

Articles in peer-review journals and books

- Rauchfleisch, A., Vogler, D. & Eisenegger, M. (2021). Public Sphere in Crisis Mode: How the Covid-19 Pandemic Influenced Public Discourse and User Behaviour in the Swiss Twitter-Sphere. *Javnost - The Public*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1923622>
- Bachmann, P., Eisenegger, M., & Ingenhoff, D. (2021). Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 28(2), 1940161221999666. <https://doi.org/10.1177/1940161221999666>
- Eisenegger, M. (2020). Wessler, Hartmut: Habermas and the Media. *Publizistik*, 65(1), 139–141. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00558-3>
- Häuptli, A., Schwaiger, L., & Eisenegger, M. (2020). The effect of democratic media quality on user engagement on Social Media: An Analysis of the contents of five Swiss news media outlets on Facebook. In V. Gehrau, A. Waldherr, & A. Scholl (Eds.), *Integration durch Kommunikation: Jahrbuch der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (pp. 99–108). Münster: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.66880>
- Udris, L., Eisenegger, M., Vogler, D., Schneider, J., & Häuptli, A. (2020). Mapping and Explaining Media Quality: Insights from Switzerland's Multilingual Media System. *Media and Communication*, 8(3), 258–269. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3140>
- Vogler, D., & Eisenegger, M. (2020). CSR Communication, Corporate Reputation, and the Role of the News Media as an Agenda-Setter in the Digital Age. *Business & Society*, 59(6). <https://doi.org/10.1177/0007650320928969>
- Vogler, D., Udris, L. & Eisenegger, M. (2020). Measuring Media Content Concentration at a Large Scale Using Automated Text Comparisons. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1761865>
- Schwaiger, L., Vogler, D., Schneider, J., Eisenegger, M., & Djukic, M. (2020). How Individual News Media Repertoires Shape the Reputation of Religious Organizations: The Case of the Catholic Church in Austria. *Journal of Media and Religion*, 19(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/15348423.2020.1728186>
- Jandura, O., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). Die Medienpräsenz politischer Akteure in Deutschland und der Schweiz. *UFITA: Archiv Für Urheber- Und Medienrecht*, 83(1), 170–195. <https://doi.org/10.5771/2568-9185-2019-1-170>
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News media trust and news consumption: factors related to trust in news in 35 countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672–3693. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10141>
- Eisenegger, M. (2018). Begriffe sind Programm – Plädoyer für eine öffentlichkeitssoziologische Organisationskommunikations-Forschung. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Eds.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (pp. 19–41). Wiesbaden: Springer.
- Eisenegger, M., & Lucht, J. (2018). "Filterblasen" und "Echokammern" im sozialen Netz aufbrechen. *Medien & Zeit*, 33(Sonderausg), 18–19.
- Schranz, M., Schneider, J., & Eisenegger, M. (2018). Media Trust and Media Use. In K. Otto & A. Köhler (Eds.), *Trust in Media and Journalism: Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe* (pp. 73–91). Wiesbaden: Springer.
- Eisenegger, M., Schranz, M., & Gisler, A. (2017). Convergent media quality? Comparing the content of online and offline media in Switzerland. In S. Sparvierio, C. Peil, & G. Balbi (Eds.), *Media Convergence and Deconvergence* (pp. 137–157). Cham: Springer.
- Eisenegger, M. (2016). Negierte Reputation. Zur Logik medienöffentlicher Skandalisierungen. In T. Schierl & C. von Sikorski (Eds.), *Mediated Scandals: Gründe, Genese und Folgeeffekte von medialer Skandalberichterstattung* (pp. 33–57). Köln: Halem Verlag.
- Schranz, M., & Eisenegger, M. (2016). Organizational Crisis and the News Media. In A. Schwarz, M. Seeger, & C. Auer (Eds.), *The Handbook of International Crisis Communication Research* (pp. 165–174). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Udris, L., Eisenegger, M., & Schneider, J. (2016). News Coverage about Direct-Democratic Campaigns in a Period of Structural Crisis. *Journal of Information Policy*, 68–104. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.6.2016.0068>
- Vogler, D., Schranz, M., & Eisenegger, M. (2016). Stakeholder Group Influence on Media Reputation in Crisis Periods. *Corporate Communications*, 21(3), 322–333. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2016-0003>
- Vogler, D., Schranz, M., & Eisenegger, M. (2016). The Influence of National Societal Contexts on the Media Reputation of Multinational Corporations: A Comparison between Switzerland and the US. *Studies in Communication Sciences*, 86–93.

Eisenegger, M. (2015). Identität, Image und Reputation – Eine kommunikationssoziologische Begriffsarchitektur. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Eds.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln* (pp. 431–460). Wiesbaden: VS Springer.

