



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2022

Qualität im kleinen Medienmarkt. Die Entwicklung der Medienlandschaft in der Svizzera italiana

Porlezza, Colin ; Udris, Linards

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-224663>

Book Section

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Porlezza, Colin; Udris, Linards (2022). *Qualität im kleinen Medienmarkt. Die Entwicklung der Medienlandschaft in der Svizzera italiana*. In: *Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (foeg). Jahrbuch der Qualität der Medien 2022*. Basel: Schwabe, 81-92.

VI. Qualität im kleinen Medienmarkt. Die Entwicklung der Medienlandschaft in der Svizzera italiana

Colin Porlezza, Linards Udris

Zusammenfassung

Kleine Medienmärkte wie die Svizzera italiana sind mit besonderen Herausforderungen konfrontiert: Die Werbe- und Publikumsmärkte sind begrenzt und erschweren die Finanzierung der Medien. Die Medienlandschaft der Svizzera italiana hat sich in den vergangenen Jahren insbesondere aufgrund ökonomischen Drucks markant verändert. Neue, stärker reichweiteorientierte Pressetitel wurden lanciert und traditionsreiche wurden eingestellt, einige Online-Anbieter sind neu hinzugekommen. Die ökonomische Situation der Medientitel ist in der italienischen Schweiz weiterhin angespannt, und die Corona-Pandemie hat diesen Umstand noch weiter verschärft. Aus diesem Grund analysiert diese Vertiefungsstudie zunächst den Wandel der Medienstrukturen. Diese wird mit einer Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung verbunden, um die Entwicklung der Medienqualität bzw. der journalistischen Leistungen vor dem Hintergrund der Strukturen zu evaluieren. Insgesamt zeigen die Resultate, dass die Gesamtqualität in der Langzeitanalyse im Durchschnitt relativ stabil bleibt und dass auch die kleine Sprachregion Medienangebote hervorbringt, die an die Qualität ähnlicher Angebote in den grösseren Sprachregionen herankommen. Zudem fehlen mit Ausnahme der Pendlermedien qualitätsschwache Boulevardmedien, was gleichzeitig darauf hinweist, dass in einem kleinen Markt rein reichweiteorientierte und werbefinanzierte Angebote schwerer zu finanzieren sind. Darüber hinaus zeigen sich Veränderungen der Qualität in Bezug auf einzelne Dimensionen, was wiederum auf veränderte strukturelle Rahmenbedingungen hinweist. So hat die Pandemie auf gewisse Sphären bzw. Themenlagen durchgeschlagen: Beispielsweise berichten Medien vermehrt über Politik zulasten von Sport und Human-Interest-Themen. Dabei rückt auf Kosten der Auslandsberichterstattung die lokale und kantonale Politik vermehrt in den Vordergrund, während die nationale Politikberichterstattung 2020 höchstwahrscheinlich aufgrund der Pandemie zwar stark zunimmt, insgesamt aber eher stabil bleibt. Positiv ist, dass die redaktionellen Eigenleistungen in der Svizzera italiana stetig zunehmen, Agenturbeiträge also weniger häufig verwendet werden. Trotz der prekären finanziellen Lage des Medienmarktes ist die Medienqualität noch als positiv zu bewerten, allerdings zeigen sich bei genauerem Hinschauen erste Risse. Daher dürften die Kantone nicht um eine medienpolitische Debatte zum Thema Medienfinanzierung herumkommen. Der Kanton Graubünden hat hier bereits erste Schritte unternommen, während die Debatte im Kanton Tessin noch in den Kinderschuhen steckt. Zwar können sich die Medienhäuser im Tessin momentan über Wasser halten, die Frage ist allerdings, für wie lange, ohne dass die Medienqualität tangiert wird.

VI.1 Einleitung

Das Tessin wird oftmals als «Sonderfall» (Lob, 2018) medialer Vielfalt bezeichnet, zumal «nirgendwo sonst [...] eine vergleichbare Vielfalt auf so kleinem Raum [herrscht]». Neben dem Tessin gehören auch die italienischsprachigen Täler Graubündens zur italienischen Schweiz, was die Diversität medialer Angebote noch etwas weiter erhöhen dürfte. In dieser Studie wollen wir, vor dem Hintergrund der vorhandenen Strukturen in der italienischsprachigen Medienlandschaft, herausfinden, wie sich die Medienqualität in diesem kleinen geografischen Raum mittelfristig entwickelt hat.

Die Medienlandschaft der Svizzera italiana wird durch verschiedene Faktoren wie die Digitalisierung, das politische System, aber vor allem durch spezifische ökonomische Faktoren und grundlegende Merkmale des Medienmarktes beeinflusst (vgl. z.B. Puppis & Bürdel, 2019a, 2019b). Dazu gehört in erster Linie der bevölkerungsmässig kleine Markt. Die Svizzera italiana umfasst geografisch mit rund 350'000 Einwohner:innen den überwiegend italienischsprachigen Kanton Tessin sowie rund 10% der Einwohner:innen aus den drei italienischsprachigen Regionen Misox, Bergell und Puschlav des Kantons Graubünden. Auch über diese Regionen hinaus stellt Italienisch in der Schweiz eine Minderheitensprache dar, die nur

gerade von 8% der ständigen Wohnbevölkerung als Hauptsprache angegeben wird. Damit weist die Svizzera italiana Merkmale kleinstaatlicher Mediensysteme auf, wobei insbesondere die begrenzten Werbe- und Publikumsmärkte die Finanzierung der Medien erschweren und eine Ausdifferenzierung des Medienangebots hemmen. Für Bezahlmedien kommt erschwerend hinzu, dass mit 20 minuti eine reichweitenstarke, kostenlos vertriebene Tageszeitung publiziert wird, die einen erheblichen Einfluss auf den Werbemarkt haben dürfte. Zudem sieht sich die Svizzera italiana mit dem reichhaltigen Angebot des grossen Nachbarn Italien konfrontiert, was sich gerade im Radio- und Fernsehmarkt besonders deutlich zeigt (Studer et al., 2014). Zu guter Letzt weisen das Tessin und die drei italienischsprachigen Randgebiete des Kantons Graubünden eine gebirgige Topografie aus, welche die Auslieferung von Printtiteln nicht nur erschwert, sondern auch verteuert. Solche geografischen, journalistischen und vor allem wirtschaftlichen Eigenheiten des Medienmarktes stellen die Medienunternehmen in der Svizzera italiana vor grosse Herausforderungen.

Diese Studie untersucht deshalb, welche strukturellen Trends sich im Medienmarkt der Svizzera italiana im Verlauf der Zeit beobachten lassen und inwiefern sich diese auf die Qualität der Medien, d.h. die Medienberichterstattung auswirken. Dabei sollen nicht nur die kurzfristigen Veränderungen der letzten Corona-Jahre berücksichtigt werden. Ziel ist eine längerfristige Analyse der Strukturen und Inhalte seit Beginn der empirischen Erhebungen 2015.

VI.2 Methode

In einem ersten Schritt wird eine Medienstrukturanalyse durchgeführt. Dabei wird die Entwicklung aller Mediensektoren – Print, Rundfunk und Online – nachgezeichnet und zugleich in einen medienpolitischen Rahmen eingebettet. Daneben wird nicht nur die Entwicklung der Vielfalt in der Medienlandschaft, sondern auch die Nutzerentwicklung beleuchtet. Grundlage dafür sind Sekundäranalysen und eigene Auswertungen von Struktur- und Mediendaten (z.B. WEMF-Datensätze zur Auflagenentwicklung). Daran anschliessend wird die Qualität der Medien auf der Basis einer manuellen Inhaltsanalyse genauer unter-

sucht. Die Analyse ist ein Auszug aus der übergeordneten Qualitätsanalyse im Jahrbuch Qualität der Medien (vgl. Kapitel IX). Konkret fokussiert diese Studie auf die im Jahrbuch untersuchten Medientitel der Svizzera italiana für die Untersuchungsjahre 2015 bis 2021. Das Mediensample blieb über die Zeit hinweg nicht ganz stabil; die Sonntagszeitung *Il Caffè* konnte nur für die Jahre 2015 bis 2020 erfasst werden, weil dieser Titel eingestellt wurde. Dafür wurde im Jahrbuch für das Untersuchungsjahr 2021 die Abonnementszeitung *laRegione* neu erfasst. Für den vollständigen Zeitvergleich von 2015 bis 2021 können insgesamt acht Titel berücksichtigt werden.

