

## Kritik der Kritik

Von [Peter Wälty](#). Aktualisiert am 12.10.2011 [7 Kommentare](#)

 [Empfehlen](#) 6

Eine Studie der Universität Zürich, welche die Qualität der Medien kritisierte, geriet selber in die Kritik. Nun antworten die Autoren der Studie.



Das Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien – Schweiz, Suisse, Svizzera» des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft.

### Artikel zum Thema

- ▶ [Wissenschaftlicher Boulevard](#)
- ▶ [«Die Unterhaltungsfunktion gewinnt»](#)

### Stichworte

- ▶ [Universität Zürich](#) 

### Korrektur-Hinweis

Melden Sie uns sachliche oder formale Fehler.

Die Publikation eines [Kommentars](#) zum Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien – Schweiz, Suisse, Svizzera» des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög) im TA Print (und online) am letzten Samstag hat auf verschiedenen Plattformen eine lebhaftige Diskussion über die Qualität der Medien und diejenige der Medienkritiker ausgelöst – was wir sehr begrüßen. Noch am selben Tag hat Fög-Leiter Kurt Imhof auf der Fög-Homepage eine «Gegendarstellung» publiziert. Heute wurden Teile davon auf der Leserbriefseite in der Print-Ausgabe des Tages-Anzeigers abgedruckt. Unten der Leserbrief im Wortlaut und hier der Text auf der [Fög-Seite](#).

### Selektiver Informationskonsum

*Peter Wälty, der Chefredaktor von Tagesanzeiger.ch/Newsnetz, kritisiert das Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien – Schweiz, Suisse, Svizzera» auf unzulässige Weise. Es stimmt, dass uns bei der Erstellung der Darstellung über die Abdeckung der Bevölkerung durch die Gattung Online ein Fehler unterlaufen*

### Leben

- 11:05 [Keiner hat mehr Ideen als die Schweiz](#)
- 06:00 [Nach der Saison ist vor dem Bildschirm](#)
- 06:00 [Feiern Sie den Alltag!](#)
- 02:00 [Können Eltern und Kinderlose Freunde sein?](#)
- 15:16 [«Man wird nicht als Genie geboren»](#)
- 06:18 [Kritik der Kritik](#)

### Populär auf Facebook – Privatsphäre

Erstelle ein Konto oder [melde dich an](#), um zu sehen, was deine Freunde machen.

 **SVP-Werber Alexander Segert drohen zwei Jahre Haft**

331 Personen empfehlen das.

 **Die Griechen sind am fleissigsten**

113 Personen empfehlen das.

 **Wie Steve Jobs seine Mitarbeiter schikanierte**

116 Personen empfehlen das.

senden

*ist. Dadurch lassen sich die Angaben von 2009 mit den Angaben für 2010 nicht vergleichen.*

*Dieser Fehler wurde jedoch bereits vor der*

*Herausgabe des Jahrbuchs entdeckt. Wir haben bei der Medienkonferenz anlässlich der Herausgabe darauf hingewiesen und gleichzeitig mit einem Korrigendum auf der Website des Jahrbuchs [www.qualitaet-der-medien.ch](http://www.qualitaet-der-medien.ch) reagiert. Peter Wälty wurde dies auf Anfrage persönlich mitgeteilt. Weiter moniert Wälty, beim Vergleich der sogenannten Newssites (etwa NZZ Online) und Onlineportalen (etwa Bluewin.ch) sei der Befund falsch. Ausserdem würden wir unterschlagen, «dass Onlineportale wie Bluewin, anders als Presseerzeugnisse, in der Regel nicht nur in einem Landesteil benutzt würden, sondern gesamtschweizerisch». Beides ist falsch. Alle Sites werden selbstverständlich jeweils für die drei Sprachgruppen berechnet, weil die unterschiedliche Nutzung interessiert. Unterschieden werden dabei die Newssites der Abonnementszeitungen, der Boulevardzeitungen, der Gratiszeitungen und die Onlineportale von Dienstleistungsanbietern mit News (z. B. Bluewin.ch) beziehungsweise von Rundfunkanbietern (z. B. Sf.tv). Hohe Nutzungswerte erzielen in allen Sprachregionen diese Onlineportale. Entsprechend liegen die Onlineportale in ihrer Verbreitung gesamthaft deutlich vor den Newssites der Abonnementszeitungen, der Boulevard- wie auch der Gratiszeitungen. Peter Wälty behauptet auch, wir hätten die Umsatzzahlen für die Gattung Online als ganze nicht beachtet. Wir haben die erhältlichen Bruttoangaben (Werbeeinnahmen) sehr wohl einbezogen und kommentiert. Ausserdem insinuiert er, es sei möglich, Angaben über die Werbeeinnahmen einzelner Newssites zu erhalten. Für das Jahr 2010, das Untersuchungsjahr des Jahrbuchs, ist dies allerdings noch gar nicht möglich. Möglich ist es erst ab 2011. Schliesslich behauptet Peter Wälty, die Aussage im Jahrbuch sei falsch, dass der Informationskonsum auf Newssites von Suchmaschinen gesteuert sei. In der Tat sagen wir, «dass der Informationskonsum im Internet sehr selektiv und stark von Suchmaschinen gesteuert ist», und «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 Wissen, freilich geben dies die Newssites ungern bekannt. In seinem Furor hat Wälty nun gleich selbst die Zahl von 20 Prozent der Zugriffe genannt, die allein von Google bei Tagesanzeiger.ch landen. Unter dem Strich verdankt sich dem Beitrag von Peter Wälty lediglich der Hinweis auf einen Tippfehler. Der Beitrag beweist allerdings unfreiwillig, dass sich ernsthafte Qualitätsfragen stellen. Ein konstruktiverer Umgang mit dem Jahrbuch drängt sich auf.*