Eisenegger, M., & Gedamke, S. (2014). Wissenschaft in den Medien. Zur Logik medialer Wissenschaftsthematisierung. *Medien & Zeit*, 34–44.

Schranz, M., & Eisenegger, M. (2011). The media construction of the financial market crisis in a comparative perspective – An analysis of newspapers in UK, USA and Switzerland between 2007 and 2009. *Schweizerische Zeitschrift Für Soziologie = Revue Suisse De Sociologie = Swiss Journal of Sociology*, 37(2), 241–258.

Eisenegger, M. (2008). Reputation in Politics. In L. Lee Kaid & C. Holtz-Bacha (Eds.), *Encyclopedia of Political Communication* (n/a). Los Angeles: Sage Publications.

Eisenegger, M. (2008). Media events in Media Society. In L. Lee Kaid & C. Holtz-Bacha (Eds.), *Encyclopedia of Political Communication* (n/a). Los Angeles: Sage Publications.

Eisenegger, M., & Schranz, M. (2004). Reputationsrisiken von Regierungsakteuren. *Medienwissenschaft Schweiz*, 50–56.

Eisenegger, M., & Vonwil, M. (2004). Die Wirtschaft im Bann der Öffentlichkeit. Ursachen und empirische Evidenzen für die erhöhte öffentliche Exponiertheit ökonomischer Organisationen seit den 1990er Jahren. *Medienwissenschaft Schweiz*. (2), 80–89.

Books and edited volumes

Eisenegger, M., Prinzing, M., Ettinger, P., & Blum, R. (Eds.) (2021). *Mediensymposium. Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Wiesbaden: Springer VS.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2020). *Qualität der Medien: Vol. 11. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2020*. Basel: Schwabe.

Eisenegger, M., Udrist, L., & Ettinger, P. (Eds.) (2019). *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft: Gedenkschrift für Kurt Imhof*. Wiesbaden: Springer.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2019). *Qualität der Medien: Vol. 10. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2019*. Basel: Schwabe.

Ettinger, P., Eisenegger, M., Blum, R., & Prinzing, M. (Eds.) (2019). *Mediensymposium: Vol. 14. Intimisierung des Öffentlichen*. Wiesbaden: Springer.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2019). *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2019*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2018). *Qualität der Medien: Vol. 9. Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2018*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2017). *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2017*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2016). *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2016*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2015). *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2015*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2014). *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2014*. Basel: Schwabe.

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Ed.) (2013). *Qualität der Medien: Schweiz - Suisse - Svizzera: Jahrbuch 2013*. Basel: Schwabe Verlag.

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2012). *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2012*. Basel: Schwabe.

Fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2011). *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2011*. Basel: Schwabe.

Eisenegger, M., & Wehmeier, S. (Eds.) (2010). *Personalisierung der Organisationskommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.) (2010). *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2010*. Basel: Schwabe.

Eisenegger, M. (2005). *Reputation in der Mediengesellschaft: Konstitution -- Issues Monitoring -- Issues Management*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Book chapters

