

8. Oktober 2011

**Medienschau****Kurt Imhof zur Kritik des «Tages-Anzeigers» am Jahrbuch «Qualität der Medien»**

Von Kurt Imhof

**Gegendarstellung zum «Tages-Anzeiger»-Beitrag «Wissenschaftlicher Boulevard» vom Samstag, 8. Oktober 2011**

Der Chefredaktor von «Tagesanzeiger.ch», Peter Wälty, hat sich zu einem Angriff auf das Jahrbuch «Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera» (Schwabe 2011) hinreissen lassen. Dabei ist viel falsch herausgekommen.

Sucht man in dem mit Bezug auf das 568 Seiten umfassende Jahrbuch verfassten Artikel, der im Gestus der Empörungsbewirtschaftung geschrieben ist, nach des Pudels Kern, dann bleiben fünf Vorwürfe:

1. Peter Wälty schreibt, in der Untersuchung würde behauptet, die Nutzung von Newssites sei 2010 erstmals rückläufig und wir hätten diese Aussage nicht berichtigt.

Richtig ist, dass uns bei der Erstellung der Darstellung auf S. 75 über die Abdeckung der Bevölkerung durch alle Gattungen der Informationsmedien und auf S. 311 über die Abdeckung der Bevölkerung durch die Gattung Online tatsächlich ein Fehler unterlaufen ist, der auf eine von uns nicht beachtete Umstellung der Messmethoden von Net-Matrix zurückgeht. Dadurch lassen sich die Zeitreihen vor 2009 mit den Angaben bezüglich 2010 nicht vergleichen.

Völlig falsch ist der Vorwurf, dass wir das nicht berichtigt hätten: Im Gegenteil, der Fehler wurde *vor* der Herausgabe des Jahrbuchs entdeckt, und wir haben gleichzeitig mit der Herausgabe mit einem Corrigendum auf der [Website des Jahrbuchs](#) reagiert und in der Medienkonferenz anlässlich der Herausgabe am Donnerstag dem 6.10.2011 auf diesen Umstand hingewiesen. Gleichentags wurde Peter Wälty in einem Telefongespräch von Patrik Ettinger, Mitarbeiter des fög – Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft, explizit über beides informiert und auf das Corrigendum hingewiesen. Entsprechend ist seine Aussage bezüglich «Unterschlagung» wider besseren eigenen Wissens falsch.

2. Zu unserem Bedauern befindet sich nun ausgerechnet bei der Lesehilfe zur Darstellung auf S. 75 ein Tippfehler. Das macht die Lesehilfe unbrauchbar, hat jedoch keine Auswirkungen auf die Darstellung selbst.
3. Beim Vergleich der sogenannten Newssites (etwa «NZZ Online») und Onlineportalen (etwa bluewin.ch) sei der Befund falsch, moniert Peter Wälty. Ausserdem würden wir unterschlagen, «dass Onlineportale wie Bluewin, anders als Presseerzeugnisse, in der Regel nicht nur in einem Landesteil benutzt werden, sondern gesamtschweizerisch».

Beides ist falsch. Alle Sites werden jeweils für die drei Sprachgruppen berechnet, weil in der Untersuchung die jeweilige Nutzung in den drei grossen Sprachregionen interessiert. Unterschieden werden dabei die Typen Abonnement-Online, Boulevard-Online, Gratis-Online sowie Onlineportale, also die Newssites der Abonnementszeitungen, der Boulevardzeitungen, der Gratiszeitungen und von Dienstleistungsanbietern mit News (z.B. bluewin.ch) bzw. von Rundfunkanbietern (z.B. sf.tv).

Diese Onlineportale finden in allen Sprachregionen grosse Verbreitung. In der deutschen und französischen Sprachregion werden vor allem die Newssites des Typs Boulevard (etwa «Blick.ch») und Gratis (etwa «20minuten.ch») viel genutzt, während jene des Typs Abonnement hinterherhinken. Nun liegen diese Onlineportale in ihrer Verbreitung gesamthaft

## SUCHEN

 

## LETZTE EINTRÄGE

- «Engagement» vor Reichweite
- Ein wahrer Freund
- Kurt Imhof zur Kritik des «Tages-Anzeigers» am Jahrbuch «Qualität der Medien»
- Jahrbuch 2011 zur Qualität der Schweizer Medien
- Zur Konkurrenz verdammt
- Ein meritorisches Gut?
- Nicht jede («NZZ»-)Infografik dient auch der Information