Die Untersuchungseinheit bilden alle Beiträge der Gesamtausgabe bei den Zeitungen, alle Beiträge der Einstiegsseiten bei den Newssites und alle Beiträge einer Nachrichtensendung bei den Rundfunktiteln. Aus dieser Grundgesamtheit der Beiträge wird für alle Untersuchungsjahre pro Medientitel eine künstliche Woche ausgewählt. Die Stichprobengrösse zielt darauf ab, für die einzelnen Medientitel eine Fehlertoleranz von rund 5% bei einem Vertrauensniveau von 95% nicht zu überschreiten. Die Stichproben der sieben Untersuchungsjahre basieren auf insgesamt 20'599 inhaltsanalytisch bearbeiteten Beiträgen.

Die Bewertung der Medienqualität stützt sich auf das im Jahrbuch Qualität der Medien eingesetzte Messverfahren. Dieses quantifiziert die vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität. Für jede der vier Qualitätsdimensionen werden mehrere Qualitätsindikatoren codiert und in Form eines Punktesystems gescort. Jeder Medientitel erzielt pro Qualitätsdimension einen Qualitätsscore, der sich auf einer Skala zwischen den Werten 0 und 10 bewegt. Der Mittelwert aus den Qualitätsscores der vier Dimensionen bildet den Gesamtscore für die Qualität der einzelnen Medientitel. Die Codierung der einzelnen Indikatoren wird von einem Team geschulter Codierer:innen nach wissenschaftlichen Kriterien vorgenommen. Die Codierung wird durch einen Qualitätssicherungsprozess begleitet, der eine transparente und intersubjektiv nachvollziehbare Vergabe der Codes gewährleistet. Die zur Kontrolle der Codier-Übereinstimmung berechneten Werte (Krippendorffs Alpha) sind alle als gut bis sehr gut zu bezeichnen ($> 0,75$) (vgl. Kapitel Methodik).

VI.3 Resultate

VI.3.1 Der Medienmarkt der Svizzera italiana

Die Medienstrukturanalyse der Svizzera italiana beginnt mit einer Beschreibung der Entwicklungen im Printmedienmarkt. Danach beleuchtet sie die Entwicklung im Onlinesektor und den klassischen elektronischen Medien im Rundfunkbereich. Schliesslich analysiert das Kapitel aktuelle medienpolitische Diskussionen sowohl im Kanton Tessin als auch in Graubünden.

VI.3.1.1 Printmedienmarkt

Die Svizzera italiana verfügt über eine reiche Medienlandschaft: Im Tessin gibt es im Printbereich mit *Corriere del Ticino* und *laRegione* zwei Tageszeitungen, mit *20 minuti* eine kostenlose Pendlerzeitung, mit *La Domenica* (Gruppo *Corriere*) sowie dem von der Partei *Lega dei Ticinesi* produzierten Blatt *Il Mattino della Domenica* zwei Sonntagszeitungen. Zu erwähnen sind ausserdem die Tessiner Zeitung, die sich auch an die deutschsprachige Wohnbevölkerung richtet, die von der *Unia* herausgegebene Wochenzeitung *Area* sowie die wöchentlich erscheinende Kundenzeitschrift *Cooperazione* (Coop).

Längerfristig zeigen sich drei bestimmte Merkmale. Erstens eine abnehmende Vielfalt wegen finanzieller Nöte im Bereich der Abonnementszeitungen: Schliessung von (*Nuova*) *Libera Stampa* (der Parteizeitung der Sozialdemokratischen Partei) sowie von *Opinione Liberale* (der Parteizeitung der FDP), Umstellung auf einen monatlichen Erscheinungsrhythmus als Tabloid von *Popolo e Libertà* (das Parteiblatt der heutigen Mitte) in den 1990er-Jahren, die Zusammenlegung der Redaktion des *Giornale del Popolo* (im Besitz des Bistums von Lugano) und des *Corriere del Ticino* 2012 und der 2018 folgenden endgültigen Schliessung des *Giornale del Popolo*. Zweitens die unklare Finanzierbarkeit einer Sonntagszeitung: 1994 wurde in Zusammenarbeit zwischen dem Deutschschweizer Medienhaus Ringier und *Rezzonico Editore* im Tessin die kostenlose und für ihren Investigativjournalismus bekannte Sonn-

tagszeitung *Il Caffè della Domenica* lanciert. Doch Ringier zog sich 2017 zurück, worauf der Konzern *Gruppo Corriere del Ticino* die Anteile von Ringier übernahm. 2021 stellte die Gruppe diese Sonntagszeitung jedoch ein und lancierte einen neuen Titel, *La Domenica*, mit einem leicht geänderten Geschäftsmodell, da nur die Printversion kostenlos ist, nicht aber das Onlineangebot. Drittens die späte, aber doch folgenreiche Etablierung des italienischsprachigen Ablegers der kostenlosen, (werk-)täglich erscheinenden Pendlerzeitung *20 minuti*: 2011 lancierte *Tamedia*, in Zusammenarbeit mit *Giacomo Salvioni*, dem Herausgeber der Tageszeitung *laRegione*, die Gratiszeitung *20 minuti* auch im Tessin und stellte dadurch eine schweizweite Abdeckung durch das Pendlerblatt sicher. Auch in der *Svizzera italiana* etablierte sich die Pendlerzeitung rasch, obschon sie dort nicht gleich dominant ist wie in den beiden grösseren Sprachregionen.

Insgesamt gingen in den vergangenen rund zehn Jahren die Auflagen und die Leserschaft kontinuierlich zurück. So fiel die Auflage des *Corriere* zwischen 2010 und 2021 von rund 37'000 auf knapp 29'600, die von *laRegione* von rund 32'500 auf knapp 23'700 (*WEMF*, 2021; *Bonfadelli & Meier*, 2021, S. 394). Auch die Leserschaft ist bei beiden Titeln rückläufig und fiel von über 100'000 Leser:innen auf mittlerweile circa 90'000 (*Corriere del Ticino*) und 85'000 (*laRegione*) (*Scarinci*, 2022; *Bonfadelli & Meier*, 2021, S. 394). Auch *20 minuti* ist von einem Auflagen- und Leserschwund nicht ausgenommen: Die Auflage fiel von knapp 34'000 (2012) auf rund 22'600 (*WEMF*, 2021), während die Leserschaft mittlerweile 65'000 (*Goldbach*, 2022) beträgt, nachdem sie zwischenzeitlich auf 90'000 (2019) angestiegen war.

In den italienischsprachigen Tälern des Kantons Graubünden ist die Dichte an Printmedien deutlich tiefer: Wie die Bestandesaufnahme von *Stanoevska-Slabeva et al.* (2021) aufzeigt, wird in den drei Regionen *Bernina*, *Maloja* und *Moesa* zwar die Wochenzeitung *Il Grigione Italiano* publiziert, innerkantonale italienischsprachige Tageszeitungen sind keine vorhanden. Allerdings beinhalten ausserkantonale Tageszeitungen aus dem Tessin auch immer wieder Informationen zu den entsprechenden Regionen in Graubünden.