- Eisenegger, M. (2021). Dem digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit auf der Spur – Zur Einführung. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger, & R. Blum (Eds.), *Mediensymposium. Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (pp. 1–14). Wiesbaden: Springer VS.
- Eisenegger, M. (2021). Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger, & R. Blum (Eds.), *Mediensymposium. Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (pp. 17–39). Wiesbaden: Springer VS.
- Schwaiger, L., & Eisenegger, M. (2021). Die Rahmung von Wahrheit und Lüge in Online-Gegenöffentlichkeiten – Eine netzwerkanalytische Untersuchung auf Twitter. In C. Schicha, I. Stapf, & S. Sell (Eds.), *Medien und Wahrheit* (pp. 359–376). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748923190-359>
- Udris, L., Eisenegger, M., Vogler, D., Häuptli, A., & Schwaiger, L. (2021). Reporting when the current media system is at stake. Explaining news coverage about the initiative on the abolishment of public service broadcasting in Switzerland. In E. Tandoc, J. Jenkins, R. Thomas, & O. Westlund (Eds.), *Critical Incidents in Journalism: Pivotal Moments Reshaping Journalism around the World* (pp. 71–84). London: Routledge.
- Eisenegger, M. (2020). Hauptbefunde – die Schweizer Medienöffentlichkeit im Bann der Corona-Krise. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2020* (pp. 9–28). Basel: Schwabe. http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:13f6efc8-f9c4-45dd-816c-b6a8356edfe6/2020_Gesamtausgabe.pdf
- Eisenegger, M. (2020). Medienforschung als Diskurs-Stimulanz. Das Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz. In S. Russ-Mohl (Ed.), *Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses. Streitlust und Streitkunst: Diskurs als Essenz der Demokratie* (1st ed., pp. 318–330).
- Eisenegger, M., Schneider, J., & Schwaiger, L. (2020). "News-Deprivation" als Herausforderung für moderne digitale Gesellschaften. In K. Mitschka & K. Unterberger (Eds.), *Public Value Studie. Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs. Informationsdeprivation & News-Avoiding. Eine Herausforderung für Demokratie und Öffentlichkeit* (pp. 7–47). Wien: ORF.
- Eisenegger, M., Oehmer, F., Udris, L., & Vogler, D. (2020). Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2020* (pp. 29–50). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., Oehmer, F., Udris, L., & Vogler, D. (2020). *Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie* (Studien Qualität der Medien No. 1/2020). Zürich. http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:ad278037-fa75-4eea-a674-7e5ae5ad9c78/Studie_01_2020.pdf
- Fürst, S., Vogler, D., Sörensen, I., Schäfer, M. S., & Eisenegger, M. (2020). Wirklich irrelevant? Sichtbarkeit und thematische Einordnung der Medien- und Kommunikationswissenschaft in Schweizer Medien. *Publizistik*, 65(4), 545–566. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00601-8>
- Oehmer, F., Udris, L., & Eisenegger, M. (2020). *Zur Wirkung von Tech-Informations-Intermediären auf die (Schweizer) Öffentlichkeit – Chancen und Risiken. Bericht für das Bundesamt für Kommunikation*. Zürich. https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/bericht-chancen-risiken-intermediaere-2020.pdf.download.pdf/Bericht_Chancen_Risiken_Intermedia%CC%88re_310720_fin.pdf
- Rauchfleisch, A., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2020). Transnational News Sharing on Social Media: Measuring and Analysing Twitter News Media Repertoires of Domestic and Foreign Audience Communities. *Digital Journalism*. (Ahead-of-Print), 1–25. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1835511>
- Rauchfleisch, A., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2020). Wie das Coronavirus die Schweizer Twitter-Communitys infizierte. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2020* (pp. 61–75). Basel: Schwabe.
- Rauchfleisch, A., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2020). *Wie das Coronavirus die Schweizer Twitter-Communitys infizierte* (Qualität der Medien No. Studie 3/2020). Zürich. http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:e591f77b-8507-4272-819c-11ed9af1f0d6/Studie_03_2020.pdf
- Schneider, J., & Eisenegger, M. (2020). Mediennutzung und persönliche Themenagenda – wie das Newsrepertoire die Wahrnehmung von Kommunikationsereignissen prägt. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2020* (pp. 101–114). Basel: Schwabe. http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:13f6efc8-f9c4-45dd-816c-b6a8356edfe6/2020_Gesamtausgabe.pdf
- Schneider, J., & Eisenegger, M. (2020). *Mediennutzung und persönliche Themenagenda – wie das Newsrepertoire die Wahrnehmung von Kommunikationsereignissen prägt* (Qualität der Medien No. Studie 6/2020). Zürich. http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:a5abedaf-b325-4c85-8096-bb5bd072d641/Studie_06_2020.pdf
- Eisenegger, M. (2019). Einleitung – Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen im digitalen Strukturwandel. In P. Ettinger, M. Eisenegger, R. Blum, & M. Prinzing (Eds.), *Mediensymposium: Vol. 14. Intimisierung des Öffentlichen* (pp. 1–10). Wiesbaden: Springer.

