MQR-20

Medienqualitätsrating 2020

Tages- und Onlinezeitungen | Sonntagszeitungen und Magazine | Boulevard- und Pendlerzeitungen | Radio- und Fernsehsendungen

MQR-20 Medienqualitätsrating 2020

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Qualitätsverständnis und Vorgehen	4
Methodisches Vorgehen	6
«Jahrbuch» und Medienqualitätsrating	7
Ergebnisse	8
Beispielseite	9
Die Ergebnisse auf einen Blick	10
Gruppenranking	12
Vertrauen in Medientitel	14
Ausmass der inhaltlichen Medienkonzentration	16
Tages- und Onlinezeitungen	21
Aargauer Zeitung	23
Basler Zeitung	24
bazonline.ch	25
Berner Zeitung	26
bernerzeitung.ch	27
Der Bund	28
Luzerner Zeitung	29
luzernerzeitung.ch	30
Neue Zürcher Zeitung	31
nzz.ch	32
St. Galler Tagblatt	33
tagblatt.ch	34
Südostschweiz	35
Tages-Anzeiger	36
tagesanzeiger.ch	37
24 heures	38
24heures.ch	39
Le Nouvelliste	40
lenouvelliste.ch	41
Le Temps	42
letemps.ch	43
Sonntagszeitungen und Magazine	44
NZZ am Sonntag	46
Schweiz am Wochenende	47
SonntagsBlick	48
SonntagsZeitung	49
Weltwoche	50
WOZ Die Wochenzeitung	51
Le Matin Dimanche	52
Boulevard- und Pendlerzeitungen	53
20 Minuten	55
20minuten.ch	56
Blick	57
blick.ch	58
watson.ch	59
20 minutes	60
20minutes.ch	61
lematin.ch	62
Radio- und Fernsehsendungen	63
SRF – 10vor10	65
SRF – Echo der Zeit	66
SRF – Rendez-vous	67
SRF – Tagesschau	68
srf.ch/news	69
Tele 1 – Nachrichten	70
TeleBärn – News	71
Tele M1 – Aktuell	72
TeleZüri – ZüriNews	73
Léman Bleu – Le Journal	74
RTS – Le 12h30	75
RTS – Le Journal	76
rts.ch/info	76
Anhang	78
Analysesteckbrief	79
Mediensample und Fallzahlen	80
Methodik Inhaltsanalyse	81
Methodik Befragung	86
Wissenschaftliche Teams	90
Stifterverein	91
Impressum	92

Die Studie ist online und als PDF auf www.mqr-schweiz.ch verfügbar.

© Medienqualität Schweiz

Vorwort

Seit 2014 misst unsere Studie die Entwicklung der Qualität der wichtigsten Informationsmedien der Schweiz. In diesen sechs Jahren hat sich das Zeitungsland Schweiz zur «Digital first»-Medienlandschaft verändert – mit teilweise drastischen Folgen. Die Digitalisierung hat der Boulevardisierung auch der Qualitätsmedien Vorschub geleistet, mit mehr Human Interest, populären Stoffen und zugespitzten Headlines. Liveticker, Pushnachrichten und soziale Medien zeichnen sich durch eine fortlaufende Fixierung auf die Gegenwart aus. Die Einordnung in Zusammenhänge droht ins Hintertreffen zu geraten.

Auffällig im Zusammenhang mit dem Bedeutungsverlust der gedruckten Zeitung steht der sich abzeichnende Qualitätsrückgang in der ganzen Gruppe der Sonntagszeitungen und Wochenmagazine, die viele Jahre die Königsgattung im Print-Journalismus darstellte. Anders als befürchtet hat sich jedoch die Berichterstattungsqualität in den Online-Ausgaben in den relevanten Bereichen Politik und Wirtschaft nicht auf einem tieferen Niveau eingependelt.

Im MRQ-20 können sich etwa die Newssites nzz.ch und bernerzeitung.ch gegenüber 2018 um jeweils 4 Qualitätspunkte verbessern. Mit dieser Qualitätssteigerung gelingt es der bernerzeitung.ch die Printausgabe zu übertreffen. nzz.ch erreicht inzwischen fast das Qualitätsniveau der Printausgabe – eine Entwicklung, die vor einigen Jahren noch schwer vorstellbar war.

Weit dramatischer und folgenschwerer sind die wirtschaftlichen Veränderungen der Digitalisierung. Heute konkurrenzieren Tages- und Onlinezeitungen nicht länger nur untereinander, sondern zusätzlich mit Informations- und Unterhaltungsangeboten aller Art aus aller Welt. Die Entfesselung des Wettbewerbs auf dem Werbe- und Lesermarkt hat dazu geführt, dass sich Qualitätsjournalismus für die meisten Tages- und Onlinezeitungen zu einem Verlustgeschäft zu entwickeln droht. Die Werbegelder fliessen zu den Tech-Giganten, die Markenbindung nimmt ab, die Zahlungsbereitschaft der Leserschaft muss erst geweckt werden.

Die Medienhäuser haben drastische Massnahmen ergriffen, um ihr wirtschaftliches Überleben zu sichern. So haben AZ Medien und die NZZ-Regionalmedien im Jahr 2018 das Joint Venture CH Media gegründet. Seither werden die Aargauer Zeitung, die Luzerner Zeitung und das St. Galler Tagblatt bei nationalen und internationalen Themen aus einer Mantelredaktion mit Sitz in Aarau bestückt. Auch die TX Group (ehemals Tamedia) produziert Inhalte vornehmlich in Zentralredaktionen – je eine in der Deutsch- und der Westschweiz. Seit der Integration der Berner Zeitung und der Basler Zeitung in das Verbundsystem zählt dieses über 20 Medientitel.

Angesichts dieses stürmischen Wandels ist das Rating ein wichtiger Seismograph, um die Funktionsfähigkeit der Medien für die demokratische Gesellschaft zu bewerten. Auf einen Befund dieser dritten Ausgabe des MQR ist besonders hinzuweisen: Die Analyse der Berichterstattungsqualität weist nach, dass es zu einem bedeutenden Vielfaltsverlust – vor allem bei den Tages- und Onlinezeitungen – gekommen ist.

Für die demokratische Meinungsbildung ist dieser Verlust an Vielfalt auf Systemebene besorgniserregend. Um das Phänomen genauer zu erfassen, haben wir das MQR-20 mit einer Vertiefungsstudie zur Messung der Medienkonzentration ergänzt. Ergebnis: In der Politikberichterstattung 2019 beträgt der Anteil an geteilten Beiträgen bereits 30–40 Prozent. Und in beiden Verbundsystemen ist die Anzahl geteilter Leitartikel, Kommentare und Rezensionen im Zeitraum von 2017 bis 2019 deutlich angestiegen – bei der TX Group von 12 % auf 22 %, bei CH Media von 8 % auf 25 %. Ausgenommen von der inhaltlichen Medienkonzentration ist bisher die Regionalberichterstattung. Ob diese trotz anhaltendem Spardruck nicht ausgedünnt wird, entwickelt sich zur politisch brisanten Frage. Sparpotenzial besteht fast nur noch in der Region.

Ein herzliches Dankeschön gebührt den ausführenden Instituten, unseren Vereinsmitgliedern, dem Vorstand und den Donatoren (Liste siehe Kapitel Stifterverein) sowie allen Helferinnen und Helfern, die mit ihrer grossartigen Unterstützung dieses Werk ermöglicht haben.

September 2020

Andreas Durisch,
Gründungsmitglied Stifterverein Medienqualität Schweiz

Das goldene Q erhalten die jeweiligen Gruppensieger sowie jenes Medium, das gegenüber 2018 am meisten Qualitätspunkte dazugewonnen hat.

Gruppensieger 2020:
- Neue Zürcher Zeitung (Vergleichsgruppe: Tages- und Onlinezeitungen)
- NZZ am Sonntag (Vergleichsgruppe: Sonntagszeitungen und Magazine)
- lematin.ch (Vergleichsgruppe: Boulevard- und Pendlerzeitungen)
- SRF – Echo der Zeit (Vergleichsgruppe: Radio- und Fernsehsendungen)

Aufsteiger 2020:
- blick.ch

© Medienqualität Schweiz

Qualitätsverständnis und Vorgehen

Das Medienqualitätsrating (MQR) analysiert und bewertet die Qualität von reichweitenstarken Informationsmedien aus der Deutschschweiz und der Suisse romande. Für die Ausgabe 2020 wurden 49 Medientitel der Gattungen Presse, Radio, Fernsehen sowie aus dem Onlinesegment berücksichtigt; das ist ein Medientitel weniger gegenüber der letzten Ausgabe aus dem Jahr 2018. Der Grund ist, dass die TX Group die Printausgabe von Le Matin eingestellt hat.

Es wurden ausschliesslich reichweitenstarke General-Interest-Medien einbezogen, d.h. Medientitel, die zumindest wöchentlich über ein breites, universelles Themenspektrum unter Einschluss von Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft berichten.

Ziel des MQR bleibt es, eine Bestenliste der qualitativ hochwertigsten Informationsmedien in der Schweiz zu erstellen und die Entwicklung der Medienqualität im Land abzubilden.

Dieses Rating erfolgt je gesondert für vier Mediengruppen mit einer vergleichbaren publizistischen Ausrichtung:

- **Vergleichsgruppe 1: Tages- und Onlinezeitungen.**
  Die erste Gruppe rekrutiert sich aus den traditionellen Abonnementszeitungen und deren Onlineausgaben. Sie umfasst insgesamt 21 Medientitel: 24 heures, 24heures.ch, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, bazonline.ch, Berner Zeitung, bernerzeitung.ch, Der Bund, Le Temps, letemps.ch, Le Nouvelliste, lenouvelliste.ch, Luzerner Zeitung, luzernerzeitung.ch, Neue Zürcher Zeitung, nzz.ch, St. Galler Tagblatt, tagblatt.ch, Tages-Anzeiger, tagesanzeiger.ch, Südostschweiz.

- **Vergleichsgruppe 2: Sonntagszeitungen und Magazine.**
  Die zweite Gruppe umfasst wöchentlich erscheinende Presseerzeugnisse, d.h. die Sonntagszeitungen und Wochenmagazine. Es handelt sich hier um Informationsmedien, die typischerweise auf Einordnung des Tagesgeschehens und Hintergrundberichterstattung spezialisiert sind und auf Aufmerksamkeit erzeugende Primeurs, d.h. Erstveröffentlichungen brisanter Themen, abzielen. Diese Gruppe zählt insgesamt sieben Medientitel: NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche, Le Matin Dimanche, SonntagsBlick sowie WOZ Die Wochenzeitung.

- **Vergleichsgruppe 3: Boulevard- und Pendlerzeitungen.**
  Die dritte Gruppe rekrutiert sich aus Boulevard- und Pendlerzeitungen mit ihren Print- und Onlineausgaben. Diese Medientitel setzen auf reichweitenstarke Angebote, die auf rasch konsumierbare News sowie auf Unterhaltung spezialisiert sind. Die Gruppe umfasst insgesamt acht Medientitel: 20 Minuten, 20minuten.ch, 20 minutes, 20minutes.ch, Blick, Blick.ch, lematin.ch und watson.ch.

- **Vergleichsgruppe 4: Radio- und Fernsehsendungen.**
  Diese Gruppe umfasst private und öffentliche, gebührenfinanzierte Informationssendungen, die im Radio und Fernsehen gesendet werden, sowie zugehörige Onlineportale. Insgesamt handelt es sich um 13 Titel, d.h. sechs Radio- und Fernsehsendungen der SRG SSR, die beiden SRG SSR-Onlineportale sowie fünf Informationssendungen aus dem Privatfernsehen, darunter ein nicht konzessioniertes und vier konzessionierte, gebührenunterstützte Privatfernsehprogramme. Die Gruppe umfasst SRF – Tagesschau, SRF – 10vor10, SRF – Echo der Zeit, SRF – Rendez-vous, srf.ch/news, RTS – Le Journal, RTS – Le 12h30, rts.ch/info, TeleZüri – ZüriNews, Léman Bleu – Le Journal sowie die Hauptnachrichtensendungen von Tele 1, Tele M1 und TeleBärn.

Diesem Projekt liegt ein demokratietheoretisch begründeter Qualitätsbegriff zugrunde. Demzufolge bemessen wir Medienqualität daran, wie gut Informationsmedien den demokratischen Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation dienen (Hagen 2015, McQuail 1992, Schatz & Schulz 1992). Es werden drei zentrale Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation postuliert, die an folgenden Leitfragen festgemacht werden können:

- **Integrationsfunktion:**
  Berichten Medien in ausreichendem Mass über das für das demokratische Gemeinwesen allgemein Relevante anstatt über das Partikuläre und Private? Vermeiden Medien ausgrenzende oder abwertende moralisch-emotionale Zuspitzungen und Polemik? Pflegen sie einen Diskursstil, welcher die Verständigung zwischen unterschiedlichen Gruppierungen und gesellschaftlichen Kräften unterstützt?

- **Kontrollfunktion:**
  Kontrollieren Informationsmedien die rechtsstaatlichen Institutionen sowie die Machtträger der Gesellschaft auf der Basis guter Gründe und fundierter Recherche? Operieren sie unabhängig von staatlicher und wirtschaftlicher Beeinflussung? Halten sie in ihrer kritischen Berichterstattung die Grundsätze des professionellen Informationsjournalismus ein, d.h., trennen sie beispielsweise Nachrichten von Meinungen und machen sie die Quellen ihrer Berichterstattung transparent?

© Medienqualität Schweiz

- **Forumsfunktion:**
  Bieten die Informationsmedien allen gesellschaftlichen Akteuren mit ihren Meinungen ein Forum? Vermeiden sie Vereinseitigungen? Bildet die Berichterstattung die gesellschaftliche Vielfalt ausreichend ab, was die beleuchteten Themen, Perspektiven und Meinungen betrifft?

Dieses demokratietheoretische Qualitätsverständnis ist institutionell breit abgestützt: Es findet sich in den gesetzlichen Anforderungen an den öffentlichen und privaten Rundfunk mit Leistungsauftrag, in den Leitbildern des professionellen Journalismus, in journalistischen Leitlinien, in den Satzungen von Presse- und Medienräten und in sozialwissenschaftlichen Qualitätsanalysen. Auch ist dieses Qualitätsverständnis gesellschaftlich fest verankert: Es bildet – wie mit diesem wissenschaftlichen Bericht erneut belegt werden kann – den Massstab, anhand dessen das Publikum die Qualität des Journalismus bewertet.

Die Qualität der Medien wird auf der Grundlage von vier Qualitätsdimensionen operationalisiert, d.h. für die empirische Sozialforschung messbar gemacht:

- **Relevanz,** d.h. Fokussierung auf gesellschaftlich relevante Themen, Verhältnis von Hardnews und Softnews, Einfluss auf die politische Meinungsbildung.

- **Vielfalt** der Themen und Blickwinkel.

- **Professionalität** in Form von Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung.

- **Einordnungsleistung** in Form der Vermittlung von Hintergrundwissen zu aktuellen Ereignissen, des Aufzeigens von Ursache-Wirkung-Beziehungen, der Qualität journalistischer Recherche sowie in Form der Interpretations- und Orientierungsleistung.

Das MQR stützt sich auf zwei einander ergänzende Messverfahren bzw. Module:

Das Modul Berichterstattungsqualität:
Erfasst die Berichterstattungsqualität der Medientitel aus der Deutschschweiz und der Suisse romande mit inhaltsanalytischen Verfahren. Ganze Publikationsausgaben eines Medientitels werden auf der Grundlage einer repräsentativen, über das ganze Untersuchungsjahr verteilten Stichprobe untersucht. Verantwortlich für dieses Modul sind Dr. Daniel Vogler und Prof. Dr. Mark Eisenegger und das Team vom fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

Das Modul Qualitätswahrnehmung:
Erfasst die Qualitätswahrnehmung der untersuchten Medientitel mit einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage in der Deutschschweiz und der Suisse romande. Durchgeführt und verantwortet wird dieses Modul von Prof. Dr. Diana Ingenhoff vom Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (DCM) der Universität Fribourg sowie von Dr. Philipp Bachmann vom Institut für Kommunikation und Marketing (IKM) der Hochschule Luzern. Die Befragungsdaten wurden vom Marktforschungsinstitut GfK Switzerland erhoben.

Da beide Module Medienqualität auf der Basis aufeinander abgestimmter Indikatoren erfassen, ist es möglich, die Ergebnisse der inhaltsanalytisch erfassten Berichterstattungsqualität (Qualitätsscores) mit den mittels Onlinebefragungen gemessenen Qualitätswahrnehmungen des Publikums zu vergleichen. Darüber hinaus erlaubt es das abgestimmte Messkonzept, die Ergebnisse aus beiden Erhebungen zusammenzuführen. Der Gesamtscore bildet ein integriertes Konzept von Qualität ab, das sowohl die inhaltliche Angebotsqualität als auch die publikumsseitige Qualitätswahrnehmung umfasst und somit gesamthaft die Qualität eines Medientitels ausweist.

© Medienqualität Schweiz

Methodisches Vorgehen

Methodisches Vorgehen: Modul Berichterstattungsqualität
Die Berichterstattungsqualität wird anhand einer Inhaltsanalyse von 49 ausgewählten Medientiteln gemessen.

Aus der Gesamtberichterstattung der Medientitel im Untersuchungsjahr 2019 wird eine repräsentative Stichprobe von 18 559 Beiträgen gezogen. Jeder Beitrag wird von geschulten Codiererinnen und Codierern nach wissenschaftlichen Konventionen codiert (keine automatisierte Qualitätsbewertung). Um den Zeitvergleich zu gewährleisten, wurden die Verfahren zur Stichprobenziehung und Codierung der Beiträge seit der ersten Ausgabe im Jahr 2016 nicht verändert. Für das Untersuchungsjahr 2015 flossen damals insgesamt 18 365 Medienbeiträge aus insgesamt 43 Medientiteln in die Analyse ein, für das Untersuchungsjahr 2017 20 931 Beiträge aus 50 Medientiteln.

Die vier Qualitätsdimensionen werden mit verschiedenen «Codes» operationalisiert: Die Qualitätsdimension der Relevanz wird mit den Indikatoren Beitragsrelevanz und Akteursrelevanz gemessen, die Einordnungsleistung mit den Indikatoren Themenorientierung und Interpretationsleistung und die Professionalität mit den Indikatoren Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung. Die Vielfalt der Medientitel wird anhand der beiden Indikatoren inhaltliche Vielfalt und geografische Vielfalt bestimmt, welche jeweils die statistischen Verteilungen der Codes über alle Beiträge hinweg erfassen. Die Codierung der Medienqualität wird ihrerseits durch einen Qualitätssicherungsprozess begleitet, so dass eine transparente und intersubjektiv nachvollziehbare Qualitätsmessung gewährleistet ist.

Die Indikatoren werden zu Scores für die Qualitätsdimensionen verrechnet. Pro Medientitel wird ein Score für die Berichterstattungsqualität gebildet. Die Skala reicht von 0 (minimale Qualität) bis 100 (maximale Qualität).

Modul Qualitätswahrnehmung
Die Qualitätswahrnehmung wird – wie bereits in den vorherigen Berichten aus den Jahren 2016 und 2018 – anhand einer Onlinebefragung gemessen. Mit der Durchführung wurde das Marktforschungsinstitut GfK Switzerland beauftragt. Vom 21. Februar bis zum 9. März 2020 wurden 2 159 repräsentativ ausgewählte Personen aus der Deutschschweiz und der Suisse romande befragt, wie sie die ausgewählten 49 Medientitel in Bezug auf Qualität und Vertrauen einschätzen. Um Veränderungen über die Zeit festzustellen, wurde die Befragung auf die gleiche Weise wie in den Vorjahren durchgeführt. Auch wenn es sich um eine Onlinebefragung handelt, ist die Bevölkerungsstichprobe repräsentativ für die Deutschschweiz und die Suisse romande, da inzwischen mehr als 93 % der Bevölkerung Onlinezugang haben.

Da man nur Dinge bewerten kann, die man auch kennt, geben die Teilnehmer zunächst an, welche der 49 Medientitel ihnen bekannt sind. Die Befragten geben anschliessend nur zu jenen Titeln Qualitätsurteile und Bewertungen ab, die sie gut kennen.

Die Qualität der Berichterstattung wird – deckungsgleich mit dem Modul Berichterstattungsqualität – anhand von vier Dimensionen operationalisiert: Relevanz, Vielfalt, Professionalität und Einordnungsleistung. Zum Beispiel: Kennt ein Teilnehmer die Sendung Echo der Zeit, kreuzt er auf einer fünfstelligen Skala an, wie schwach oder stark er einzelnen Aussagen zustimmt, darunter: «Echo der Zeit stellt gesellschaftlich bedeutende Themen ins Zentrum der Berichterstattung» (Relevanz), «…berichtet über viele unterschiedliche Themen» (Vielfalt), «…ordnet Ereignisse in grössere Zusammenhänge ein» (Einordnungsleistung) und «…trennt klar zwischen Nachrichten und Meinungen» (Professionalität). Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, werden die Ergebnisse zu Scores für die Qualitätsdimensionen verrechnet. Pro Medientitel wird ein Score für die Qualitätswahrnehmung des Publikums gebildet. Die Skala reicht von 0 (minimale Qualität) bis 100 (maximale Qualität).

Verrechnung der zwei Methoden
In den vorherigen MQR aus den Jahren 2016 und 2018 konnte gezeigt werden, dass die Ergebnisse der beiden Methoden Inhaltsanalyse und repräsentative Befragung in hohem Masse korrelieren. Dies bedeutet, die inhaltsanalytisch erfassten Qualitätswerte decken sich stark mit den davon unabhängig erhobenen Befragungsdaten.
Die hohe Korrelation zeigt sich auch im aktuellen MQR-20. Vor diesem Hintergrund ist es möglich, die jeweiligen Scores aus den beiden Erhebungsmethoden zu einem Gesamtscore zusammenzufassen.
Die Verrechnung erfolgt durch eine Mittelwertbildung aus dem Score der Inhaltsanalyse und dem Score der Befragung. Die Skala reicht auch hier von 0 (minimale Qualität) bis 100 (maximale Qualität).
Damit wird die Qualität eines Titels anhand eines einzigen Scores erfassbar. Darüber hinaus wurden nach dem gleichen Berechnungsschema zusammengefasste Scores für die vier Qualitätsdimensionen gebildet.

Eine ausführlichere Darstellung zu den methodischen Vorgehensweisen findet sich auf Seite 89ff.

© Medienqualität Schweiz

«Jahrbuch» und Medienqualitätsrating

Seit 2010 gibt es in der Schweiz das Jahrbuch Qualität der Medien, das von der Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität gefördert und vom fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich herausgegeben wird. Seit 2016 wird dieses Projekt nun alle zwei Jahre durch das Medienqualitätsrating (MQR) des Stiftervereins Medienqualität ergänzt. Was sind die Gemeinsamkeiten, was die Unterschiede der beiden Projekte?

Die beiden Projekte haben gemeinsam, dass sie demselben Ziel dienen, nämlich den Diskurs über die Medienqualität in der Schweiz zu fördern. Dabei orientieren sich beide Projekte am gleichen demokratietheoretischen Qualitätsverständnis. Zudem ist das fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich an beiden Projekten beteiligt und für die Messung der Berichterstattungsqualität verantwortlich.

Die beiden Projekte unterscheiden sich dahingehend, dass das Jahrbuch den Schwerpunkt auf langfristige Entwicklungsdynamiken zur Medienqualität legt und die Qualitätsdynamik zudem mit strukturellen Einflussfaktoren in Verbindung bringt. So interessiert sich das Jahrbuch zentral für die Frage, wie sich die Entwicklung der finanziellen, personellen und zeitlichen Ressourcen im Informationsjournalismus auf die Berichterstattungsqualität auswirkt.
Das sind Aspekte, die das Medienqualitätsrating-Projekt nicht oder nur am Rande untersucht.

Beim Medienqualitätsrating steht demgegenüber die vertiefte, gegenwartsbezogene Bewertung (Rating) der Medienqualität im Zentrum, wobei hier zusätzlich die Qualitätswahrnehmung des Publikums berücksichtigt wird. Diese zweifache Medienqualitätsmessung ist national wie international einmalig.

Gesamthaft stehen das Jahrbuch- und das Medienqualitätsrating-Projekt komplementär zueinander. Sie ergänzen sich auf sinnvolle Weise.

MQR-20

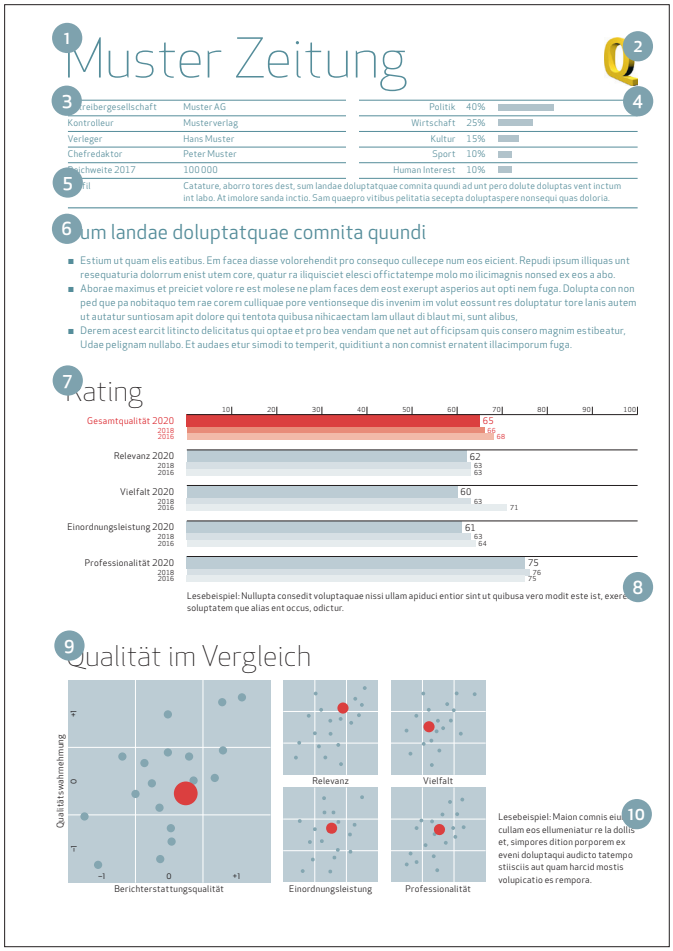
Medienqualitätsrating 2020

Tages- und Onlinezeitungen | Sonntagszeitungen und Magazine | Boulevard- und Pendlerzeitungen | Radio- und Fernsehsendungen

Ergebnisse

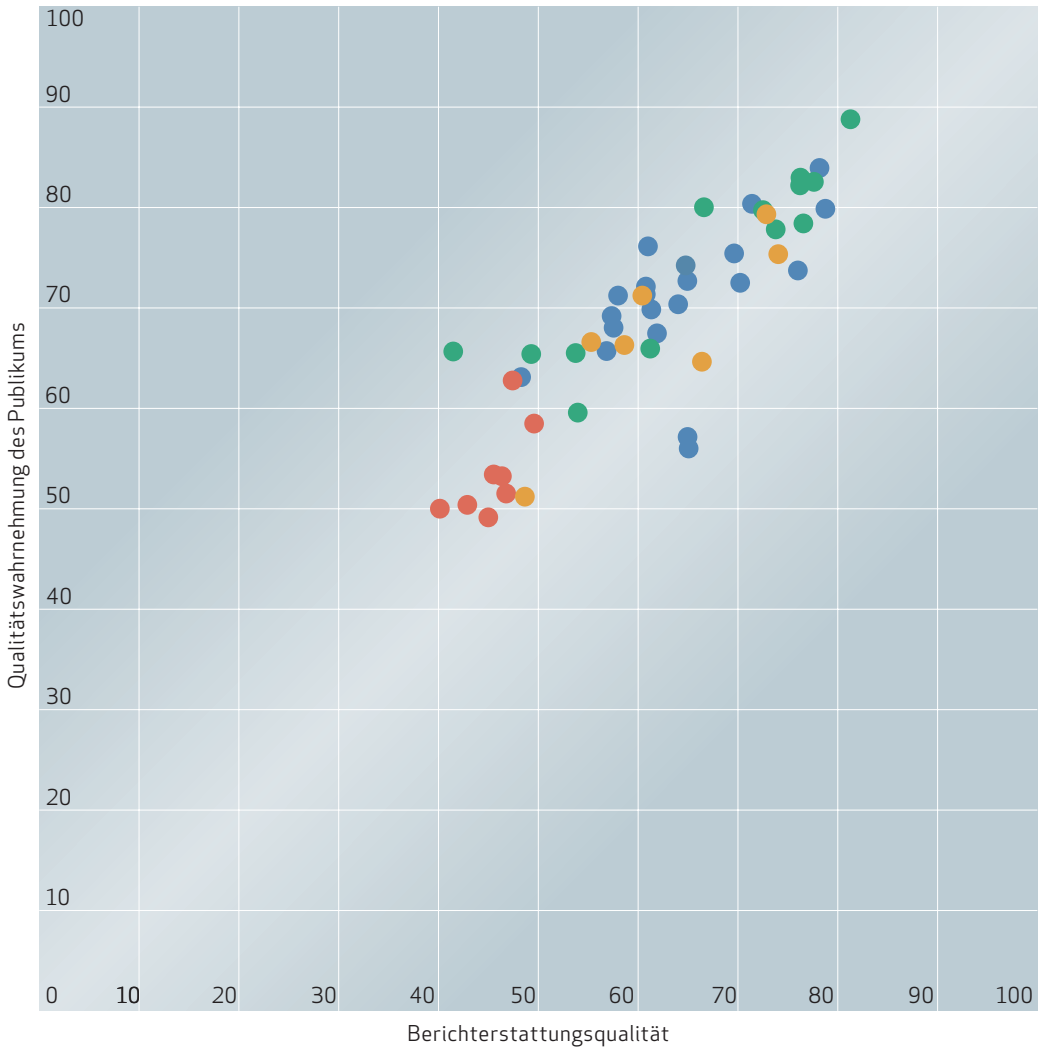
© Medienqualität Schweiz

Beispielseite



1. Name des Medientitels.
2. Das goldene Q erhält derjenige Titel, der im Gesamtrating am meisten Qualitätspunkte erzielt.
3. Steckbrief des Medientitels (Quellen Reichweitezahlen: WEMF Mach Basic (Durchschnittswert 2019-2 und 2020-1) (cRR); NET-Metrix Profile (Durchschnittswert 2019-2 und 2020-1) (UUpD); Mediapulse 2019 (für Sendungen von SRF und RTS: Zahlen für den Ausstrahlungszeitpunkt; für Sendungen von privaten Anbietern: durchschnittliche Tagesreichweite des Senders).
4. Inhaltliche Schwerpunktsetzungen. Die Grafik zeigt die Verteilung der Beiträge in % auf die dargestellten Themenbereiche (vgl. Methodik Inhaltsanalyse).
5. Bei den Profilen handelt es sich um Selbstdeklarationen der Medien. Als Quellen dienten die offiziellen Websites, Social Media-Kanäle und Geschäftsberichte.
6. In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Befunde kurz zusammengefasst.
7. Die Verrechnung der Qualitätspunkte aus Inhaltsanalyse und Befragung ermöglicht die Bewertung der Gesamtqualität sowie der einzelnen Qualitätsdimensionen: Die Skala reicht von 0 bis 100.
8. Legende und Lesebeispiel.
9. Die Qualitätsmatrix erlaubt es, die beiden Messmethoden direkt miteinander zu vergleichen. Die grosse Grafik bildet die Qualität insgesamt ab, während die vier kleinen Grafiken jeweils auf eine einzelne Qualitätsdimension fokussieren.
10. Legende und Lesebeispiel.