VI.3.1.2 Onlinemedienmarkt

Im Onlinebereich weist das Tessin verschiedene Newsportale auf. Insbesondere *tio.ch*, bei der Gründung 1997 das erste Newsportal der *Svizzera italiana* und seit 2011 lokale Partnerseite für *20 minuti*, hat sich mit rund 1,2 Millionen Unique Clients im Medienmarkt etabliert. Weniger etabliert sind die

allem auf dem «Erhalt der lokalen Sprach- und Informationsvielfalt» (Stanoevska-Slabeva et al., 2021, S. 37) und nicht auf einem vertieften täglichen Nachrichtenangebot. Zudem kämpfen auch diese Seiten mit ökonomischen Engpässen und infrastrukturellen Problemen.

VI.3.1.3 Rundfunkmarkt

Im Bereich der traditionellen elektronischen Medien verfügt die italienische Schweiz mit der Radiotelevisione svizzera di lingua italiana RSI über eine Unternehmenseinheit der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR), die zwei Fernseh- und drei Radiosender beinhaltet. Die RSI berichtet dabei nicht nur über das Tessin, sondern speist mit spezifischen Informationsangeboten in Radio und Fernsehen auch die italienischsprachigen Gebiete des Kantons Graubünden. Das Tessin verfügt neben der RSI auch über die private Fernsehstation *Tele Ticino*, die sich, genauso wie das Privatrado *Radio 3iii*, in Besitz des *Gruppo Corriere del Ticino* befinden. Daneben existiert mit *Radio Ticino* noch eine weitere private Radiostation, die sich mehrheitlich in der Hand der Stiftung *UCGBC* befindet. Alle diese privaten Rundfunkprogramme werden ebenfalls mit öffentlichen Rundfunkgebühren unterstützt, mit dem Argument, dass in kleinen Märkten eine rein kommerzielle Finanzierung von Informationssendungen nicht möglich ist.

VI.3.1.4 Medienpolitische Diskussionen

Gerade kleine Medienmärkte sind anfällig für Strukturveränderungen; es überrascht deshalb nicht, dass immer wieder medienpolitische Diskussionen entstehen über die Rolle des öffentlichen Rundfunks oder die Förderung privater Medien. In jüngster Zeit gibt es dabei beträchtliche Unterschiede zwischen dem Kanton Tessin und dem Kanton Graubünden. Der Kanton Graubünden gab eine wissenschaftliche Studie in Auftrag mit dem Ziel, «massgebliche öffentliche Interessen an einer Medienförderung zu identifizieren und Optionen der kantonalen Medienförderung herauszuarbeiten» (Stanoevska-Slabeva et al., 2021, S. 5), um die Zukunft der Regio-

Die digitale Transformation erfolgte im Vergleich zu Deutschschweizer Pendanten erst mit Verspätung.

Newssites der klassischen Medienhäuser. Die digitale Transformation erfolgte im Vergleich zu Deutschschweizer Pendanten erst mit Verspätung: Bevor Verlage eine eindeutige digitale Strategie fahren, tendieren sie dazu abzuwarten, bis ihre Leserschaft neue mobile Geräte auch wirklich vollständig annimmt bzw. verstärkt über das Web auf Inhalte zugreift (Salerno, 2016). Einen Spezialfall stellt Ringier dar, das im Tessin eine besondere Strategie verfolgt, indem man 2015 eine Allianz mit dem *Corriere del Ticino* und *Rezzonico (Il Caffè)* bekannt gab: «Damit sollen verlegerische Synergien zwischen allen Sprachregionen genutzt und auch im Tessin digitale Produkte entwickelt werden» (Puppis et al., 2017, S. 236). Schliesslich existieren einige Webseiten wie *Ticino news* (im Besitz des *Gruppo Corriere del Ticino*), sowie die Online-Pure-Player *L'Osservatore*, *Naufraghi*, die Newsletter *Il Federalista*, aber auch *Liberatv* und *Ticinolibero* (beide werden geleitet durch den ehemaligen Chefredaktor von *Tele Ticino* und veröffentlichten oftmals unkommentiert politische Voten oder parlamentarische Vorstösse der Grossratsmitglieder), sowie die journalistische *Ein-Mann-Show Ticinolive*. Im Vergleich zu den Onlineablegern der etablierten Zeitungstitel bieten diese Webseiten allerdings nur sehr begrenzt redaktionelle Inhalte an.

Im «*Grigione italiano*» haben sich vor allem lokale Nachrichtenseiten entwickelt, welche fehlende Tageszeitungen aber nur teilweise ersetzen können: Alle Regionen verfügen mit *ilbernina.ch*, *labregaglia.ch* und *ilmoesano.ch* zwar über lokale Nachrichtenseiten mit einem italienischsprachigen Medienangebot, allerdings liegt der Fokus dieser Plattformen vor

nalmedien bzw. der Regionalberichterstattung zu sichern. Diese Studie (Stanoevska-Slabeva et al., 2021) zeigt, dass besonders die mediale Versorgung der italienischen Regionen als kritisch angesehen wird, da zu wenig regionalspezifische Informationen in dieser Sprache angeboten werden (Stanoevska-Slabeva et al., 2021, S. 7). Als Lösung wird deshalb u.a. vorgeschlagen, dass zusätzlich zu den bereits bestehenden kantonalen Fördermitteln für die italienischen und romanischen Medien eine italienischsprachige Nachrichtenagentur (Stanoevska-Slabeva et al., 2021, S. 8) gegründet werden soll. Auf dieser Grundlage wurde

Im Kanton Tessin ist der medienpolitische Diskurs im Vergleich zum Kanton Graubünden weniger weit, zumal auch grundlegende empirische Erkenntnisse weiterhin fehlen.

vor Kurzem der Auftrag Horrer betreffend Medienförderung für romanisch- und italienischsprachige Medien eingereicht, der die Bündner Regierung beauftragt, die Fördermassnahmen des Berichts umzusetzen. Die Bündner Regierung lehnte diesen allerdings ab mit der Begründung, nicht in eine bereits laufende Entscheidungsfindung eingreifen zu wollen.

Im Kanton Tessin ist der medienpolitische Diskurs im Vergleich zum Kanton Graubünden weniger weit, zumal auch grundlegende empirische Erkenntnisse weiterhin fehlen. So gibt es noch keine entsprechende Studie, welche die Situation der lokalen und regionalen Medien unter die Lupe nimmt. Politisch gibt es zwar einige Forderungen, doch sind deren Verbindlichkeit und Zukunft offen. Die Motion 1463 im Parlament fordert eine öffentliche Unterstützung der Printmedien im Kanton. Der Staatsrat (Exekutive) lehnte die Motion ab, betonte in seiner Antwort aber auch, dass die Regierung ein Schreiben an alle öffentlichen und halböffentlichen Institutionen verschickt hat, mit dem Ziel, sie für Werbeschaltungen in Lokalmedien zu sensibilisieren. Die Motion 1664 verlangt eine Analyse des lokalen Medienmarktes und der Medieninhalte, bemerkenswerterweise vor allem der Medienpräsenz der politischen Parteien.

VI.3.2 Qualität der Medien in der Svizzera italiana im Vergleich

Vor dem Hintergrund der Analyse der Medienstrukturen wird nun ein sprachregionaler Vergleich der aktuellen Medienqualität vorgenommen. Dies ermöglicht nicht nur ein besseres Bild der Unterschiede, sondern dient auch dazu, die Situation in der italienischsprachigen Medienlandschaft besser einzuordnen und die medienpolitischen Debatten kontextualisieren zu können.