- Eisenegger, M. (2019). Hauptbefunde – Umbau der Schweizer Medienöffentlichkeit. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien: Vol. 10. Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2019* (pp. 9–26). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Udris, L. (2019). Demokratie und Öffentlichkeit. In R. Daellenbach, B. Ringger, & P. Zwicky (Eds.), *Ein Denknetz-Buch in der Edition 8. Reclaim democracy: die Demokratie stärken und weiterentwickeln* (pp. 73–81). Zürich: Edition 8.
- Eisenegger, M., & Udris, L. (2019). Eine öffentlichkeitssoziologische Theorie des sozialen Wandels in der digitalen Gesellschaft. In M. Eisenegger, L. Udris, & P. Ettinger (Eds.), *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft: Gedenkschrift für Kurt Imhof* (pp. 3–28). Wiesbaden: Springer.
- Eisenegger, M., Udris, L., & Ettinger, P. (2019). Vorwort der Herausgeber. In M. Eisenegger, L. Udris, & P. Ettinger (Eds.), *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft: Gedenkschrift für Kurt Imhof* (VII-XV). Wiesbaden: Springer.
- Schneider, J., & Eisenegger, M. (2019). Der Bedeutungsverlust traditioneller Newsmedien und die Entstehung neuer Nutzungsmuster – wie die Digitalisierung Newsrepertoires verändert. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien: Vol. 10. Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2019* (pp. 27–45). Basel: Schwabe.
- Vogler, D., & Eisenegger, M. (2019). Corporate scandals as denial of reputation. In H. Tumber & S. Waisbrod (Eds.), *Routledge Companion to Media and Scandal* (pp. 410–418). London: Routledge.
- Vogler, D., Eisenegger, M., Schneider, J., Hauser, L., & Udris, L. (2019). Qualität von Schweizer Informationsmedien im Zeitverlauf. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien: Vol. 10. Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2019* (pp. 85–96). Basel: Schwabe.
- Vogler, D., Rauchfleisch, A., Eisenegger, M., & Schwaiger, L. (2019). Agenda-Setting auf Twitter – welche Rolle spielen Informationsmedien in der Schweizer Twitter-Sphäre? In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2019* (pp. 47–57). Basel: Schwabe. <https://doi.org/10.5167/uzh-177417>
- Eisenegger, M. (2018). Schweizer Informationsmedien im Bann des digitalen Strukturwandels: Hauptbefunde Jahrbuch 2018. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien: Vol. 9. Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2018* (pp. 7–23). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Schneider, J. (2018). Newsrepertoires junger Erwachsener: Mediennutzung und Politikwahrnehmung im Wandel. In N. Gonser (Ed.), *Forschung und Praxis an der FHWien der WKW. Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht* (pp. 93–107). Wiesbaden: Springer.
- Udris, L., Eisenegger, M., & Schneider, J. (2018). Medienresonanz von Abstimmungsvorlagen im Vergleich. In D. Kübler (Ed.), *Schriften zur Demokratieforschung: Vol. 14. Medien und direkte Demokratie* (pp. 65–88). Zürich: Schulthess Verlag.
- Vogler, D., Häuptli, A., Eisenegger, M., & Hauser, L. (2018). Presse - gedruckt und online. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2018* (pp. 49–69). Basel: Schwabe Verlag.
- Eisenegger, M. (2017). Summary. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2017* (pp. 17–22). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2017). Vorwort: Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit - professionelle Informationsmedien nötiger denn je! In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2017* (pp. 7–16). Basel: Schwabe.
- Schranz, M., Eisenegger, M., & Gisler, A. (2017). Informationsmedien im Umbruch: Veränderung des Medienangebots durch die Digitalisierung. In W. A. Meier (Ed.), *Abbruch - Umbruch - Aufbruch. Globaler Medienwandel und lokale Medienkrisen* (pp. 69–90). Baden-Baden: Nomos.
- Lucht, J., & Eisenegger, M. (2016). Eine vergleichende Analyse öffentlicher und privater Rundfunkprogramme. In ORF (Ed.), *Public Value Studie* (pp. 147–192). Wien: ORF.
- Schneider, J., & Eisenegger, M. (2016). Wie Mediennutzer in die Welt schauen: Die Newsrepertoires der Schweizerinnen und Schweizer und ihre Themenagenden. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Studien Qualität der Medien*. Basel: Schwabe.
- Schranz, M., Schneider, J., & Eisenegger, M. (2016). Medienvertrauen – eine vergleichende Perspektive. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Studien Qualität der Medien*. Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2015). Vorwort: In memoriam Kurt Imhof. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2015* (pp. 9–15). Basel: Schwabe.

