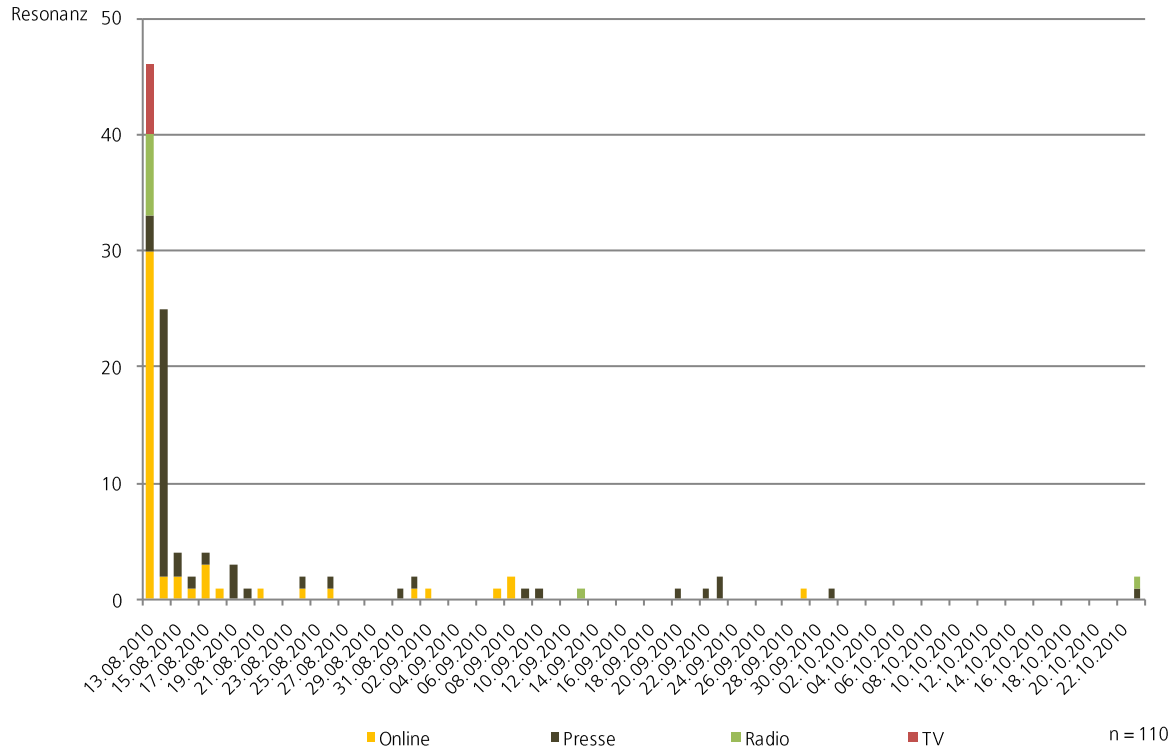


Jahrbuch 2010

«Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera»

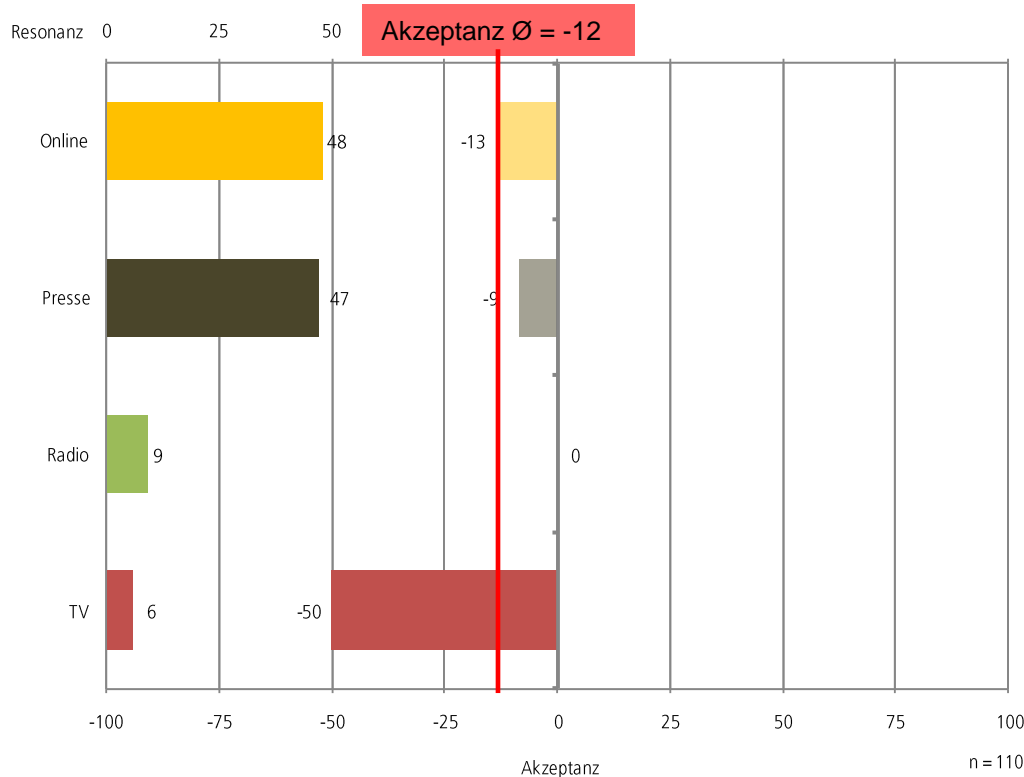
Analyse zur Berichterstattung in der Schweizer Medienarena
(13.8. bis 23.10.2010)