80 Meter unter der Stadt

84 Personen empfehlen das.



Soziales Plug-in von Facebook

SICHER ZUM EIGENHEIM

PUBLIREPORTAGE



Werden auch Sie Hauseigentümer – mit SWISSHAUS!

## Online-Dating



Die Generation Ü45 sucht online den Neuanfang in der Liebe. Und ist dabei cleverer als die jungen Singles.

► [Der Klick zum zweiten Glück](#)

## Sex in der Tierwelt



Vom Quicky zur Arterhaltung bis zur Rammelei aus Spass an der Freud: Auch im Tierreich regieren die Triebe.

► [Verknallte Frösche und glückliche Marienkäfer](#)

LEBEN GEHT DURCH DEN MAGEN

PUBLIREPORTAGE

*Kurt Imhof, Universität Zürich Leiter Forschungsbereich für Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög)*

### Und hier unsere Replik:

Die Ausgangslage: Das Fög hat unsorgfältig gearbeitet und in Bezug auf Online-Medien krasse Falschaussagen gemacht. Dies betrifft nicht eine Marginalie, sondern die Hauptaussage zum Thema Online, nämlich, dass die Nutzung zurückgegangen sei. Das Fög bestätigt nicht nur den Fehler, sondern auch, dass dieser vor Ablauf der Sperrfrist der Studienresultate (6. Oktober, 12 Uhr) bekannt war. Trotzdem aber hielt man es nicht für nötig, die Medien aktiv per Mail oder Agentur zu informieren. Das hat dazu geführt, dass die Schweizerische Depeschenagentur (ebenfalls mit Sperrfrist bis 12 Uhr) am 6. Oktober um 10.21 Uhr vermelden konnte: «Informationsmedien werden immer weniger genutzt.» Das ist im Fall von Online-Medien nachweislich falsch. Und dass das Fög den Fehler nicht aktiv kommuniziert hat, das haben wir im ersten Kommentar «Unterschlagung von Information» genannt. Die Existenz eines Korrigendums indessen wurde erwähnt.

### Nur ein «Tippfehler»

Der Fög-Leiter bedankt sich süffisant für den Hinweis auf den «Tippfehler» (Wortwahl: Fög) in der Legende zur Grafik zur «Abdeckungsquote» und versucht so, die Sache zu bagatellisieren. So sieht ein Tippfehler beim Fög aus: [Zum PDF](#) (versuchen Sie nicht, die Grafik zu begreifen, es geht nicht.)

Wir können auch nach einer Anfrage beim Fög nur darüber mutmassen, was die Zahl in den Säulen bedeutet. Mit Sicherheit seien es keine Prozentzahlen, wie in der «Lesehilfe» erwähnt, versicherte man uns, vielmehr handle es sich mit grosser Wahrscheinlichkeit um einzelne Titel respektive Newssendungen. Mal abgesehen davon, dass die Datenbasis im Fall von Online ohnehin falsch ist, fragen wir uns: Ist diese Darstellungsweise überhaupt zulässig? Zumal für Print gemäss Auskunft nicht die effektiven Leserzahlen berücksichtigt worden sind, sondern allein die Auflagenzahl, die bekanntlich nicht identisch ist mit der Leserzahl. Doppelleserbereinigt ist die Erhebung somit ebenfalls



World Vision hat in Bangladesch mitgeholfen, die Kindersterblichkeit um 57 Prozent zu senken.