- Eisenegger, M., Orizet, J., & Schranz, M. (2015). #Journalismus 2.0 – Ein Beitrag zur Qualitätssteigerung? In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, O. Jarren, & V. Wyss (Eds.), *Demokratisierung durch Social Media?* (pp. 233–258). Wiesbaden: Springer VS.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2015). Unternehmen, moralische Risiken und Reputationsmanagement. Unternehmensreputation öffentlichkeitssoziologisch modelliert. In M. Hüther, K. Bergmann, & D. Enste (Eds.), *Unternehmen im öffentlichen Raum : Zwischen Markt und Mitverantwortung* (pp. 133–149). Wiesbaden: Springer VS.
- Eisenegger, M., & Udris, L. (2015). Hauptbefunde. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2015* (pp. 29–44). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Künstle, D. (2014). Issues- und Reputationsmonitoring. In H. Scholten & K. Kamps (Eds.), *Abstimmungskampagnen: Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie* (pp. 279–302). Wiesbaden: Springer.
- Eisenegger, M., & Vogler, D. (2014). Medienarena: Publizistische Versorgung. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2014* (pp. 55–81). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Vogler, D. (2014). Medienarena: Qualitätsvalidierung. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2014* (pp. 81–100). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Vogler, D. (2014). Medienarena: Zusammenfassung. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2014* (pp. 53–54). Basel: Schwabe.
- Schranz, M., & Eisenegger, M. (2014). Finanzmärkte in der Medienöffentlichkeit. In A. Langenohl & D. Wetzel (Eds.), *Finanzmarktpublika. Moralität, Krisen und Teilhabe in der ökonomischen Moderne* (pp. 227–244). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Eisenegger, M., & Kamber, E. (2013). Medienarena: Zusammenfassung. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien: Schweiz – Suisse – Svizzera : Jahrbuch 2013* (p. 35). Basel: Schwabe Verlag.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2013). Personalisierung: Ein zu Unrecht der PR-Praxis überlassenes Thema. In O. Hoffmann & S. Huck-Sandhu (Eds.), *Unvergessene Diskurse. 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung* (pp. 339–362). Wiesbaden: Springer VS.
- Eisenegger, M. (2012). Medienarena: Qualitätsvalidierung. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2012* (pp. 72–102). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2012). Moral, Recht und Reputation. In L. Rademacher & A. Schmitt-Geiger (Eds.), *Litigation-PR: Alles was Recht ist. Zum systematischen Stand der strategischen Rechtskommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Eisenegger, M., & Ettinger, P. (2012). Vertiefungsstudien: Kriminalitätsberichterstattung in der Schweizer Presse. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2012* (pp. 332–360). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., Kamber, E., & Imhof, K. (2012). Medienarena: Zusammenfassung. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2012* (pp. 47–51). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2012). The Financial Crisis and the Media. An Analysis of Newspapers in the United Kingdom, the United States and Switzerland between 2007 and 2009. In C. Suter & M. Herkenrath (Eds.), *World Society in the Global Economic Crisis* (pp. 285–302). Berlin: LIT Verlag.
- Schranz, M., & Eisenegger, M. (2012). Vertiefungsstudien: Onlinenews – Die Qualität von Presse- und Onlinetiteln im Direktvergleich. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2012* (pp. 316–331). Basel: Schwabe.
- Bürgis, P., Gisler, A., & Eisenegger, M. (2011). Einfluss von Public Relations in der Unternehmensberichterstattung. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2011* (pp. 433–451). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Hauser, L. (2011). Medienarena: Qualitätsvalidierung. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2011* (pp. 86–114). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Kamber, E. (2011). Medienarena : Zusammenfassung. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2011* (pp. 61–65). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Künstle, D. (2011). Long-term reputation effects in the global financial industry: How the financial crisis has fundamentally changed reputation dynamics. In A. Hiles (Ed.), *Reputation management. Building and protecting your company's profile in a digital world* (pp. 127–140). London: Bloomsbury.