Resonanzverlauf nach Mediengattung



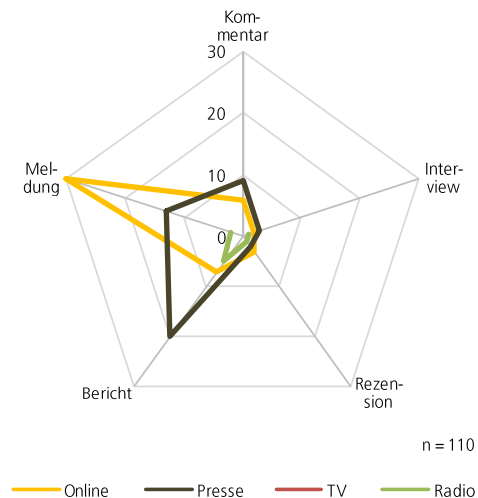
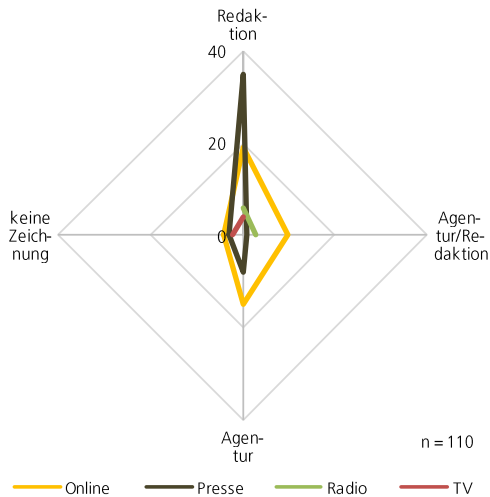
- Das Jahrbuch hat hohe Aufmerksamkeit generiert. Es ist gelungen, eine nachhaltige Debatte über die Qualität der Medien in der Schweiz anzustossen.
- Ab dem 15.8. berichten v.a. Abonnementszeitungen und Special-Interest-Medien aus dem Onlinebereich. Dabei nehmen meinungsbetonte Darstellungsformen (Kommentare, Interviews, Rezensionen) im zeitlichen Verlauf zu.
- Ereigniszentrierte und punktuelle Berichterstattung in Radio und TV.

Resonanz und Akzeptanz nach Mediengattung



- Hohe Resonanz des Jahrbuchs in der schweizerischen Medienarena.
- Berichterstattung zum Jahrbuch primär in Online- und Pressemedien.
- Neutrale bis leicht negative Akzeptanz. Vor dem Hintergrund der negativen Befunde bzgl. Qualitätserosion sind die Akzeptanzwerte als Erfolg zu werten.
- TV: Beiträge mit Stellungnahmen von Lebrument und Vogt (20min) in der Tagesschau laden negativ.