### Umfrage ▶

Würden Sie in eine andere Gemeinde ziehen, weil dort der Steuerfuss tiefer ist?

[zur Story...](#)

Ja

Nein

Abstimmen

nicht.

### «Branchenweit verankertes Wissen»

Der Fög-Leiter weiter: «Entsprechend liegen die Onlineportale in ihrer Verbreitung gesamthaft deutlich vor den Newssites der Abonnementszeitungen, der Boulevard- wie auch der Gratiszeitungen.» Schauen wir doch den Durchschnittswert der im Jahr 2010 gemessenen Reichweiten (gemäss [Net-Matrix Audit](#), Unique Clients pro Monat) an. Beim Onlineportal Sf.tv: 1.9 Millionen. Bei der Newssite der Gratiszeitung 20minuten.ch: 2.2 Millionen. Deutlich vorne ist anders.

«Dass der Informationskonsum auf Newssites stark von Suchmaschinen geprägt ist, ist ein branchenweit verankertes Wissen», weiss der Fög-Leiter. Mag sein, aber deshalb wird es nicht wahrer. Der Newskonsum ist nicht von Suchmaschinen gesteuert. Für faktenbasiertes Wissen, braucht es Einblick in die Log-Files. Entgegen der Behauptung, Newssites gäben den Traffic über Suchmaschinen nur ungern bekannt, legen wir hier die Zahl offen: Tagesanzeiger.ch hatte 2010 etwa 23 Prozent Google-Traffic (andere Suchmaschinen sind irrelevant, denn sie werden praktisch nicht verwendet). Interessant ist nun, was die Leute auf Google machen. Hier eine Top-10-Liste aus dem Analyse-Tool (2010):

1.	<a href="#">tagesanzeiger</a>	Sie suchen schlicht die Marke, sie wollen ganz bewusst zu Tagesanzeiger.ch , aber sie benutzen Google quasi als Browser. 50 Prozent der Google-Zugriffe betrifft das. Das weiss der Fög-Leiter nicht, kann er auch gar nicht. Und so beträgt am Ende die Zahl der Direktzugriffe gegen 90 Prozent.
2.	(other)	
3.	<a href="#">tagesanzeiger.ch</a>	
4.	<a href="#">tagl</a>	
5.	<a href="#">tages anzeiger</a>	
6.	<a href="#">wwwtagesanzeiger.ch</a>	«Werbeeinnahmen sind sehr gering»
7.	<a href="#">tagl.ch</a>	
8.	<a href="#">wwwtagl.ch</a>	Der Fög-Leiter schreibt: «Peter Wälty behauptet auch, wir hätten die Umsatzzahlen für die Gattung Online als ganze nicht beachtet. Wir haben die erhältlichen
9.	<a href="#">tagesanzeigeronline</a>	
10.	<a href="#">ta</a>	

Bruttoangaben (Werbeeinnahmen) sehr wohl einbezogen und kommentiert.» Wenn das tatsächlich passiert ist, tat man sich entweder schwer mit der Quelle (das wird auch zugegeben: «schwer eruierbare Finanzierungsgrundlagen») und/oder man hat einen falschen Schluss gezogen. Der lautet nämlich: «Die für den (sic!) Online verfügbaren

Werbeeinnahmen... sind nach wie vor sehr gering» (Broschüre, S. 22). Wie erwähnt, das Fög hätte die Zahlen für einzelne Webseiten bei Media Focus beziehen können, das hätte einen zuverlässigen Eindruck über die im Jahr 2010 erzielten Umsätze ergeben.

Es ist mitnichten so, dass sich Newsnetz der Qualitätsdiskussion entziehen will. Und wir haben beileibe nicht das Gefühl, dass wir fehlerfrei arbeiten und dass es nicht viel zu verbessern gäbe. Aber wenn wir in der Fög-Studie lesen müssen (Broschüre S. 34), dass Fehleranfälligkeit die Glaubwürdigkeit herabsetzt, fragen wir uns tatsächlich, inwieweit wir uns mit der Kritik in der Studie auseinandersetzen müssen. Wir glauben nämlich nicht, dass das Fög auch hier irrt.

(Tagesanzeiger.ch/Newsnetz)

Erstellt: 12.10.2011, 07:56 Uhr

 Empfehlen   Tweet   +1

#### Kommentar schreiben

Verbleibende Anzahl Zeichen:

#### ANZEIGEN



#### Kredit mit 10 % Rabatt.

Jetzt vom Kredit mit 10% Online-Rabatt profitieren. Der 10-Millionen-Countdown läuft. Jetzt profitieren!