- Eisenegger, M., Oetiker, S., & Schranz, M. (2011). Monopol der Schweizerischen Presseagentur (sda) und Übernahmepraxis von Agenturberichten in der Presse. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch 2011* (pp. 408–432). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2011). CSR - Moralisierung des Reputationsmanagements. In J. Raupp, S. Jarolimek, & F. Schultz (Eds.), *Handbuch CSR. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen* (pp. 71–96). Wiesbaden: VS Verlag.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2011). Reputation Management and Corporate Social Responsibility. In O. Ihlen, J. Bartlett, & S. May (Eds.), *The handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (pp. 128–146). Chichester: Wiley-Blackwell.
- Eisenegger, M., Imhof, K., & Kamber, E. (2010). Zusammenfassung Befunde Medienarena, Jahrbuch Qualität der Medien 2010. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Jahrbuch 2010 Qualität der Medien* (pp. 33–35). Zürich: Schwabe.
- Eisenegger, M., Imhof, K., & Kamber, E. (2010). Zusammenfassung Befunde Online. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Jahrbuch 2010 Qualität der Medien* (pp. 223–224). Zürich: Schwabe.
- Eisenegger, M., Imhof, K., & Kamber, E. (2010). Zusammenfassung Befunde Radio. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Jahrbuch 2010 Qualität der Medien* (pp. 123–124). Zürich: Schwabe.
- Eisenegger, M., Kamber, E., & Imhof, K. (2010). Hauptbefunde. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Jahrbuch 2010 Qualität der Medien* (pp. 21–31). Zürich: Schwabe.
- Eisenegger, M., & Konieczny, E. (2010). Chance oder Risiko? Regularitäten personalisierter Reputationskonstitution in der medienvermittelten Kommunikation. In M. Eisenegger & S. Wehmeier (Eds.), *Personalisierung der Organisationskommunikation* (pp. 117–132). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2010). Corporate social responsibility from the perspective of reputation research. In Ø. Ihlen, J. Bartlett, & S. May (Eds.), *Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (pp. 128–146). Boston: Wiley-Blackwell.
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2010). CSR – Moralisierung des Reputationsmanagements. In J. Raupp, S. Jarolimek, & F. Schultz (Eds.), *Handbuch CSR : Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen* (pp. 71–96). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eisenegger, M., Schranz, M., & Schneider, J. (2010). Corporate Reputation and the News Media in Switzerland. In C. E. Carroll (Ed.), *Corporate Reputation and the News Media* (pp. 207–220). New York NY: Routledge.
- Kamber, E., Imhof, K., & Eisenegger, M. (2010). Zusammenfassung Befunde Fernsehen, Jahrbuch Qualität der Medien 2010. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera. Jahrbuch* (pp. 171–172). Zürich: Schwabe.
- Kamber, E., Imhof, K., & Eisenegger, M. (2010). Zusammenfassung Befunde Presse, Jahrbuch Qualität der Medien 2010. In fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Ed.), *Jahrbuch 2010 Qualität der Medien* (pp. 75–76). Zürich: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2008). Blogomanie und Blogophobie - Organisationskommunikation im Sog technizistischer Argumentationen. In C. Thimm & S. Wehmeier (Eds.), *Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft: Vol. 7. Organisationskommunikation online: Grundlagen, Praxis, Empirie* (pp. 32–54). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Eisenegger, M. (2008). Regulation und Reputation / Vorwort. In M. Roth & M. Erni (Eds.), *Regulation und Reputation - Der Finanzplatz Schweiz und die Compliance seiner Unternehmen* (pp. 29–31). Zürich/St.Gallen: Dike.
- Eisenegger, M. (2008). Zur Logik medialer Seismographie: Der Nachrichtenwertansatz auf dem Prüfstand. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, & O. Jarren (Eds.), *Reihe Mediensymposium Luzern: Vol. 10. Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel* (pp. 147–170). Wiesbaden: VS Verlag.
- Eisenegger, M., & Imhof, K. (2008). Funktionale, soziale und expressive Reputation - Grundzüge einer Reputationstheorie. In U. Röttger (Ed.), *Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung* (pp. 224–243). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imhof, K., & Eisenegger, M. (2008). Die Wissensproduktionsstätte Wissenschaft unter Druck: Regularitäten medialisierter Wissenschaftsberichterstattung. In J. Raabe, R. Stöber, A. M. Theis-Berglmair, & K. Wied (Eds.), *Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Vol. 35. Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft* (pp. 74–86). Konstanz: UVK.
- Imhof, K., & Eisenegger, M. (2008). Die Wissensproduktionsstätte Wissenschaft unter Druck: Regularitäten medialisierter Wissenschaftsberichterstattung. In Johannes Raabe, Rudolf Stöber, Anna M Theis-Berglmair, & Kristina Wied (Eds.), *Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft* (pp. 74–86). Konstanz: UVK. <https://doi.org/10.5167/uzh-9582>
- Imhof, K., & Eisenegger, M. (2008). The true, the good and the beautiful: Reputation management in the media society. In A. Zerfass, B. van Ruler, & K. Sriramesh (Eds.), *Public Relations Research: European and International*

al *Perspectives and Innovation* (pp. 125–146). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
<https://doi.org/10.5167/uzh-9581>

Eisenegger, M., & Udris, L. (2007). Jewish and Muslim actors in the media: Presentation of a method for capturing typifications of inclusion and exclusion. In M. Liepach, G. Melischek, & J. Seethaler (Eds.), *Relation: Vol. 2. Jewish Images in the Media* (Vol. 2, pp. 121–137). Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.

Eisenegger, M. (2004). Reputationskonstitution in der Mediengesellschaft. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, & O. Jarren (Eds.), *Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken* (pp. 262–292). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Eisenegger, M., & Imhof, K. (2004). Reputationsrisiken moderner Organisationen. In U. Röttger (Ed.), *PR-Theorien* (pp. 239–260). Wiesbaden: VS Verlag.

Eisenegger, M. (2003). Kommunikationsereignisse oder Issues – die Elementarteilchen sozialwissenschaftlicher Öffentlichkeitsforschung. In M. L. Maier, F. Nullmeier, T. Pritzlaff, & A. Wiesner (Eds.), *Politik als Lernprozess: wissenszentrierte Ansätze der Politikanalyse* (pp. 167–196). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Imhof, K., & Eisenegger, M. (2003). Kommunikationsrisiken moderner Organisationen. In Eidg. Personalamtes (Ed.), *Der smarte Staat: Kulturwandel in der öffentlichen Verwaltung* (pp. 33–50). Bern: Schriftenreihe des Eidg. Personalamtes.