Die Ergebnisse auf einen Blick



- Tages- und Onlinezeitungen
- Sonntagszeitungen und Magazine
- Boulevard- und Pendlerzeitungen
- Radio- und Fernsehsendungen

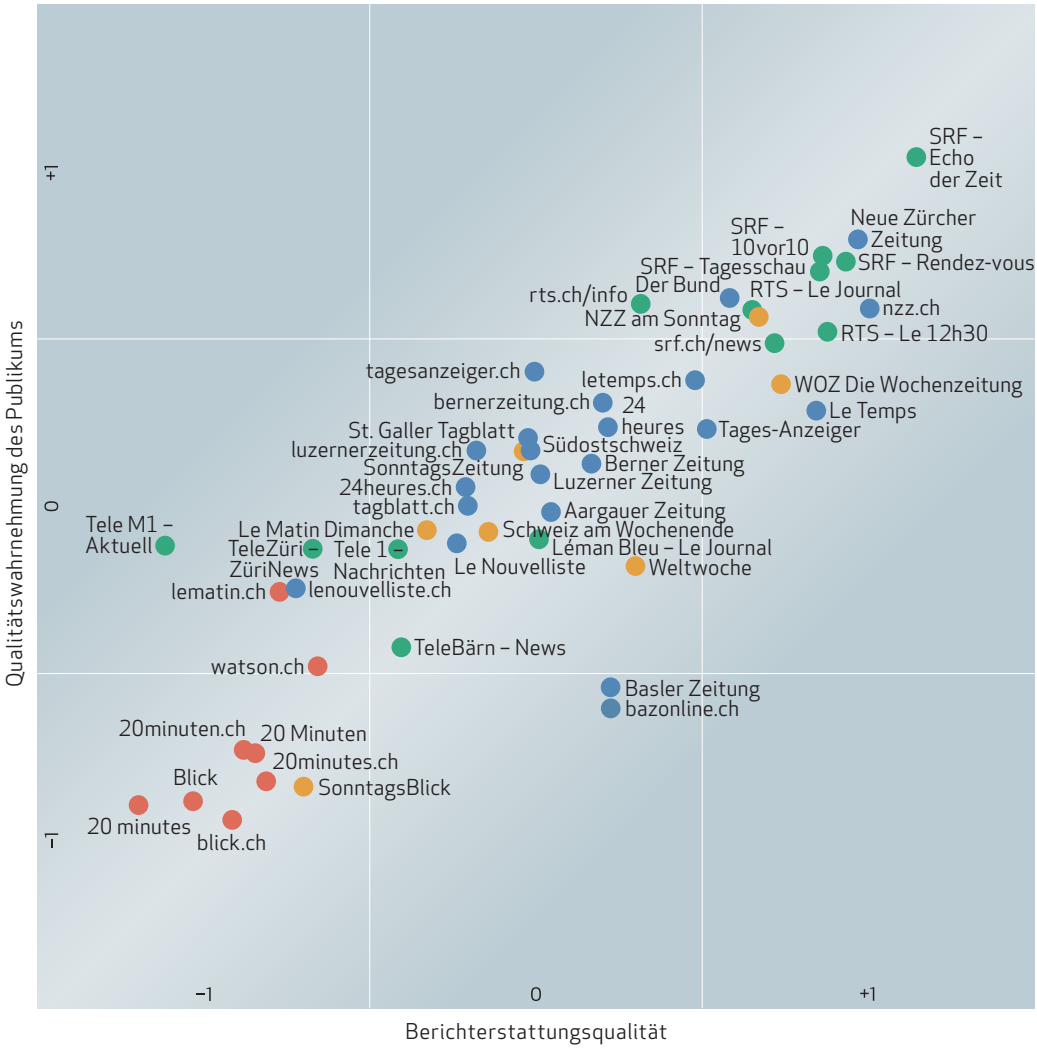
Verschiedene Methoden kommen zu ähnlichen Ergebnissen
Die X-Achse zeigt die inhaltsanalytisch gemessene Berichterstattungsqualität auf einer Skala von 0 (sehr niedrig) bis 100 (sehr hoch). An der Y-Achse lässt sich die Qualitätswahrnehmung des Publikums, wie sie mittels Onlinebefragung gemessen wurde, ablesen. Die Skala reicht ebenfalls von 0 (sehr niedrig) bis 100 (sehr hoch).

Lesebeispiel: Die Boulevard- und Pendlerzeitungen sind rot eingefärbt. Diese Gruppe weist mit Blick auf die Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse) und Qualitätswahrnehmung (Bevölkerungsbefragung) die geringste Qualität auf (Position unten links).

Was wurde untersucht?
Das Medienqualitätsrating (MQR) analysiert und bewertet die Qualität von reichweitenstarken Medientiteln aus der Deutschschweiz und der Suisse romande aus den Gattungen Presse, Radio, Fernsehen und Online. Insgesamt wurden 49 Medientitel, die eine journalistische Berichterstattung aufweisen, untersucht: Boulevard-, Online-, Pendler- und Sonntagszeitungen, Magazine, Onlinesites sowie Radio- und Fernsehsendungen.

Einteilung in vier Gruppen
Wie lassen sich verschiedene Medientitel überhaupt sinnvoll miteinander vergleichen? Die untersuchten Medientitel gehören unterschiedlichen Gattungen (Radio, Fernsehen, Presse, Online) an, verfügen über unterschiedliche Publikationszyklen und zeichnen sich durch unterschiedliche inhaltliche Ausrichtungen aus (z.B. Qualitäts- und Boulevardpresse). Die vorgenommene Einteilung in die vier Gruppen «Tages- und Onlinezeitungen», «Sonntagszeitungen und Magazine», «Boulevard- und Pendlerzeitungen» sowie «Radio- und Fernsehsendungen» reflektiert die Merkmale der Gattung, Erscheinungszyklus und Ausrichtung. Selbstverständlich sind auch Vergleiche von Medientiteln über die vorgeschlagenen Vergleichsgruppen hinweg möglich, da die Qualität aller 49 Medientitel nach denselben Verfahren – Inhaltsanalyse und repräsentative Bevölkerungsbefragung – ermittelt wird.

Publikum und Wissenschaft teilen Qualitätsverständnis
Die Ergebnisse der Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse) und der Qualitätswahrnehmung der Bevölkerung (repräsentative Onlinebefragung) decken sich stark. Statistisch gesprochen: Der Korrelationskoeffizient nach Pearson (r) beträgt 0,86 und ist somit nochmals höher als in den vorherigen MQR von 2016 (r = 0,82) und 2018(r = 0,84). Das bedeutet, dass ein Medientitel, dessen Berichterstattung eine hohe Qualität aufweist, auch von den Befragten als qualitativ hochwertig eingeschätzt wird – und umgekehrt. Die hohe Korrelation der Ergebnisse kann so gedeutet werden, dass in der Bevölkerung ein Qualitätsverständnis von Medien fest verankert ist, welches den demokratietheoretischen Überlegungen entspricht, die der Inhaltsanalyse zugrunde liegen. Im aktuellen MQR-20 schneiden die SRF-Rundfunksendung Echo der Zeit und die Neue Zürcher Zeitung am besten ab, die Boulevard- und Pendlerzeitungen – insbesondere der Blick und die Westschweizer 20 minutes – am schlechtesten.



Lesebeispiel: Die Sendung Echo der Zeit von Radio SRF erzielt sowohl in der Dimension der Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse) als auch bei der Qualitätswahrnehmung (Befragung) die besten Ergebnisse.

Qualitätsmatrix
Die Qualitätsmatrix funktioniert wie eine Lupe: Mit ihr lässt sich einfach erkennen, wie ein Medientitel im Hinblick auf die Berichterstattungsqualität (X-Achse) und die Qualitätswahrnehmung des Publikums (Y-Achse) innerhalb ihrer Vergleichsgruppe abschneidet. Die Einteilung unterscheidet nach unterdurchschnittlichen (–1), durchschnittlichen (0) und überdurchschnittlichen (+1) Qualitätseinstufungen. Die Mehrzahl der Medientitel liegt auf der diagonalen Achse. Dies bedeutet, dass beide Messverfahren (Inhaltsanalyse und Befragung) bei den meisten Medientiteln zu übereinstimmenden Qualitätsbefunden kommen. Landet ein Medientitel ausserhalb der Diagonale, bedeutet dies, dass die Methoden zu unterschiedlichen Befunden kommen. Ein Medientitel oberhalb der Diagonale schneidet beim befragten Publikum besser ab, ein Medientitel unterhalb der Diagonale schneidet in der Inhaltsanalyse besser ab.

Ausnahmen bestätigen die Regel
Zwar führen die Inhaltsanalyse und die repräsentative Befragung im Grossen und Ganzen zu den gleichen Ergebnissen, doch sind es gerade die Abweichungen, die besondere Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Bei der Basler Zeitung sowie deren Onlinependant bazonline.ch klaffen Berichterstattungsqualität und Qualitätswahrnehmung auseinander. Die beiden Basler Informationsmedien können inhaltlich zum Beispiel mit der Berner Zeitung und deren Newssite mithalten, doch die Bevölkerung nimmt die beiden Berner Medientitel als weit hochwertiger wahr. Offensichtlich kämpfen die Basler Zeitung und bazonline.ch nach wie vor mit einem Imageproblem, an dem der Besitzerwechsel von Christoph Blocher zur TX Group im Jahr 2018 nichts ändern konnte. Von einem Imageproblem kann weiter bei der Weltwoche gesprochen werden: Auch hier weist die Inhaltsanalyse bessere Qualitätswerte aus als die repräsentative Bevölkerungsbefragung. Vermutlich polarisiert die Weltwoche mit ihrer redaktionellen Linie. Befragte, deren Ansichten von dieser Linie abweichen, könnten diesen Medientitel somit schlechter bewerten. Bei Tele M1 – Aktuell zeigt sich der umgekehrte Fall: Das Nachrichtenprogramm des regionalen Privatfernsehsenders für die Kantone Aargau und Solothurn kommt trotz vergleichsweise bescheidener Berichterstattungsqualität beim Publikum gut an.

Gruppenranking

Von den maximal 100 erreichbaren Qualitätspunkten erreicht das Echo der Zeit 85. Damit belegt die Informationssendung von SRF Radio zum dritten Mal in Folge den ersten Rang in der Gruppe **Radio- und Fernsehsendungen**. Das Echo der Zeit ist somit der Leuchtturm der medienöffentlichen Kommunikation in der Schweiz, denn auch im Gesamtvergleich schneidet kein Informationsmedium besser ab als die tagesaktuelle Hintergrundsendung, die nach einigem politischen Gerangel nun doch weiterhin in Bern statt in Zürich produziert wird.

Weitere Leuchttürme in der Schweizer Medienlandschaft sind die NZZ-Informationsangebote. Die NZZ und deren Onlinependant nzz.ch führen mit 81 und 79 Qualitätspunkten die **Tages- und Onlinezeitungen** an, die NZZ am Sonntag setzt sich mit 76 Qualitätspunkten an die Spitze der **Sonntagszeitungen und Magazine**. Die drei NZZ-Titel werden somit dem statutarischen Auftrag ihres Mutterhauses gerecht, Qualitätsjournalismus zu liefern.

In der Gruppe der **Boulevard- und Pendlerzeitungen** stechen die Westschweizer Newssite lematin.ch und das Nachrichtenportal watson.ch heraus, die mit 55 und 54 Qualitätspunkten die Gruppe anführen. Das Printpendant des Gruppensiegers lematin.ch wurde vor zwei Jahren eingestellt.

Gesamtqualität: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2018
Den grössten Sprung nach vorne hat in der aktuellen Untersuchung ein Boulevardmedium geschafft: Die Newssite blick.ch legt sowohl in der Berichterstattungsqualität als auch bei der Publikumswahrnehmung um je 6 Punkte zu und reicht dadurch die rote Laterne an die Westschweizer Pendlerzeitung 20 minutes weiter. Die beiden Newssites nzz.ch und bernerzeitung.ch können sich gegenüber 2018 ebenfalls – um jeweils 4 Qualitätspunkte – verbessern. Mit dieser Qualitätssteigerung gelingt es der bernerzeitung.ch sogar, ein ehernes Gesetz aus den beiden vorherigen MQR zu widerlegen: Nicht länger übertreffen die Printausgaben deren Onlinependants. Im aktuellen MQR-20 erzielen die bernerzeitung.ch und blick.ch mehr Qualitätspunkte als ihre gedruckte Pendants. Die Newssite nzz.ch erreicht inzwischen fast das Qualitätsniveau der Printausgabe – eine Entwicklung, die vor einigen Jahren noch schwer vorstellbar war.

Sämtliche Sonntagszeitungen und Magazine haben gegenüber 2018 partiell an Qualitätspunkten verloren. Die Ausnahme ist der SonntagsBlick, der zwar keinen Punktverlust verbuchen muss, jedoch weiterhin das Schlusslicht der Vergleichsgruppe bildet. Diese Verluste im Gesamtscore sind mehrheitlich auf die Verschlechterung der Berichterstattungsqualität, weniger auf Verschlechterungen in der Qualitätswahrnehmung zurückzuführen.

Im Gegenzug sind viele Qualitätsverbesserungen bei den Boulevard- und Pendlerzeitungen auszumachen. Immerhin sechs von acht Medientitel konnten ihre Gesamtscores in dieser Gruppe verbessern. Vor allem das Publikum schätzt die Qualität als klar besser ein. Auch hier sind es mit lematin.ch und watson.ch zwei Onlineangebote, welche die Vergleichsgruppe glänzen lassen.

Doch auch bei den klassischen Printmedien gibt es erfreuliche Entwicklungen. In der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen zählen Der Bund, die Berner Zeitung und die Südostschweiz zu den weiteren Qualitätsgewinnern. In der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen können die Newssite srf.ch/news sowie die Nachrichten auf Tele 1 und die SRF – Tagesschau ihre Qualität gegenüber 2018 steigern.

Den grössten Absturz im diesjährigen Medienqualitätsrating muss Le Temps verkraften. Obwohl der inhaltliche Qualitätsrückgang moderat ausfällt, sinkt die Qualitätszeitung aus Lausanne in der Gunst des Publikums. Während sich Le Temps vor zwei Jahren noch das Siegerpodest mit der NZZ teilte, reicht es aktuell nur für den vierten Rang in der Vergleichsgruppe der Tages- und Onlinezeitungen.

Berichterstattungsqualität: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2018
Von den 49 untersuchten Informationsmedien haben 24 an Berichterstattungsqualität eingebüsst. Den stärksten Qualitätsverlust verbucht die Westschweizer Sonntagszeitung Le Matin Dimanche (–9). Ebenfalls rückläufig ist die Berichterstattungsqualität bei der Luzerner Zeitung (–7), der WOZ (–6), 10vor10 (–6) und 20 minutes (–5). In der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine ist zu beobachten, dass ausnahmslos alle Titel Qualitätspunkte verlieren.

Erfreulich hingegen ist, dass 20 der 49 Informationsmedien ihre Berichterstattungsqualität steigern konnten. Am stärksten gelang dies der Newssite blick.ch, welche vor zwei Jahren noch auf dem letzten Rang landete. Schlusslicht des Rankings ist neu die Westschweizer Pendlerzeitung 20 minutes. Die vier Newssites nzz.ch (+5), tagblatt.ch (+5), bazonline.ch (+5) und lenouvelliste.ch (+5) erzielen ebenfalls einen deutlich höheren Score als noch zwei Jahre zuvor.

Qualitätswahrnehmung: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2018
Bei 24 von 49 Informationsmedien nimmt das Publikum Verbesserungen wahr, wie aus der repräsentativen Bevölkerungsbefragung hervorgeht. Die Südostschweiz (+7) gewinnt in den Augen der Befragten am meisten Qualitätspunkte hinzu. Dieser Qualitätsanstieg ist insofern bemerkenswert, als die Berichterstattungsqualität konstant geblieben ist und das Blatt seit Jahren keine eigene Bundeshausredaktion aufweist. Die meisten Publikumsaufsteiger gehören der Gruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen an. In dieser Gruppe können ohne Ausnahme alle Titel an Qualitätspunkten gewinnen, darunter lematin.ch (+6), Blick (+6) und blick.ch (+6), die Pendlerzeitungen 20 Minuten (+5), 20 minutes (+5), 20minuten.ch (+5) und 20minutes.ch (+2) sowie watson.ch (+4).

Allerdings erzielen in der Befragung 20 der 49 Informationsmedien schlechtere Ergebnisse als noch zwei Jahre zuvor. Einen sehr starken Verlust muss Le Temps verkraften (–9). Womöglich merkt die traditionell gebildete Leserschaft der Qualitätszeitung, dass die Redaktion in den letzten Jahren verkleinert wurde. So wurde unter anderem eine Kooperation mit der Freiburger Zeitung La Liberté eingegangen, um über die Bundespolitik aus Bern zu berichten. Die Newssite bazonline.ch (–5) verliert ebenfalls deutlich. Hier könnte eine Rolle spielen, dass das Publikum angesichts des Eigentümerwechsels zur Zürcher TX Group (ehemals Tamedia) im Jahr 2018 nicht recht weiss, woran es bei der Basler Zeitung ist. Auch könnte die nicht selten säkularisierende und polarisierende Berichterstattung der Basler Zeitung die Qualitätswahrnehmung bei ihrem Stammpublikum negativ beeinflussen. In der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen verlieren Le Journal von Léman Bleu (–3) und die News von TeleBärn (–4).

Ranking		Medium	Gesamtqualität	Veränderung ggü MQR-18	Berichterstattungsqualität	Veränderung ggü MQR-18	Qualitätswahrnehmung	Veränderung ggü MQR-18
Tages- und Onlinezeitungen								
1	±0	Neue Zürcher Zeitung	81.0	+1	78	–1	84	+3
2	+1	nzz.ch	79.2	+4	79	+5	80	+3
3	+1	Der Bund	75.8	+3	71	+1	80	+4
4	**–3**	Le Temps	74.8	–5	76	–2	74	–8
5	±0	letemps.ch	72.5	±0	70	±0	75	–1
6	±0	Tages-Anzeiger	71.3	±0	70	+2	73	–1
7	**+6**	bernerzeitung.ch	69.4	+4	65	+4	74	+5
8	+1	24 heures	68.8	±0	65	+1	73	–2
9	**+3**	Berner Zeitung	68.5	+3	61	+2	76	+4
10	+1	tagesanzeiger.ch	67.2	+1	64	+3	70	–1
11	**+6**	Südostschweiz	66.3	+3	61	±0	72	+7
12	**–5**	Luzerner Zeitung	66.0	–4	61	–7	71	–1
13	**–4**	St. Galler Tagblatt	65.5	–2	61	–2	70	–3
14	**–4**	Aargauer Zeitung	64.7	–2	62	–1	67	–3
15	±0	luzernerzeitung.ch	64.6	+1	58	+1	71	±0
16	–2	24heures.ch	63.2	–2	57	–2	69	–3
17	+1	tagblatt.ch	62.7	+1	57	+4	68	–2
18	–2	Le Nouvelliste	61.3	–2	57	–3	66	–2
19	±0	Basler Zeitung	61.0	±0	65	+3	57	–2
20	±0	bazonline.ch	60.5	±0	65	+5	56	–5
21	±0	lenouvelliste.ch	55.7	+1	48	+5	63	–3
Sonntagszeitungen und Magazine								
1	±0	NZZ am Sonntag	76.0	–1	73	–2	79	±0
2	±0	WOZ Die Wochenzeitung	74.6	–2	74	–6	75	+1
3	+1	SonntagsZeitung	65.8	–1	60	–2	71	–1
4	–1	Weltwoche	65.5	–2	66	–3	65	–1
5	±0	Schweiz am Wochenende	62.4	–3	59	–4	66	–2
6	±0	Le Matin Dimanche	60.9	–3	55	–9	66	+2
7	±0	SonntagsBlick	50.0	±0	49	–1	51	+2
Boulevard- und Pendlerzeitungen								
1	±0	lematin.ch	55.1	+3	47	±0	63	+6
2	±0	watson.ch	53.9	+3	50	+3	58	+4
3	+1	20 Minuten	49.7	+1	46	–2	53	+5
4	+1	20minuten.ch	49.5	+2	46	±0	53	+4
5	–2	20minutes.ch	49.1	–1	47	–3	51	+2
6	+2	blick.ch	47.0	+6	45	+6	49	+6
7	+1	Blick	46.6	+4	43	+2	50	+6
8	–2	20 minutes Le Matin (eingestellt)	45.0	±0	40	–5	50	+5
Radio- und Fernsehsendungen								
1	±0	SRF – Echo der Zeit	85.0	±0	81	–2	89	+2
2	±0	SRF – Rendez-vous	80.0	–3	78	–5	82	–1
3	±0	SRF – 10vor10	79.6	–1	76	–6	83	+3
4	+2	SRF – Tagesschau	79.1	+2	76	±0	82	+4
5	–1	RTS – Le 12h30	77.5	–2	77	–2	78	–1
6	–1	RTS – Le Journal	76.1	–2	73	–3	80	±0
7	±0	srf.ch/news	75.7	+3	74	+4	78	+3
8	±0	rts.ch/info	73.3	+1	67	+1	80	+2
9	±0	Léman Bleu – Le Journal	63.6	–2	61	–1	66	–2
10	+1	Tele 1 – Nachrichten	59.6	+3	54	+7	65	–1
11	+1	TeleZüri – ZüriNews	57.3	+2	49	+2	65	+2
12	–2	TeleBärn – News	56.7	–1	54	+3	60	–4
13	±0	Tele M1 – Aktuell	53.5	±0	41	±0	66	–1

Vertrauen in Medientitel

SRF – Echo der Zeit	90	±0
SRF – Tagesschau	89	+2
SRF – Rendez-vous	89	+2
SRF – 10vor10	87	+2
RTS – Le Journal	86	–2
rts.ch/info	86	±0
RTS – Le 12h30	86	–1
Neue Zürcher Zeitung	86	+4
Der Bund	83	+4
NZZ am Sonntag	81	–1
srf.ch/news	80	+1
nzz.ch	80	+1
Berner Zeitung	79	–1
Südostschweiz	78	+7
bernerzeitung.ch	78	+3
letemps.ch	78	±0
WOZ Die Wochenzeitung	77	+3
Le Temps	76	–9
24 heures	76	–2
Luzerner Zeitung	76	–2
luzernerzeitung.ch	75	–3
St. Galler Zeitung	75	–2
Aargauer Zeitung	73	+1
24heures.ch	73	–2
Le Nouvelliste	72	±0
Tages-Anzeiger	72	–5
SonntagsZeitung	72	±0
tagesanzeiger.ch	72	–2
tagblatt.ch	71	–4
Léman Bleu – Le Journal	71	–2
lenouvelliste.ch	70	+1
TeleZüri –Züri News	70	+3
Tele M1 – Aktuell	70	–1
Schweiz am Wochenende	70	+2
Le Matin Dimanche	68	+1
TeleBärn – Nachrichten	68	+1
Tele 1 – Nachrichten	67	–3
lematin.ch	66	+3
watson.ch	61	+3
Weltwoche	61	–1
20minutes.ch	59	+3
bazonline.ch	58	+1
Basler Zeitung	55	+3
20 Minuten	55	+4
20minuten.ch	55	+1
20 minutes	53	+2
SonntagsBlick	48	+2
Blick	44	+2
blick.ch	43	+4
Gesamtdurchschnitt	**72**	**+1**

Lesebeispiel: Am meisten Vertrauen hat das Publikum in die Radiosendung Echo der Zeit. Der Wert ist gegenüber 2018 unverändert. Am wenigsten Vertrauen wird der Onlineausgabe des Blick entgegengebracht, obwohl diese 4 Punkte zulegen konnte.

- Tages- und Onlinezeitungen
- Boulevard- und Pendlerzeitungen
- Sonntagszeitungen und Magazine
- Radio- und Fernsehsendungen

Wie viel Vertrauen hat das Publikum in einzelne Medientitel?
Zunächst wurde mittels einer Filterfrage gewährleistet, dass die Befragten nur jene Medientitel bewerten, die sie auch tatsächlich kennen. Das Vertrauen des Publikums (2159 Personen mit 11 432 Bewertungen) in einzelne Medientitel wurde anhand zweier Aussagen gemessen. Die Befragten gaben hierzu an, wie sehr sie den Aussagen zustimmen, dass sie den einzelnen Medientiteln «vertrauen» und ob man sich auf diese «verlassen» kann. Die Skala reichte von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) Punkten.
Für die Übersicht wurden die Mittelwerte beider Aussagen gebildet und zur besseren Vergleichbarkeit mit den übrigen Ergebnissen in eine Skala umgerechnet, die von 0 (sehr niedriges Vertrauen) bis 100 (sehr hohes Vertrauen) reicht.

Die SRG-Titel sowie Boulevard- und Pendlerzeitungen gewinnen an Vertrauen
Die repräsentative Onlinebefragung für die Deutschschweiz und die Suisse romande zeigt, dass die Befragten den ihnen bekannten Medientiteln eher vertrauen als misstrauen. Bei 46 der untersuchten 49 Medientitel liegen die Vertrauenswerte im positiven Bereich, also über dem Schwellenwert von 50 Punkten. Dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen des MQR-16 und MQR-18.
Bei den SRF-Sendungen sowie Boulevard- und Pendlerzeitungen gibt es jedoch bemerkenswerte Vertrauensgewinne: Zieht man die Vergleichsdaten heran, zeigt sich, dass die Sendungen Tagesschau, Rendez-vous und 10vor10 in den vergangenen zwei Jahren an Vertrauen zulegen konnten. Ebenfalls vertraut das Publikum den Boulevard- und Pendlermedien 20 Minuten, 20 minutes und Blick, deren Online-Pendants sowie lematin.ch und watson.ch mehr als noch zwei Jahre zuvor.
Da die Befragung zwischen dem 21. Februar und dem 9. März 2020 durchgeführt wurde, ist ein Zusammenhang mit der damals aufkommenden Corona-Pandemie naheliegend. In dieser Zeit, genauer am 28. Februar 2020, stufte der Bundesrat die COVID-19-Pandemie auf Grundlage des Epidemiengesetzes als «besondere Lage» ein. Womöglich haben die Befragten die Medienqualität von gewissen Medien während der Krise etwas positiver eingeschätzt als sonst. Die Informationssendungen des SRF sowie die kostenlosen Boulevard- und Pendlermedien könnten deshalb von einem Vertrauensbonus in der Krise profitiert haben. Offen bleibt daher die Frage, wie nachhaltig dieser Vertrauensgewinn ist.

Vertiefung

Ausmass der inhaltlichen Medienkonzentration

In der Schweiz besitzen wenige Medienkonzerne einen grossen Teil der reichweitenstarken Informationsmedien. Gemäss dem Jahrbuch Qualität der Medien kontrollieren die drei grössten Medienkonzerne TX Group, CH Media und Ringier inzwischen 82 % des Deutschschweizer Pressemarkts. Vielen Leserinnen und Lesern bleibt die zunehmende Medienkonzentration dennoch verborgen. Zwar werden viele Medientitel als eigenständige publizistische Einheiten weiterbetrieben, deren Inhalte werden jedoch zunehmend ähnlicher. Der Grund ist, dass die Medienkonzerne Zentralredaktionen eingerichtet haben, die verschiedene Zeitungen und Onlinemedien mit denselben Inhalten beliefern.

Da die beiden Methoden zur Messung der Berichterstattungsqualität und der Qualitätswahrnehmung auf Ebene einzelner Medientitel ansetzen, wird im MQR bislang der Verlust an inhaltlicher Vielfalt auf der Ebene der gesamten Medienarena nicht erfasst. Diese Vertiefungsstudie untersucht daher, wie sich Verbundsysteme (Mantelredaktionen und sonstige redaktionelle Kooperationen) auf die inhaltliche Medienkonzentration im Deutschschweizer Pressemarkt auswirken.