Wie in den anderen Sprachregionen bietet auch in der Svizzera italiana der öffentliche Rundfunk die höchste Qualität (vgl. Tabelle VI.1). Die TV- und Radio-Informationssendungen der RSI erzielen ähnlich hohe Qualitätsscores wie ihre Pendants in der Deutschschweiz und der Suisse romande; Telegiornale erzielte 2021 sogar den höchsten Score. Damit ist der öffentliche Rundfunk in der italienischen Schweiz ähnlich stark positioniert wie in den anderen Sprachregionen. Allerdings zeigt sich beim On-lineableger der RSI im Vergleich zu den anderen Unternehmenseinheiten der SRG SSR ein teilweise deutlich tieferer Qualitätsscore – wobei sich dieser Wert seit zwei Jahren auf ungefähr demselben Niveau eingependelt hat (siehe Kapitel VI.3.3).

Das konzessionierte, überwiegend gebührenfinanzierte Privatfernsehen Tele Ticino erzielte mit 7,3 Scorepunkten ebenfalls ein gutes Ergebnis. Die BAKOM-Programmforschung stellt bei Tele Ticino zudem einen überdurchschnittlich hohen Output an Regionalinformationen fest (Thommen et al., 2021).

Im Printbereich liegen die beiden Abonnementszeitungen *Corriere del Ticino* und *la Regione* gleichauf mit dem Durchschnitt der Abonnementszeitungen in der Deutschschweiz und leicht unter dem Durchschnitt in der Suisse romande. Bei den Pendlermedien ergibt sich ein gemischtes Bild; die gedruckte Pendlerzeitung *20 minuti* hat tiefere Qualitätsscores, der Onlineauftritt von *20 minuti*, also *tio.ch*, hingegen höhere.

Alles in allem ist die Medienqualität in der italienischsprachigen Region im Vergleich zu den anderen Sprachregionen gleich hoch oder sogar noch höher, wobei man berücksichtigen muss, dass es in der Svizzera italiana keine klassischen, qualitätsschwächeren Boulevardzeitungen gibt. Vor dem Hintergrund eines kleinen Medienmarktes mit beschränkten Ressourcen

	Svizzera italiana (Medientitel)		Deutschschweiz	Suisse romande
Öffentliches Fernsehen	8,1	Telegiornale Sera	7,6	7,6
Öffentliches Radio	7,8	Radiogiornale	8,2	7,8
Privatfernsehen	7,3	Tele Ticino Ticino News	6,0	7,8
Abonnementszeitungen-Online	6,3	cdt.ch	6,2	6,5
Abonnementszeitungen	6,3	Corriere del Ticino & laRegion	6,3	6,7
SRG-SSR-Online	6,2	rsi.ch	6,4	7,0
Pendlerzeitungen-Online	5,8	tio.ch	5,1	5,1
Pendlerzeitungen	4,8	20 minuti	5,3	5,1
Sonntagszeitungen/Magazine	N/A		6,7	6,5
Online-Pure	N/A		5,8	N/A
Boulevardzeitungen-Online	N/A		5,3	5,0
Boulevardzeitungen	N/A		4,9	N/A

Tabelle VI.1: Qualitätsscores von Medientiteln der Svizzera italiana im Vergleich

Die Tabelle zeigt pro Medientyp den Mittelwert der Qualitätsscores der einzelnen Titel, und zwar für die Svizzera italiana sowie für die Deutschschweiz und die Suisse romande. Die Typen sind nach dem Qualitätsscore in der Svizzera italiana in absteigender Reihenfolge rangiert. N/A steht für Medientypen, die es entweder in einer Sprachregion nicht gibt oder von denen keine Qualitätsanalyse durchgeführt wurde. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels einer über das Jahr 2021 verteilten Zufallsstichprobe ausgewählt wurden (n = 19'591).

Lesebeispiel: 20 minuti, die untersuchte Pendlerzeitung in der Svizzera italiana, erzielt 4,8 Scorepunkte und damit weniger Scorepunkte als der Durchschnitt der untersuchten Pendlerzeitungen in der Deutschschweiz (5,3) und der Suisse romande (5,1).

scheint dies ein Widerspruch zu sein. Allerdings ist das Fehlen von Boulevardangeboten ein Indiz dafür, dass der Markt solche primär werbefinanzierten Medientypen, die auf eine hohe Reichweite angewiesen sind, neben den bereits bestehenden Angeboten nicht zu finanzieren vermag. 20 minuti, das vom Inhalt her

Aufwand einen Zugriff auf zusätzliche Publika sowie Daten- und Werbepools zu erhalten. In der Vergangenheit hatte dies bereits Ringier mit der Co-Lancierung der Sonntagszeitung *Il Caffè* gezeigt. Entsprechend können nicht nur Boulevard- oder Pendlerzeitungen lanciert werden, sondern auch (Sonntags-)Zeitungen, die investigativ tätig sind. Allerdings gab es bis jetzt keine Erweiterungen im Onlinebereich. Während in der Suisse romande im letzten Jahr mit *blick.ch/fr* und *watson.ch/fr* zwei neue Medientitel lanciert wurden, deren Deutschschweizer Partnermedien über eine unterdurchschnittliche Qualität verfügen, blieben solche Erweiterungen nationaler Pools mit Ausnahme der Zusammenarbeit zwischen *tio.ch* und *20 minuti* bisher aus.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Medienlandschaft in der Svizzera italiana tendenziell über eine ähnliche Qualität verfügt wie die anderen Sprachregionen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Medienlandschaft in der Svizzera italiana tendenziell über eine ähnliche Qualität verfügt wie die anderen Sprachregionen. Dies dürfte auch der Grund dafür sein, dass trotz struktureller Veränderungen und einer zunehmenden Medienkonzentration eine medienpolitische Debatte, zum Beispiel im Zusammenhang mit Fördermassnahmen, im Tessin bisher ausblieb.

eher wie eine klassische Boulevardzeitung abschneidet, stellt hier eine Ausnahme dar. Grund ist, dass das ebenfalls auf eine hohe Reichweite angewiesene und über Werbung finanzierte Pendlerblatt ein Partnermedium eines grossen Deutschschweizer Medienhauses und deshalb Teil einer nationalen Medienstrategie ist, die mit den entsprechenden Werbeverbänden einhergeht. Dies dürfte in einem kleinen Medienmarkt wie derjenige der italienischen Schweiz auch weiterhin die einzige Möglichkeit sein, um mit geringerem

VI.3.3 Entwicklung der Qualität in der Svizzera italiana

Im folgenden Kapitel wird untersucht, ob und wie sich die Qualität der Medientitel in den letzten sieben Jahren verändert hat. Die Auswertungen basieren dabei auf jenen acht im Jahrbuch Qualität der Medien untersuchten Medientiteln der Svizzera italiana, für die Daten von 2015 bis 2021 vorliegen.

VI.3.3.1 Entwicklung der Gesamtqualität

Über alle Medien hinweg zeigen sich in den letzten sieben Jahre unterschiedliche Entwicklungen hinsichtlich der Qualität (vgl. Darstellung VI.1).