Professionalität nach Mediengattung



- Deutliche Unterschiede hinsichtlich Professionalität (redaktionelle Eigenleistung, Darstellungsform) zwischen On- und Offline.
- Presse: Deutlich höhere redaktionelle Eigenleistung als Newssites. Bei den tatsachenbetonten Darstellungsformen (Berichte, Meldungen) dominieren Berichte, die sowohl in temporaler, wie in sach- und akteursbezogener Hinsicht stärker Zusammenhänge und Hintergründe beleuchten als Meldungen.
- Online: geringere redaktionelle Eigenleistung. Dominanz des „Häppchenjournalismus“ (Meldungen). Meinungsbetonte Darstellungsformate erscheinen vorwiegend auf Special-Interest-Newssites.

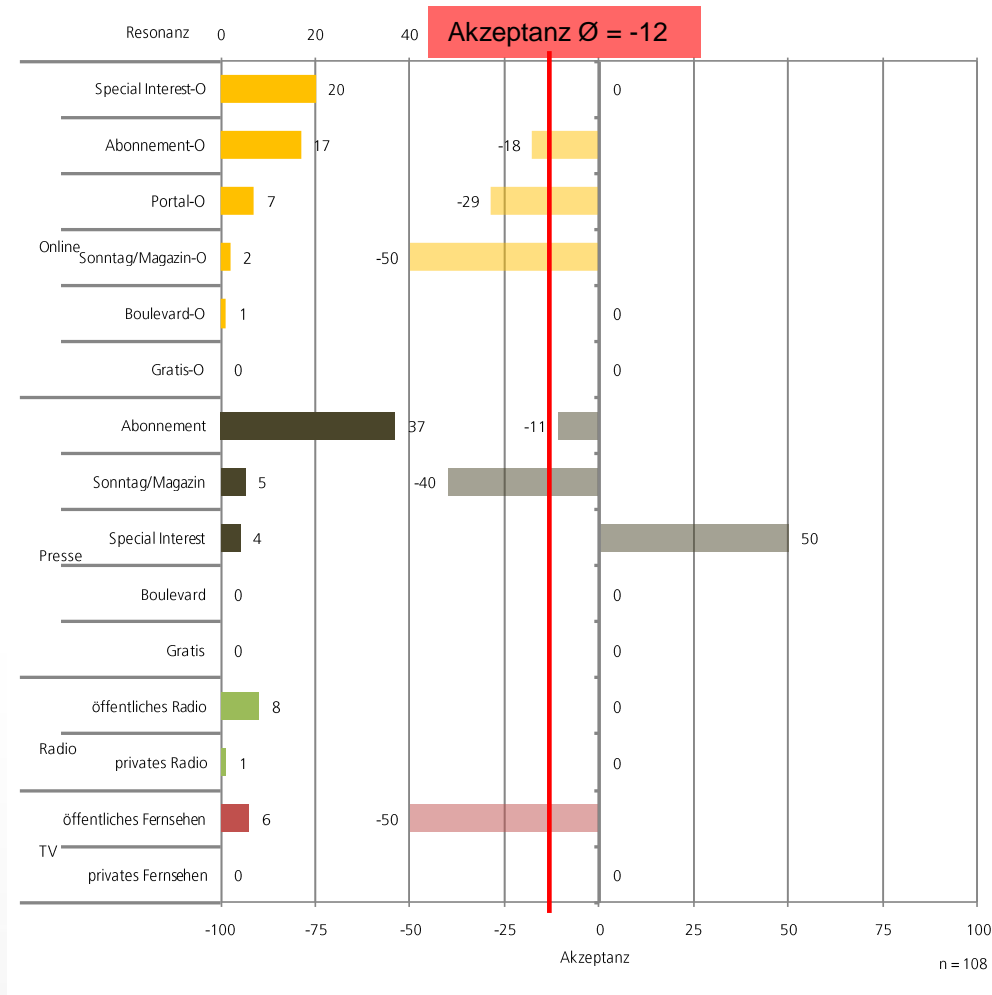
Resonanz nach Medientyp

Online (44%)	Special Interest-O	43%
	Abonnement-O	36%
	Portal-O	15%
	Sonntag/Magazin-O	4%
	Boulevard-O	2%
	Gratis-O	0%
Presse (43%)	Abonnement	80%
	Sonntag/Magazin	11%
	Special Interest	9%
	Boulevard	0%
	Gratis	0%
Radio (8%)	öffentliches Radio	89%
	privates Radio	11%
TV (5%)	öffentliches Fernsehen	100%
	privates Fernsehen	0%

- In der Presse findet das Jahrbuch die klar höchste Aufmerksamkeit in Abonnementsmedien. Auch im Onlinesegment sind die Abonnement-Newssites ein massgeblicher Treiber der Berichterstattung.
- Online: Special-Interest-Newssites* mit höchster Beachtung des Jahrbuchs.
- Rundfunk: Resonanz (fast) ausschliesslich in öffentlichen Radio- und TV-Sendungen.
- Gratis- und Boulevardmedien verschliessen sich der Debatte.
- Wie zu erwarten war, hat das Jahrbuch in der Sonntagspresse nur geringe Resonanz erhalten. Entsprechend dem „Primeurwettbewerb“ wurde „nur“ ein Beitrag (SoZ) publiziert. Beiträge in Magazinen: Das Magazin, Die Zeit, Weltwoche, taches.