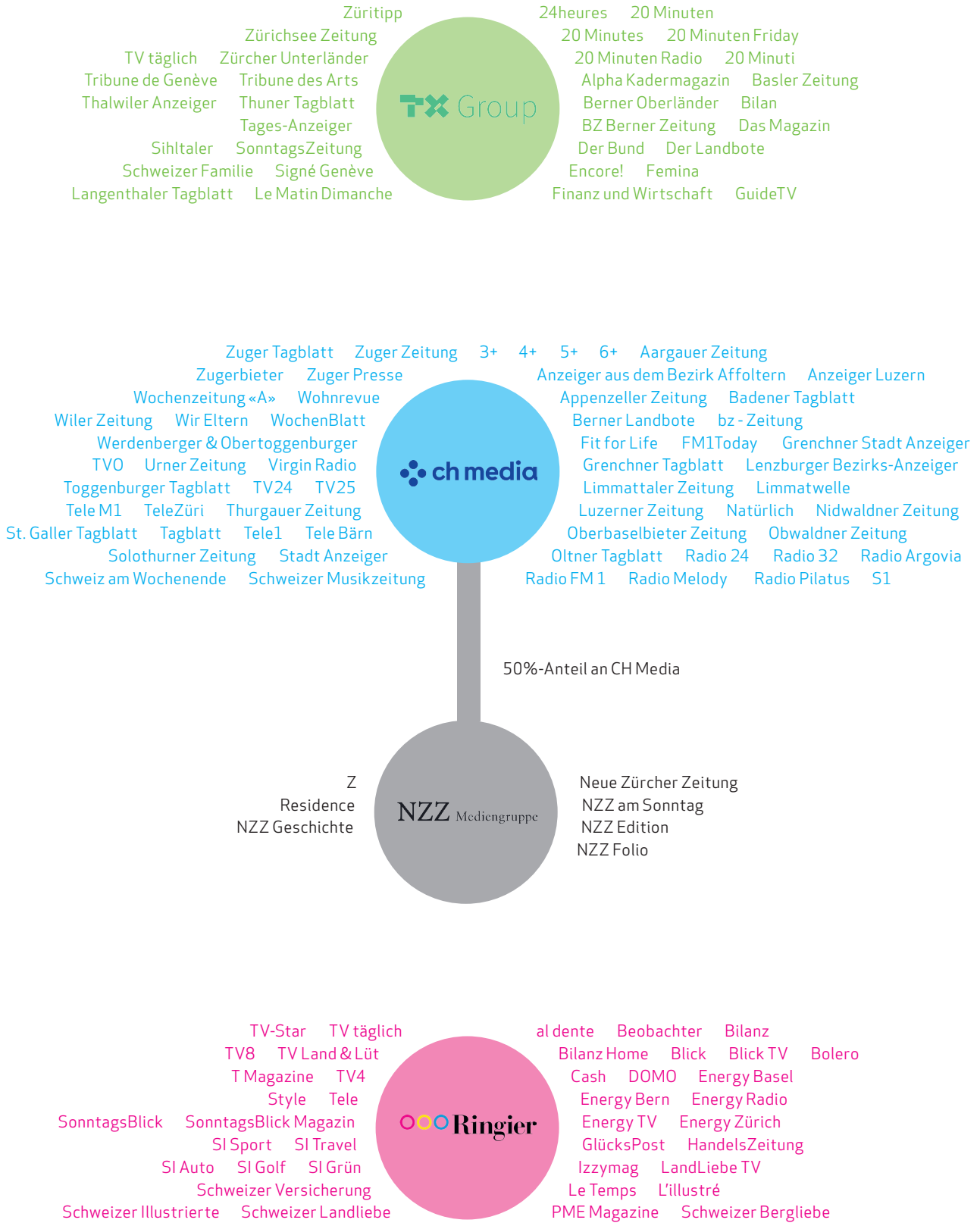
Die Analyse belegt, dass Verbundsysteme zu einer erhöhten inhaltlichen Medienkonzentration führen. Mit anderen Worten: Die inhaltliche Vielfalt in der Medienarena der Schweiz nimmt ab. Die Hauptursache sind die Zentralredaktionen.

Für die einzelne Leserin, den einzelnen Leser mag dieser Vielfaltsverlust auf Marktebene häufig unbemerkt bleiben, da kaum jemand mehr als einen Medientitel eines Verbundsystems liest. Womöglich erhält er oder sie auf der Ebene eines einzelnen Medienproduktes durch die Bündelung von journalistischen Ressourcen sogar ein qualitativ hochwertigeres Medienprodukt.

Aus demokratischer und gesellschaftlicher Sicht ist der Vielfaltsverlust in der Medienarena jedoch problematisch: Der publizistische Wettbewerb verarmt durch Verbundsysteme. Ein Markt mit ungenügendem Wettbewerb liefert auf kurz oder lang schlechtere Ergebnisse. Eine hohe inhaltliche Medienkonzentration, die mit einer Konzentration der Medienbesitzverhältnisse einhergeht, führt nicht zuletzt zu Machtkonzentration. Eine erhöhte inhaltliche Medienkonzentration ist nicht nur für eine demokratische Meinungsbildung bedenklich. Auch für die Reputation von Organisationen wie Unternehmen, Hochschulen oder Behörden bedeutet sie ein Risiko. Denn eine Handvoll Redaktionen entscheidet, wer in welcher Form Publizität erhält – und wer nicht, wer skandalisiert wird und wer gute Presse erhält.

Die inhaltliche Medienkonzentration bietet einen neuen Kennwert zur Beschreibung von Medienmärkten. Sie zeigt auf, wie viele identische Beiträge in einem Medienmarkt publiziert werden. Die Analyse, welche das Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich für das MQR-20 durchgeführt hat, zeigt den inhaltlichen Konzentrationsprozess im Deutschschweizer Pressemarkt. Die Analyse basiert auf einem automatisierten Textvergleich, der nach demselben Prinzip wie Plagiatssoftware funktioniert: Es werden alle möglichen Kombinationen von Beiträgen des MQR-Datensatzes miteinander verglichen – das entspricht rund 3,2 Millionen Vergleichen. Mittels Jaccard-Index wird die Übereinstimmung von Textfragmenten (sogenannten Trigrammen) zwischen jedem Textpaar berechnet. Auf diese Weise wird für jeden Beitrag eruiert, ob er ein «Unikat» ist oder einen «Zwilling» hat, es sich also um einen «eigenständigen Beitrag» oder um einen «geteilten Beitrag» handelt. Um den Schwellenwert zu bestimmen, ab welchem Übereinstimmungsgrad ein Beitrag als «geteilt» gelten kann, wurde eine sogenannte Segmentierungsanalyse durchgeführt, die auf linearen Regressionen beruht. Für die vorliegende Analyse werden die Anteile der geteilten Beiträge ausgewiesen. Sie dienen als Mass für die inhaltliche Medienkonzentration und können für die Variablen der Qualitätscodierung und die Verbundsysteme differenziert ausgewiesen werden. Es werden ausschliesslich redaktionelle Beiträge analysiert. Beiträge, die auf Agenturmeldungen basieren, werden bewusst nicht berücksichtigt. Als zusätzlicher Referenzwert werden Daten aus dem Jahr 2018, die für das «Jahrbuch Qualität der Medien 2019» mit der gleichen Methode wie für das Medienqualitätsrating erhoben wurden, ausgewertet. Das Mediensample beinhaltet die Pressetitel der Deutschschweiz, die im MQR-20 berücksichtigt werden: 20 Minuten, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, Der Bund, Die Südostschweiz, Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, St. Galler Tagblatt, Tages-Anzeiger.

Medienkonzentration in der Schweiz: Medienmarken der vier grössten Medienhäuser
(Quelle: Webseiten der Unternehmen).



Perspektive I: Inhaltliche Medienkonzentration auf Ebene des gesamten Deutschschweizer Pressemarkts

Im Deutschschweizer Pressemarkt nimmt die inhaltliche Medienkonzentration zu (vgl. Abbildung I). In nur zwei Jahren hat sich der Anteil geteilter Beiträge von 10 % auf 21 % erhöht. Das heisst, dass jeder fünfte redaktionelle Beitrag in mindestens zwei verschiedenen Medientiteln erscheint.

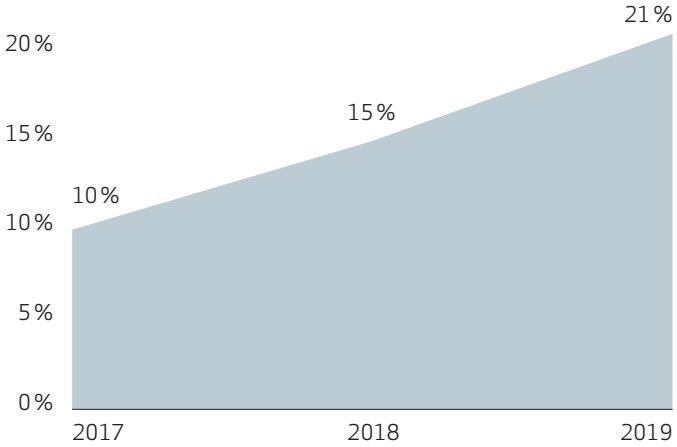


Abb. I: Inhaltliche Medienkonzentration im Pressemarkt der Deutschschweiz (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge).

Als zusätzlicher Indikator zur Messung der inhaltlichen Medienkonzentration dient die gesamte Menge an publizierten Beiträgen im Pressemarkt. Die Anzahl an redaktionellen Beiträgen, die pro Tag im Durchschnitt von den untersuchten Medientiteln publiziert wurde, bleibt stabil. Im Jahr 2017 wurden in den untersuchten Medien pro Tag durchschnittlich 588 Beiträge publiziert, 2019 jeweils 595 pro Tag. Es wurden also bei einem gleichbleibenden Output mehr Beiträge geteilt. Die inhaltliche Medienkonzentration führt damit zu einem verschärften Vielfaltsverlust im Pressemarkt der Deutschschweiz.

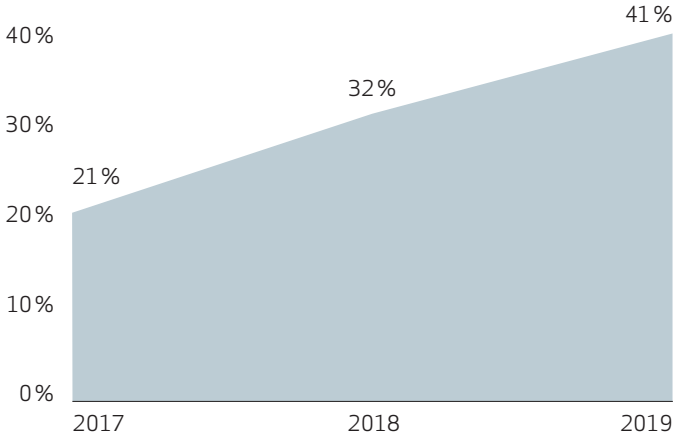


Abb. II: Entwicklung der inhaltlichen Medienkonzentration in der nationalen Politikberichterstattung im Pressemarkt der Deutschschweiz (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge).

Nicht in allen Themengebieten ist der Vielfaltsverlust aus demokratietheoretischer Perspektive gleich problematisch. Insbesondere die nationale Politikberichterstattung ist auf eine hohe Vielfalt angewiesen. Im direktdemokratischen System der Schweiz ist es wichtig, dass die einzelnen Medien aus einer regionalen Perspektive auf das nationale Politikgeschehen blicken. Zum Beispiel im Vorfeld von nationalen Abstimmungen, bei denen Regionen oder Kantone unter Umständen unterschiedlich stark von den Auswirkungen der Entscheide betroffen sind.
Die inhaltliche Medienkonzentration in der nationalen Politikberichterstattung ist höher als in der Gesamtberichterstattung (vgl. Abbildung II). 2017 erschienen noch 21 % der redaktionellen Beiträge zu politischen Themen auf nationaler Ebene in mindestens zwei Medientiteln. 2019 beträgt dieser Wert bereits 41 %. Im Wahljahr 2019 wurden allerdings täglich mehr Beiträge zur nationalen Politik publiziert (60 Beiträge) als 2017 und 2018 (jeweils 38).
In der nationalen Politikberichterstattung wird der starke Vielfaltsverlust durch einen höheren Output etwas aufgefangen.

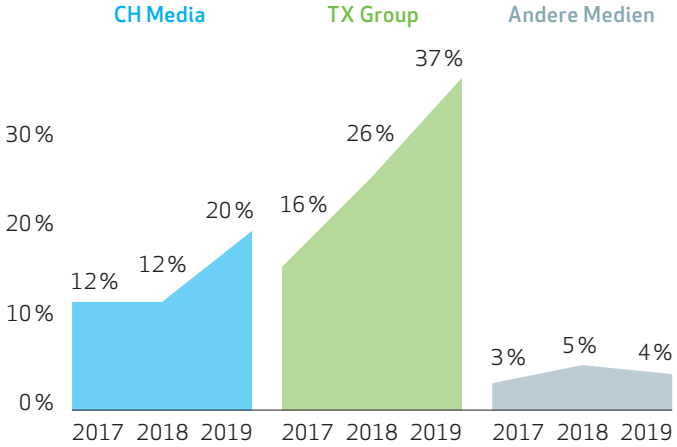


Abb. III: Inhaltliche Medienkonzentration in den Verbundsystemen TX Group und CH Media im Vergleich zu den anderen Pressetiteln der Deutschschweiz (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge).

Verbundsysteme umfassen eine Vielzahl an Medientiteln, sie wirken jedoch als Treiber der inhaltlichen Medienkonzentration. Betrachtet man diejenigen Medien, die Stand 2019 zu den Verbundsystemen TX Group und CH Media gehören, in ihrer zeitlichen Entwicklung, so lässt sich eine deutlich steigende inhaltliche Medienkonzentration feststellen (vgl. Abbildung III). Im Verbundsystem der TX Group erhöht sich der Anteil geteilter Beiträge von 16 % im Jahr 2017 auf 37 % für das Jahr 2019. Dies ist die Folge der Eingliederung der Berner Zeitung und der Basler Zeitung ins TX-Verbundsystem. Bei den CH Media-Medientiteln ist der Anstieg von 12 % auf 20 % weniger ausgeprägt. Die Zusammenlegung der Redaktionen im Jahr 2019 hat allerdings auch hier zu einer erhöhten inhaltlichen Medienkonzentration in den CH Media-Medientiteln geführt. Die Integration von Medientiteln in die Verbundsysteme führt daher auf Ebene der Medienarena zu einem Vielfaltsverlust beim publizistischen Output. Die TX Group ist im Vergleich zu CH Media bereits «integrierter». Bei Medientiteln, die keinem Verbundsystem angehören und als Referenzwert dienen, bleibt der Anteil geteilter Beiträge konstant niedrig.

Perspektive II: Inhaltliche Medienkonzentration auf Ebene der Verbundsysteme

Für die nachfolgenden Analysen liegt der Fokus auf den Verbundsystemen TX Group und CH Media. Die Codierung der Berichterstattungsqualität ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der inhaltlichen Medienkonzentration nach Themenbereichen. In ausnahmslos allen Themenbereichen nimmt die Anzahl geteilter Beiträge von 2017 auf 2019 zu, wenn auch nicht überall gleich stark (vgl. Abbildung IV). Bei der TX Group besteht 2019 die höchste inhaltliche Konzentration im Sportbereich (48 %), bei CH Media in der Wirtschaftsberichterstattung (30 %). In beiden Verbundsystemen weist die Politikberichterstattung 2019 den zweithöchsten Anteil an geteilten Beiträgen auf (39 % bzw. 29 %).

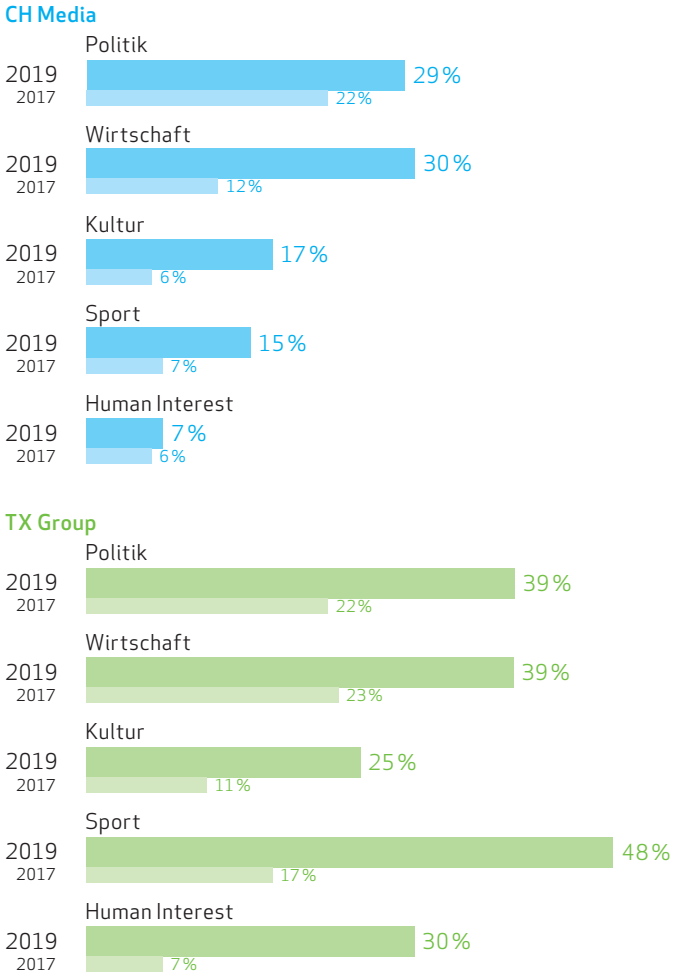


Abb. IV: Inhaltliche Medienkonzentration in den Verbundsystemen TX Group (vormals Tamedia) und CH Media nach thematischem Fokus (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge)

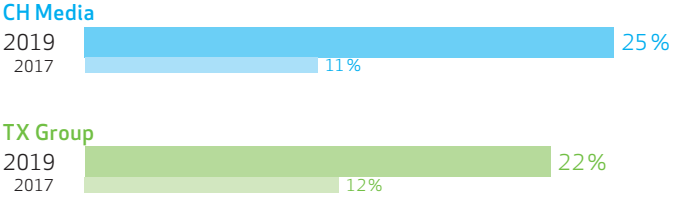


Abb. V: Inhaltliche Medienkonzentration in den Verbundsystemen TX Group und CH Media für meinungsbetonte Beiträge (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge).

Auch im Bereich der aus demokratietheoretischer Sicht besonders sensitiven meinungsbetonten Beiträge nimmt die inhaltliche Medienkonzentration stark zu. In beiden Verbundsystemen ist die Anzahl geteilter Leitartikel, Kommentare und Rezensionen im Zeitraum von 2017 bis 2019 stark angestiegen (vgl. Abbildung V), bei der TX Group von 12 % auf 22 %, bei CH Media von 11 % auf 25 %.

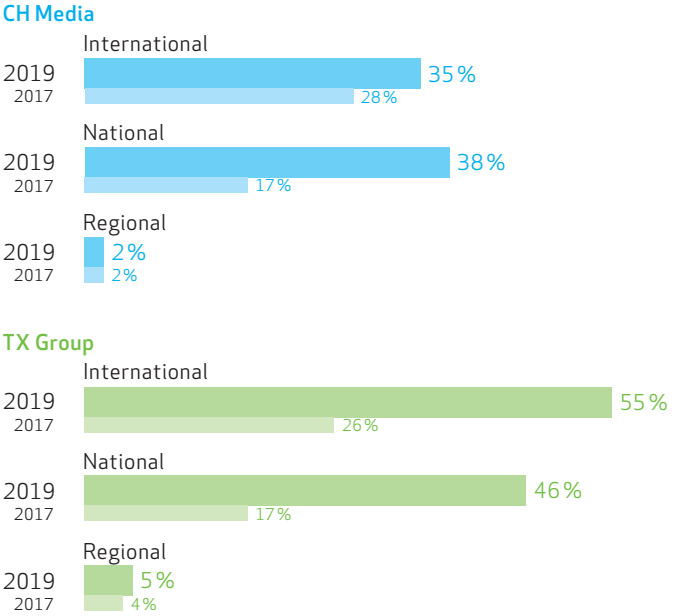
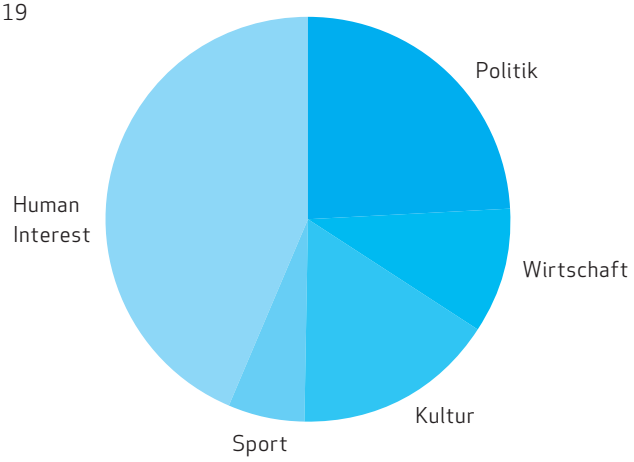


Abb. VI: Inhaltliche Medienkonzentration in den Verbundsystemen TX Group (vormals Tamedia) und CH Media nach geografischem Fokus (Abgebildet sind die %-Anteile der geteilten Beiträge).

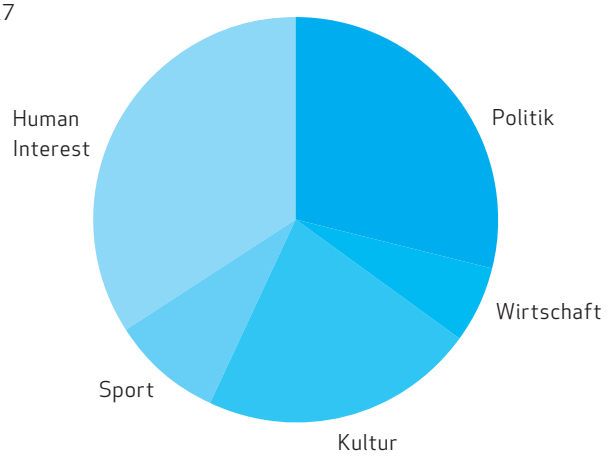
Die regionale Berichterstattung bleibt in den Verbundsystemen eigenständig. Folglich bleibt in beiden Verbundsystemen die inhaltliche Medienkonzentration in der Regionalberichterstattung niedrig. Der Anteil geteilter Beiträge bleibt 2019 sowohl im Verbundsystem der TX Group (5 %) als auch bei CH Media (2 %) sehr gering und nimmt im Vergleich zu 2017 kaum zu (vgl. Abbildung VI). Das Versprechen der Konzerne, die Regionalberichterstattung weiterhin eigenständig zu führen, wird bislang also eingelöst. Die nationale und internationale Berichterstattung weist 2019 in beiden Verbundsystemen hingegen eine hohe inhaltliche Medienkonzentration auf. Bei der TX Group handelt es sich bei 46 % der nationalen Berichterstattung um geteilte Beiträge, bei CH Media beträgt der Wert 38 %. In der internationalen Berichterstattung liegen die Werte bei 55 % bzw. 35 %.

CH Media Themenfokus Regional

2019

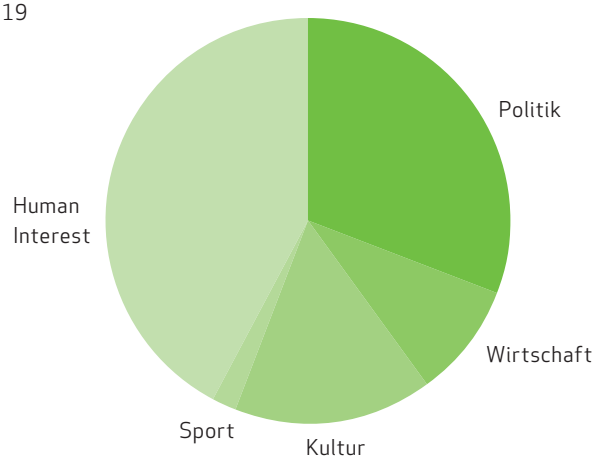


2017



TX Group Themenfokus Regional

2019



2017

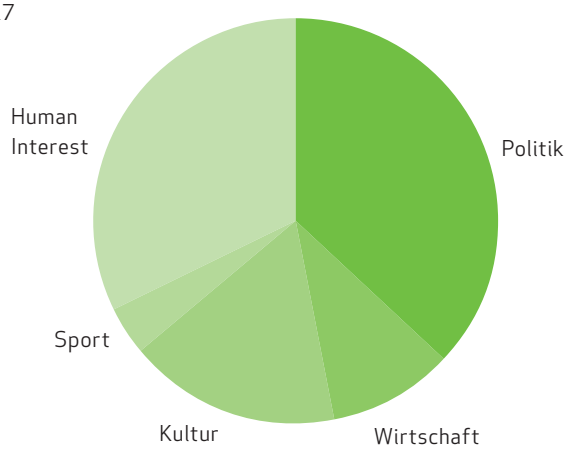


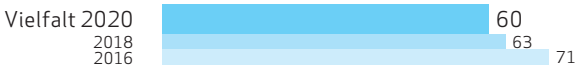
Abb. VII: Thematischer Fokus in der regionalen Berichterstattung der Verbundsysteme TX Group (vormals Tamedia) und CH Media.

Die Berichterstattung über regionale Themen ist also wenig bis gar nicht von der inhaltlichen Medienkonzentration betroffen. In der Regionalberichterstattung der beiden Verbundsysteme TX Group und CH Media können dennoch, unabhängig von der inhaltlichen Medienkonzentration, thematische Konzentrationsprozesse gemessen werden. In beiden Fällen kommt es zu einer Boulevardisierung der Regionalberichterstattung. Innerhalb der Regionalberichterstattung wird weniger über Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport berichtet, während die softnews-geprägte Human-Interest-Berichterstattung zunimmt (vgl. Abbildung VII). Sowohl bei der TX Group (+10 PP) als auch bei CH Media (+9 PP) gewinnen Human-Interest-Themen im Regionalsektor an Bedeutung. Die Zugewinne gehen vor allem auf Kosten der regionalen Politikberichterstattung (–6 PP bzw. –5 PP). Bei CH Media erhält über die Zeit betrachtet, als einzige Ausnahme, die regionale Wirtschaftsberichterstattung mehr Gewicht.

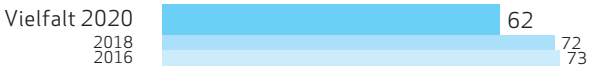
Tages- und Onlinezeitungen

Im digitalen Zeitalter konkurrenzieren Tages- und Onlinezeitungen nicht länger nur untereinander, sondern zusätzlich mit Informations- und Unterhaltungsangeboten aller Art aus aller Welt. Die Entfesselung des Wettbewerbs auf dem Werbe- und Lesermarkt hat in der Regel dazu geführt, dass sich Qualitätsjournalismus für Tages- und Onlinezeitungen zu einem Verlustgeschäft zu entwickeln droht. Denn die Werbegelder fliessen zu den Tech-Giganten und die Markenbindung und Zahlungsbereitschaft der Leserschaft schwindet.
Die Medienhäuser haben drastische Massnahmen ergriffen, um ihr wirtschaftliches Überleben zu sichern. So haben AZ Medien und die NZZ-Regionalmedien im Jahr 2018 das Joint Venture CH Media gegründet. Seither werden die Aargauer Zeitung, die Luzerner Zeitung und das St. Galler Tagblatt bei nationalen und internationalen Themen aus einer Mantelredaktion mit Sitz in Aarau bestückt. Auch die TX Group setzt verstärkt auf Zentralredaktionen – je eine in der Deutsch- und der Westschweiz –, und hat 2018 die Berner Zeitung und die Basler Zeitung in das Verbundsystem integriert.
Das Medienqualitätsrating mit seinen wiederholten Messungen kann aufzeigen, welche Auswirkungen die aktuellen Entwicklungen im Medienmarkt der Schweiz auf die publizistische Qualität haben. Bei 14 von 21 Tages- und Onlinezeitungen zeichnet sich über die letzten Jahre vor allem ein Verlust an Vielfalt ab. Im Fall CH Media zeigt sich dies besonders deutlich: Die Aargauer Zeitung, die Luzerner Zeitung, das St. Galler Tagblatt sowie die zugehörigen Newssites luzernerzeitung.ch und tagblatt.ch verlieren allesamt in der Dimension Vielfalt. Zu diesem Ergebnis kommen Inhaltsanalyse und Befragung unabhängig voneinander.

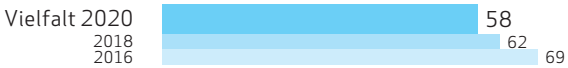
Aargauer Zeitung (CH Media)



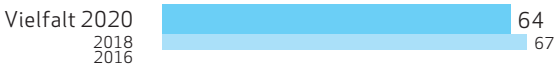
Luzerner Zeitung (CH Media)



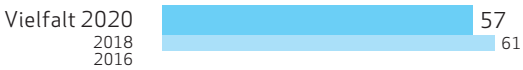
luzernerzeitung.ch (CH Media)



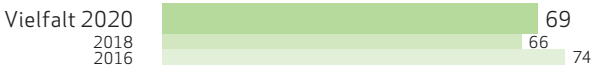
St. Galler Tagblatt (CH Media)



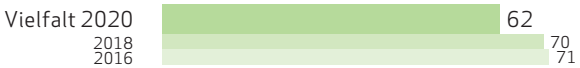
tagblatt.ch (CH Media)



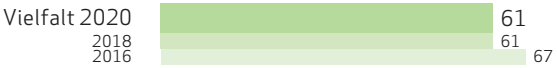
24heures (TX Group)



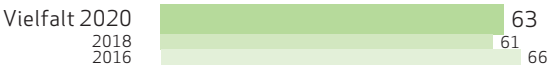
24heures.ch (TX Group)



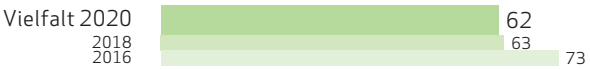
Basler Zeitung (TX Group)



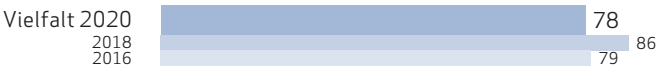
bazonline.ch (TX Group)



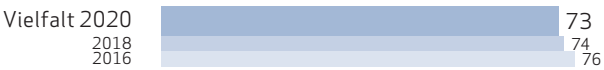
Berner Zeitung (TX Group)



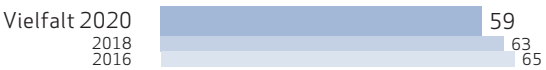
Le Temps



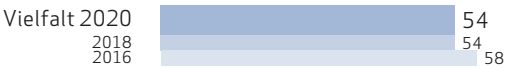
letemps.ch



Le Nouvelliste

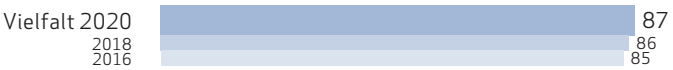


lenouvelliste.ch

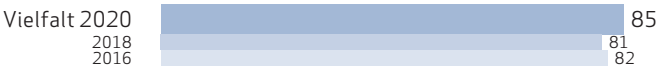


Doch es gibt auch Ausnahmen. Die NZZ und der Tages-Anzeiger sowie deren Onlinependants nzz.ch und tagesanzeiger.ch haben an Vielfalt gewonnen. Diese Medientitel zeigen, dass es auch im digitalen Zeitalter für Tages- und Onlinezeitungen möglich ist, vielfältige Inhalte zu produzieren. Das Resultat ist womöglich die Folge einer bewussten Positionierung der publizistischen Flaggschiffe der NZZ-Mediengruppe und der TX Group.