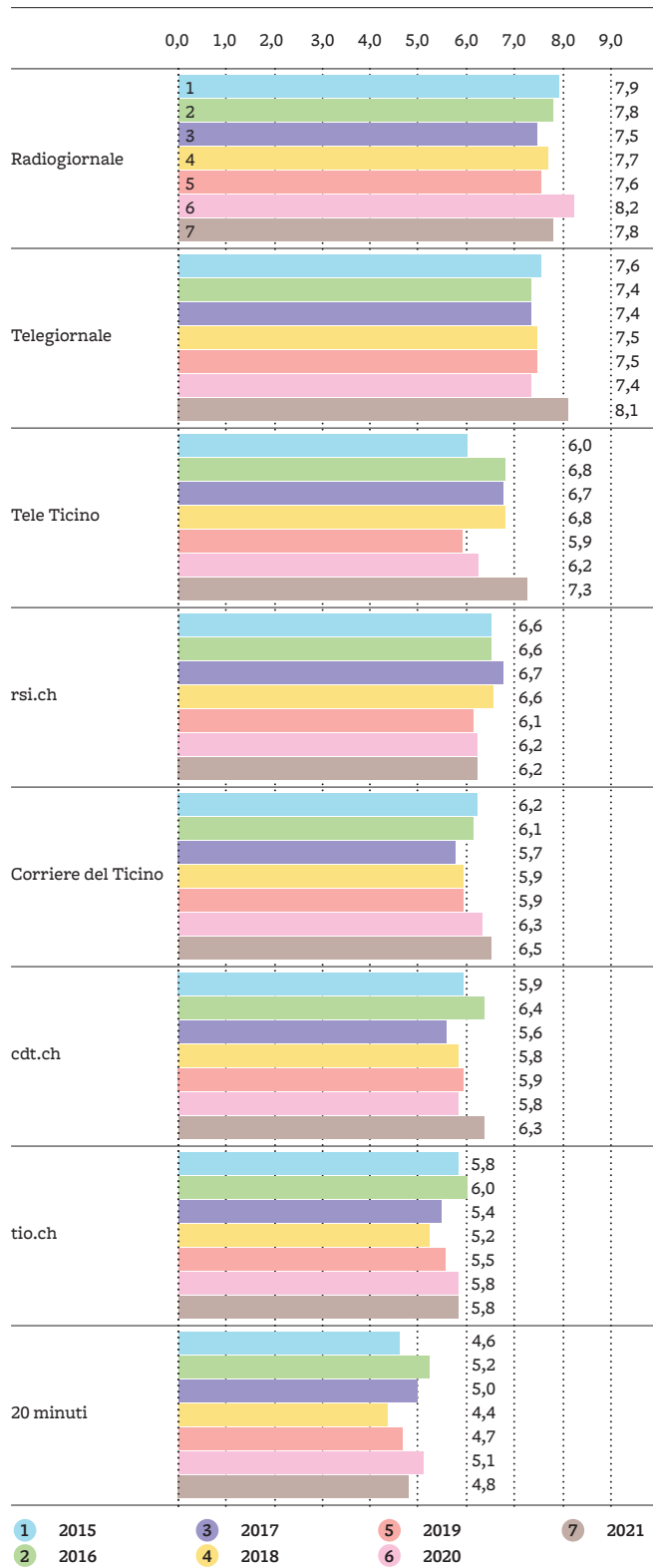
Die Hauptnachrichtensendung Telegiornale des öffentlichen Medienhauses RSI konnte ihren Qualitätsscore im letzten Jahr signifikant verbessern, nachdem die Scores in den vorherigen Jahren stabil waren. Dies liegt in einer markant gestiegenen Einordnungsleistung, höheren inhaltlichen Vielfalt, höheren Eigenleistung sowie in einer ausgeprägteren Quellentransparenz begründet. Beim Radiogiornale hingegen hat sich der Qualitätsscore wieder auf einem durchschnittlichen Wert eingependelt, nachdem die Sendung im Corona-Jahr 2020 den absoluten Höchstwert der italienischen Schweiz aufwies.

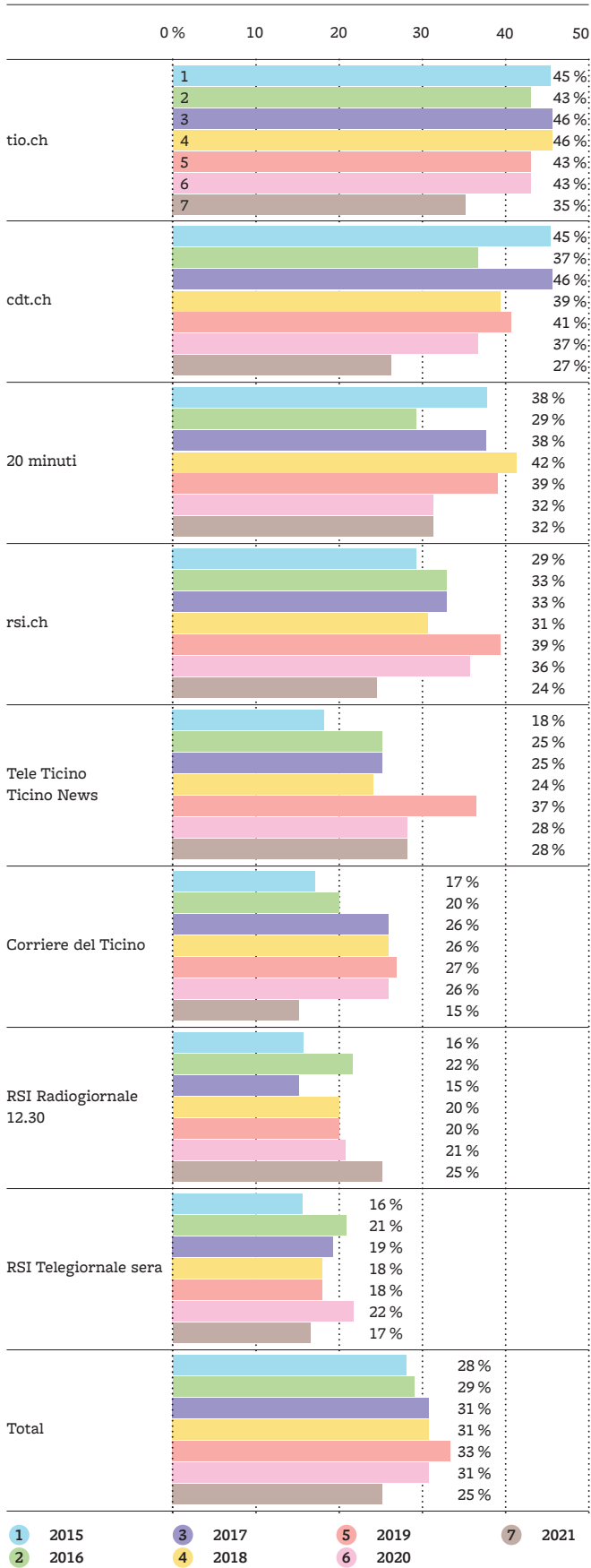
Beim regionalen Privatfernsehen Tele Ticino zeigt sich ein kontinuierliches Auf und Ab der Qualitätsscores seit 2015. Vor allem 2019 und 2020 war die Berichterstattung von Tele Ticino durch eine reduzierte Vielfalt, eine schwächere Einordnungsleistung sowie eine tiefere Beitragsrelevanz gekennzeichnet. 2021 hingegen erzielte Tele Ticino mit 7,3 den Höchstwert seit 2015.

Darstellung VI.1: Veränderungen der Qualitätsscores zwischen 2015 und 2021

Die Darstellung belegt die Veränderungen der Gesamtqualität und in den Qualitätsdimensionen zwischen 2015 und 2021. Die Qualitätsscores stellen den Mittelwert der Qualitätsdimensionen der einzelnen Titel dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 2841; 2016 n = 2806; 2017 n = 3002; 2018 n = 2860, 2019 n = 2504, 2020 n = 2216, 2021 n = 2252). Ausgewählt wurden nur diejenigen acht Medientitel, für die Daten aus allen sieben Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Bei Tele Ticino News nimmt die Gesamtqualität von 6,0 im Jahr 2015 auf 7,3 Scorepunkte im Jahr 2021 zu.





Der Corriere del Ticino, die einzige Abonnementszeitung, die über die letzten sieben Jahre analysiert wurde, weist einen positiven Trend auf. Die Verbesserung des gesamten Qualitätsscores erfolgte vor allem aufgrund einer Steigerung bei der Relevanz sowie bei der inhaltlichen Vielfalt. Die im Sample enthaltene Gratiszeitung 20 minuti weist in allen Jahren jeweils den tiefsten Qualitätsscore in der italienischen Schweiz auf, auch wenn die Qualitätsscores grösseren Schwankungen unterliegen. Der relativ hohe Wert im Jahr 2020 dürfte mit dem Corona-Jahr zusammenhängen, da dort die Relevanz (mehr Politik) zugenommen hat.