## LETZTE KOMMENTARE

- *Kurt Imhof zu:* Ein wahrer Freund
- *Lukas Egli zu:* Ein wahrer Freund
- *David zu:* Ein wahrer Freund
- *Giorgio Girardet zu:* Ein wahrer Freund
- *Roland Zbinden zu:* Ein wahrer Freund
- *Bobby California zu:* Jahrbuch 2011 zur Qualität der Schweizer Medien
- *Esther Kamber zu:* Ein wahrer Freund

## ARCHIV



- RSS 1.0 (Volltext)
- RSS 2.0 (Volltext)
- Atom (Anrisse)

deutlich vor den Newssites der Abonnementszeitungen. Auch im Einzelnen zeigt sich, so etwa im 4. Quartal 2010, dass die Newssite mit der grössten Wochennutzung, nämlich «20minuten.ch» (deutsch: 563'000), in der deutschen Sprachregion im Vergleich mit dem am meisten genutzten Onlineportal, bluewin.ch (deutsch: 961'000), deutlich zurückliegt. Die Kritik von Peter Wälty an den Aussagen zum Vergleich von Onlineportalen und Newssites ist nicht haltbar.

4. Peter Wälty behauptet zudem, wir hätten die Umsatzzahlen für die Gattung Online nicht beachtet. Das ist falsch. Wir haben diese Bruttoangaben sehr wohl einbezogen und kommentiert (S. 71, 72). Ausserdem insinuiert er mit Bezug auf «Tagesanzeiger.ch», es sei möglich, auf Titelebene Angaben über Werbeeinnahmen zu erhalten. Für das Jahr 2010, das Untersuchungsjahr des Jahrbuches, ist dies nicht möglich. Möglich ist es erst ab 2011, und die Angaben beziehen sich überhaupt nur auf Bruttowerbezahlungen, d.h. die tatsächlichen Einkünfte sind nicht eruierbar (vgl. [www.mediafocus.ch/de/angebot/werbeforschung/methodik-systematik/factsheets-medien/#c549](http://www.mediafocus.ch/de/angebot/werbeforschung/methodik-systematik/factsheets-medien/#c549)).

5. Schliesslich behauptet Peter Wälty, die Aussage im Jahrbuch sei falsch, dass der Informationskonsum auf Newssites von Suchmaschinen gesteuert sei. Tatsächlich sagen wir im Jahrbuch auf S. 84 folgendes:

«Wird ferner berücksichtigt, dass der Informationskonsum im Internet sehr selektiv und stark von Suchmaschinen gesteuert ist, dann wird klar, dass sich hier keine den anderen Gattungen [d.h. Presse, Radio und Fernsehen] vergleichbare Publikumsbindung erzielen lässt.»

Dass der Informationskonsum auf Newssites stark von Suchmaschinen geprägt ist, ist ein branchenweit verankertes und durch Untersuchungen in den USA bestätigtes Wissen. Freilich geben dies die Newssites nur ungern bekannt. Zum Glück liefert nun Peter Wälty in seinem Furor gleich selbst die Zahl von 20 Prozent der Zugriffe, die nur schon via Google bei «Tagesanzeiger.ch» landen.

Fazit: Wir bedanken uns für den Hinweis auf den Tippfehler und meinen, dass er die Untersuchung tatsächlich ernst nehmen sollte.

*Kurt Imhof leitet den «fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft» des Instituts für Publizistikwissenschaft und Medienforschung und des Instituts für Soziologie der Universität Zürich. Er ist Mitherausgeber des Jahrbuchs «Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera».*

**Update**, 12. Oktober 2011: Newsnetz-Chefredaktor Peter Wälty antwortet auf Kurt Imhofs Replik: «[Kritik der Kritik](#)». Und auch dazu gibt es bereits eine [Stellungnahme](#) der Herausgeber des Jahrbuchs.

8. Oktober 2011 von Kurt Imhof



## Trackback

TrackBack URL für diesen Eintrag:  
<http://www.medien Spiegel.ch/cgi-bin/mt/mt-tb.cgi/3142>

## Bemerkungen

Gut gebrüllt, Herr Professor, hähä. Der Herr Wälty hätte sich vielleicht doch erst mit der Materie befassen sollen.

Von: Solonlöwe am 08.10.11 19:15

## Bemerkung anbringen

Name:

E-Mail:

URL:

Bemerkung:

Spamschutz: Bitte geben Sie unten das Wort "zug" ein - ohne  
Anführungszeichen (**zwingend notwendig**):

 