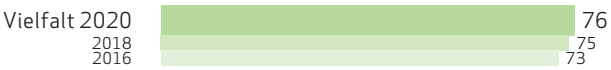
NZZ



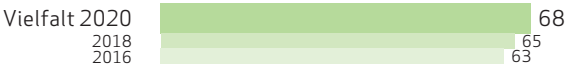
nzz.ch



Tages-Anzeiger (TX Group)



tagesanzeiger.ch (TX Group)



Berichterstattungsqualität und Qualitätswahrnehmung des Publikums
Die Grafik zeigt für die Analyse der Berichterstattungsqualität (X-Achse) und die Analyse der Qualitätswahrnehmung (Y-Achse), ob ein Medientitel im Vergleich mit der Gruppe unterdurchschnittliche (–1), durchschnittliche (0) oder überdurchschnittliche (+1) Qualitätswerte erzielt. Bei Titeln, die sich in der Diagonale positionieren, kommen beide Messverfahren zu analogen Befunden. Bei Titeln ausserhalb der Diagonale weichen die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Befragung voneinander ab. Punkte oberhalb der Diagonale bedeuten, dass der Medientitel vom befragten Publikum besser bewertet wird. Kommt der Medientitel unterhalb der Diagonale zu liegen, schneidet er in der Inhaltsanalyse besser ab.

Lesebeispiel: Vergleicht man die Basler Zeitung mit den übrigen Tages- und Onlinezeitungen, erweist sich die inhaltsanalytisch gemessene Qualität als durchschnittlich. Bei der Befragung schneidet der Titel jedoch unterdurchschnittlich ab.

Der Bund schliesst zur Qualitätsspitze auf
Wie zu erwarten war, halten NZZ und nzz.ch ihre Spitzenplatzierungen bei. Dennoch ist Bewegung im oberen Qualitätsfeld. Während Le Temps vor zwei Jahren noch Publikumsliebling gewesen ist, rücken die Befragten die einzige überregionale Tageszeitung der Suisse romande neu ins obere Mittelfeld. Der Ansehensverlust von Le Temps ist angesichts der nach wie vor hohen Berichterstattungsqualität erstaunlich. Der Bund hat hingegen in der Publikumsgunst deutlich gewonnen und schliesst neu zur Spitzengruppe auf. Das Traditionsblatt aus Bern hebt sich in der Berichterstattungsqualität nur leicht vom Tages-Anzeiger ab, mit dem es eine Mantelredaktion teilt. Deshalb ist es bemerkenswert, dass der Bund beim Publikum weit besser ankommt. Die Südostschweiz hat in den vergangenen zwei Jahren ebenfalls beim Publikum zugelegt und nimmt neu einen Platz im mittleren Qualitätsfeld ein. Die Basler Zeitung sowie die zugehörige Newssite bazonline.ch haben offensichtlich mit einem Imageproblem zu kämpfen: Während die Berichterstattungsqualität gemäss Inhaltsanalyse solide ist, erlangen sie beim Publikum die mit Abstand schlechtesten Bewertungen.

Aargauer Zeitung

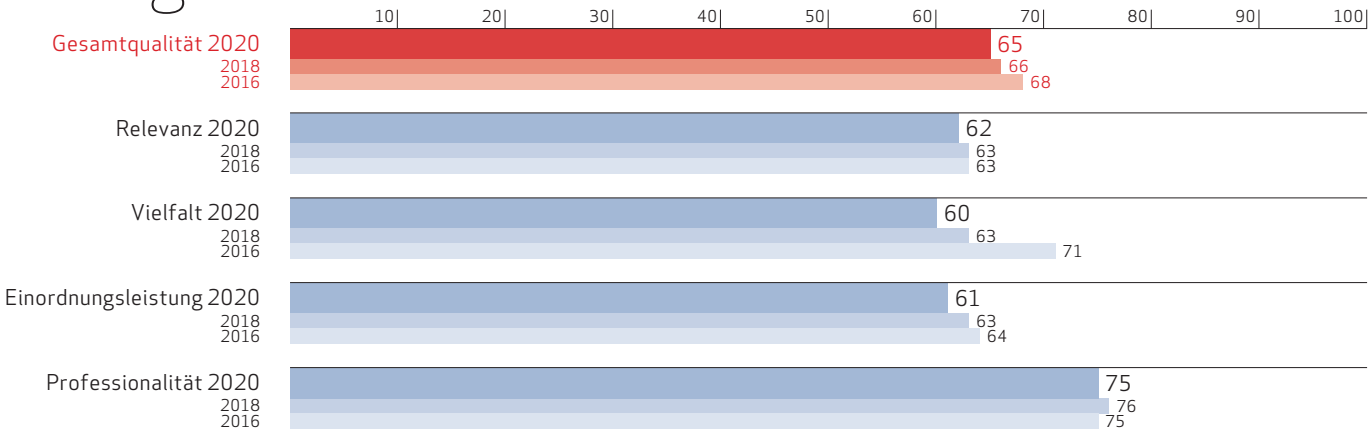
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Rolf Cavalli
Reichweite 2019	200 000
Profil	Die «Aargauer Zeitung» ist die regionale Tageszeitung für den Kanton Aargau und seine Regionen. Die regionale Verankerung bildet das Rückgrat der Berichterstattung.

Politik	30 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	9 %
Sport	19 %
Human Interest	29 %

Abnehmende Vielfalt beim Nordwestschweizer Marktführer

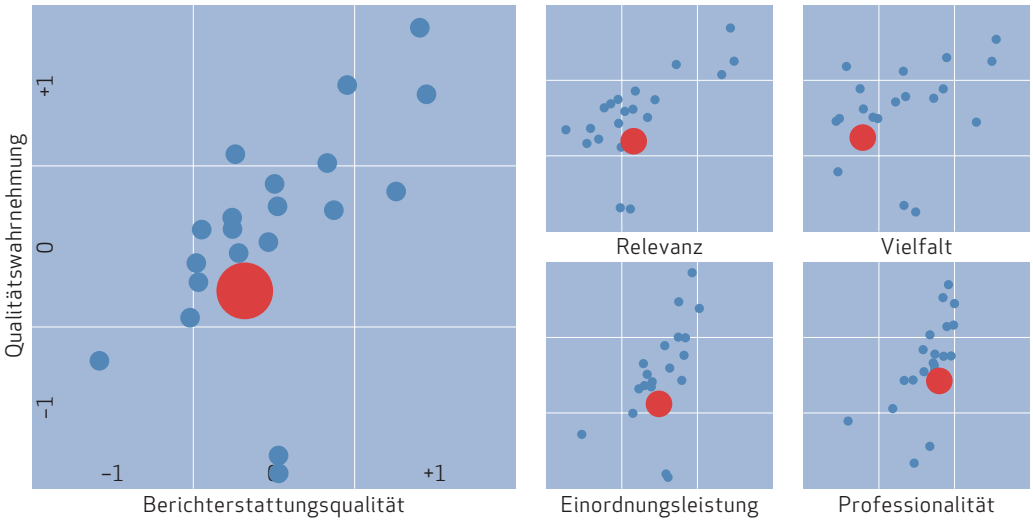
- Das Medienunternehmen CH Media bündelt Ressourcen: Seit 2019 werden die Aargauer Zeitung, das St. Galler Tagblatt und die Luzerner Zeitung zu überregionalen Themen von einer Mantelredaktion mit Sitz in Aarau beliefert.
- Die regional verankerte Aargauer Zeitung hält ihre Platzierung im Mittelfeld der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen, doch ist in der Berichterstattung ein Vielfaltsverlust festzustellen.
- Auch dem Publikum ist der Verlust an Vielfalt nicht entgangen, weshalb die Aargauer Zeitung in dieser Dimension ein starkes Minus verbuchen muss.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Aargauer Zeitung 65 von 100 Qualitätspunkten. Der Titel büsst in der Qualitätsdimension Vielfalt ein.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Aargauer Zeitung decken sich die Befunde von Inhaltsanalyse und Befragung stark.

Basler Zeitung

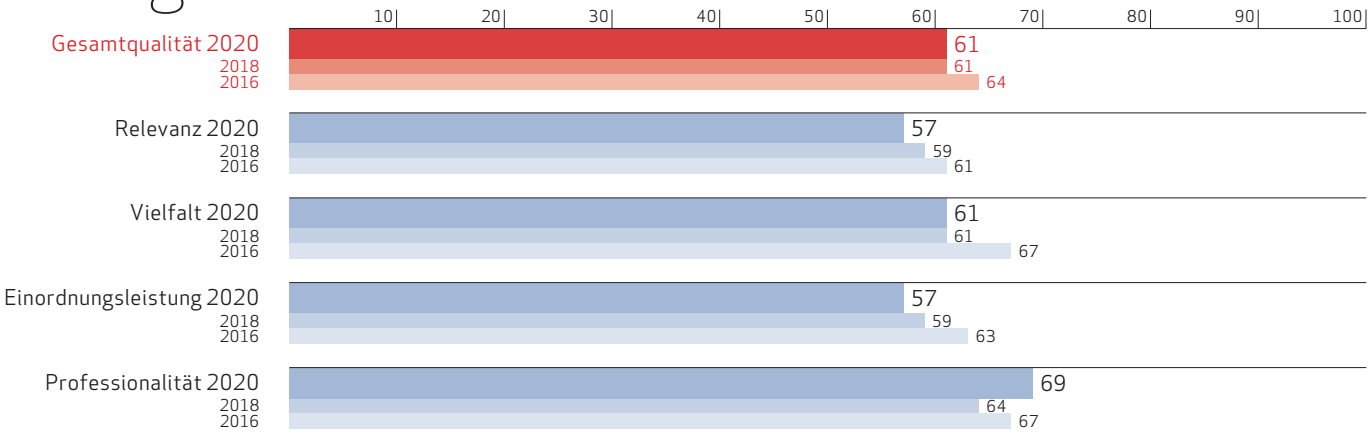
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Marcel Rohr
Reichweite 2019	105 000
Profil	Nachrichten und Hintergründe aus Basel, der Schweiz und der Welt. Analysen, Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur, Wissen, Technik, Auto und mehr.

Politik	27 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	13 %
Sport	18 %
Human Interest	29 %

Die Leserschaft bleibt nach Übernahme durch TX Group skeptisch

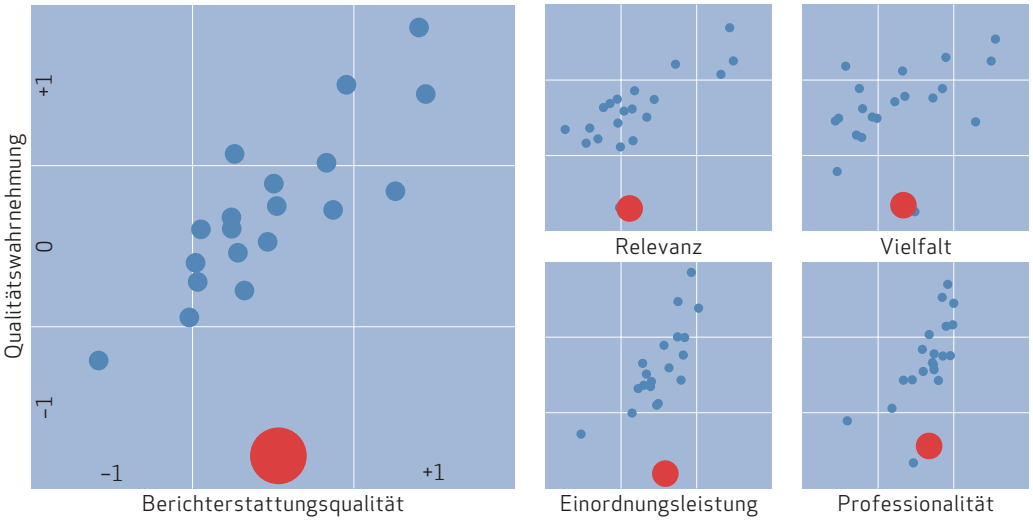
- Nach einem «Tauschgeschäft» mit Christoph Blocher wurde die Basler Zeitung 2018 in das TX Group-Netzwerk mit Sitz in Zürich eingegliedert. Im Gesamtscore hat diese Übernahme noch keine Früchte getragen: Die Basler Zeitung bleibt im Schlussfeld.
- Dabei kann die Basler Zeitung ihre Berichterstattungsqualität gegenüber 2018 leicht steigern, da seit der Übernahme durch die TX Group sachlicher berichtet wird.
- Allerdings nimmt das Publikum die Qualität der Basler Zeitung im selben Ausmass als schlechter wahr.

Rating



Lesebeispiel: Die BaZ erzielt 2020 erneut 61 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Im Vergleich zur Inhaltsanalyse sind die Befragungswerte schlechter – die Befragten nehmen die Basler Zeitung folglich negativer wahr.

bazonline.ch

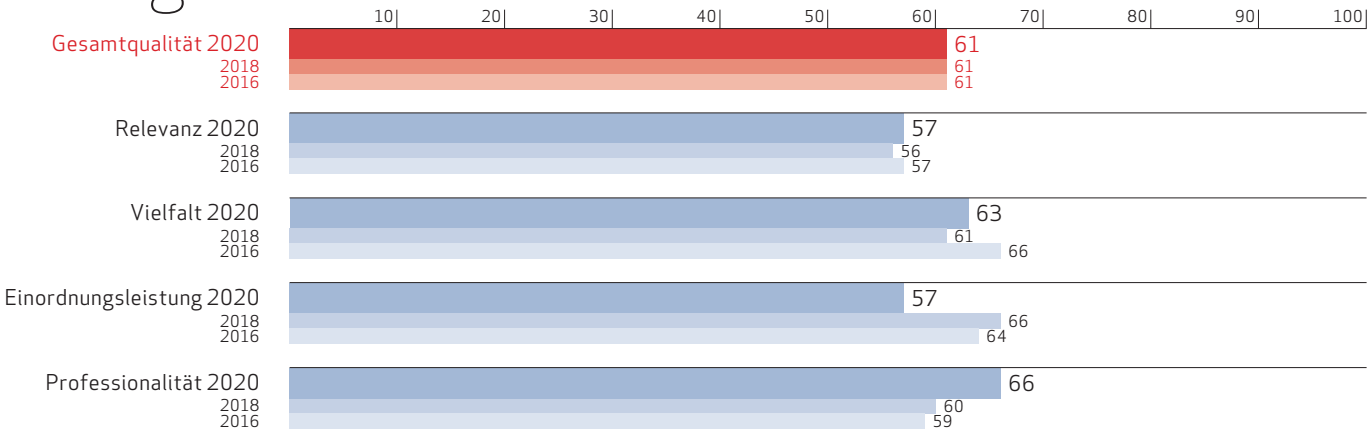
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Marcel Rohr
Reichweite 2019	66 500
Profil	Nachrichten und Hintergründe aus Basel, der Schweiz und der Welt. Analysen, Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur, Wissen, Technik, Auto und mehr.

Politik	30 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	16 %
Sport	6 %
Human Interest	34 %

Onlineausgabe vom Publikum besser bewertet als Printpendant

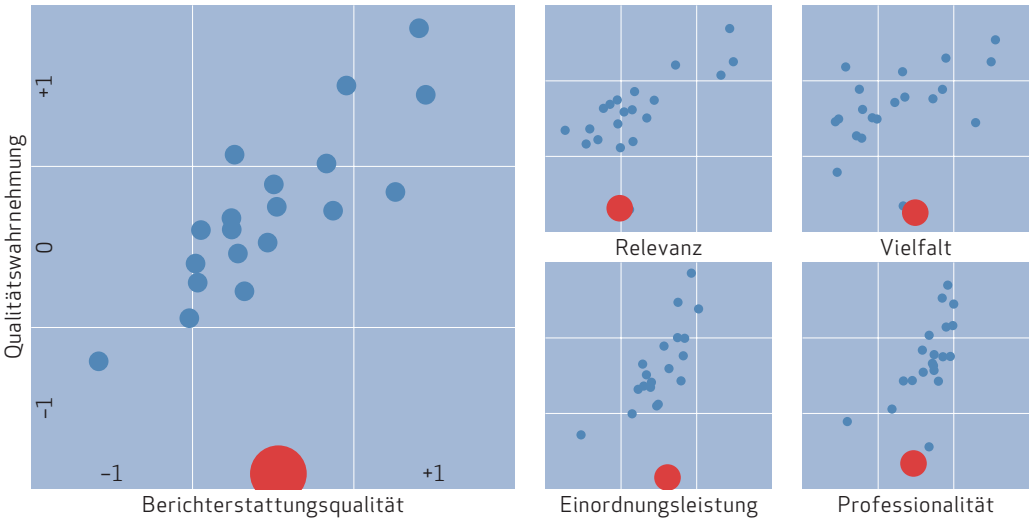
- Von allen Deutschschweizer Tages- und Onlinezeitungen schneidet die Gesamtqualität der Newssite bazonline.ch am schlechtesten ab. Nur die Westschweizer Newssite lenouvelliste.ch erzielt einen noch niedrigeren Wert.
- Treibend für den niedrigen Gesamtscore sind die Befragungswerte. Das Publikum sieht das grösste Defizit in der mangelnden Vielfalt – in dieser Qualitätsdimension hat bazonline.ch den niedrigsten Wert der Vergleichsgruppe.
- Die Inhaltsanalyse zeichnet ein positiveres Bild. Die Berichterstattung hat seit der Übernahme durch die TX Group vor allem an Professionalität gewonnen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt bazonline.ch 61 von 100 Qualitätspunkten, gleich viel wie in der letzten Messperiode. Die inhaltlichen Verbesserungen machen die Einbussen in der Befragung wett.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: In der Befragung schneidet bazonline.ch weit schlechter als in der Inhaltsanalyse ab.

Berner Zeitung

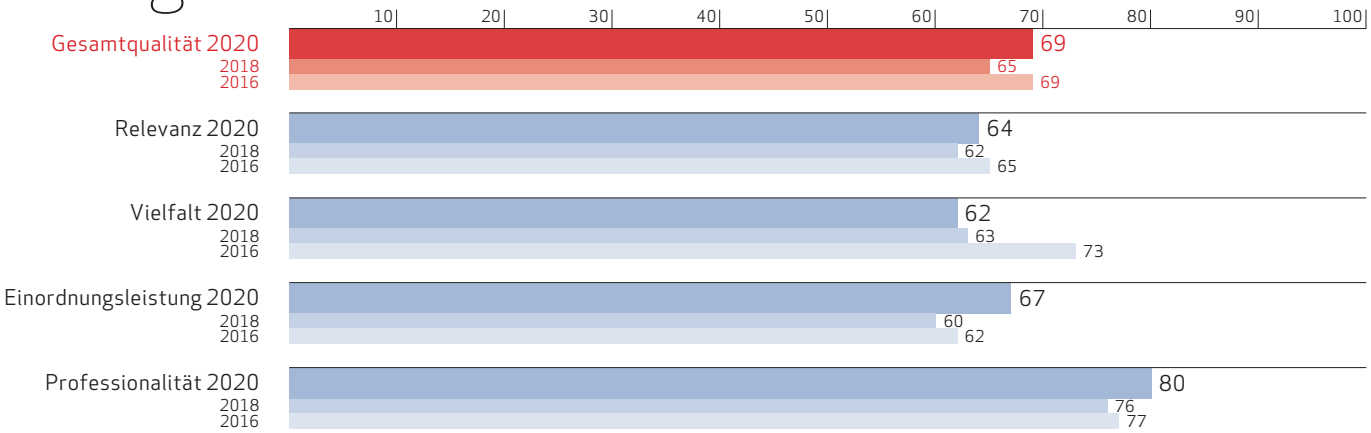
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Simon Bärtschi
Reichweite 2019	314 000
Profil	Regionale News aus Bern. Nationale und internationale Nachrichten und Fakten aus Wirtschaft, Kultur und Sport. Alles aus Berner Sicht – die Region im Fokus.

Politik	28 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	10 %
Sport	21 %
Human Interest	28 %

Spürbare Verbesserung bei der grössten Berner Tageszeitung

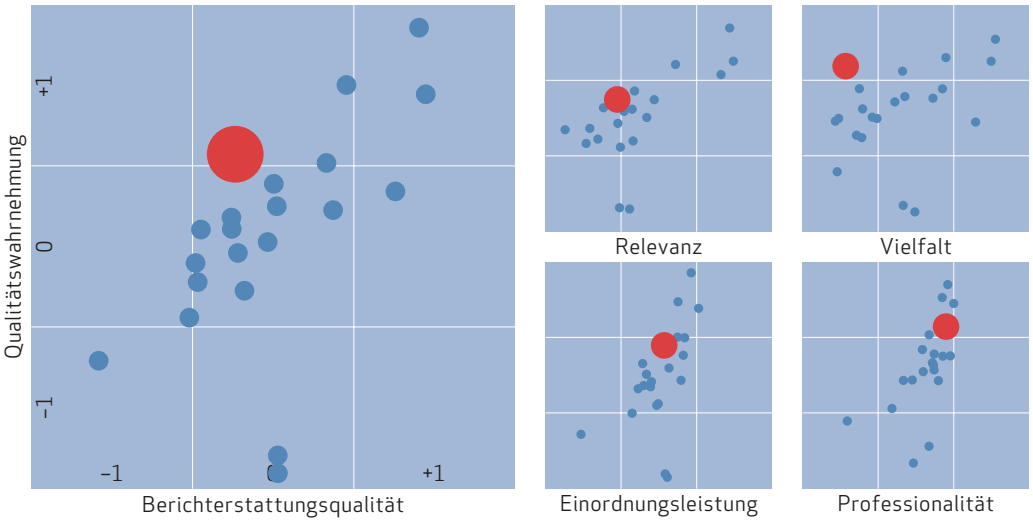
- Die Berner Zeitung hat zwei aufreibende Jahre hinter sich: Mit der Entscheidung der TX Group, eine Mantelredaktion in Zürich für alle ihre Bezahlmedien zu schaffen, hat die grösste Tageszeitung des Kantons Bern weiter an Eigenständigkeit verloren.
- Die Berichterstattungsqualität hat sich seit der Einführung der Mantelredaktion insgesamt leicht verbessert. Die Inhalte sind zwar weniger vielfältig, doch haben die Beiträge an Professionalität und Einordnungsleistung gewonnen.
- Auch das Publikum hat Verbesserungen wahrgenommen: Die Berner Zeitung erzielt ihre bislang beste MQR-Platzierung.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Berner Zeitung 69 von 100 Qualitätspunkten und gewinnt somit 4 Punkte im Vergleich zur letzten Messperiode. In der Qualitätsdimension Vielfalt hält der negative Trend an.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Berner Zeitung erzielt in der Befragung im Verhältnis höhere Werte als in der Inhaltsanalyse. Diese Diskrepanz zeigt sich am stärksten in der Qualitätsdimension Vielfalt.

bernerzeitung.ch

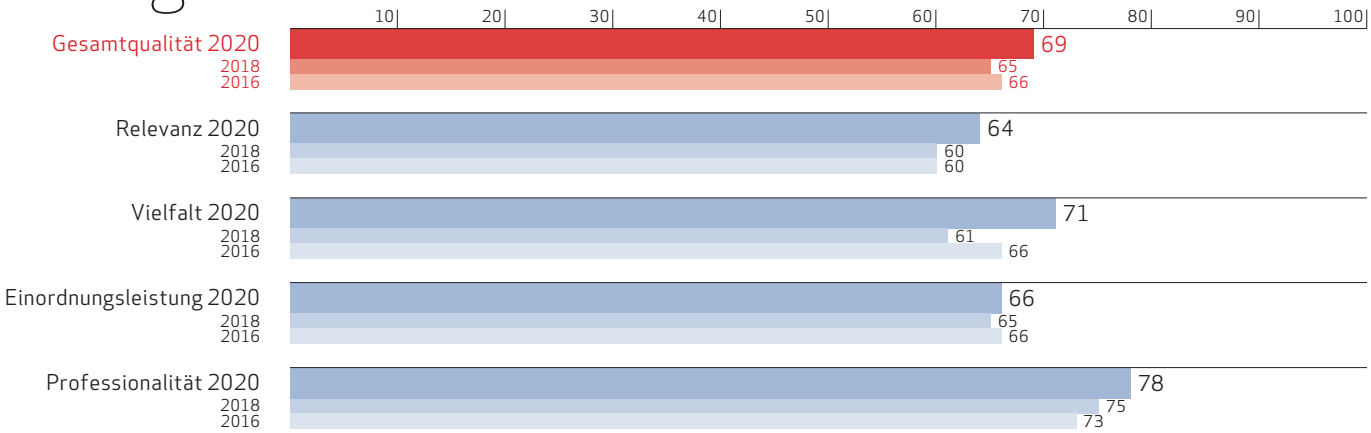
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Simon Bärtschi
Reichweite 2019	75 000
Profil	Regionale News aus Bern. Nationale und internationale Nachrichten und Fakten aus Wirtschaft, Kultur und Sport. Alles aus Berner Sicht – die Region im Fokus.

Politik	26 %
Wirtschaft	14 %
Kultur	17 %
Sport	10 %
Human Interest	34 %

Aufsteiger lässt Printpendant hinter sich

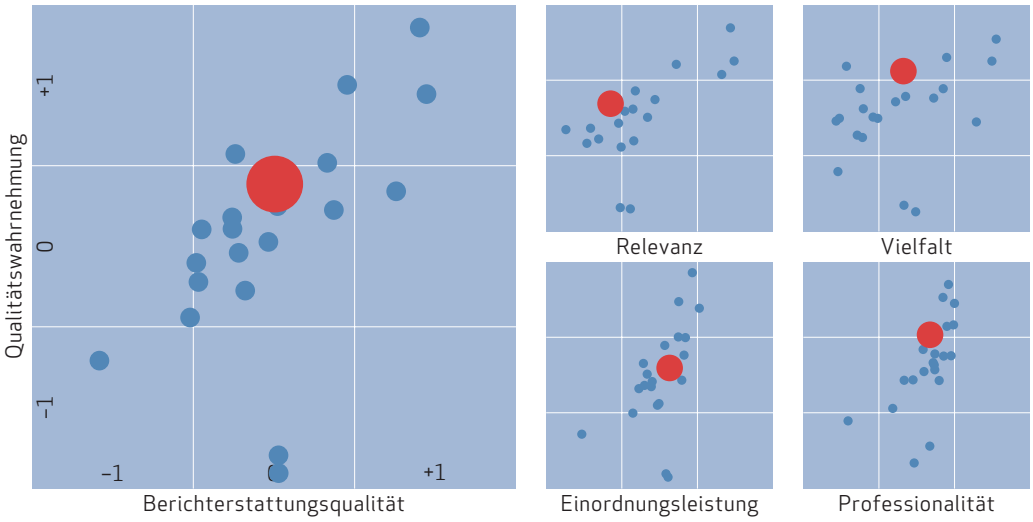
- Die Newssite bernerzeitung.ch zählt zu den Aufsteigern des MQR-20. Sie legt sowohl in der Berichterstattungsqualität als auch in der Wahrnehmung des Publikums gegenüber 2018 deutlich zu.
- Die Newssite bernerzeitung.ch erzielt sogar einen höheren Score als die Printausgabe.
- Hervorzuheben ist, dass die Newsseite einer von wenigen Medientiteln ist, der in der Qualitätsdimension Vielfalt einen deutlichen Sprung nach vorne macht.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt bernerzeitung.ch 69 von 100 Qualitätspunkten und legt gegenüber der letzten Messperiode 4 Qualitätspunkte zu. In der Qualitätsdimension Vielfalt ist der Zuwachs mit 10 Punkten besonders stark.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Newssite bernerzeitung.ch decken sich die Resultate aus Inhaltsanalyse und Befragung.

Der Bund

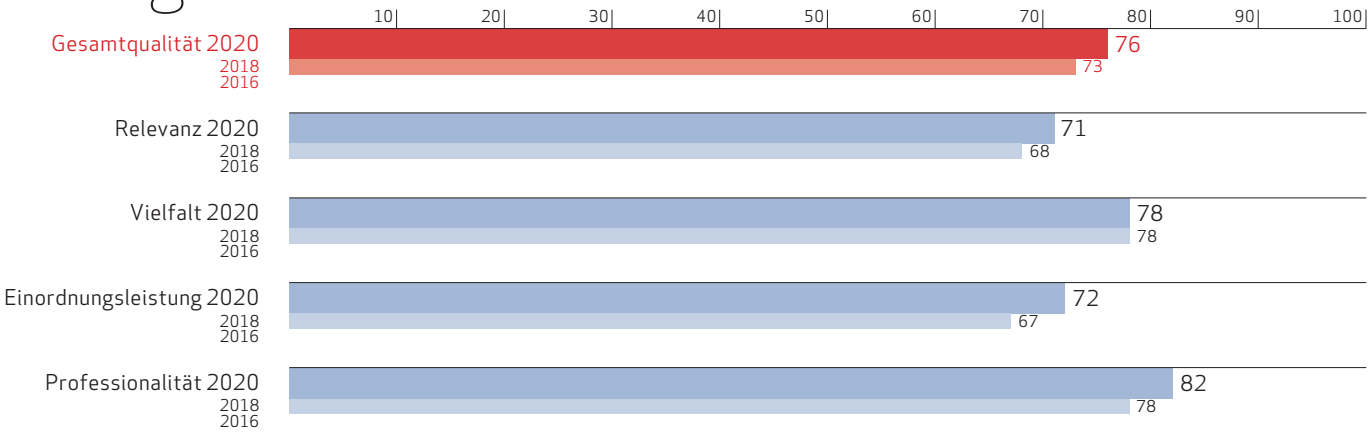
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Patrick Feuz
Reichweite 2019	314 000
Profil	Ihre Zeitung mit Bern im Fokus. Aktuelle Nachrichten, Hintergrundberichte und Reportagen aus Politik, Wirtschaft, Lokalem, Kultur und Sport.