Bei den Onlinemedien zeigen sich unterschiedliche Trends: Während der Webauftritt der RSI in den vergangenen drei Jahren tiefere Qualitätsscores im Vergleich zur Periode 2015–2019 aufweist, konnte die Konkurrenz, bestehend aus dem Onlineauftritt des Corriere del Ticino sowie tio.ch/20 minuti, die Qualität der Inhalte merklich verbessern. Der Grund für den tieferen Qualitätsscore bei der RSI-Webseite könnte in der verstärkten Verwendung innovativer Formate liegen, die sich insbesondere an ein jüngeres Publikum wenden. So werden beispielsweise bei den beiden Onlineprogrammen Spam und Cult+ Informationen in kurzen Webvideos aufbereitet, die deshalb zwangsläufig weniger Tiefe und Hintergrundinformationen aufweisen, aber auf die Erwartungen und Interessen des jungen Zielpublikums abgestimmt sind. Solche neuen Formate, die nicht nur News und Hintergrundinformationen verbinden, sondern auch Unterhaltung bieten, sind eine Strategie, welche die RSI seit ein paar Jahren erfolgreich verfolgt. Bei allen anderen Medientiteln zeigt sich zwar ebenfalls eine gewisse Varianz. Diese fällt jedoch nicht immer gleich aus, wie sich vor allem bei der Entwicklung der Qualitätsdimensionen zeigt.

Darstellung VI.2: Sphären im Langzeitvergleich – Human Interest

Die Darstellung zeigt die Entwicklung der Human-Interest-Berichterstattung über den gesamten Untersuchungszeitraum für die einzelnen Medientitel und den Mittelwert der Medientitel («Total»). Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 2841; 2016 n = 2806; 2017 n = 3002; 2018 n = 2860, 2019 n = 2504, 2020 n = 2216, 2021 n = 2252). Ausgewählt wurden nur diejenigen acht Medientitel, für die Daten aus allen sieben Kalenderjahren vorliegen. *Lesebeispiel:* Bei tio.ch machen Human-Interest-Themen im Jahr 2019 43% der gesamten Berichterstattung aus. Im Vergleich zum Vorjahr haben Human-Interest-Themen um 3 Prozentpunkte abgenommen.

VI.3.3.2 Entwicklung der Qualitätsdimensionen

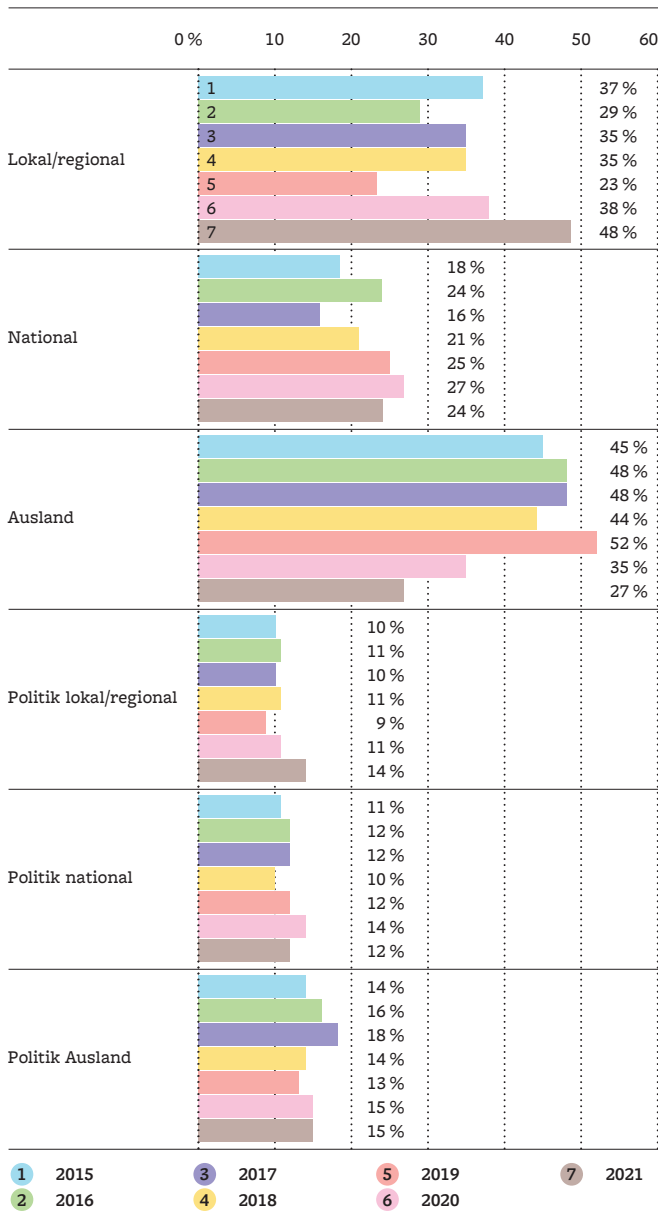
Diese Veränderungen lassen sich nochmals detaillierter anhand der hinter den einzelnen Qualitätsdimensionen liegenden Indikatoren untersuchen und mit strukturellen Rahmenbedingungen in Beziehung setzen.

Relevanz und Vielfalt: Sphären und Bezugsräume

Während die Gewichtung der Themenbereiche (Sphären) Wirtschaft, Kultur und Sport relativ konstant bleiben, zeigen sich bei den Human-Interest-Themen (vgl. Darstellung VI.2) und der Politikberichterstattung (vgl. Darstellung VI.3) Veränderungen, die sich grob in zwei Perioden unterteilen lassen. Seit der ersten Untersuchung 2015 nahm der Anteil an Softnews (allen voran Human-Interest-Themen) bis 2019 tendenziell zu oder blieb auf hohem Niveau, nicht nur bei den Penderlmedien, sondern auch bei Corriere del Ticino, Tele Ticino und der Webseite der RSI – dort möglicherweise aufgrund des Versuchs, einen neuen Angebotsmix zu schaffen. Eine zweite Phase ist erneut durch das Corona-Jahr gekennzeichnet. Vor allem 2020 nahm die Politikberichterstattung markant zu und stieg 2021 nochmals weiter an. Dies kann mit grosser Wahrscheinlichkeit auf die gestiegene Bedeutung der Pandemieberichterstattung zurückgeführt werden, die sich in einer verstärkten Politikberichterstattung niederschlug, während andere Themenbereiche wie Wirtschaft und Sport zumindest zwischenzeitlich 2020 an Bedeutung einbüssten.

Die geografische Vielfalt hat in praktisch allen untersuchten Medientiteln über die letzten Jahre hinweg abgenommen.