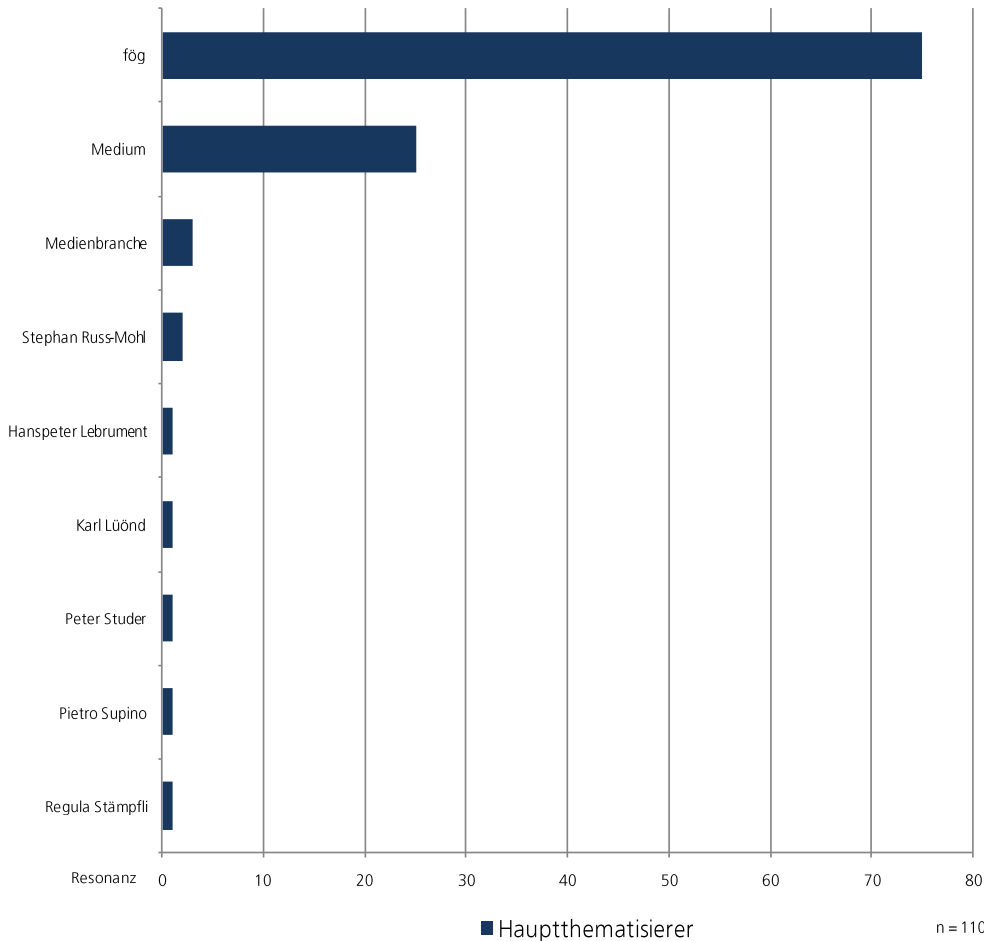
* *presseverein.ch, comedia.ch, carta.info, wirtschaft.ch, Klein Report, medienheft.ch, diepresse.com, hoefner.ch, fuw.ch, Werbewoche Online, premiumpresse.de, wirtschaft.ch, Schweiz Magazin, Handelszeitung Online, news.ch, presseportal.ch, persoenlich.com.*