Politik	33 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	13 %
Sport	12 %
Human Interest	25 %

Die Berner Traditionszeitung legt zu

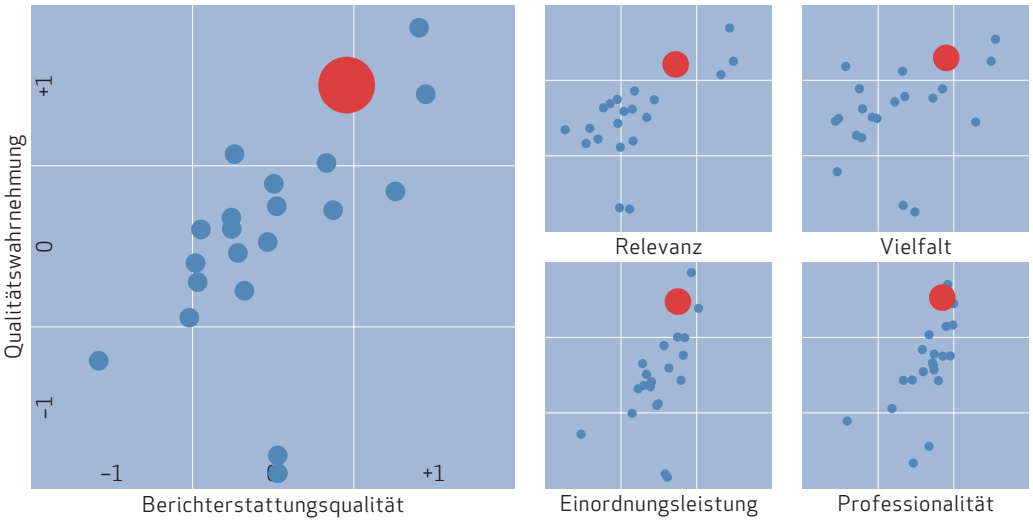
- Dass die Mantelredaktion der TX Group sämtliche Bezahlzeitungen des Medienunternehmens mit Inhalten beliefert, hat nicht zuletzt in Bern die Sorge ausgelöst, dass der Bund und die Berner Zeitung austauschbar werden.
- Die Qualität des Bund entwickelt sich aber positiv. Er hat seinen Gesamtscore gegenüber 2018 verbessert und erreicht den dritten Platz in der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen.
- Der Bund schneidet besonders in der Dimension der Vielfalt gut ab. Der Unterschied zur gedruckten Ausgabe der Berner Zeitung beträgt satte 9 Punkte. Er konnte zudem an Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität zulegen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt der Bund 76 von 100 Qualitätspunkten.
Das sind 3 Punkte mehr als in der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität des Bund im Verhältnis höher ein, als in der Inhaltsanalyse gemessen wurde.

Luzerner Zeitung

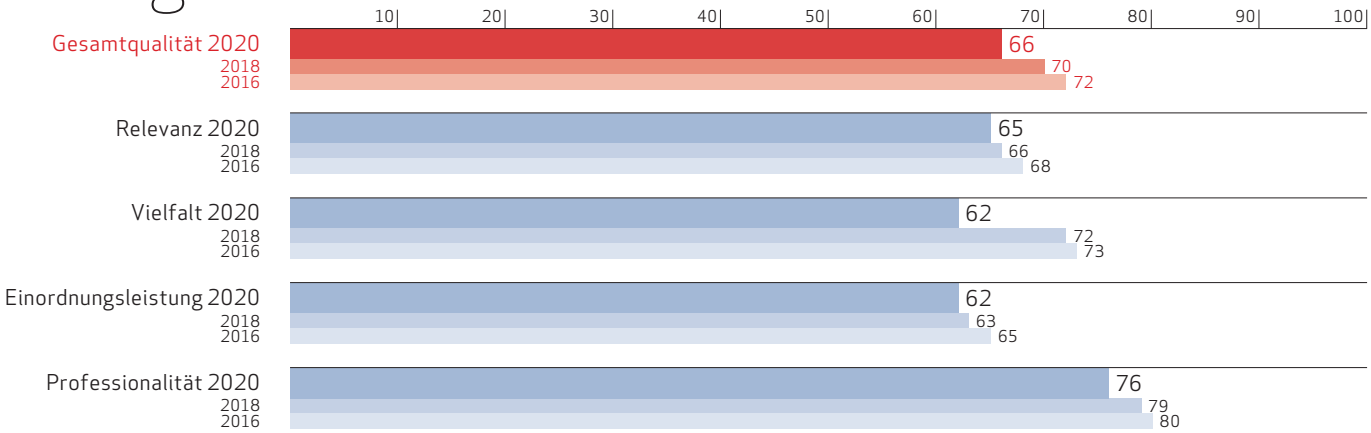
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Jérôme Martinu
Reichweite 2019	276 500
Profil	Die meistgelesene Zeitung in der Zentralschweiz berichtet über Ereignisse im In- und Ausland. Mit ihren Regionalausgaben deckt sie die regionale Berichterstattung in der gesamten Zentralschweiz ab.

Politik	28 %
Wirtschaft	15 %
Kultur	14 %
Sport	20 %
Human Interest	24 %

Schwindende Vielfalt bestätigt Sorge der Politik

- Nach Integration der Luzerner Zeitung in das Verbundsystem CH Media forderte der Luzerner Kantonsrat das Joint Venture auf, Journalistinnen und Journalisten mit fundiertem Wissen über die Zentralschweiz in die Mantelredaktion aufzunehmen.
- Die damalige Sorge des Kantonsrates, dass die Integration in das Verbundsystem den Medienplatz Luzern schwächt, war aus heutiger Sicht nicht aus der Luft gegriffen: Der Gesamtscore der Luzerner Zeitung ist deutlich gesunken.
- In der Detailanalyse zeigt sich, dass die Luzerner Zeitung – gemäss Inhaltsanalyse – vor allem stark an inhaltlicher Vielfalt verloren hat: von 69 Punkten 2018 auf aktuell 51 Punkte.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Luzerner Zeitung 66 von 100 Qualitätspunkten und verliert gegenüber der letzten Messperiode 4 Punkte.

Qualität im Vergleich

Lesebeispiel: Bei der Luzerner Zeitung sind die Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung in allen vier Qualitätsdimensionen deckungsgleich.

luzernerzeitung.ch

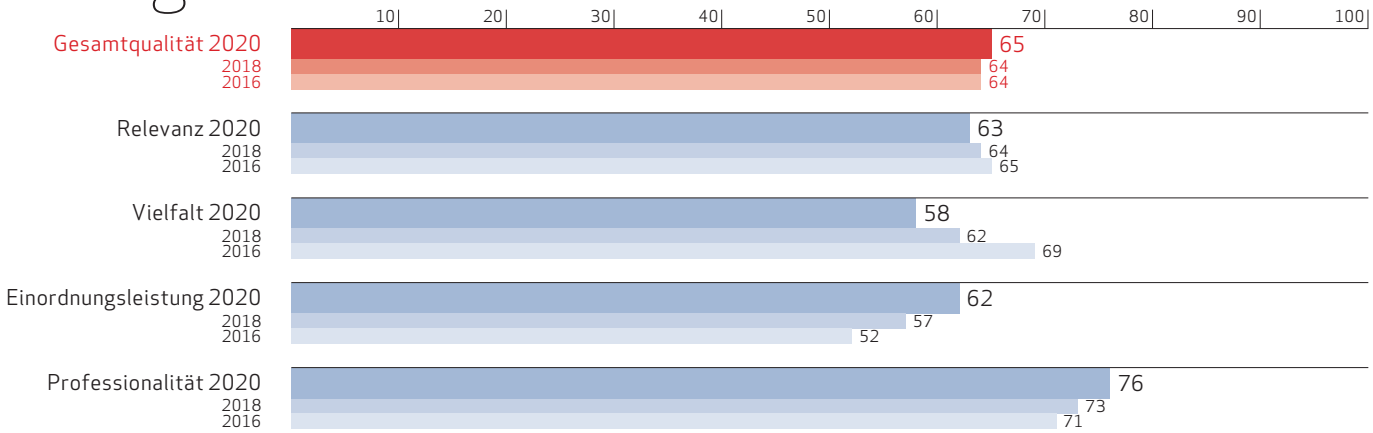
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Jérôme Martinu
Reichweite 2019	90 000
Profil	Aktuelle News aus Luzern und der Zentralschweiz. Regionale Nachrichten rund um die Uhr in der Luzerner Zeitung.

Politik	25 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	11 %
Sport	14 %
Human Interest	33 %

Online und Print der Luzerner Zeitung gleichen sich an

- Während die Printausgabe der Luzerner Zeitung an Qualität verliert, legt die Onlineausgabe in dieser Dimension leicht zu. In der Folge liegen beide Medientitel – Online und Print – im Gesamtscore fast gleichauf.
- Die bei der gedruckten Luzerner Zeitung geäusserte Sorge, der Medienplatz Luzern würde mit der Schaffung der CH Media-Mantelredaktion geschwächt, betrifft auch die Onlineausgabe luzernerzeitung.ch. Auch hier scheint die Sorge nicht unbegründet. Zwar kann die Newssite bei der Einordnungsleistung zulegen, doch in der Qualitätsdimension Vielfalt ist ein starker Rückgang festzustellen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt luzernerzeitung.ch 65 von 100 Qualitätspunkten, 2018 waren es 64 Punkte.

Qualität im Vergleich

Lesebeispiel: Die beiden Methoden kommen bei der Newssite luzernerzeitung.ch zu sehr ähnlichen Qualitätsbefunden.

Neue Zürcher Zeitung

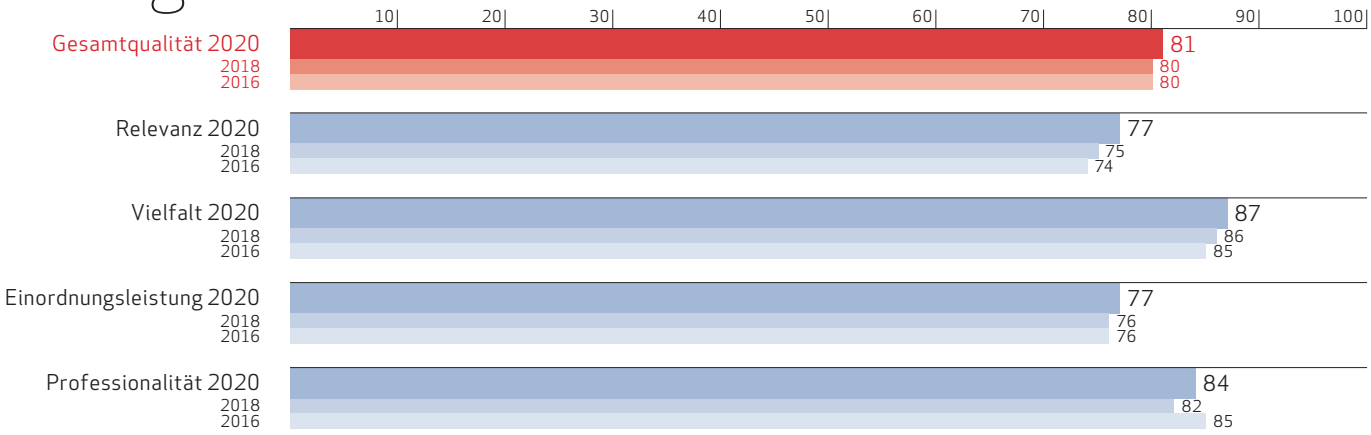
Medienunternehmen	NZZ-Mediengruppe
Verleger	Etienne Jornod
Chefredaktor	Eric Gujer
Reichweite 2019	227 000
Profil	Die «Neue Zürcher Zeitung» steht seit 1780 für eine fundierte, präzise und ausführliche Berichterstattung über das internationale, nationale und regionale Geschehen.

Politik	42 %
Wirtschaft	22 %
Kultur	12 %
Sport	13 %
Human Interest	11 %

Die führende Qualitätszeitung bestätigt ihren Anspruch

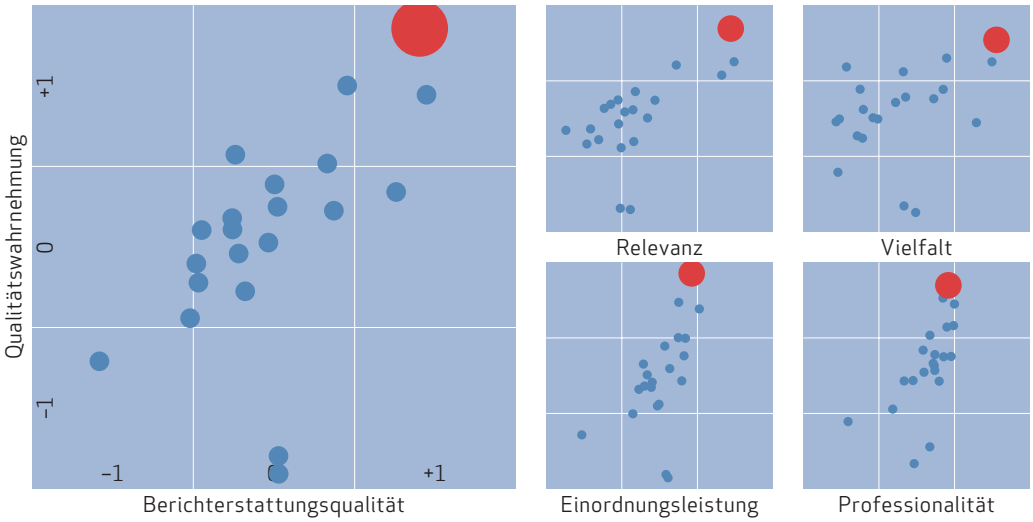
- Die NZZ kann inhaltlich ihr hohes Niveau halten und wird somit ihrem Anspruch gerecht, das publizistische Leitmedium der Schweiz mit internationaler Ausstrahlung zu sein.
- Für das Publikum ist die NZZ das unangefochtene Leitmedium in der Kategorie der Tages- und Onlinezeitungen. Hier verbessert sich die NZZ in allen vier Qualitätsdimensionen und erzielt einen persönlichen Bestwert.
- Jüngste Kontroversen um ihre pointiert rechtsliberale Profilierung haben dem Ansehen der NZZ offensichtlich nicht geschadet.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die NZZ mit 81 von 100 Qualitätspunkten einen neuen Höchstwert.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die NZZ erzielt sowohl gemäss Befragung als auch in der Inhaltsanalyse Spitzenwerte. Hinsichtlich Einordnungsleistung und Professionalität weist die Befragung im Vergleich zur Inhaltsanalyse leicht erhöhte Werte aus.

nzz.ch

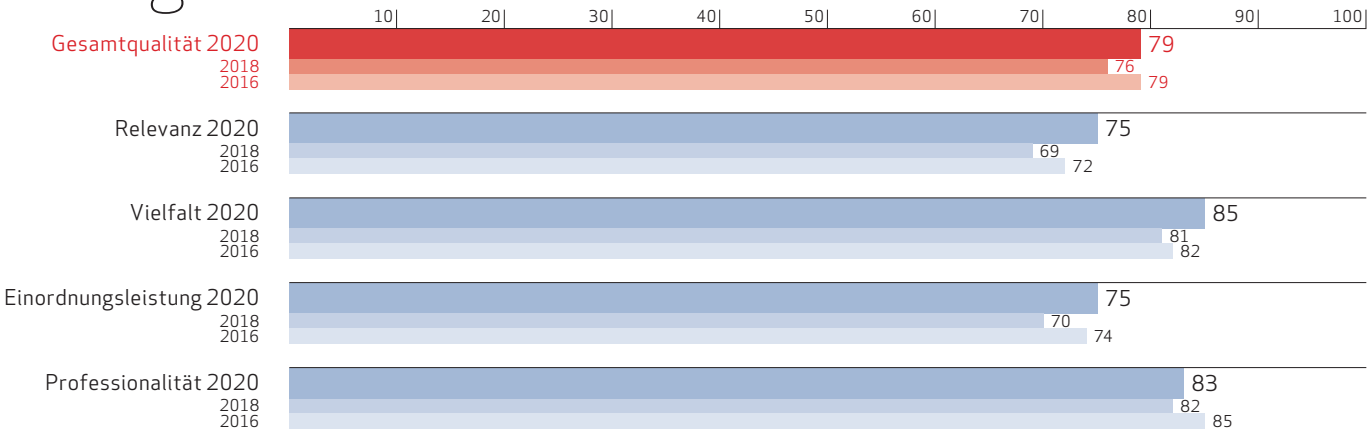
Medienunternehmen	NZZ-Mediengruppe
Verleger	Etienne Jornod
Chefredaktor	Eric Gujer
Reichweite 2019	293 000
Profil	NZZ Nachrichten, Hintergründe, Meinungen aus der Schweiz, International, Sport, Digital, Wirtschaft, Auto und mehr. Fundierte Berichterstattung rund um die Uhr.

Politik	42 %
Wirtschaft	20 %
Kultur	13 %
Sport	8 %
Human Interest	17 %

Ein Schritt nach vorn für die Online-Qualitätszeitung

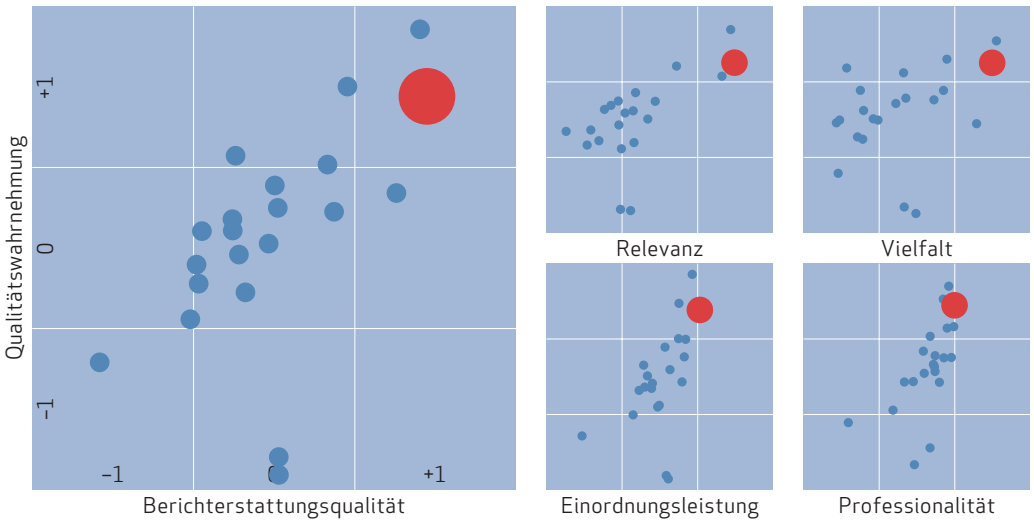
- Die Newssite nzz.ch wurde bereits 1997 mit eigenständiger Onlineredaktion eingerichtet. Erst im Jahr 2012 wurden die NZZ-Print- und Onlineredaktionen offiziell zusammengelegt, doch nahm es noch viel Zeit und Kraft in Anspruch, die Welten Print und Online zusammenzuführen.
- Diese Fusion scheint nun gelungen: Im Vergleich zu 2018 kann nzz.ch in beiden Erhebungen in allen vier Qualitätsdimensionen zulegen. Bei der NZZ reicht die Qualität der Newssite neu nahezu an jene der Printausgabe heran.
- Die grössten Punktgewinne erzielt die NZZ-Newssite in der Inhaltsanalyse. Besonders hervorzuheben ist, dass nzz.ch entgegen dem Trend auch in der Qualitätsdimension Vielfalt zulegen kann.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Newssite nzz.ch 79 von 100 Qualitätspunkten.
Sie gewinnt gegenüber der letzten Messperiode 3 Punkte und erreicht somit wieder das Niveau von 2016.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: In beiden Erhebungen – Inhaltsanalyse und Befragung – schneidet nzz.ch sehr gut ab. In der Berichterstattungsqualität übertrifft nzz.ch sogar die NZZ-Printausgabe um einen Scorepunkt.

St. Galler Tagblatt

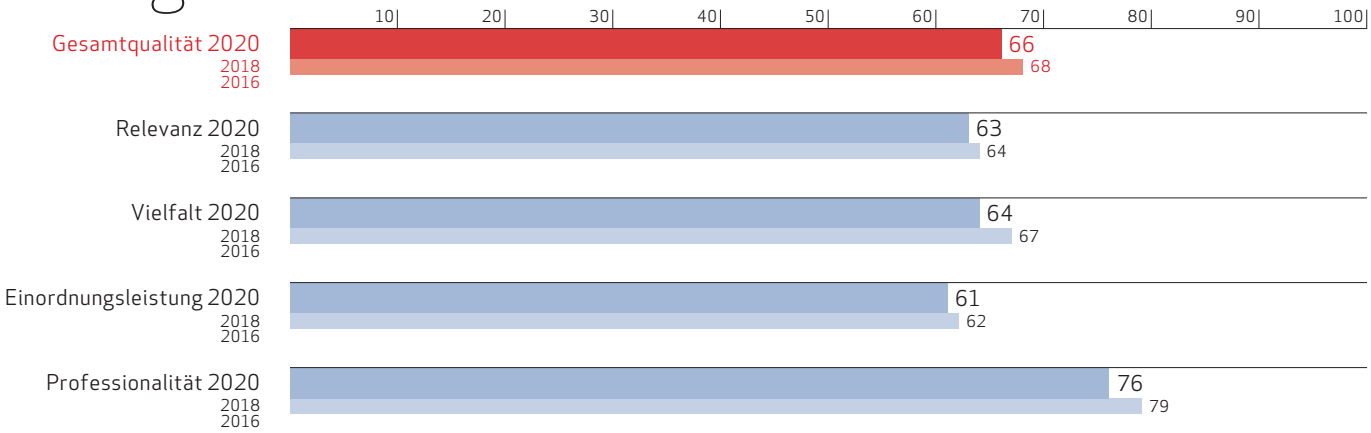
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Stefan Schmid
Reichweite 2019	258 500
Profil	Das St. Galler Tagblatt ist die grösste Tageszeitung der Ostschweiz und informiert kompetent, umfassend und lesernah über alles Wissenswerte aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport.

Politik	25 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	15 %
Sport	20 %
Human Interest	31 %

Leichte Qualitätseinbussen für die Ostschweizer Tageszeitung

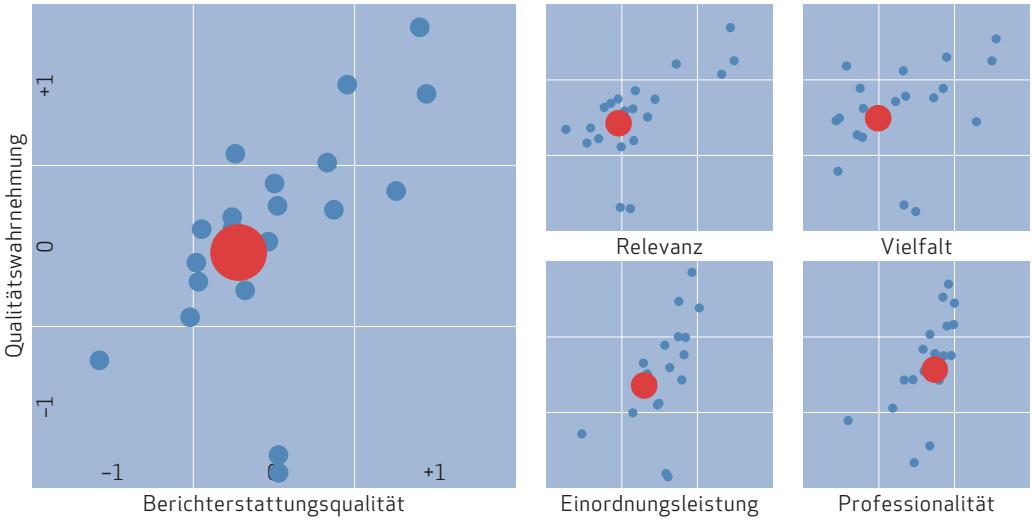
- Das St. Galler Tagblatt gehört neu zu CH Media, dem Joint Venture zwischen den AZ Medien und den NZZ-Regionalmedien. Überregionale Berichterstattung im St. Galler Tagblatt stammt aus der Mantelredaktion in Aarau.
- Das St. Galler Tagblatt hat seither leicht an Qualität verloren, sowohl inhaltlich als auch in der Wahrnehmung des Publikums. Dies trifft auf alle vier Qualitätsdimensionen zu, wobei es bei der Vielfalt zu den stärksten Punktverlusten gekommen ist.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt das St. Galler Tagblatt 66 von 100 Qualitätspunkten. Das sind 2 Punkte weniger als in der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Beim St. Galler Tagblatt decken sich die Befunde von Inhaltsanalyse und Befragung. In der Befragung schneidet der Medientitel leicht besser ab.

tagblatt.ch

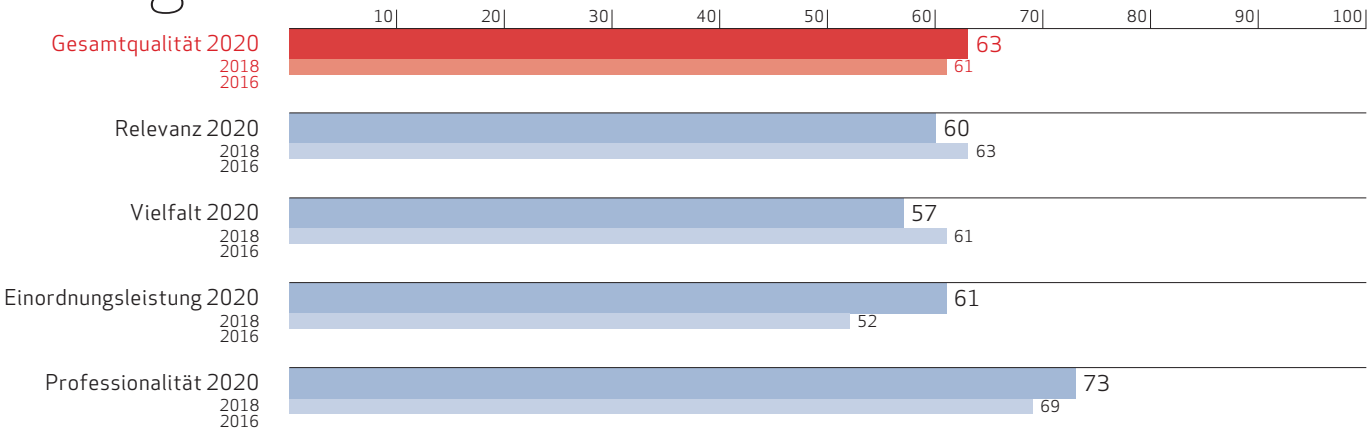
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Stefan Schmid
Reichweite 2019	66 500
Profil	St. Galler Nachrichten. Fundierte Berichte aus der Region mit Hintergründen und Meinungen – rund um die Uhr.

Politik	25 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	13 %
Sport	14 %
Human Interest	35 %

Onlineangebot im Umbruch

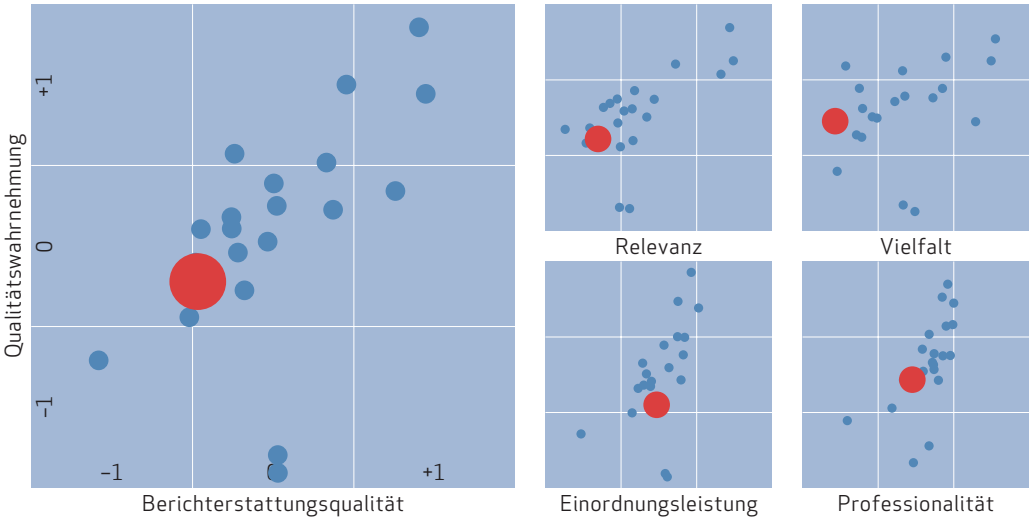
- Bei tagblatt.ch weisen Inhaltsanalyse und Befragung beim Gesamtscore einen gegenläufigen Trend auf. Während die Newssite inhaltlich an Qualität zulegen kann, schätzt das Publikum diese niedriger als 2018 ein.
- Im Detail zeigen sich bei der Inhaltsanalyse ebenfalls gegenläufige Trends: tagblatt.ch verliert in den Dimensionen Relevanz und Vielfalt und gewinnt in den Dimensionen Einordnungsleistung und Professionalität. Der Grund für diese Qualitätsverschiebungen kann im Joint Venture CH Media vermutet werden, in welches tagblatt.ch eingegliedert wurde.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt tagblatt.ch 63 von 100 Qualitätspunkten, 2 Punkte mehr als 2018.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Befragung und Inhaltsanalyse messen die Qualität von tagblatt.ch sehr ähnlich. Einzig bei der Einordnungsleistung weist die Befragung einen leicht höheren Wert aus.

