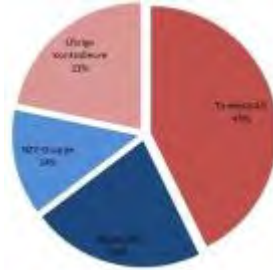


Qualitätsmängel in Schweizer Medien

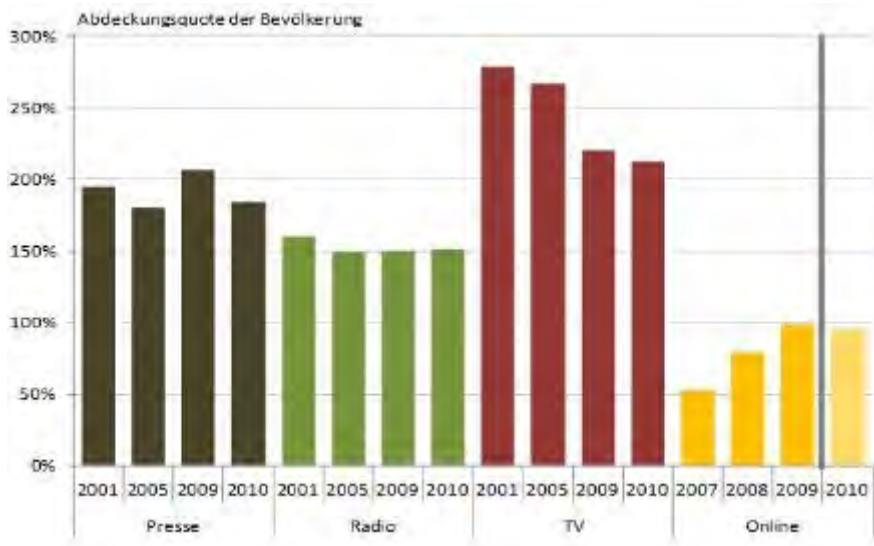


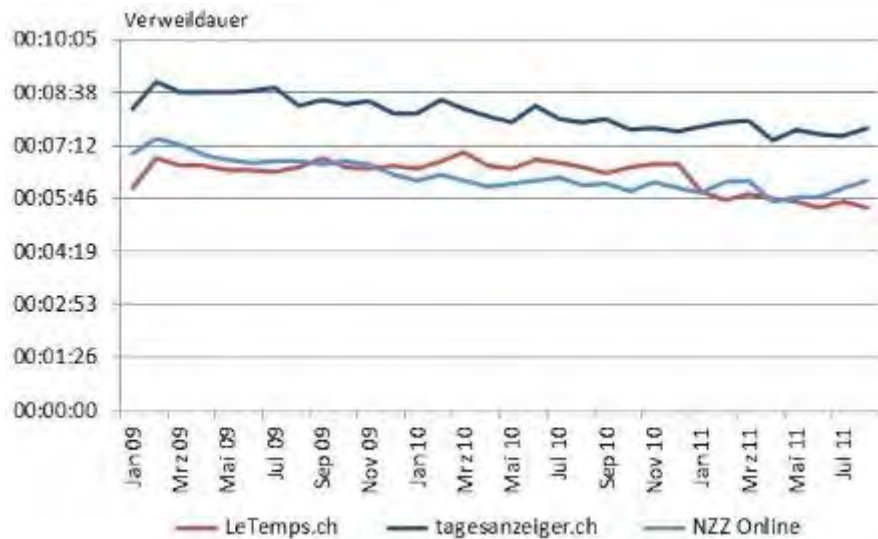
Please enter the text of your paragraphe

Am Donnerstag stellten Kurt Imhof und sein Team vom fög (Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich) die 2011er-Ausgabe des Jahrbuchs "Qualität der Medien" vor. Die Befunde sind umfangreich und im Detail auf jahrbuch.foeg.uzh.ch nachzulesen. Persoenlich.com bietet hier einen Überblick über die drei Themen Mediennutzung, Quellentransparenz und Art der Berichterstattung.