Resonanz und Akzeptanz nach Medientyp



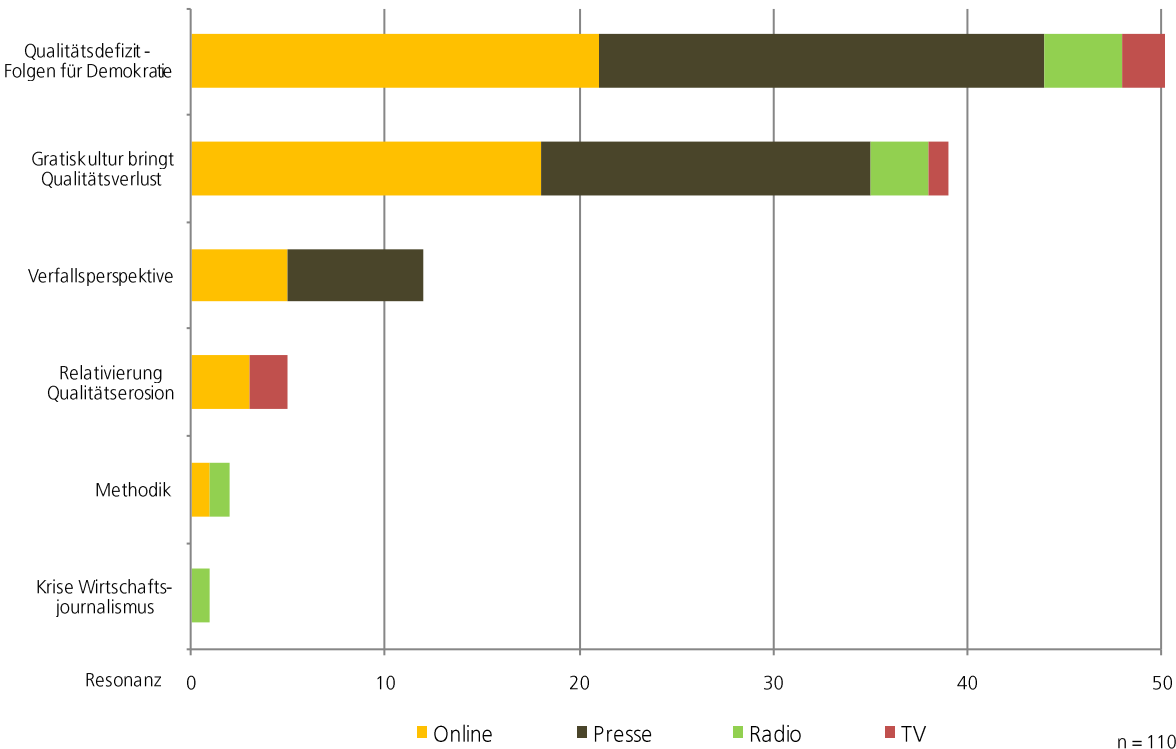
- Befunde des fög werden mehrheitlich deskriptiv wiedergegeben.
- *Abonnement, Abonnement-O und Portal-O*: Negative Akzeptanzwerte sind massgeblich getrieben durch die orchestrierte, via SDA - Meldung multiplizierte Kommunikation von Vertretern der Medienbranche: Namentlich Hanspeter Lebrument (Verband Schweizer Presse), Marco Boselli (Chefredaktor 20 Minuten) und Jürg Bachmann (Verband Schweizer Privatradios).
- *Sonntag/Magazin*: Beitrag von Tamedia-VR-Präsident Supino im Magazin und Kommentar von Peter Rothenbühler in der Sonntagszeitung laden negativ.
- *Sonntag-/Magazin-O*: Weltwoche-Bertrag („Die Vereinheitlicher“).
- TV: Negative Stellungnahmen von Lebrument und Vogt (20minuten.ch) in der Tagesschau.
- Positiver Akzeptanzwert in Special-Interest-Medien auf Beiträge von Stephan Russ-Mohl zurückzuführen (Werbewoche, Die Furche).