Südostschweiz

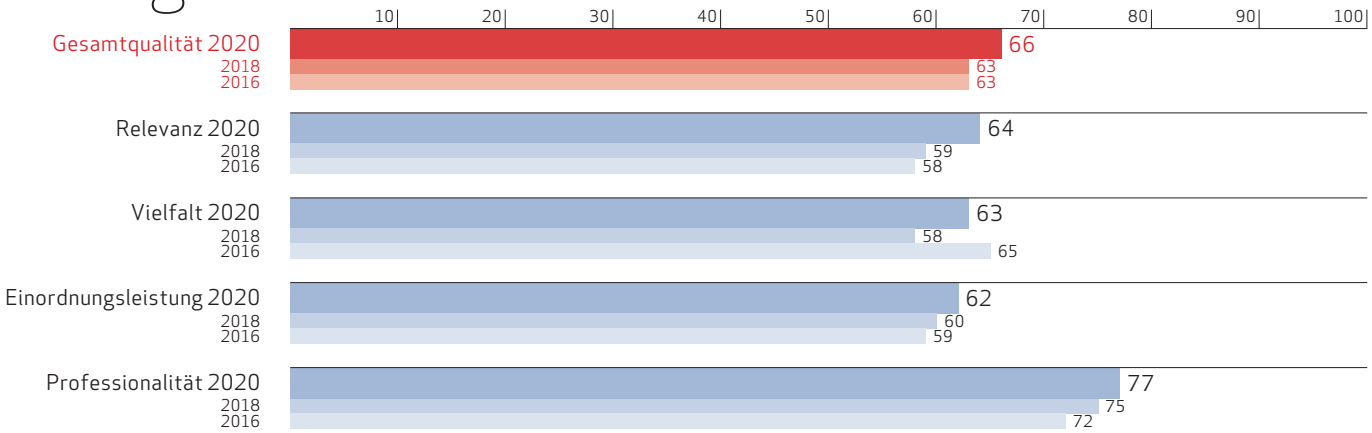
Medienunternehmen	Somedia AG
Verleger	Hanspeter Lebrument
Chefredaktor	Philipp Wyss
Reichweite 2019	164 000
Profil	Die Südostschweiz Glarner Nachrichten ist die führende Tageszeitung im Kanton Glarus. Die Südostschweiz Bündner Zeitung ist die führende Tageszeitung im Kanton Graubünden.

Politik	26 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	12 %
Sport	27 %
Human Interest	25 %

Somedia punktet trotz Zentralisierung weiter beim Publikum

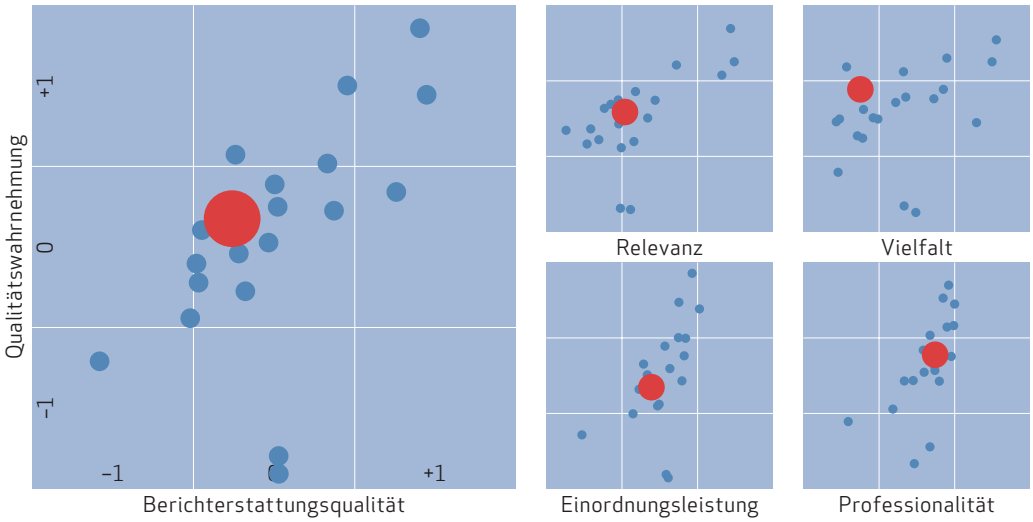
- Auch die Somedia AG beliefert Ihre verschiedenen Regionalmedien seit 2018 über eine zusammengeführte Mantelredaktion.
- Das Publikum ist jedenfalls zunehmend zufrieden: Die Südostschweiz ist der Aufsteiger 2020 in der Qualitätswahrnehmung.
- Bei der Berichterstattungsqualität verharrt die Südostschweiz bei 61 Punkten. Es bleibt abzuwarten, wie sich die im März 2020 vollzogene Zusammenlegung von Online- und Printredaktion auf die Qualität auswirkt.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Südostschweiz 66 von 100 Qualitätspunkten. Die sind 3 Punkte mehr als in der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Südostschweiz sind die Ergebnisse beider Methoden deckungsgleich. Die Inhaltsanalyse weist bei der Vielfalt einen niedrigeren Score aus.

Tages-Anzeiger

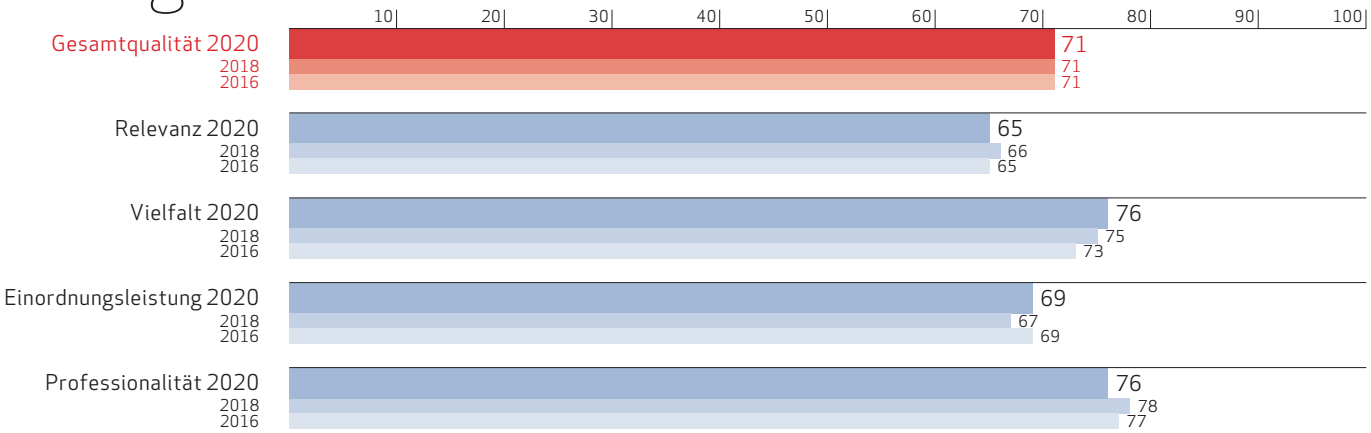
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktion	Priska Amstutz, Mario Stäuble
Reichweite 2019	359 000
Profil	Die grösste abonnierte Tageszeitung der Schweiz. 1893 gegründet, ist der Tages-Anzeiger heute der führende Medientitel im Grossraum Zürich mit einer starken nationalen Ausstrahlung.

Politik	34 %
Wirtschaft	14 %
Kultur	11 %
Sport	13 %
Human Interest	29 %

Flaggschiff der TX Group hält Kurs

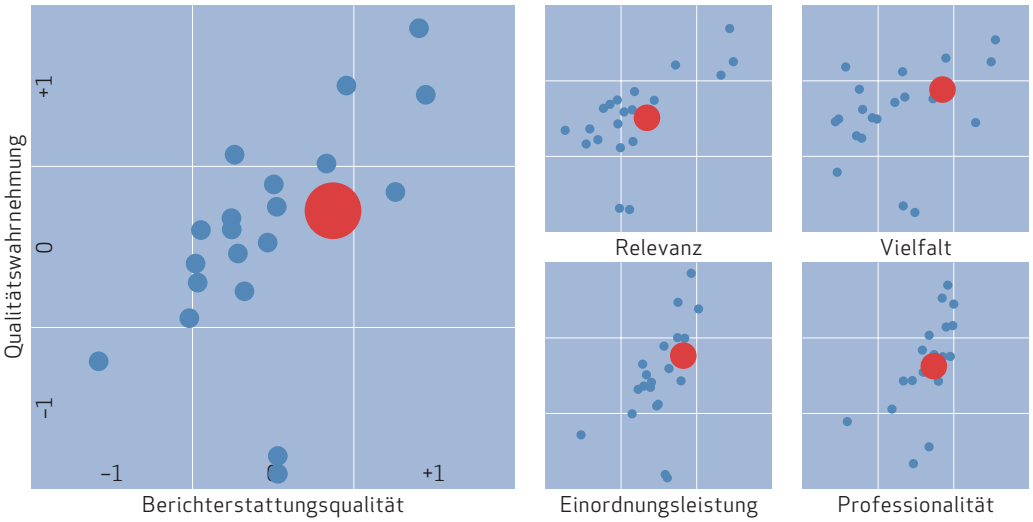
- Die TX Group hat, um Kosten einzusparen, eine Zentralredaktion geschaffen, welche den Tages-Anzeiger, den Bund, die Berner Zeitung und alle anderen Titel der TX Group mit Inhalten beliefert.
- Seit dieser Bündelung lässt sich beim Tages-Anzeiger ein leichter Anstieg der Berichterstattungsqualität feststellen. Das Publikum hingegen nimmt gegenüber 2018 einen leichten Qualitätsrückgang wahr. In der Summe verharrt der «Tagi» somit bei 71 Punkten und positioniert sich auf Rang 6 in der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen.
- Der Tages-Anzeiger ist in seiner Vergleichsgruppe einer von wenigen Medientiteln, die inhaltlich keinen Rückgang an Vielfalt aufweisen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt der Tages-Anzeiger 71 von 100 Qualitätspunkten, der gleiche Wert wie in den beiden vorherigen Messperioden.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Beim Tages-Anzeiger deckt sich die Einschätzung des Publikums mit den Befunden der Inhaltsanalyse.

tagesanzeiger.ch

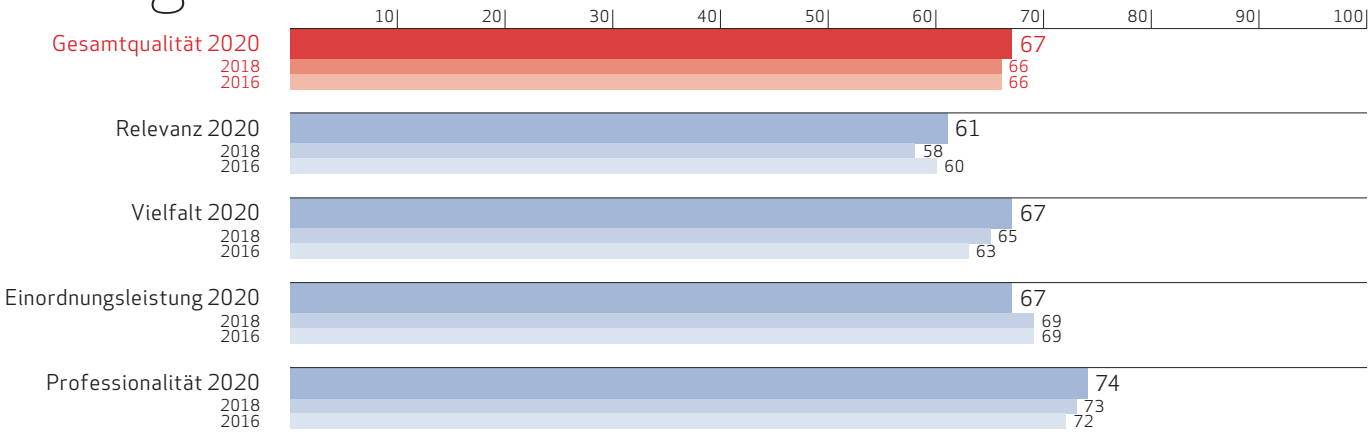
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktion	Priska Amstutz, Mario Stäuble
Reichweite 2019	258 500
Profil	Das Onlineangebot der meistabonnierten Tageszeitung der Schweiz berichtet rund um die Uhr – umfassend und ausgewogen, unabhängig und engagiert über Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft.

Politik	25 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	15 %
Sport	8 %
Human Interest	38 %

Onlineauftritt wird stärker

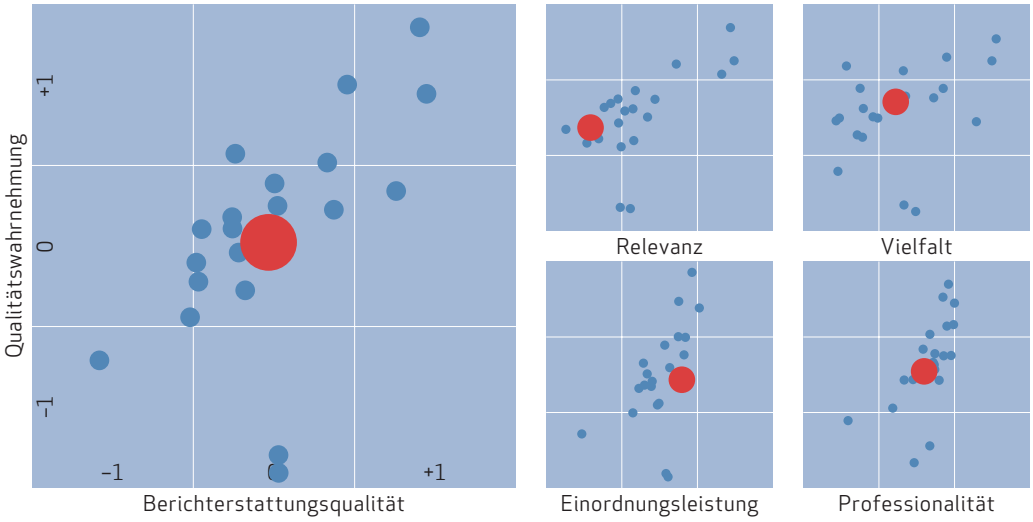
- Die Newssite des Tages-Anzeigers positioniert sich in der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen weiterhin im Mittelfeld.
- Verglichen mit der Printausgabe wird auf tagesanzeiger.ch stärker auf Softnews gesetzt. Entsprechend kommt sie nicht an die hohe Qualität der Printausgabe heran. Beim Publikum geniesst sie aber fast genauso viel Wertschätzung.
- Wie auch die Printausgabe zählt tagesanzeiger.ch zu einem der wenigen Medientitel mit zunehmender inhaltlicher Vielfalt.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt tagesanzeiger.ch 67 von 100 Qualitätspunkten. Das Portal gewinnt in der Dimension Vielfalt 3 Punkte dazu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Newssite tagesanzeiger.ch befindet sich laut Inhaltsanalyse und Befragung im mittleren Qualitätsfeld.

24 heures

Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Claude Ansermoz
Reichweite 2019	166 000

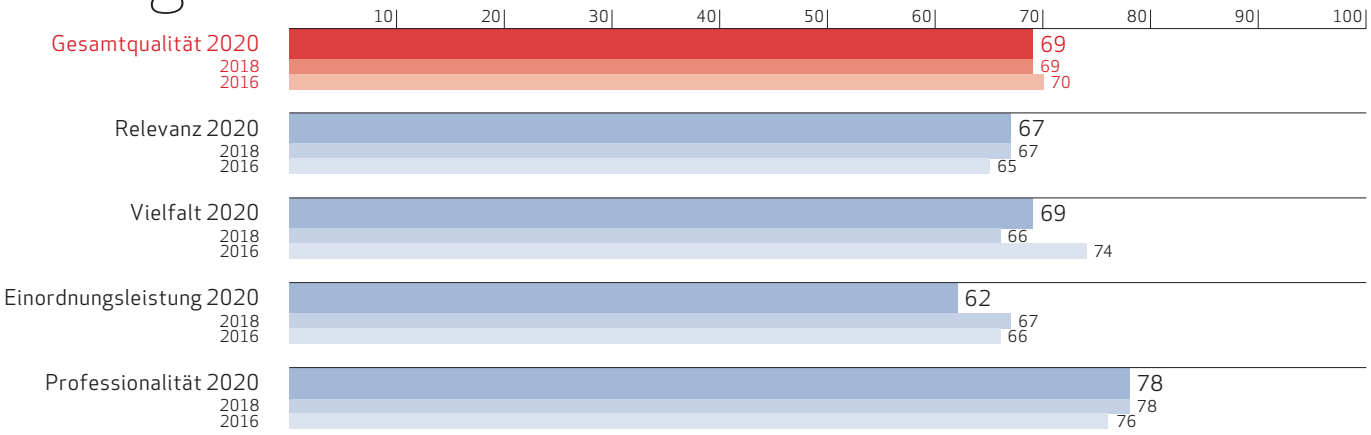
Politik	33 %
Wirtschaft	12 %
Kultur	21 %
Sport	11 %
Human Interest	23 %

Profil: Die Tageszeitung mit Hintergrund informiert die Waadtländer als wichtiger Akteur der französischsprachigen Presse. Leidenschaftlich und professionell berichtet sie über sämtliche Themen, von der Wirtschaft zum Sport über Kultur und Politik.

Waadtländer Regionalzeitung 24 heures im oberen Mittelfeld

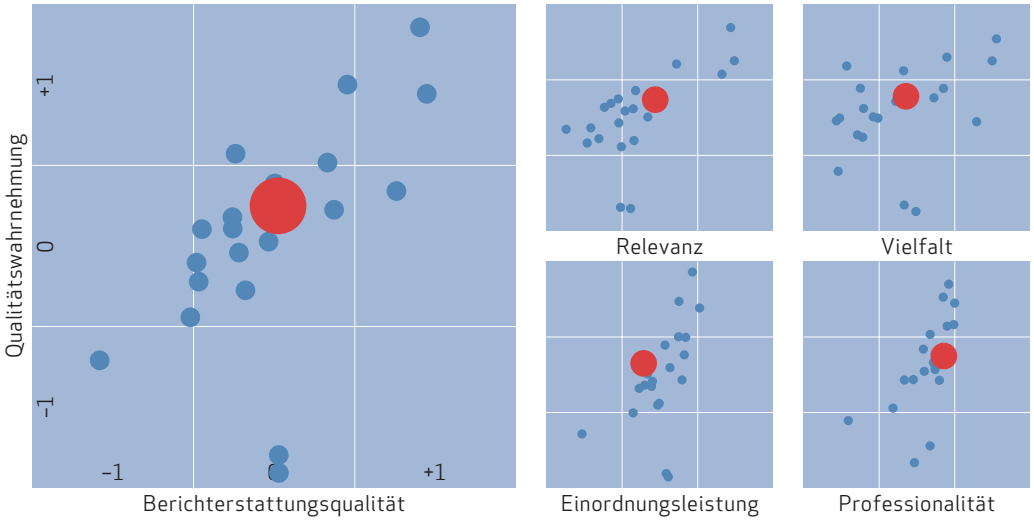
- Auch in der Westschweiz werden Zentralredaktionen ausgebaut. 24 heures aus Lausanne gehört dem Verbundsystem der TX Group an. Lausanne ist gleichzeitig der Hauptsitz der Zentralredaktion.
- Die auflagenstärkste Abonnementszeitung in der Romandie kommt im Gesamtranking auf Rang 8, knapp hinter der Newssite der Berner Zeitung.
- Im Zeitverlauf bleibt 24 heures stabil. In der Qualitätsdimension Vielfalt kann das Blatt die starken Einbussen von 2018 etwas auffangen.

Rating



Lesebeispiel: 24 heures erzielt 2020 – wie bereits 2018 – 69 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei 24 heures weisen Inhaltsanalyse und Befragung ähnliche Scorepunkte aus: Der Titel liegt fast genau auf der Diagonalen.

24heures.ch

Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Claude Ansermoz
Reichweite 2019	78 500

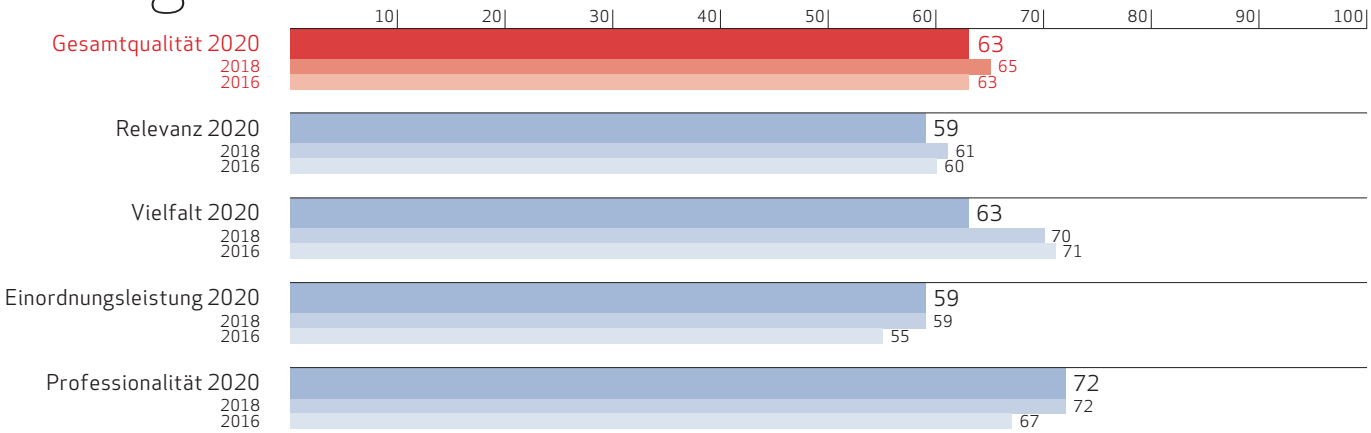
Politik	22 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	19 %
Sport	9 %
Human Interest	37 %

Profil: 24 heures steht für lokale und regionale Nachrichten aus dem Kanton Waadt sowie nationale und internationale News aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport.

Die Newssite verliert den Anschluss an ihr Printpendant

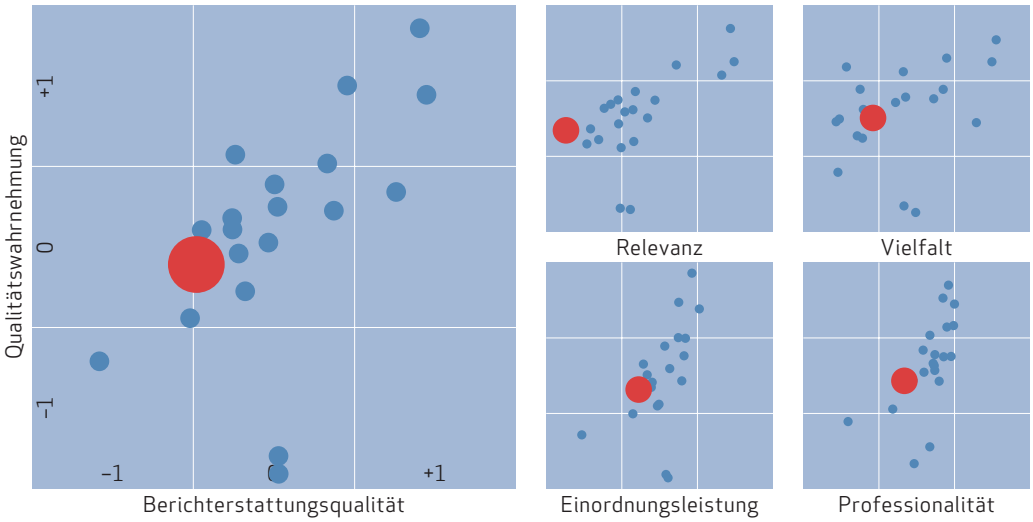
- Vor zwei Jahren lautete der Befund, 24heures.ch erreiche noch nicht das Niveau der Printausgabe. Nun zeigt sich, dass sich die Qualitätsunterschiede verschärft haben.
- Grund für die niedrige Berichterstattungsqualität ist der im Vergleich zum Printpendant hohe Anteil an Human-Interest-Themen.
- Anders als die Printausgabe verliert 24heures.ch stark in der Qualitätsdimension Vielfalt, wie Inhaltsanalyse und Publikumsbefragung unabhängig voneinander zeigen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt 24heures.ch 63 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 2 Qualitätspunkte ein.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei 24heures.ch sind die Resultate aus Inhaltsanalyse und Befragung weitgehend ausbalanciert. Einzig bei der Relevanz weist die Inhaltsanalyse ein schlechteres Ergebnis aus.

Le Nouvelliste

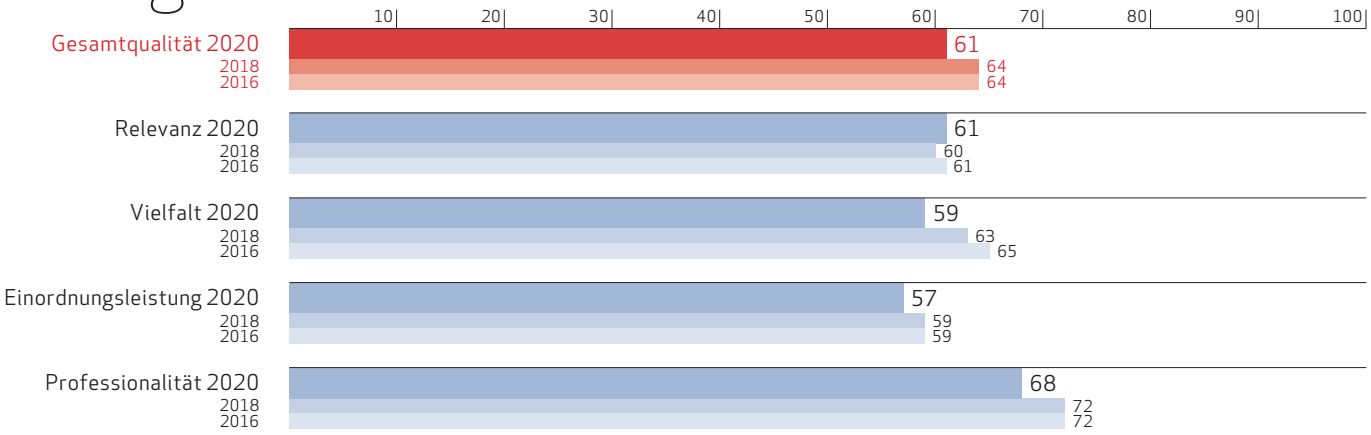
Medienunternehmen	Groupe Hersant Média
Verleger	Philippe Hersant
Chefredaktor	Vincent Fragnière
Reichweite 2019	107 500
Profil	Aktuelle Nachrichten aus dem Wallis, der Schweiz und der Welt.

Politik	30 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	13 %
Sport	24 %
Human Interest	23 %

Inhaltlicher Qualitätsabbau beim Walliser Blatt

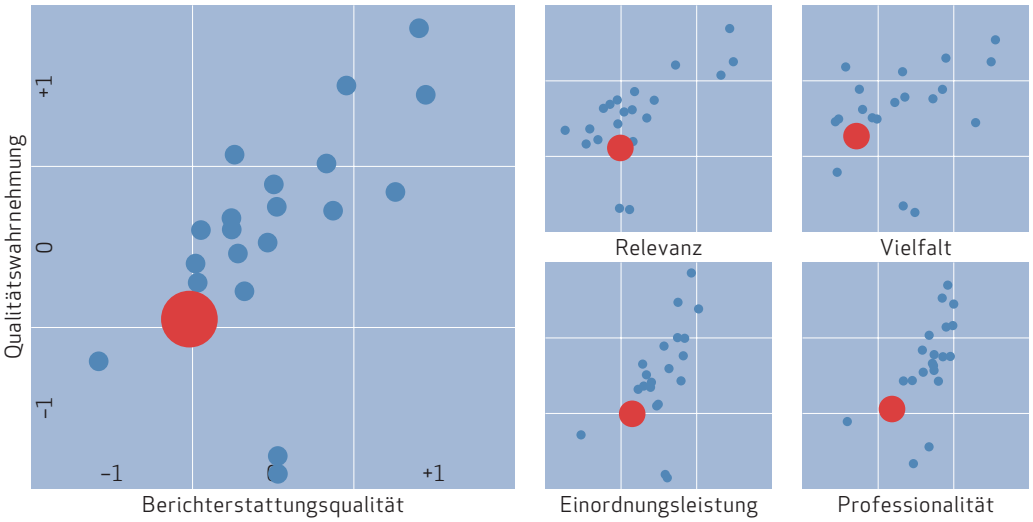
- Le Nouvelliste deckt die Region Unterwallis ab und zeichnet sich durch einen starken Fokus auf Sport aus. Das Blatt, das von der Schweizer Zentralredaktion der französischen Hersant-Gruppe mit Inhalten beliefert wird, landet mit Rang 18 im Schlussfeld der Vergleichsgruppe.
- Im Zeitverlauf zeigt sich ein inhaltlicher Qualitätsrückgang, der hauptsächlich in mangelnder Vielfalt gründet. Die Einschätzung des Publikums ist leicht abnehmend.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt Le Nouvelliste 61 von 100 Qualitätspunkten, 3 Punkte weniger als in den vorherigen Messungen von 2016 und 2018.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Le Nouvelliste erhält bei Inhaltsanalyse und Befragung gleichermassen niedrige Scores.

lenouvelliste.ch

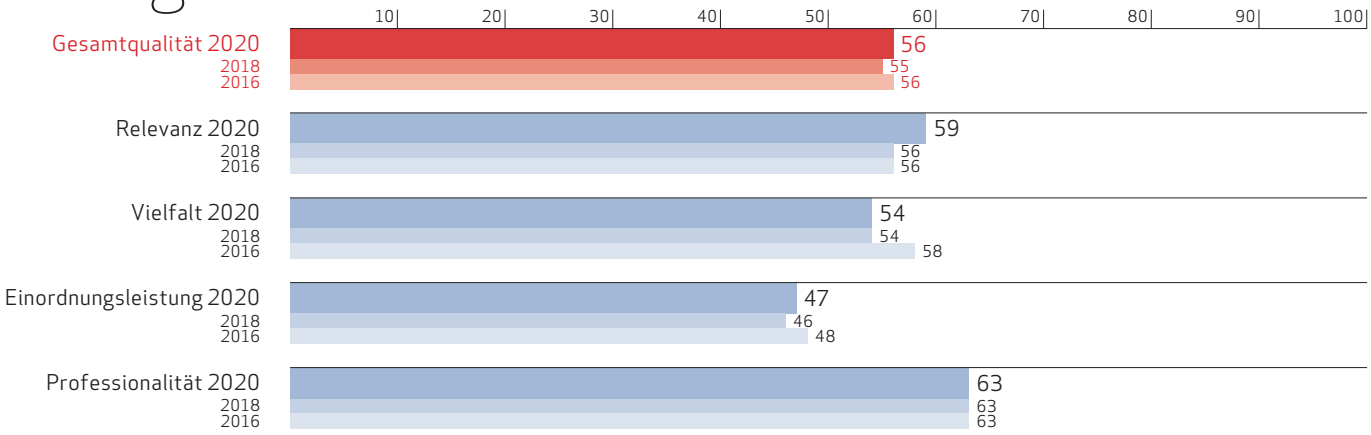
Medienunternehmen	Groupe Hersant Média
Verleger	Philippe Hersant
Chefredaktor	Vincent Fragnière
Reichweite 2019	61 000
Profil	Aktuelle Nachrichten aus dem Wallis, der Schweiz und der Welt.