1. Mediennutzung: Rückläufige Nutzung klassischer Informationsmedien

Schweizer nutzen Informationsmedien weniger, dies gilt sowohl für die Presse, als auch für Radio und Fernsehen. Einzig die Nutzung der Onlinemedien steigt weiter, doch hat sich die Zunahme verlangsamt. Zudem ist die Abdeckungsquote von Online im Vergleich zu Presse, Radio und TV nach wie vor gering. Darüber hinaus zeigt sich eine Kluft zwischen den Onlineportalen der traditionellen Printmedien (Newssites) und den Onlineportalen, die neben Informationen Dienstleistungen wie Mailservices oder zeitversetzte Nutzung anbieten (z.B. bluewin.ch, gmx.ch oder srf.ch). Diese Onlineportale sind besser aufgestellt: Sie erreichen im Jahr 2010 67 Prozent der Wohnbevölkerung gegenüber einer Abdeckungsquote von 29 Prozent bei den eigentlichen Onlineportalen.





2. Problematischer Umgang mit Agenturmeldungen

Seit dem Frühjahr 2010 besitzt die Schweizerische Depeschagentur (sda) eine faktische Monopolstellung bei der Agenturberichterstattung für Inlandmeldungen. "Damit wird nicht nur die publizistische Vielfalt reduziert, sondern es steigen auch die Anforderungen an die einzelnen Medien, den sda-Ursprung als solchen transparent zu machen", schreiben die Autoren. Ihre Studie zeigt, dass 40 Prozent der Meldungs-Übernahmen problematisch waren. Zum Teil wurden die Texte integral übernommen, ohne sie als Agenturmeldungen zu kennzeichnen, zum Teil gar als redaktionelle Eigenleistung dargestellt oder Meldungen aus dem Softnews-Bereich wurden in Hardnewsressorts abgedruckt. Die Forscher halten dieses Vorgehen der Redaktionen für "problematisch".

Blick und 20 Minuten besonders problematisch

Die meisten intransparenten und problematischen Übernahmen kamen demnach bei den Gratis- und Boulevardzeitungen vor. Im "Blick" machten sie laut Studie volle 100 Prozent aus und in der Pendlerzeitung "20 Minuten" 98 Prozent. Auf Anfrage von persoenlich.com will die "Blick"-Chefredaktion keine Stellung nehmen: "Verständlicherweise möchte die Redaktion die Imhof-Studie vorerst genauer ansehen, bevor allenfalls ein Statement dazu abgegeben wird", lässt sie über Mediensprecher Edi Estermann ausrichten. Marco Boselli, Chefredaktor von "20 Minuten" erklärt die redaktionsinternen Standards: "Die Regelung bei '20 Minuten' ist eindeutig: Eigenleistung wird gekennzeichnet - mit vollem Autoren-Namen oder Kürzel - Agenturmaterial nicht. Im Impressum seien zudem alle Agenturen angegeben, die "20 Minuten" verwendet. Er zeigt sich kritisch gegenüber den Forschern: "Ansonsten möchte ich mich zu der gewohnt tendenziösen Studie von Professor Imhof nicht äussern. Dass er seit der letzten Studie aber mal einen Blick in unsere Zeitung geworfen hat, kann ich mit Sicherheit ausschliessen...", so Boselli.



