan; Lit. Kamber, Lit. Keel und Wyss Lit. Kradofer et al., Lit. Meier, sowie Lit. Rimscha und Siegert.
- 44) BZ, 20.7.2011
- 45) TA, 8.10.11.
- 46) NZZ, 20.4.13; LT, TA und TG, 24.7.13
- 47) Lit. Keel und Wyss.
- 48) 20Minuten Online, 19.11.14; NZZ, 1.2., 17.10.14; AZ, 25.10.14; BaZ, 1.12.14; BaZ, NZZ, 2.12.14; AZ, 3.12.14
- 49) Medienmitteilung BR vom 26.9.14; Medienmitteilung WBF vom 2.7.14; AZ, 3.7.14
- 50) NZZ, 18.8.15; AZ, NZZ, 13.11.15; SoZ, 15.11.15