Politik	27 %
Wirtschaft	7 %
Kultur	12 %
Sport	18 %
Human Interest	37 %

Schlusslicht in der Vergleichsgruppe

- Das Onlineportal von Le Nouvelliste weist ein weniger sportorientiertes Themenprofil auf als das Printpendant. Dafür dominieren Human-Interest-Nachrichten, was eine niedrige Berichterstattungsqualität zur Folge hat.
- Die Newssite gewinnt mehrere Qualitätspunkte in der Inhaltsanalyse, doch reicht dies nicht, um die rote Laterne in der Vergleichsgruppe abzugeben. Einen besonders niedrigen Score erzielt die Newssite in der Qualitätsdimension Einordnungsleistung.
- Die Befragten stufen die Qualität in den Dimensionen Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität etwas niedriger ein als noch zwei Jahre zuvor.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt lenouvelliste.ch 56 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich

Lesebeispiel: Die Newssite lenouvelliste.ch befindet sich laut Inhaltsanalyse und Befragung im unteren Qualitätsfeld.

Le Temps

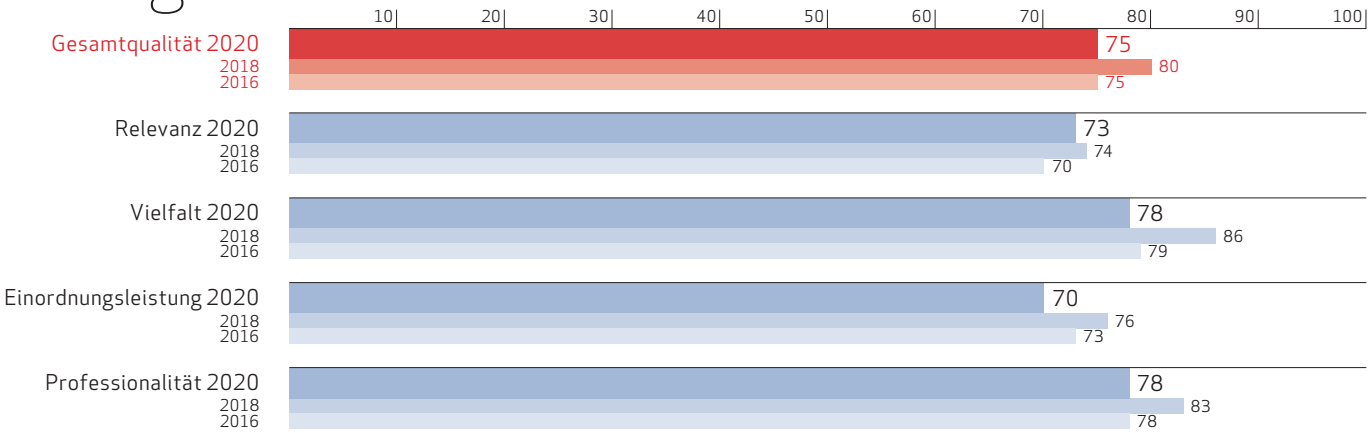
Medienunternehmen	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktion	Stéphane Benoit-Godet, Gaël Hurlimann
Reichweite 2019	112 000
Profil	Die führende Tageszeitung in der Romandie berichtet über die Themen Politik, Wirtschaft und Kultur und legt dabei Wert auf kompetente Analysen und meinungsbildende Berichterstattungen.

Politik	35 %
Wirtschaft	26 %
Kultur	23 %
Sport	4 %
Human Interest	12 %

Hohe Verluste für die Qualitätszeitung beim Publikum

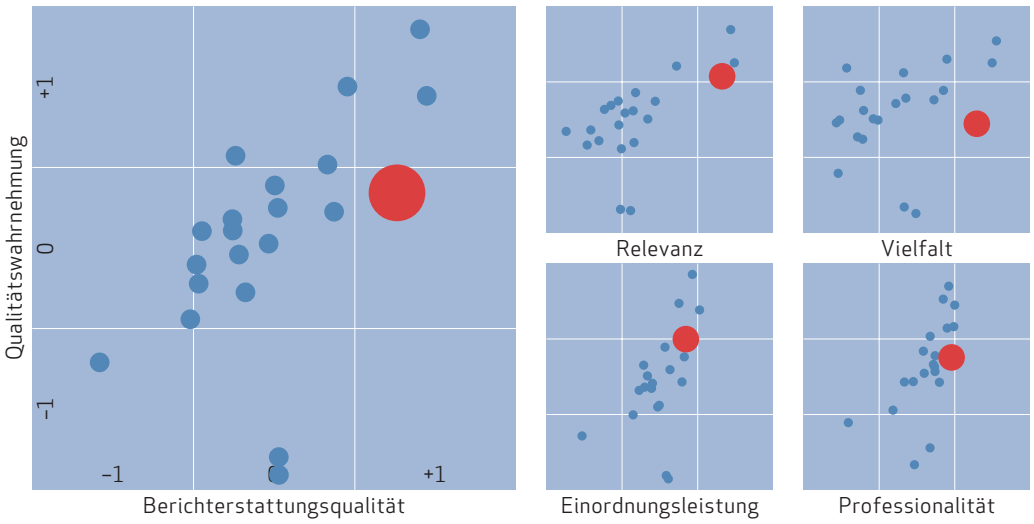
- Le Temps ist die qualitätsstärkste Tageszeitung der Suisse romande und nimmt eine ähnliche Stellung ein wie die NZZ in der Deutschschweiz. Auch Le Temps weist mit Ringier eine Deutschschweizer Eigentümerin auf.
- Trotz der Spitzenposition kann das Blatt aus Lausanne die Bestwerte von 2018 nicht halten und verliert in allen Dimensionen an Qualität.
- Die Qualität von Le Temps reicht inhaltlich fast an jene des Gruppensiegers NZZ heran. Doch die Leserschaft von Le Temps stuft die Qualität ihrer Zeitung weit niedriger ein, was möglicherweise mit dem Schwenker der Redaktion auf einen pointiert grünen Kurs in Umwelt- und Klimafragen zusammenhängt.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt Le Temps 75 von 100 Qualitätspunkten und fällt somit auf den Ausgangsscore von 2016 zurück.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von Le Temps kritischer ein, als dies die Ergebnisse der Inhaltsanalyse vermuten liessen. Am stärksten zeigt sich diese Diskrepanz bei der Qualitätsdimension Vielfalt.

letemps.ch

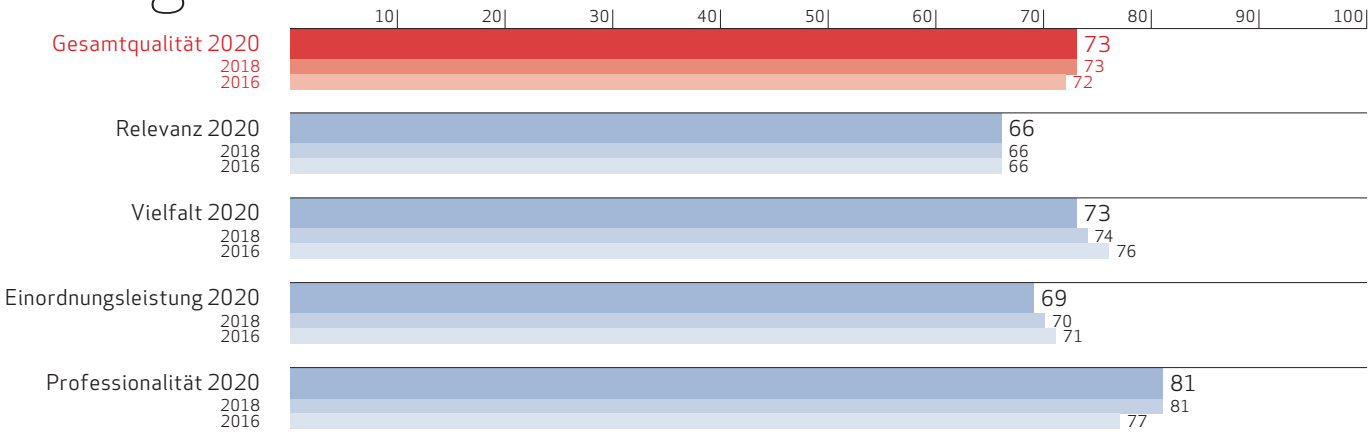
Medienunternehmen	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktion	Stéphane Benoit-Godet, Gaël Hurlimann
Reichweite 2019	85 500
Profil	Die Onlineausgabe der führenden Tageszeitung in der Romandie berichtet über Politik, Wirtschaft und Kultur und legt dabei Wert auf kompetente Analysen und meinungsbildende Berichterstattungen.

Politik	27 %
Wirtschaft	14 %
Kultur	30 %
Sport	7 %
Human Interest	2 %

Die Newssite hält ihr Niveau

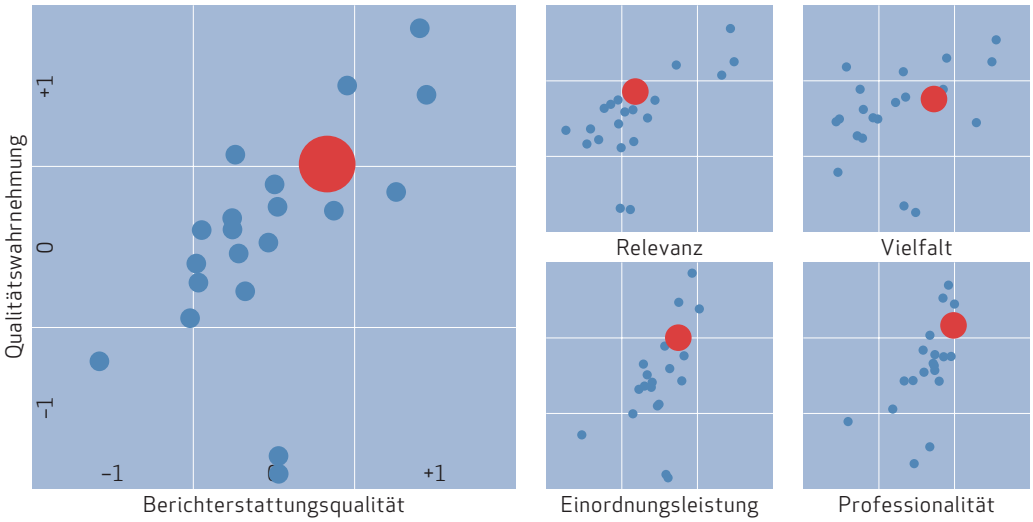
- letemps.ch überflügelt erstmals die Printausgabe in der Befragung. Allerdings reicht die Berichterstattungsqualität der Newssite nicht ganz an das Spitzenergebnis der gedruckten Ausgabe heran.
- Die Newssite berichtet besonders oft über Kulturthemen. Keine andere Tages- oder Onlinezeitung weist einen höheren Anteil an Kulturberichterstattung auf als letemps.ch, auch nicht das Printpendant.
- Die Qualitätsentwicklung von letemps.ch ist äusserst stabil. Im Vergleich zu den vorherigen Messperioden von 2018 und 2016 lassen sich so gut wie keine Qualitätsveränderungen feststellen. Lediglich die Vielfalt nimmt leicht ab.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt letemps.ch 73 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



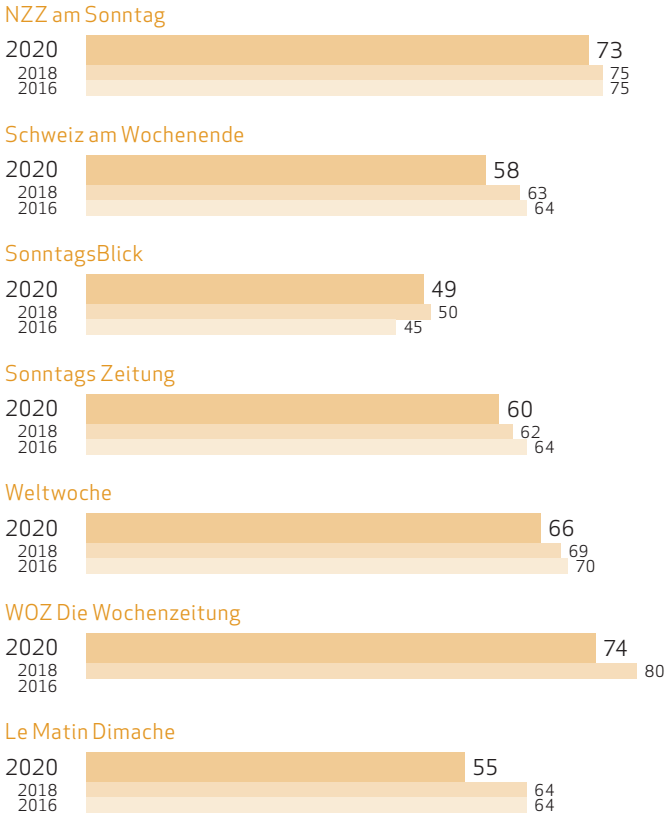
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von letemps.ch analog zur Inhaltsanalyse ein.

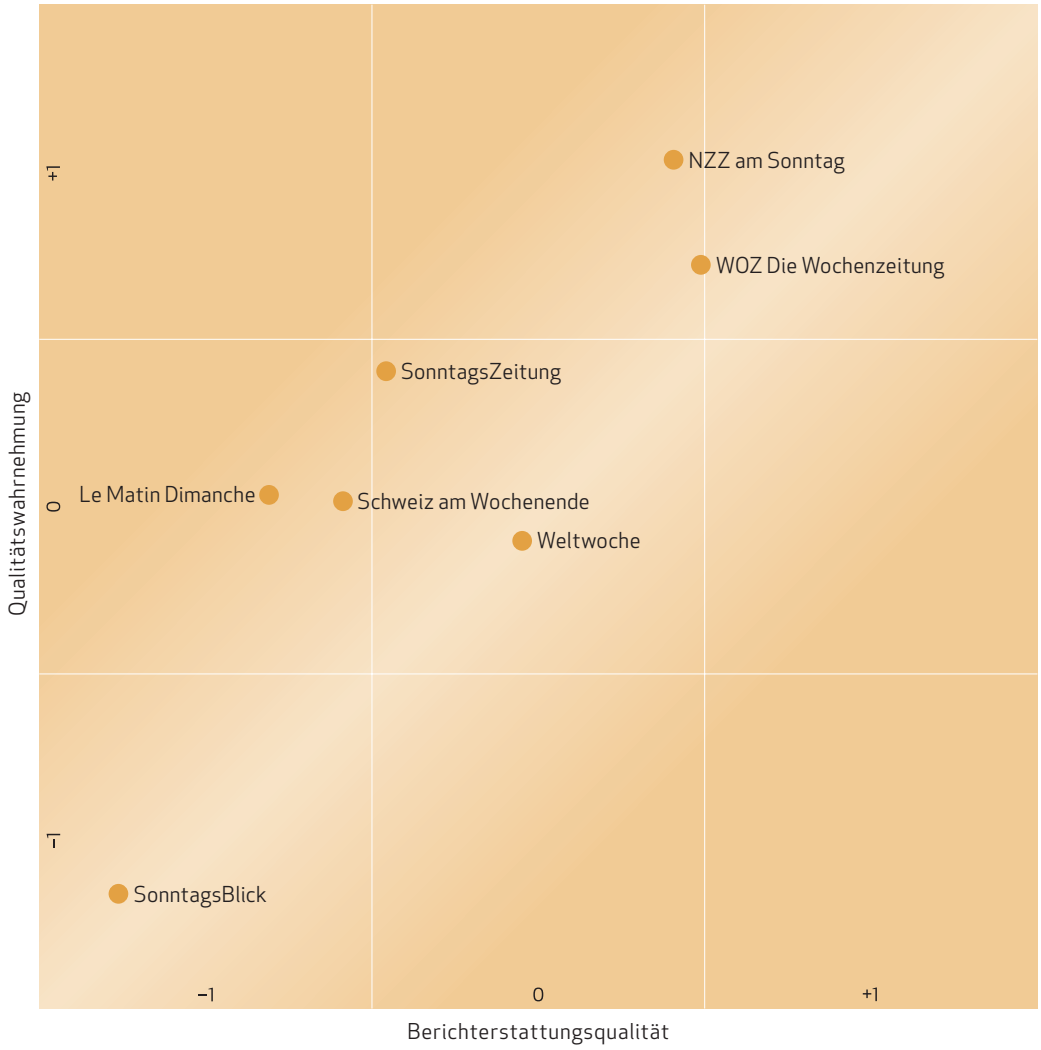
Sonntagszeitungen und Magazine

Die Coronakrise hat deutlich gemacht, dass die heutigen Mediengesellschaften durch einen nie abreissenden Strom an Nachrichten geprägt sind. Liveticker, Pushnachrichten und soziale Medien zeichnen sich durch eine fortlaufende Fixierung auf die Gegenwart aus. Die Einordnung in Zusammenhänge bleibt hierbei häufig auf der Strecke. Sonntagszeitungen und Magazine können Orientierung stiften. Der wöchentliche Erscheinungsrhythmus lässt Zeit für relevante Themen, aufwendigere Recherchen, inhaltliche und geografische Vielfalt, einordnende Hintergrundberichterstattung und das Einhalten hoher journalistischer Standards.
Im Idealfall gelingt es Sonntags- bzw. Wochenzeitungen und Magazinen, mit ihren Berichten starke Reaktionen in der Öffentlichkeit auszulösen und Debatten zu beleben.
Angesichts ihrer wichtigen gesellschaftlichen Funktion ist bedenklich, dass die Inhaltsanalyse für alle untersuchten Medientitel in der Vergleichsgruppe niedrigere Werte ausweist als noch zwei Jahre zuvor. Mit anderen Worten: Bei allen Sonntagszeitungen und Magazinen sind die gemessenen Werte zur Berichterstattungsqualität gesunken. Der SonntagsBlick bildet insofern eine Ausnahme, weil er gegenüber 2016 leicht an inhaltlicher Qualität gewonnen hat. Doch ist dies wenig tröstlich, da der SonntagsBlick – wie in den Jahren zuvor – das Schlusslicht in der Vergleichsgruppe bildet.

Die Aufschlüsselung dieser Scores zeigt, dass der inhaltliche Qualitätsrückgang bei den verschiedenen Sonntagszeitungen und Magazinen in unterschiedlichen Qualitätsdimensionen gründet. Bei der NZZ am Sonntag ist über die Zeit eine leicht verminderte Einordnungsleistung festzustellen. Bei der WOZ, der Schweiz am Wochenende und dem SonntagsBlick ist jeweils die sinkende Vielfalt ausschlaggebend.
Bei der Weltwoche ist die Professionalität, die sich an den Indikatoren Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung bemisst, abnehmend. Und bei Le Matin Dimanche betrifft der Leistungsrückgang alle vier Qualitätsdimensionen.
Bei den Befragungsresultaten ist kein Qualitätsrückgang festzustellen. Das Publikum schätzt die Qualität der Sonntagszeitungen und Magazine ähnlich ein wie in den Jahren 2018 und 2016.

Berichterstattungsqualität (Score Inhaltsanalyse)





Berichterstattungsqualität und Qualitätswahrnehmung des Publikums
Die Grafik zeigt für die Analyse der Berichterstattungsqualität (X-Achse) und die Analyse der Qualitätswahrnehmung (Y-Achse), ob eine Sonntagszeitung oder ein Magazin unterdurchschnittliche (–1), durchschnittliche (0) oder überdurchschnittliche (+1) Qualitätswerte erzielt. Bei Titeln, die sich in der Diagonale positionieren, kommen beide Messverfahren zu analogen Befunden. Bei Titeln ausserhalb der Diagonale weichen die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Befragung voneinander ab. Punkte oberhalb der Diagonale bedeuten, dass der Medientitel vom befragten Publikum besser bewertet wird. Kommt der Medientitel unterhalb der Diagonale zu liegen, schneidet er in der Inhaltsanalyse besser ab.

Lesebeispiel: Der SonntagsBlick schneidet in der Vergleichsgruppe «Sonntagszeitungen und Magazine» sowohl bei der Inhaltsanalyse als auch bei der Befragung unterdurchschnittlich ab.

Die NZZ am Sonntag und die WOZ rücken zusammen
Die liberale NZZ am Sonntag und die linksalternative WOZ stehen an der Spitze der Vergleichsgruppe. Dies zeigt, dass die Qualität eines Medientitels nicht an dessen politische Ausrichtung geknüpft ist. Die NZZ am Sonntag erreicht 76 von 100 Qualitätspunkten, die WOZ kommt auf 75 Punkte. Die beiden Blätter punkten in unterschiedlichen Feldern: Während die NZZ am Sonntag beim Publikum am besten abschneidet, liegt die WOZ in der Berichterstattungsqualität vorn. Dahinter folgen die SonntagsZeitung und die Weltwoche, die jeweils 66 Qualitätspunkte erreichen. Auch hier zeigt sich, dass beim MQR redaktionelle Linie und Medienqualität unabhängig voneinander sind. Die Schweiz am Wochenende und Le Matin Dimanche landen knapp dahinter mit 62 und 61 Punkten auf dem fünften und sechsten Rang. Abgeschlagen ist hingegen mit 50 Qualitätspunkten der SonntagsBlick, der sowohl in der Befragung als auch in der Inhaltsanalyse unterdurchschnittliche Werte erreicht.

NZZ am Sonntag

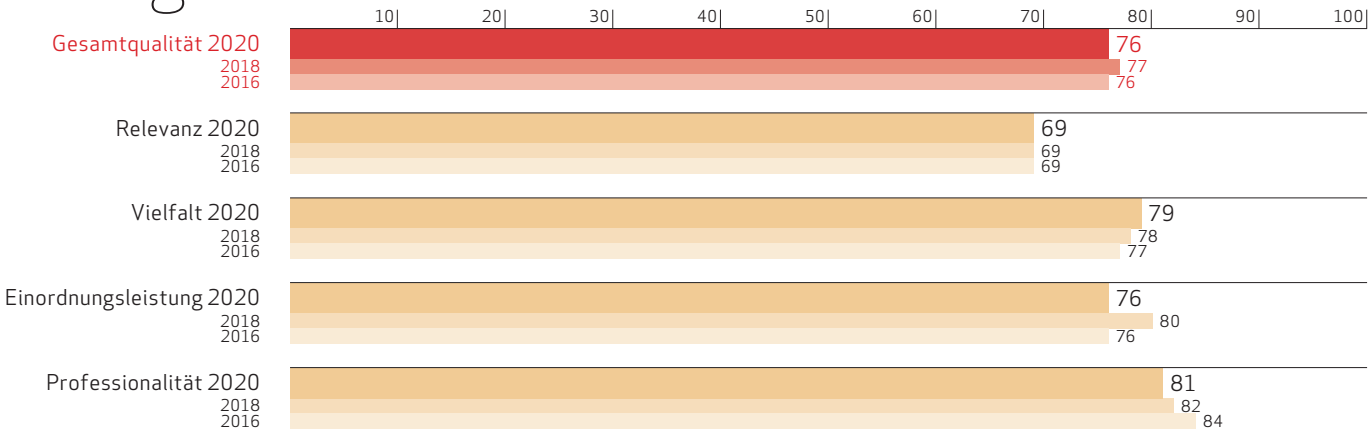
Medienunternehmen	NZZ-Mediengruppe
Verleger	Etienne Jornod
Chefredaktor	Luzi Bernet
Reichweite 2019	351 000
Profil	Eigene Recherchen und Hintergrundberichte machen aus dieser Publikation die führende Sonntagszeitung rund um Politik und Wirtschaft, ohne die Unterhaltung zu vernachlässigen.

Politik	25 %
Wirtschaft	22 %
Kultur	21 %
Sport	13 %
Human Interest	19 %

Die NZZ am Sonntag bleibt Qualitätsleader

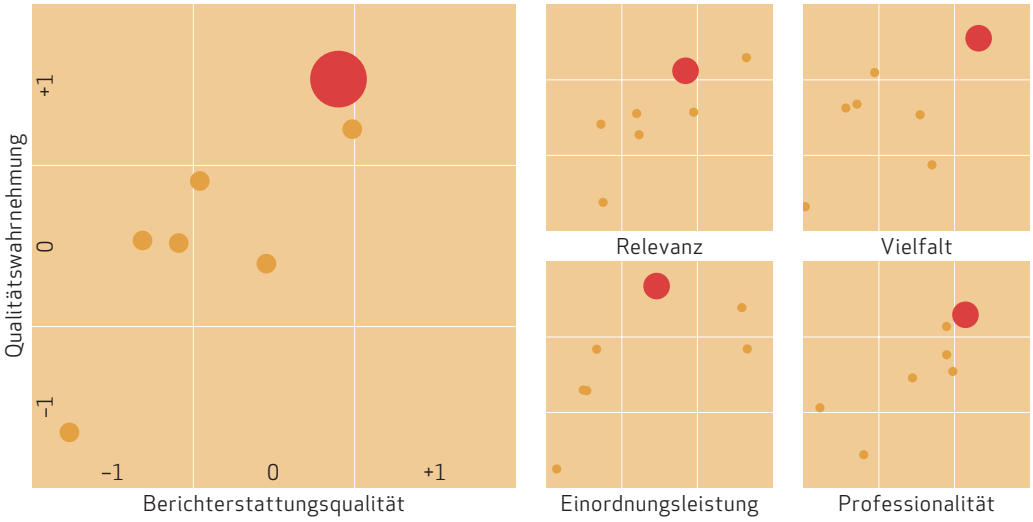
- Die NZZ am Sonntag führt zum dritten Mal in Folge das Qualitätsranking der Sonntagszeitungen und Wochenmagazine an.
- Ihre Spitzenplatzierung hat sie vor allem dem Publikum zu verdanken: Obwohl die NZZ am Sonntag und die WOZ eine ähnliche Berichterstattungsqualität aufweisen, schätzt das Publikum die Qualität der NZZ am Sonntag weit höher ein.
- In der Berichterstattungsqualität ist ein Rückgang der Einordnungsleistung festzustellen: Gegenüber 2018 ist der Wert deutlich zurückgegangen.

Rating



Lesebeispiel: Die NZZ am Sonntag erzielt mit einem Wert von 76 die meisten Qualitätspunkte in der Vergleichsgruppe, knapp vor der WOZ, die auf 75 Punkte kommt.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Einordnungsleistung weist die Bevölkerungsbefragung einen vergleichsweise höheren Wert auf als die Inhaltsanalyse.

Schweiz am Wochenende

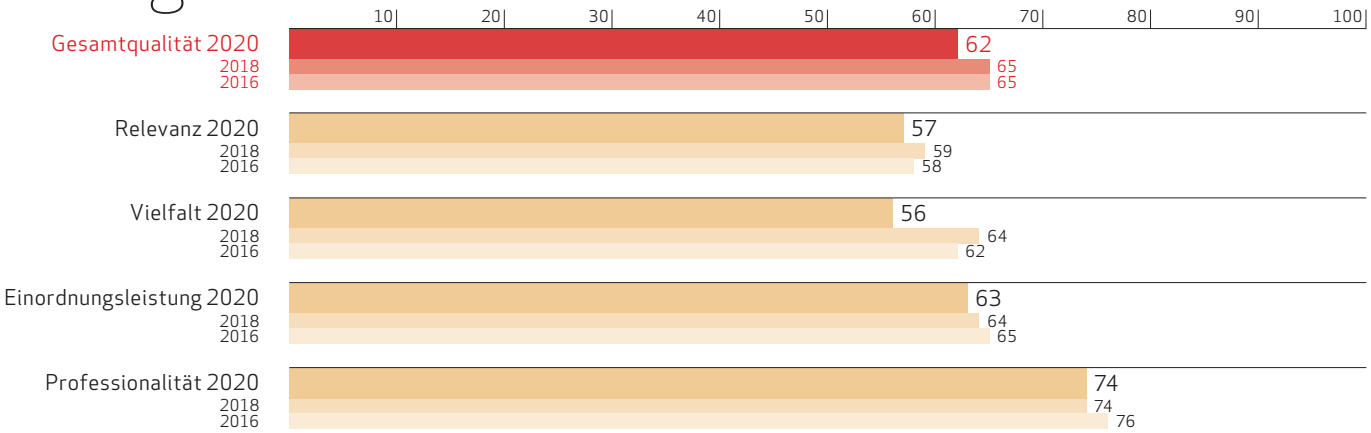
Medienunternehmen	CH Media
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Rolf Cavalli
Reichweite 2019	386 000
Profil	Die Schweiz am Wochenende erscheint in insgesamt 31 Regionalausgaben und bietet aktuelle Nachrichten, recherchierte Hintergründe, spannende Debatten und intelligentes Lesevergnügen für das ganze Wochenende.