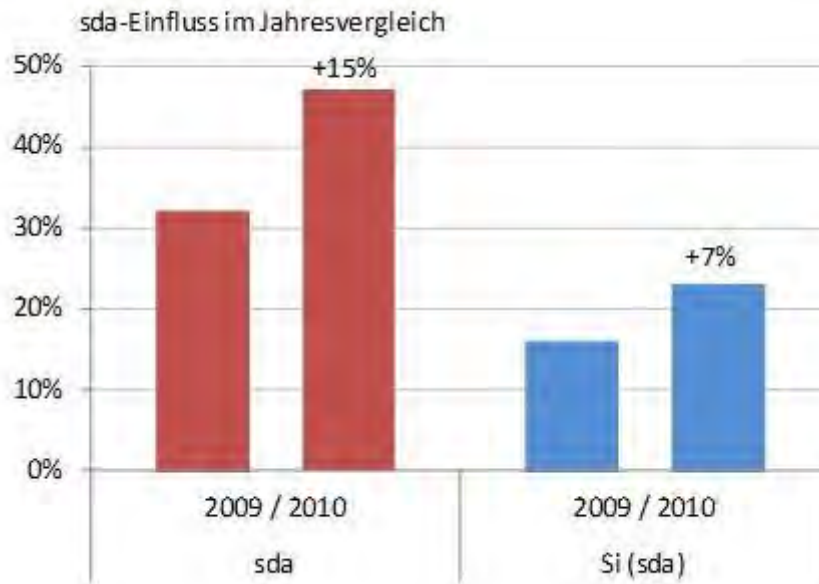
Baz und NZZ am transparentesten

In Sachen Quellendeklaration schnitten die Abonnementszeitungen deutlich besser ab - wobei der "Tages-Anzeiger" das schlechteste Resultat lieferte. Die Autoren halten dort 38 Prozent aller ermittelten Agenturübernahmen für problematisch. Dazu gehört unter anderem, dass nur partiell gekennzeichnete Agenturmeldungen aus dem Softnewsbereich in Hardnewsressorts abgedruckt werden. Wie der "Blick" will der "Tages-Anzeiger" die Resultate zuerst eingehend studieren, er zeigt sich aber kritikfähig: "Wir werden die Studie analysieren und bei Handlungsbedarf Massnahmen ergreifen", sagt Markus Eisenhut, Co-Chefredaktor des "Tages-Anzeiger" gegenüber persoenlich.com. In der "Neuen Luzerner Zeitung" liegt dieser Wert problematischer Übernahmen bei 33 Prozent, in der "Berner Zeitung" bei 32 Prozent und in der "Südostschweiz" bei 31 Prozent. Am wenigsten problematische Übernahmen haben die Wissenschaftler in der "Basler Zeitung" (26 Prozent) und in der "Neuen Zürcher Zeitung" (27 Prozent) entdeckt.

sda interveniert in Extremfällen

Die zunehmend mangelnde Sorgfalt bei der Quellendeklaration beobachtet die sda seit einiger Zeit. "Das ist auch eine Folge von den durch die Sparmassnahmen ausgedünnten Redaktionen", sagt sda-Chefredaktor Bernard Maissen gegenüber persoenlich.com. "Bei normalen Meldungen reagieren wir meist nicht, doch in ganz krassen Fällen intervenieren wir", sagt er. Diese Interventionen geschehen sporadisch, denn die sda habe keine institutionalisierte Stelle, die das Zitieren systematisch kontrolliert. "Wenn einer unserer Redaktoren selber ein Thema aufgegriffen hat, eine Reportage oder ein Feature geschrieben hat, das dann nicht mit unserem Autor oder 'sda' gekennzeichnet ist, sondern von einem eigenen Redaktor, dann rufe ich den Chefredaktor an", erklärt Maissen.

Die Vertiefungsstudie hat sich auch mit dem Einfluss der sda befasst, die seit der Einstellung der AP im Frühjahr 2010 die einzige Schweizer Nachrichtenagentur ist. Während 2009 noch 32 Prozent aller als Agenturmeldungen gekennzeichneten Beiträge von der sda stammten, stieg dieser Wert 2010 auf 47 Prozent. Besonders ausgeprägt ist der sda-Einfluss laut Studie im Ressort Politik-Inland, wo praktisch alle Agenturmeldungen von ihr stammen. In der regionalen Politik liegt der Wert bei 84 Prozent. In der Wirtschaft beträgt er 53 Prozent und im Ausland 28 Prozent - der Rest stammt von anderen Agenturen wie AFP, dapd/dpa, AWP oder Reuters.



