



Abbildung 3: Berichterstattungsfreiheit gegenüber Werbekunden. Die angegebenen Zahlen sind die Durchschnittswerte aller Antworten. Es konnte auf einer Skala von 0 (gar nicht) bis 5 (sehr stark / sehr häufig) geantwortet werden. Interpretationsbeispiel: Bei der Tagespresse und im öffentlichen Rundfunk werden in eher geringem Ausmaß ( $m = 2,1$ ) Nachrichten veröffentlicht, die für das Image der Werbekunden schädlich sein könnten. Bei der Wochenpresse ( $m = 1,6$ ) und beim privaten Rundfunk ( $m = 1,7$ ) kommt dies allerdings noch seltener vor.

Quelle: Manuel Puppis, P. Schönhagen, S. Fürst, B. Hofstetter & M. Meißner (2014)  
 Arbeitsbedingungen und Berichterstattungsfreiheit in journalistischen Organisationen.  
[http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/04801/](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/)