Hauptthematizierer



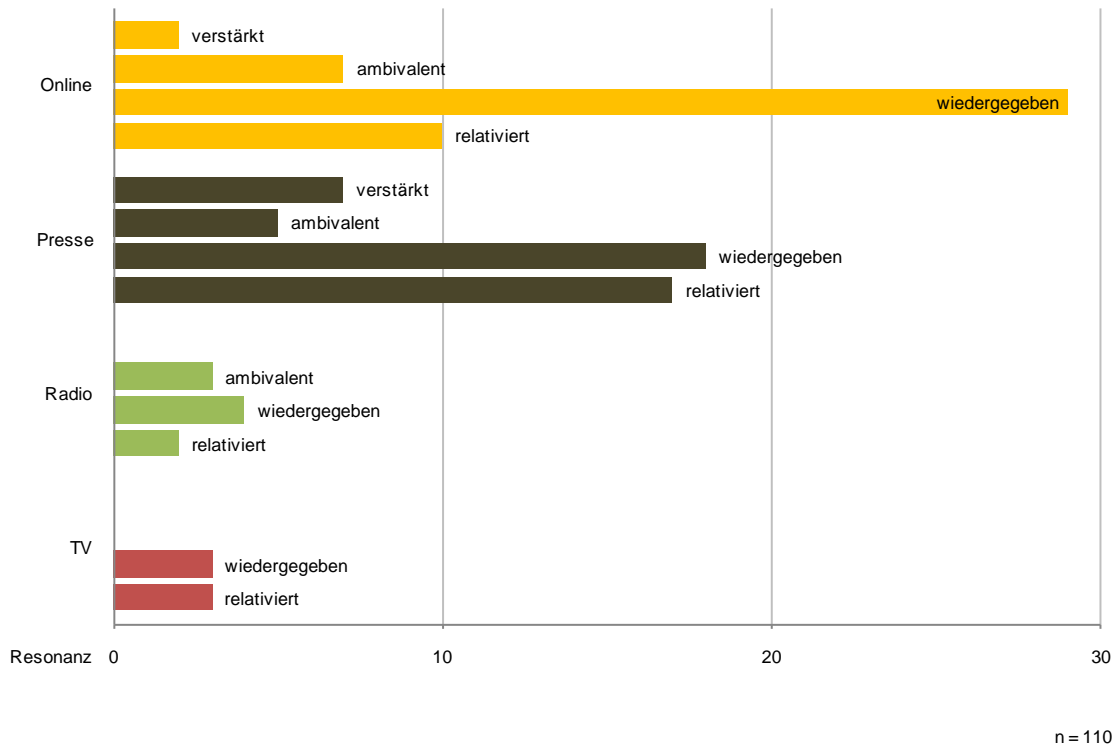
- Die in Anbetracht der Thematik respektable Akzeptanz gründet in der weitgehenden Deutungshoheit des fög. Andere Akteure, wie z.B. Interessenvertreter der Medienbranche erhalten zwar einen breiten Resonanzrahmen für Stellungnahmen (vgl. Qualitätsdebatte), vermögen ihre Deutungsperspektive aber nicht in gleichem Masse durchzusetzen (vgl. auch Grafik zu den Frames).
- Substantielle Eigenleistung der Medien in Form einer (mehr oder weniger) reflexiven Auseinandersetzung mit dem Jahrbuch wird primär in Kommentaren, Rezensionen und vertiefenden Berichten von Abonnements- und Special-Interest-Medien geleistet.