#### Umzugskisten bestellen

Jetzt Kisten bestellen und sich nach Hause liefern lassen! [Hier bestellen](#)



#### Walbusch - 2 für 1!

2 bügelfreie Hemden Ihrer Wahl zum günstigen Kennenlernpreis von nur SFr. 99! [Jetzt testen und sparen!](#)

## 7 Kommentare

Thea Meier

12.10.2011, 23:23 Uhr

[Melden](#)



Eigentlich braucht es solche Studien nicht. Man merkt von selber dass die Qualität der Onlinemedien gesunken ist. Rechtschreibfehler, Artiklen werden mit neuem Titel nochmals publiziert etc.

[Antworten](#) ▶

Thomas Sandler

09:18 Uhr

[Melden](#)



Wenn die sprachliche Qualität bei Onlinemedien sinkt.. gibt es überhaupt noch Leser, die das merken? Bzw. Kritiker, die selber kaum einen fehlerfreien Satz hinbekommen?  
Oder ist der sprachliche Verfall nicht dem Siegeszug des Fernsehens zu verdanken?

alex Flury

12.10.2011, 10:48 Uhr

[Melden](#)



na gut, einverstanden, die Perspektive zählt doch !  
Trotzdem schwinden eure Verkaufszahlen, und was sagt euch das, liebe Tamedia?

[Antworten](#) ▶

daniel keller

12.10.2011, 10:41 Uhr

[Melden](#)



Die empfindliche, beinahe mimosenhafte Reaktion der Medien zeigt gut, dass die Kritik ins schwarze trifft. Verboulevardisierung bringt eben nicht nur Klicks und Anzeigen, sondern auch einen Verlust an Prestige. Wenn man das eine will, sollte man zum anderen stehen.

[Antworten](#) ▶

Alain Burky

12.10.2011, 09:42 Uhr

[Melden](#)



"Hegel" macht die ersten Gehversuche auf dem Computer:  
These (+1) + Antithese (-1) = Synthese (=0).

[Antworten](#) ▶

lorenz zeller

12.10.2011, 09:17 Uhr

[Melden](#)

Regelmässiges Anklicken von Newsnetz belegt eigentlich klar, dass es mit der Qualität nicht zum Besten steht! Oder weshalb wird die Leserin/der Leser aufgefordert inhaltliche und formale Fehler zu melden?  
Eigentlich würde ich von Qualitätsjournalismus erwarten, fehlerfreie

18

Informationen "geliefert" zu bekommen.

[Antworten](#) ▶

Stefano Buzzi

12.10.2011, 09:09 Uhr

[Melden](#)

5

Wenn ich Kurt Imhof wäre.....würde ich keine Antwort zum Artikel von Peter Wälty geben. Alles ist jetzt ziemlich klar

[Antworten](#) ▶

#### ABC&D



Gewinne Tickets für Rolling Stone Charlie Watts und ABC&D of Boogie Woogie

#### VON SYDNEY NACH ADELAIDE



Lassen Sie sich inspirieren von den schönsten Routen Australiens & gewinnen Sie Ihre Traumreise.

#### "SCOUP IT OUT!"



Das schweizer Online-Portal für exklusive Lifestyle-Aktionen

#### ONLINE-KADERMARKT



ALPHA.CH: der online-Kadermarkt der Schweiz.

#### JOBS



Jobs, in die man sofort wechseln will!

**Ressorts:** [Zürich](#) · [Schweiz](#) · [Ausland](#) · [Wirtschaft](#) · [Börse](#) · [Sport](#) · [Kultur](#) · [Panorama](#) · [Wissen](#) · [Leben](#) · [Digital](#) · [Auto](#)

**Marktplatz:** [Stellen](#) · [Immobilien](#) · [Weiterbildung](#) · [Kooperationen](#) · [ePaper Stellenmarkt](#)

**Dienste:** [Suche](#) · [RSS](#) · [Newsletter](#) · [iPad](#) · [Wetter](#)

**Tages-Anzeiger:** [Aboservice](#) · [Carte Blanche](#) · [ePaper](#) · [Zeitungsarchiv](#) · [Inserieren](#) · [Mediadaten](#) · [Kontakt](#) · [Leserbriefe](#) · [Impressum](#) · [Kreuzworträtsel](#) · [Publizistische Leitlinien](#) · [Disclaimer](#)