3. Art der Berichterstattung: Softnews in Politik-Ressorts

Ein weiteres Augenmerk der Forscher lag auf der Art der Berichterstattung. Hier wurden das Verhältnis zwischen Hardnews und Softnews untersucht, sowie einordnende vs. episodische Texte. Ihr Fazit: Die Unterhaltungsfunktion der untersuchten Medien gewinnt, die Informationsfunktion verliert an Bedeutung. "Die Boulevardisierung zeigt sich im Ausbau der Softnews-Ressorts auf Kosten der Hardnews-Ressorts, in der Füllung der Ressorts Politik und News mit Softnews und in einer im Gattungsvergleich ausgeprägten Personalisierung und Privatisierung der Berichterstattung, die auch die Politikberichterstattung durchdringt", heisst es mit Bezug auf die Newssites in den Ergebnissen.

Parallel dazu sei der Informationsjournalismus episodischer geworden, d.h. der Lauf der Dinge wird auf Kosten des einordnenden Journalismus noch stärker als im Vorjahr als Abfolge von Einzelereignissen dargestellt. Der Aktualitätsdruck und die verbreitete Klickratenmentalität verleiten zu einem moralisch-emotionalen Berichterstattungsstil gerade auch in den Beiträgen mit journalistischer Eigenleistung. Journalistische Eigenleistung sei in vielen der untersuchten Onlinetitel gleichbedeutend mit der Emotionalisierung und Zuspitzung eingehender Meldungen zur Erzeugung von Aufmerksamkeit. Besonders schlecht hinsichtlich journalistischer Qualität schneiden auch dieses Jahr die Gratismedien on- und offline ab.

Am meisten thematische Berichterstattung bei NZZ-Online

Mit Blick auf die Onlineportale zeigt sich, dass die temporeiche News-Produktion im Internet zu Lasten der publizistischen Qualität geht. Ereignisse werden am wenigsten eingeordnet, der Softnews-Gehalt ist überdurchschnittlich hoch und die Abhängigkeit von fremdproduzierten Inhalten gross.

Die Studie hält fest, dass NZZ Online mit 25 Prozent thematischer Berichterstattung in den untersuchten Ressorts die Spitzenposition unter den Onlinemedien einnimmt. Betrachtet man die Frontseiten, zeigen sich zwischen erhebliche Unterschiede: Während NZZ Online und tagesanzeiger.ch mit jeweils 13 Prozent thematischer Berichterstattung noch eine einordnende Leistung erbringen, hat die Berichterstattung in 20minutes.ch und 24heures.ch einen fast ausschliesslich episodischen Charakter (98 Prozent bzw. 97 Prozent). "Auffallend ist hier, dass sich 20minuten.ch mit einem Anteil von 11 Prozent thematischer Berichterstattung in der Nähe von NZZ Online und tagesanzeiger.ch positionieren kann", schreiben die Autoren der Studie.

Methodik: Diese Untersuchung der Qualität der Medien vollzieht sich auf zwei Ebenen. Erstens wird die publizistische Versorgung, d.h. die Nutzung, die Einnahmen und die Besitzverhältnisse der Informationsmedien in der Schweiz, untersucht. Im Jahre 2010 handelte es sich um 142 Medientitel, die die erforderliche Abdeckungsrate von 0.5 Prozent der sprachregionalen Wohnbevölkerung erreichen. Zweitens werden unter diesen Titeln die 46 bedeutendsten Titel aller Mediengattungen (Presse, Radio, Fernsehen, Online-Newssites) in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz einer inhaltlichen Validierung auf der Basis der Qualitätsmerkmale Vielfalt, Relevanz, Aktualität und Professionalität unterzogen.

Die Finanzierung für das Jahrbuch wird durch die gemeinnützige Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft eingebracht.

Text: Edith Hollenstein, Abbildungen: fög

 **Ihr Kommentar**

HOME | WERBUNG | MEDIEN | MARKETING | PR | ENTERTAINMENT