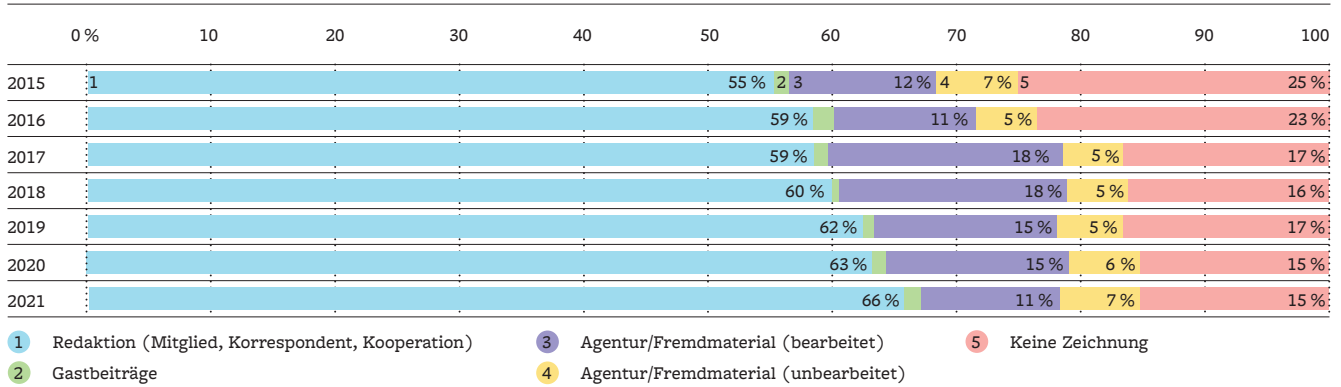
Neben den Verschiebungen bei den Themenbereichen zeigen sich Veränderungen bei der geografischen Vielfalt bzw. beim geografischen Bezugsraum der Berichterstattung. Die geografische Vielfalt hat in praktisch allen untersuchten Medientiteln über die letzten Jahre hinweg abgenommen. Diese negati-



Darstellung VI.3: Bezugsräume im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Anteile der Bezugsräume in der Gesamtberichterstattung und in der Politikberichterstattung in den Medien der Svizzera italiana. Die Anteile stellen den Mittelwert der Anteile in den einzelnen Titeln dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 2'841; 2016 n = 2'806; 2017 n = 3'002; 2018 n = 2'860, 2019 n = 2'504, 2020 n = 2'216, 2021 n = 2'252). Ausgewählt wurden nur diejenigen acht Medientitel, für die Daten aus allen sieben Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Während die Auslandsberichterstattung über die untersuchten Jahre hinweg tendenziell schrumpft, nimmt der Anteil der Berichterstattung über nationale Themen und Ereignisse tendenziell zu. Für die Politikberichterstattung gilt das aber nur teilweise.



Darstellung VI.4: Eigen- und Fremdleistungen in der Svizzera italiana im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Anteile von Beiträgen in der Svizzera italiana, die auf verschiedenen Formen von Eigen- und Fremdleistungen beruhen. Die Anteile stellen den Mittelwert der Anteile in den einzelnen Titeln dar. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse aus der Zufallsstichprobe der jeweiligen Jahre (2015 n = 2841; 2016 n = 2806; 2017 n = 3002; 2018 n = 2860, 2019 n = 2504, 2020 n = 2216, 2021 n = 2252). Ausgewählt wurden nur diejenigen acht Medientitel, für die Daten aus allen sieben Kalenderjahren vorliegen.

Lesebeispiel: Während die Anteile von Gastbeiträgen über die Zeit hinweg mit rund 1% stabil bleiben, nimmt die Zahl der ungezeichneten Beiträge von 25% (2015) auf 15% (2021) ab.

ve Entwicklung schlägt sich in der stärker werden- den Fokussierung auf nationale und regionale Themen und Ereignisse nieder (siehe Darstellung VI.3). Die Medientitel in der italienischen Schweiz weisen deshalb eine deutlich stärkere Binnenorientierung auf. Die Berichterstattung über das Ausland hat wäh-

und interpretieren Nachrichten also zusehends selber und verlassen sich nicht ausschliesslich auf Agenturen oder Pressedienste (vgl. Darstellung VI.4). Der Anteil an rein redaktionellen Beiträgen steigt von 55% im Jahr 2015 auf 66% im Jahr 2021. Stark abgenommen haben die nicht gezeichneten Beiträge von 25% auf 15%. Interessant ist auch, dass der Anteil der redaktionell bearbeiteten Agenturbeiträge gesunken ist und sich nach einem Zwischenhoch in den Jahren 2017 und 2018 nun wieder mit 11% auf dem Niveau von 2016 befinden. Unbearbeitete Agenturbeiträge haben im letzten Jahr zwar wieder etwas zugenommen, bleiben insgesamt aber relativ stabil. Diese sind aber insofern wichtig, als die Medien einen substantziellen Teil ihrer Berichterstattung über die anderen Sprachregionen mit Agenturmaterial bestreiten (Vogler & Udriș, 2021).

Auch bei den Einordnungs- und Interpretationsleistungen gibt es bestimmte Muster. Die Corona-Pandemie ging mit grosser Unsicherheit einher, was das Bedürfnis nach Orientierung und Einordnung erhöhte. Zwar waren zu Beginn der Pandemie die Redaktionen mit sich überschlagenden Ereignissen konfrontiert, weshalb die Redaktionen häufig nicht über die nötigen zeitlichen Ressourcen verfügten, um die Informationen gebührend einzuordnen. Im Verlauf der Pandemie zeigten allerdings praktisch alle Medientitel

Der Anteil an rein redaktionellen Beiträgen steigt von 55% im Jahr 2015 auf 66% im Jahr 2021.

rend der Pandemie stark abgenommen. Auf der anderen Seite hat die lokale und regionale politische Berichterstattung – wahrscheinlich auch als Folge der Pandemie – zugenommen. Im Homeoffice scheinen lokale Informationen einfacher zugänglich zu sein. Zudem fanden 2021 im Tessin Gemeinderatswahlen statt, die ursprünglich für 2020 geplant waren.

Eigen- und Fremdleistungen

Im Zusammenhang mit den journalistischen Interpretationsleistungen zeigt sich, dass Nachrichten seit 2015 häufiger auf redaktionellen Eigenleistungen beruhen. Journalist:innen verarbeiten, vermitteln

eine stärkere Themenorientierung, d.h. eine Vermittlung von Hintergründen und das Einordnen in längerfristige Zusammenhänge.

VI.4 Fazit

Die Svizzera italiana ist ein kleiner Medienmarkt, der in den vergangenen Jahren immer wieder mit grossen Veränderungen konfrontiert wurde: Traditionsreiche Medientitel wie das *Giornale del Popolo* sind trotz Hilfeleistung von lokalen Konkurrenten verschwunden. Das Deutschschweizer Medienhaus Ringier hat sich aus lokalen Projekten zurückgezogen, während die Deutschschweizer Tammedia (heute TX Group) 20 minuti sowohl im Print als auch im Onlinebereich (in Zusammenarbeit mit dem lokalen Partner tio.ch) lancierte, wodurch 20 Minuten zum ersten in allen Landesteilen und in den drei Hauptsprachen produzierten Titel avancierte. Zahlreiche Printredaktionen wurden im Verlauf der vergangenen Jahre wiederholt mit Kündigungen konfrontiert und auch der öffentliche Rundfunk RSI strich im Zuge von Sparmassnahmen zahlreiche Stellen (45 Vollzeitstellen allein im Jahr 2021). Vor diesem Hintergrund, zusammen mit den sinkenden Werbeeinnahmen und der Pandemie der letzten beiden Jahre, offenbart sich das Bild eines Medienmarktes im Umbruch. Die Untersuchung der Medieninhalte zeigt aber, dass der kleine Medienmarkt weiterhin fähig ist, in einzelnen Medientypen (Abonnementszeitungen, öffentliches Fernsehen und Radio sowie das überwiegend gebührenfinanzierte Privatfernsehen) qualitativ gute bis sehr gute Inhalte zu produzieren. So hat die Qualität bei der RSI und auch der untersuchten Abonnementszeitung in den letzten Jahren in einzelnen Dimensionen zugenommen oder ist einigermassen stabil geblieben.