Frames – Resonanz nach Gattungen



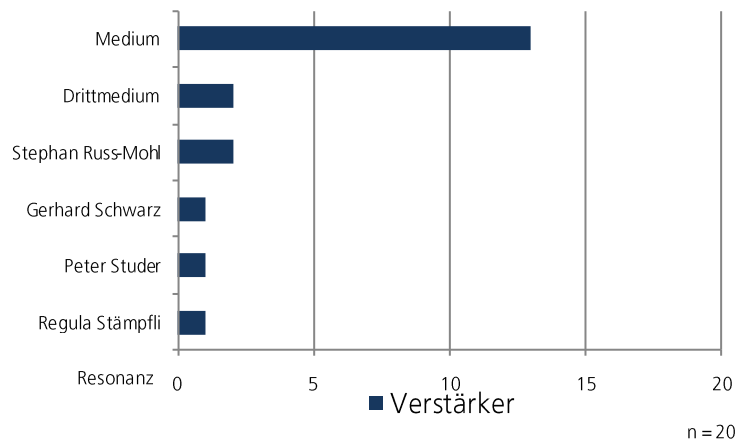
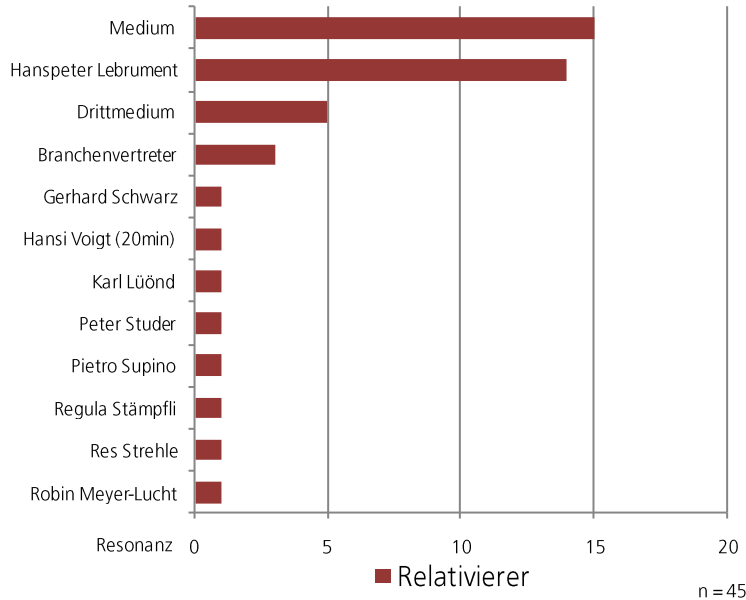
- Die Hauptbefunde des Jahrbuchs bilden auch den zentralen Frame der Jahrbuch-Berichterstattung (85%).
- Kritische Stimmen zum Jahrbuch erhalten nicht in gleichem Masse Aufmerksamkeit.
- Verfallsperspektive: Die „Entwicklung einer Verfallsthese“ (NZZ, 14.8.2010) bildet in 12% aller Beiträge den Hauptfokus.
- Relativierung Qualitätserosion: Die Kritik am konstatierten Qualitätsdefizit der Gratismedien On- und Offline bildet in 5% aller Beiträge den Hauptfokus.
- Methodische Aspekte des Jahrbuchs (aktuell: Supino-Beitrag im Magazin) stehen nicht im Fokus.

Qualitätsdebatte im Kontext Jahrbuch – Verstärker und Relativierer (1) Aussageebene



- fög-Position der Relevanz einer Debatte über die Qualität der Informationsmedien in der Schweiz wurde in 49% aller Beiträge wiedergegeben. Besonders stark bei den Onlinemedien aufgrund des hohen Anteils an Agenturmeldungen (60%), weniger im Pressebereich (38%).
- Alimentierende Positionen sind in allen Gattungen selten bzw. inexistent. Prozentual am stärksten wird die fög-Position in der Presse gestützt (15%).
- Gleichzeitig wird die Dringlichkeit einer Qualitätsdebatte aufgrund sinkender Informationsleistungen in der Presse auch am stärksten negiert (36%). In den gedruckten Medien findet folglich die stärkste Auseinandersetzung mit den Jahrbuch-Positionen statt.

Qualitätsdebatte im Kontext Jahrbuch – Verstärker und Relativierer (2)



- Die Medien selbst wirken – neben dem fög (vgl. vorherige Folie) – am stärksten auf die Qualitätsdebatte ein; sie bilden sowohl deutungsmächtige Verstärker als auch Relativierer.
- Durch die Forumsfunktion der Medien finden auch andere Akteure einen Resonanzrahmen für ihre Bewertungen.
- Relativierende Positionsbezüge kommen primär von Interessenvertretern der Medienbranche. Wirkmächtig tritt hier insbesondere Hanspeter Lebrument, Präsident des Verbandes Schweizer Medien auf.
- Voten, die die grundlegenden Befunde des Jahrbuchs stützen finden sich primär in Special-Interest-Medien (Journal 21, Werbewoche, Editio, Die Furche, Medienspiegel.ch, presseverein.ch, carta.info, medienheft.ch) sowie in der Qualitätspresse On- und Offline (NZZ, NZZ Online, Die Zeit, St.Galler Tagblatt) sowie in der WoZ und comedia.ch.
- Eine Debatte von wissenschaftlichen Akteuren in der Öffentlichkeit hat das Jahrbuch allerdings kaum angestossen. Einzig Russ-Mohl (Verstärker), Stämpfli (sowohl verstärkende als auch relativierende Aussagen) und Meyer-Lucht (Relativierer) beteiligen sich an der Debatte über die Qualität der medial vermittelten Öffentlichkeit.

Kontakt

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich

Tel.: +41 44 635 21 23

Fax: +41 44 635 21 01

Mail: jahrbuch@foeg.uzh.ch

Internet: www.foeg.unizh.ch / www.qualitaet-der-medien.ch