Imhof, K., & Eisenegger, M. (2001). Issue Monitoring: Die Basis des Issues Managements. Zur Methodik der Früherkennung organisationsrelevanter Umweltentwicklungen. In U. Röttger (Ed.), *Issue Management* (pp. 257–278). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Eisenegger, M. (1999). Das Framing des Jura-Konflikts in der Deutschschweizer Presseöffentlichkeit 1947 bis 1968. In K. Imhof, H. Kleger, & G. Romano (Eds.), *Vom Kalten Krieg zur Kulturrevolution: Analyse von Medienergebnissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre* (pp. 121–157). Zürich: Seismo.

Imhof, K., & Eisenegger, M. (1999). Politische Öffentlichkeit als Inszenierung. In P. Szyszka (Ed.), *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation* (pp. 195–218). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Eisenegger, M. (1998). Alte und neue Einflussmöglichkeiten sozialer Bewegungen. Das Beispiel Jura-Konflikt. In M. König, G. Kreis, F. Meister, & G. Romano (Eds.), *Dynamisierung und Umbau: die Schweiz in den 60er und 70er Jahren* (pp. 161–174). Zürich: Chronos.

Other publications

Udris, L., Eisenegger, M., & Vogler, D. (2020). Medien im Bann der Corona-Pandemie. <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/medien-im-bann-der-corona-pandemie>

Eisenegger, M., & Udris, L. (2020). *Digitales Vertrauen: ORF Public Value Bericht 2019/20. So geht Bildung im ORF* (p. 22). https://zukunft.orf.at/rte/upload/pvb19_20/neu/orf_pvb_2020_bildung_200525_web.pdf

Eisenegger, M., & Schwaiger, L. (2019, April 13). Die wichtigsten Fragen und Antworten zu Verschwörungstheorien. *Republik*. <https://www.republik.ch/2019/04/13/die-wichtigsten-fragen-und-antworten-zu-verschwörungstheorien>

Udris, L., Eisenegger, M., & Vogler, D. (2019). Doppelte Medienkonzentration in der Schweiz. <https://de.ejo-online.eu/digitales/doppelte-medienkonzentration-in-der-schweiz>

Udris, L., Eisenegger, M., & Vogler, D. (2018). Publizistische Vielfalt ist bedroht. <https://de.ejo-online.eu/medienpolitik/redaktionelle-kooperationen-bedrohen-publizistische-vielfalt>

Eisenegger, M., & Vogler, D. (2018). Compliance-Monitoring – Automatisierte Früherkennung reputationsrelevanter Themen. *ZRFC – Risk, Fraud and Compliance*, 13(6), 261–265.

Eisenegger, M., Hauser, L., Schneider, J., Bachmann, P., & Ingenhoff, D. (2018). *Medienqualitätsrating 2018*. Zürich. <https://www.mqr-schweiz.ch/de/>

Eisenegger, M., & Udris, L. (2018, February 15). Warum die SRG Ihnen nützt, selbst wenn Sie sie nicht nutzen. *Republik*. <https://www.republik.ch/2018/02/15/warum-die-srg-ihnen-nuetzt-selbst-wenn-sie-sie-nicht-nutzen>

Udris, L., & Eisenegger, M. (2017). „Plattformisierung“ schwächt den Journalismus. <http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/plattformisierung-schwaecht-den-journalismus>

Udris, L., Eisenegger, M., & Schneider, J. (2017). Viel Werbung, viel Populismus, viel Ausländer – viel Medienbeachtung. <http://www.defacto.expert/2017/03/17/medienbeachtung/>

Udris, L., Schranz, M., Schneider, J., Hauser, L., & Eisenegger, M. (2017). Switzerland: Shrinking Audience For Quality News. <http://en.ejo.ch/media-economics/switzerland-shrinking-audience-quality-news>

- Schranz, M., Udriš, L., Hauser, L., Schneider, J., & Eisenegger, M. (2016). Ein starker Service public fördert das Vertrauen ins Mediensystem. <http://www.defacto.expert/2016/11/18/jahrbuch-medienqualitaet/>
- Eisenegger, M., Udriš, L., & Schranz, M. (2015, May 30). Neutrale Berichtersterter trotz Eigeninteressen? Die Berichterstattung zur RTVG-Revision. <http://medienwoche.ch/2015/05/30/neutrale-beobachter-trotz-eigeninteressen/>
- Eisenegger, M., & Udriš, L. (2015, May 5). Es braucht Brückenbauer. Argumente für die gesellschaftliche Bedeutung des öffentlichen Rundfunks. *Neue Zürcher Zeitung*, p. 54.
- Eisenegger, M., & Künstle, D. (2011). Von der sozialen zur volkswirtschaftlichen Verantwortung: Wie die Finanzmarktkrise die Reputationsdynamik verändert. *Die Volkswirtschaft*, pp. 55–62.
- Eisenegger, M. (2009). Reputation in der Krise. *Swiss Equity Magazin*, pp. 51–53.
- Eisenegger, M. (2006). Issues Monitoring: Understanding Corporate Crises in Good Time. *Journal of Investors Relations*.
- Eisenegger, M. (2006). Sinn und Zweck von Reputation. Der gute Ruf von Unternehmen ist in der Mediengesellschaft ihr wichtigstes Kapital. *Unternehmer Magazin*, pp. 22–23.
- Eisenegger, M. (2006). Vom Vorteil, die Nummer zwei zu sein. *IO New Management*, 10–13.
- Eisenegger, M. (2003). Reputation und Wirtschaft im Medienzeitalter. *Die Volkswirtschaft*, pp. 58–62.