Eine offene Frage ist, ob sich dahinter ein nur kurzfristiger «Corona-Effekt» verbirgt. In den letzten beiden Corona-Jahren hat die Politikberichterstattung insgesamt zugenommen, während Softnews wie Human-Interest-Themen eher rückläufig waren. Vor der Pandemie gab es hingegen einen deutlichen Trend hin zu einer stärkeren Kommerzialisierung, zumal Human-Interest-Themen in der Regel höhere Reichweiten erzielen. Es wird interessant sein zu beobachten, ob sich die Orientierung hin zu mehr Soft-

news in Zukunft wieder verstärken wird, zumal die Pandemie die wirtschaftliche Situation der Medienhäuser in der italienischen Schweiz weiter verschärft hat. Im Zuge weiterer Einsparungen könnten Medienhäuser versucht sein, dank technischer Hilfsmittel wie künstlicher Intelligenz vermehrt Beiträge automatisiert zu produzieren (vgl. Goldhammer et al., 2019). Allerdings hängt diese Möglichkeit stark davon ab, ob in den regionalen Medienhäusern die dafür nötige Expertise vorhanden ist, ob der Zugang zu strukturierten Daten sichergestellt werden kann sowie ob die dafür notwendigen Veränderungen der journalistischen Produktion tatsächlich umgesetzt werden können (Gutierrez Lopez, et al. 2022; Porlezza & Ferri 2022).

Neben den wirtschaftlichen dürften auch die politischen Rahmenbedingungen relevant sein, zumal diese einen einschneidenden Einfluss auf den italienischsprachigen Medienmarkt haben könnten. Der öffentliche Rundfunk steht weiterhin unter

Das Tessin büsste an Anbietervielfalt ein, während die Konzentration zunimmt. Darüber hinaus stagniert die Politikberichterstattung nach der Pandemie.

Druck aufgrund der von der SVP lancierten Halbierungsinitiative «200 Franken sind genug», welche eine drastische Kürzung der Rundfunkgebühren vorsieht. Die RSI als kleinste Unternehmenseinheit der SRG SSR wäre davon besonders betroffen, weil sie von den grösseren Unternehmenseinheiten quersubventioniert wird. Daneben befasst sich der Kanton Tessin zurzeit mit einigen Motionen, die eine öffentliche Finanzierung von journalistischen Medien fordern. So weit wie der Kanton Graubünden, in dem auf Grundlage einer wissenschaftlichen Studie Fördermassnahmen für romanisch- und italienischsprachige Medien verlangt (aber von der Bündner Regierung vorerst abgelehnt) wurden, ist der Kanton Tessin (noch) nicht.

Auf den ersten Blick scheint in der Svizzera italiana alles in Ordnung zu sein: Die Qualitätsscores kommen an die Medienangebote in den grösseren Sprachregionen heran, die lokale und regionale

Politikberichterstattung nimmt zu, die redaktionellen Eigenleistungen nehmen zu und so auch die Themenorientierung, ein wichtiger Indikator für Einordnungsleistungen. Trotzdem zeigen sich Risse im Bild: Das Tessin büsste an Anbietervielfalt ein, während die Konzentration zunimmt. Darüber hinaus stagniert die Politikberichterstattung nach der Pandemie. Medientitel können sich im Tessin momentan zwar noch über Wasser halten, indem verlorene finanzielle (Werbe-)Ressourcen über Entlassungen und optimierte Synergien wettgemacht werden. Allerdings dürfte es für die Medienhäuser nicht einfacher werden, zumal in Zukunft zusätzliche Kanäle, insbesondere auf den Social-Media-Plattformen, immer stärker bespielt werden müssen und so der Aufwand steigt. In den italienischsprachigen Tälern des Kantons Graubünden herrscht bereits jetzt eine kritische Situation mit einem Mangel an finanziellen Mitteln und Infrastruktur für Lokaljournalismus. Auch der italienischsprachige Dienst der Keystone-SDA-Agenturstelle kann mit seinem Angebot das Problem knapper Ressourcen nicht lösen. Die meisten Medien im Kanton Graubünden haben «wenig Möglichkeiten und keine Ressourcen für digitale Innovationen» (Stanoevska-Slabeva et al., 2021, S. 54), was die Versorgung der Region mit relevanten Informationen gefährdet. Auf der Grundlage dieser Entwicklungen wäre es wünschenswert, dass sich auch das Tessin intensiver einer Diskussion zum Thema Medienförderung annehmen würde.

Literatur

Bonfadelli, H. & Meier, W. (2021). Switzerland: Highly Concentrated Leading News Media in Austerity and Downsizing Mode. In: J. Trappel, & T. Tomaz (Hg.). *The Media for Democracy Monitor 2021. How Leading News Media Survive Digital Transformation* (S. 381–454). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855404-9>

Fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2021). *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*. Schwabe.

Goldbach (2022). *Mediadaten von 20 Minuten*. <https://goldbach.com/ch/de/portfolio/print/20-minuten/mediadaten#media-data-print+i-ch>

Goldhammer, K., Dieterich, K. & Prien, T. (2019). *Künstliche Intelligenz, Medien und Öffentlichkeit*. Goldmedia. <https://bit.ly/3nX3TXY>

Gutierrez Lopez, M., Makri, S., MacFarlane, A., Porlezza, C., Cooper, G. & Missaoui, S. (2022). Making Newsworthy News: The Integral Role of Creativity and Verification in the Human Information that Drives News Story Creation. *Journal of the Association for Information Science and Technology JASIST*. <https://doi.org/10.1002/asi.24647>

Lob, G. (2018). *Sonderfall Tessin*. Medienwoche. <https://medienwoche.ch/2018/06/21/sonderfall-tessin/>

Porlezza, C. & Ferri, G. (2022). The Missing Piece: Ethics and the Ontological Boundaries of Automated Journalism. *#ISOJ Journal*, 12(1), 71–98. <https://bit.ly/3P1VWN7>

Puppis, M., Schenk, M. & Hofstetter, B. (Hg.) (2017). *Medien und Meinungsmacht*. vdf Hochschulverlag AG. <https://doi.org/10.3929/ethz-a-010808821>

Puppis, M. & Bürdel, E. (2019a). *Ansätze zur künftigen Ausgestaltung der Medienförderung in Liechtenstein. Bericht zuhanden der Regierung des Fürstentums Liechtenstein*. Universität Freiburg. <https://bit.ly/3PkkKQ3>

Puppis, M. & Bürdel, E. (2019b). *Ländervergleich Onlinemedienförderung. Bericht zuhanden des Bundesamts für Kommunikation*. Universität Freiburg. <https://bit.ly/3nvOT0n>

Salerno, S. (2016). Media challenges and strategies in Romandie and Ticino. *Studies in Communication Sciences*, 16(1), 2–7. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2016.04.005>

Scarinci, J. (2022). Dati Remp, «laRegione» e «Corriere del Ticino» mai così vicini. <https://www.laregione.ch/cantone/ticino/1575594/lettori-rem-p-ottobre-rilevazione-laregione>

Stanoevska-Slabeva, K., Meckel, M., Suter, V., Lenz-Kesekamp, V. & Künzler, M. (2021). *Die Medien und Medienförderung im Kanton Graubünden. Bestandsanalyse und Zukunftsaussichten*. Universität St. Gallen. <https://bit.ly/3PoLrTB>

Studer, S., Schweizer, C., Puppis, M. & Künzler, M. (2014). *Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM)*. Universität Freiburg. <https://bit.ly/3nThzmX>

Thommen, S., Sasso, S. & Eichenberger, R. (2021). *Programmanalyse der Schweizer Regionalfernsehen – 2020. Bericht. Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation*. Publicom. <https://bit.ly/3yBfMYz>

Vogler, D. & Udris, L. (2021). Transregional News Media Coverage in Multilingual Countries: The Impact of Market Size, Source, and Media Type in Switzerland. *Journalism Studies*, 22(13), 1793–1813, <https://doi.org/10.1080/01461670X.2021.1965909>

WEMF (2021). *WEMF Auflagenbulletin 2021*. WEMF. https://wemf.ch/media/wemf_aufgabenbulletin.pdf