Media reports (2015–2021, selection)

- Eisenegger, M., Puhani, M., & Stöcklin, S. (2020). «Unsicherheiten klar kommunizieren». *Debatte Wissenschaft und Öffentlichkeit*. *UZH Journal*. (3/2020), 8–9. https://www.journal.uzh.ch/dam/jcr:7edd7df7-8e5e-493d-a221-5c100ded368c/UZH_Journal_03_2020_WEB.pdf
- Eisenegger, M., & Lüthi, N. (2019, October 15). "Heute wird konstruktiver und sachlicher über unsere Forschung gesprochen" (Interview). *Medienwoche*. Retrieved from <https://medienwoche.ch/2019/10/15/heute-wird-konstruktiver-und-sachlicher-ueber-unsere-forschung-gesprochen/>
- Müller, A., & Eisenegger, M. (2019, October 14). *Schlechter informiert durch Social Media (Interview)* [Television broadcast]. SRF Tagesschau. <https://www.srf.ch/play/tv/tagesschau/video/schlechter-informiert-durch-social-media?id=f65f2231-ea2e-42c2-8fb3-cf3bb522aee2>
- Eisenegger, M., Atasoy, S., Rutishauser, A., Badran, J., & Glogger, B. (2018, October 27). *Medientalk: Wie finanziert man Informationsjournalismus?* [Radio broadcast]. <https://www.srf.ch/sendungen/medientalk/medientalk-wie-finanziert-man-informationsjournalismus>
- Eisenegger, M., & Lüthi, N. (2018, October 23). Der Idealzustand wäre natürlich ein funktionierender Markt (Interview). *Medienwoche*. <https://medienwoche.ch/2018/10/23/der-idealzustand-waere-natuerlich-ein-funktionierender-markt-dann-muesste-man-all-diese-debatten-gar-nicht-fuehren>
- Eisenegger, M., & Peter, B. (2018, October 22). *Mark Eisenegger zur Qualität der Informationsmedien* [Radio broadcast]. SRF 4 News Tagesgespräch. <https://www.srf.ch/sendungen/tagesgesprach/mark-eisenegger-zur-qualitaet-der-informationsmedien>
- Eisenegger, M., & Anderwert, M. (2018, April 18). Mit Gratiszeitungen lässt sich politisch etwas bewegen: Medienkonzentration nimmt zu (Interview). *SRF News*. <https://www.srf.ch/news/schweiz/medienkonzentration-nimmt-zu-mit-gratiszeitungen-laesst-sich-politisch-etwas-bewegen>
- Eisenegger, M., & Schneider, R. C. (2018, March 7). *Der Kampf um die Medien - Die Schweizer Abstimmung und die Folgen* [Television broadcast]. Bayerischer Rundfunk (BR Fernsehen). <https://www.br.de/br-fernsehen/programmkalender/ausstrahlung-1330968.html>
- Eisenegger, M., Dytrich, B., & Jirät, J. (2018, February 1). "Medien, die den Mächtigen auf die Finger schauen" (Interview). *WoZ Die Wochenzeitung*. <https://www.woz.ch/-8634>
- Eisenegger, M., & Alabor, C. (2018, January 10). Viele glauben, die SRG überlebe das schon: Interview mit Mark Eisenegger. *Der Bund*. Retrieved from <https://www.derbund.ch/schweiz/standard/Viele-glauben-die-SRG-ueberlebe-das-schon/story/19525501>
- Eisenegger, M., & Stadler Rainer (2015, October 31). «Viele Bürger teilen unsere Sorge» (Interview). *Neue Zürcher Zeitung*. Retrieved from <https://www.nzz.ch/feuilleton/medien/viele-buerger-teilen-unsere-sorge-1.18638757>
- Eisenegger, M. & Moreno, P. (2015, April 14). *Der Blick ins Feuilleton mit Mark Eisenegger (Interview)* [Radio broadcast]. Radio SRF 2 Kultur Kompakt. <https://www.srf.ch/sendungen/kultur-kompakt/der-blick-ins-feuilleton-mit-mark-eisenegger>