Politik	24 %
Wirtschaft	18 %
Kultur	9 %
Sport	20 %
Human Interest	29 %

Leichte Verluste im Mittelfeld

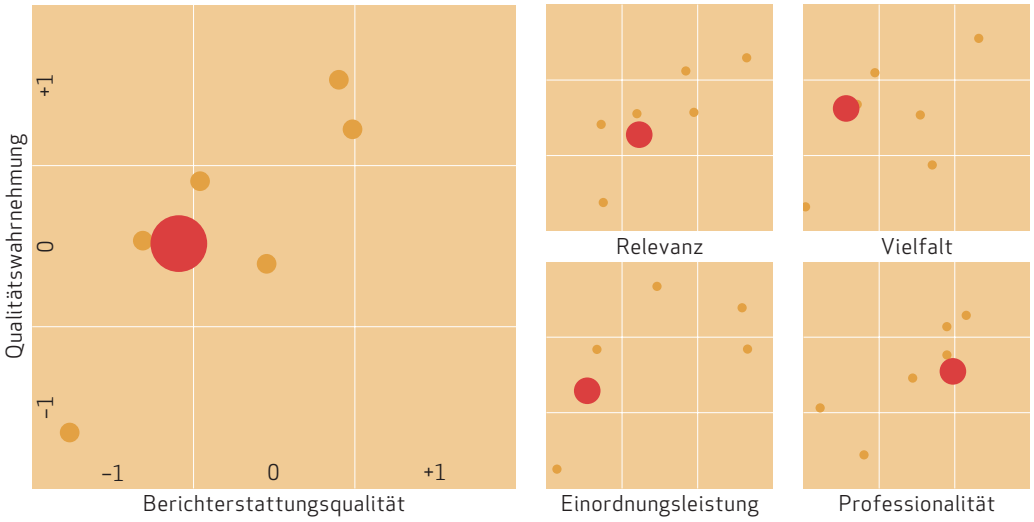
- Die Samstagszeitung schneidet in Inhaltsanalyse und der Befragung schlechter ab als noch zwei Jahre zuvor, behauptet sich jedoch weiterhin in der Vergleichsgruppe.
- Qualitätseinbussen verzeichnet die Schweiz am Wochenende in der Berichterstattungsqualität, vor allen in der Qualitätsdimension Vielfalt.
- Das Publikum nimmt die Schweiz am Wochenende fast unverändert wahr, obwohl in den letzten zwei Jahren viel passiert ist: Das E-Paper-Update am Sonntag wurde gestrichen, das Layout überarbeitet, die Ausgaben der Schweiz am Wochenende und Zentralschweiz am Sonntag von der Schweiz am Wochenende abgelöst.

Rating



Lesebeispiel: Die Schweiz am Wochenende erzielt 62 von 100 Qualitätspunkten, 3 Punkte weniger als in den beiden vorherigen Ratings von 2018 und 2016.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Inhaltsanalyse kommt zu einem vergleichsweise schlechteren Qualitätsbefund als die Befragung.

SonntagsBlick

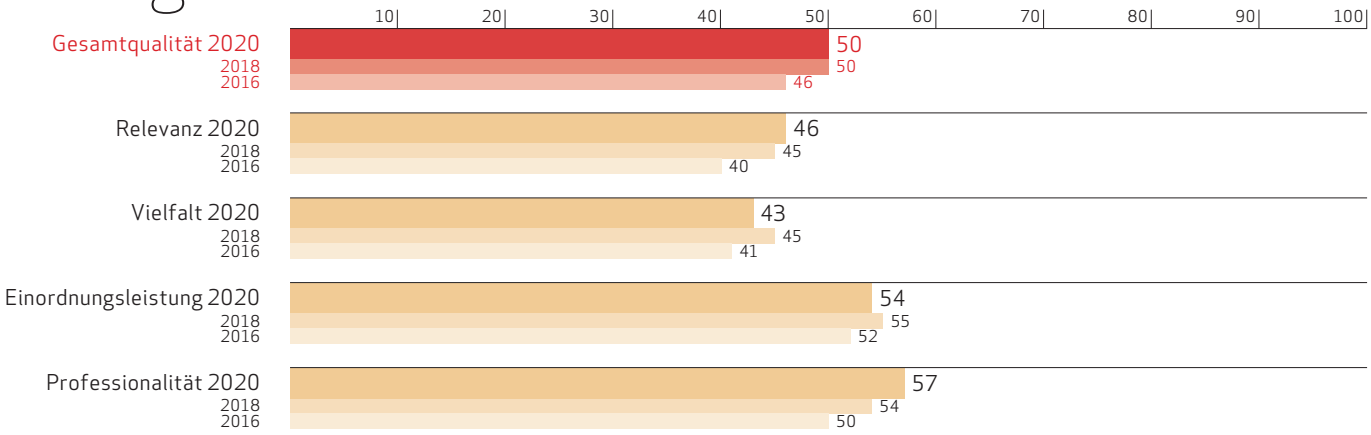
Medienunternehmen	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktor	Gieri Cavelty
Reichweite 2019	486 000
Profil	Lesespass mit spannenden Primeurs, Nachrichten, Fakten, Hintergründen aus der ganzen Welt. Er ist Kompass, Leben und Ratgeber für Alltag, Politik, Wirtschaft, Kultur, Show und Sport.

Politik	19 %
Wirtschaft	8 %
Kultur	10 %
Sport	28 %
Human Interest	35 %

Das Schlusslicht tritt auf der Stelle

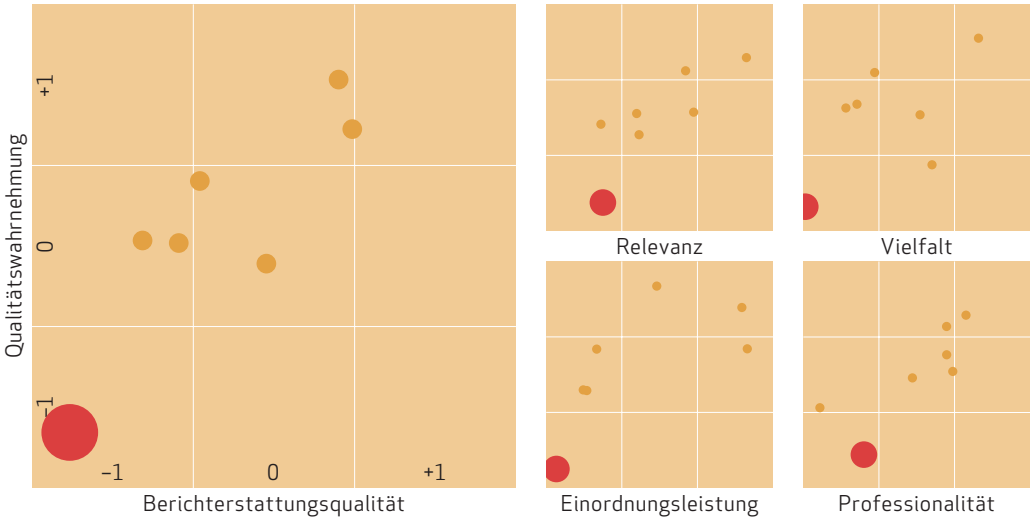
- Das Gesamtqualitätsscoring hat sich seit der letzten Erhebung im Jahr 2018 nicht verändert. Nach wie vor bildet der SonntagsBlick das Schlusslicht unter den Sonntagszeitungen und Magazinen.
- Zwar konnte die Qualitätswahrnehmung durch die Befragten um einen Punkt zulegen. In gleichem Ausmass deutet die Inhaltsanalyse jedoch auf einen Qualitätsrückgang.
- Nach wie vor sind der emotionale Diskursstil sowie die ausgedehnte Sport- und Human-Interest-Berichterstattung charakteristische Merkmale der boulevardesken Sonntagszeitung.

Rating



Lesebeispiel: Der SonntagsBlick erzielt erneut 50 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Der SonntagsBlick bildet das alleinige Schlusslicht in der Vergleichsgruppe, so die übereinstimmenden Befunde aus Inhaltsanalyse und Befragung.

SonntagsZeitung

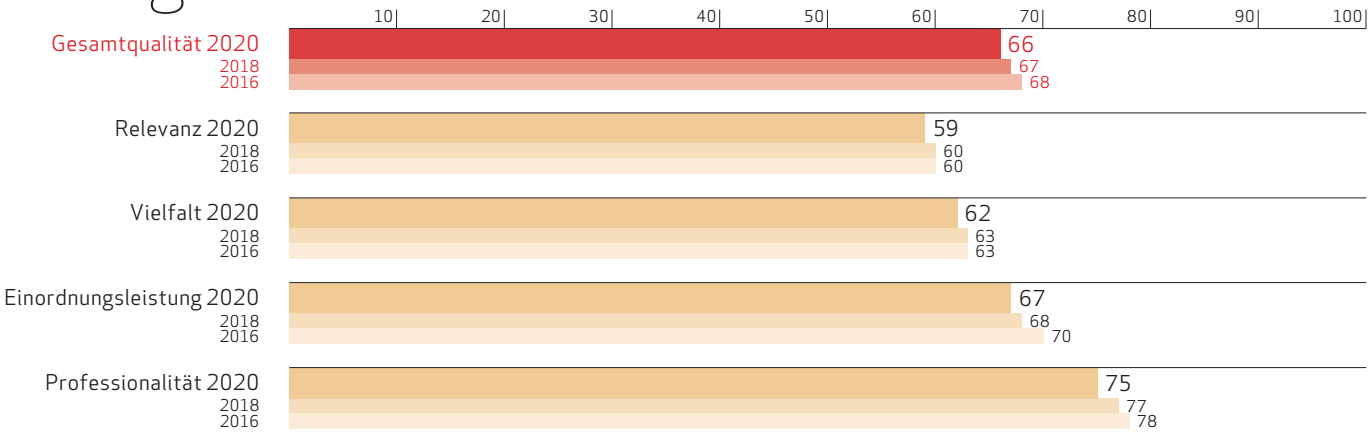
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Arthur Rutishauser
Reichweite 2019	511 500
Profil	Die Zeitung mit relevanten News und intelligenter Unterhaltung. Überraschende Themen aus den Bereichen Politik, Sport, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Trend und Reisen.

Politik	17 %
Wirtschaft	17 %
Kultur	16 %
Sport	18 %
Human Interest	32 %

Rang 3 trotz leichtem Negativtrend

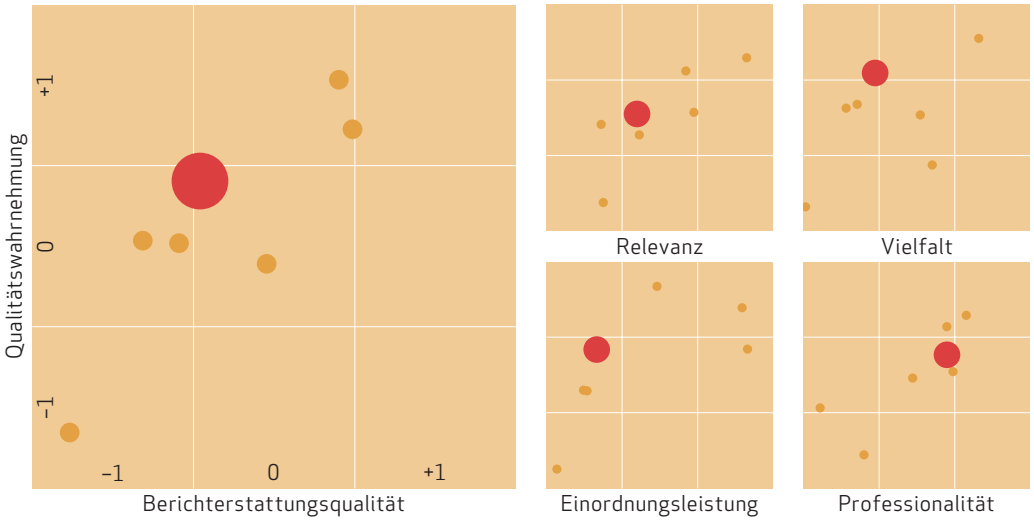
- Das gute Abschneiden beim Publikum verschafft der SonntagsZeitung den dritten Rang in der Vergleichsgruppe.
- Während die Berichterstattungsqualität im Vergleich mit den vorherigen Messperioden in allen vier Qualitätsdimensionen leicht rückläufig ist, bleibt die Qualität in der Wahrnehmung des Publikums konstant.
- Inhaltlich legt sie verstärkt den Fokus auf Human Interest-Themen. Politik und Kultur nehmen hingegen an Bedeutung ab.

Rating



Lesebeispiel: Die SonntagsZeitung erreicht 66 von 100 Qualitätspunkten; das ist erneut 1 Punkt weniger gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Einordnungsleistung weist die Befragung einen vergleichsweise höheren Wert auf als in der Inhaltsanalyse.

Weltwoche

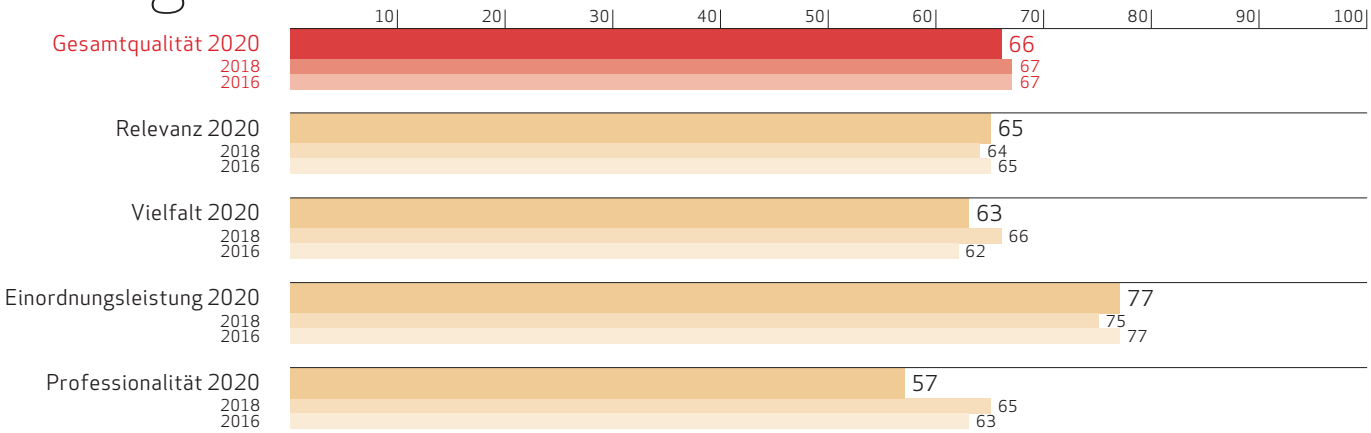
Medienunternehmen	Weltwoche Verlags AG
Verleger	Roger Köppel
Chefredaktor	Roger Köppel
Reichweite 2019	164 500
Profil	Die Weltwoche ist anders. Sie bringt, wo immer möglich und sinnvoll, die andere Sicht, die überraschende Meinung, den Kontrapunkt, wenn sich alle zu schnell einig sind.

Politik	39 %
Wirtschaft	8 %
Kultur	28 %
Sport	0 %
Human Interest	25 %

Starke Verluste in der Dimension «Professionalität»

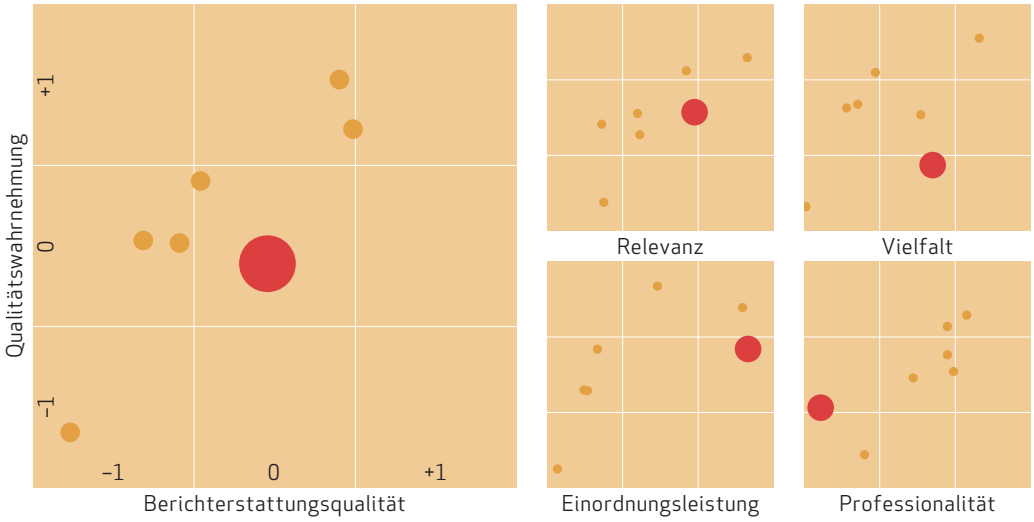
- In der Vergleichsgruppe landet das Wochenmagazin insgesamt im vorderen Mittelfeld. Die Weltwoche ist einer der wenigen Fälle, wo Befragung und Inhaltsanalyse voneinander abweichen. Eine relativ hohe Berichterstattungsqualität steht einer vergleichsweise niedrigen Einschätzung der Qualität durch das Publikum gegenüber.
- Die Weltwoche muss im Vergleich zur letzten Erhebung 2018 sogar weitere Einbussen bei der Qualitätseinschätzung durch Befragte, aber auch bei der Inhaltsanalyse hinnehmen. Besonders gravierend sind dabei die Verluste in der Dimension «Professionalität»: Der politischen Wochenzeitung mangelt es im Vergleich zur letzten Erhebung an Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung.

Rating



Lesebeispiel: Die Weltwoche erreicht 66 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Weltwoche positioniert sich im Qualitätsmittelfeld der Vergleichsgruppe.

WOZ Die Wochenzeitung

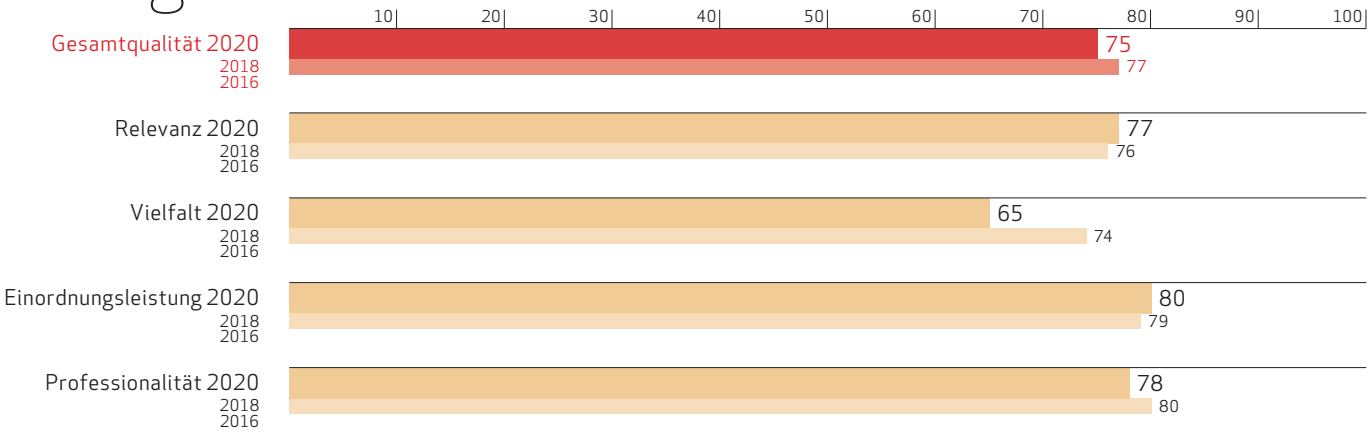
Medienunternehmen	Genossenschaft Infolink
Verleger	Genossenschaft infolink
Redaktionsleitung	Silvia Süess, Kaspar Surber, Yves Wegelin
Reichweite 2019	100 000
Profil	Die Wochenzeitung WOZ, 1981 gegründet, ist die einzige unabhängige, überregionale linke Zeitung der Deutschschweiz.

Politik	47 %
Wirtschaft	6 %
Kultur	31 %
Sport	1 %
Human Interest	15 %

Top-Klassierung für kollektive Arbeit

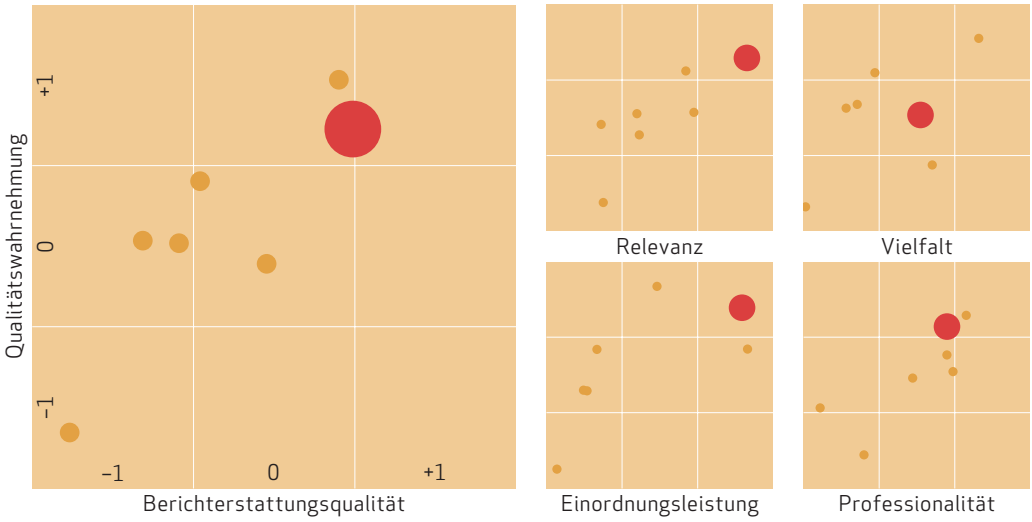
- Die WOZ weist in der Vergleichsgruppe den höchsten Wert in der Berichterstattungsqualität auf. Den ersten Rang verfehlt die Wochenzeitung dennoch knapp, da das Publikum die Qualität der NZZ am Sonntag als noch höher einschätzt.
- Der Vorsprung in der Berichterstattungsqualität hätte sogar weit grösser ausfallen können, müsste die WOZ gegenüber 2018 nicht einen empfindlichen Rückgang in der Qualitätsdimension Vielfalt hinnehmen.
- In einer Detailanalyse zeigt sich, dass Frauen die Qualität der WOZ als weit höher einschätzen als Männer. Bei den Frauen liegt die WOZ auch in der Publikumsbefragung auf dem ersten Rang in der Vergleichsgruppe.

Rating



Lesebeispiel: WOZ Die Wochenzeitung erreicht 75 von 100 Qualitätspunkten und nimmt somit einen Spitzenplatz ein.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: WOZ Die Wochenzeitung schneidet in der Inhaltsanalyse am besten ab – noch vor der NZZ am Sonntag, die ihrerseits in der Befragung in Führung liegt.

Le Matin Dimanche

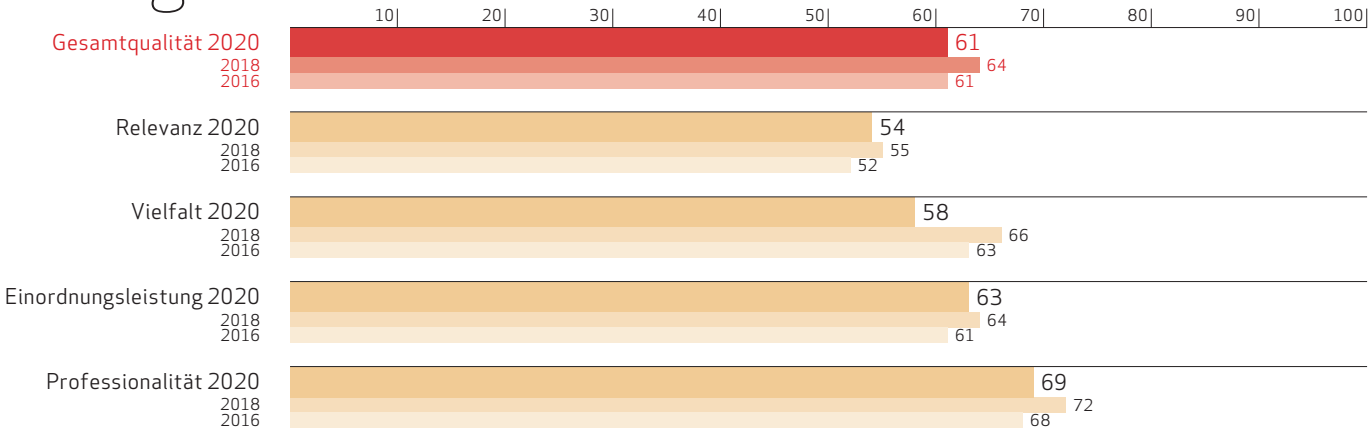
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktorin	Ariane Dayer
Reichweite 2019	336 000
Profil	Recherche, Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft. Dabei achtet sie immer darauf, ihren Leser/innen zusammen mit Information auch grosses Lesevergnügen zu bieten.

Politik	18 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	9 %
Sport	26 %
Human Interest	33 %

Abnehmende Berichterstattungsqualität

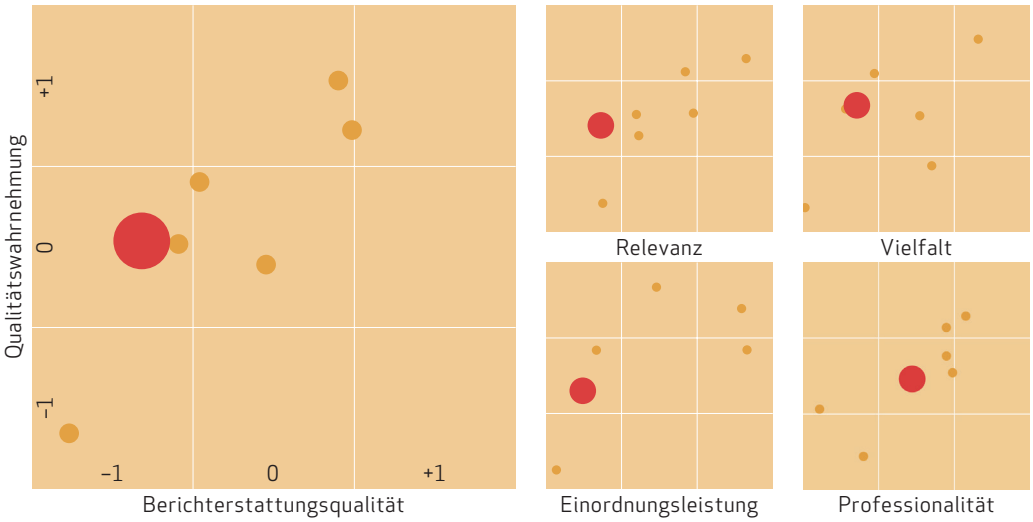
- Bei der Berichterstattung kann Le Matin Dimanche ihr Niveau der vergangenen Jahre nicht halten. Im Gegenteil: In allen Dimensionen ist ein deutlicher Qualitätsrückgang festzustellen.
- Im deutlichen Gegensatz stehen die Befragungsergebnisse der einzigen Sonntagszeitung in der Suisse romande: Das Publikum nimmt in allen vier Dimensionen leichte Qualitätssteigerungen wahr.
- In der Summe führt dies dazu, dass Le Matin Dimanche auf dem vorletzten Rang in der Vergleichsgruppe landet, aber deutlich vor dem SonntagsBlick, dem anderen Boulevardtitel in der Gruppe.

Rating



Lesebeispiel: Le Matin Dimanche erreicht 61 von 100 Qualitätspunkten – ein Verlust von 3 Punkten gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



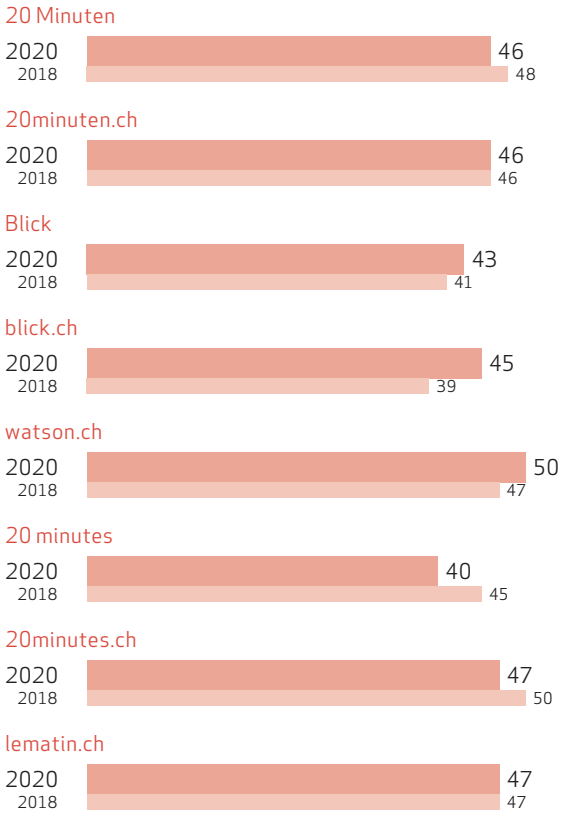
Lesebeispiel: Bei der Befragung schneidet Le Matin Dimanche im Vergleich besser ab als bei der Inhaltsanalyse.

Boulevard- und Pendlerzeitungen

Obwohl Boulevard- und Pendlerzeitungen verstärkt auf Soft News setzen, können sie einen wichtigen Beitrag für demokratische Gesellschaften leisten. Boulevardjournalismus kann eine zentrale Kontroll- bzw. Watchdog-Funktion übernehmen und ist prädestiniert, komplexe Themen einem breiten Publikum lebensnah zu vermitteln. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass sich der Boulevard in ausreichendem Mass mit gesellschaftspolitisch relevanten Themen auseinandersetzt.

Die Einstellung der gedruckten Ausgabe von Le Matin und der On- und Offlineausgaben von Blick am Abend hat aber gezeigt, dass auch Boulevard- und Pendlerzeitungen durch die Digitalisierung in Bedrängnis geraten sind. Der Branche stehen weiterhin schwere Zeiten bevor, wodurch zu befürchten ist, dass Boulevard- und Pendlerzeitungen demokratisch relevante Themen häufiger durch Boulevardthemen ersetzen.

Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse)

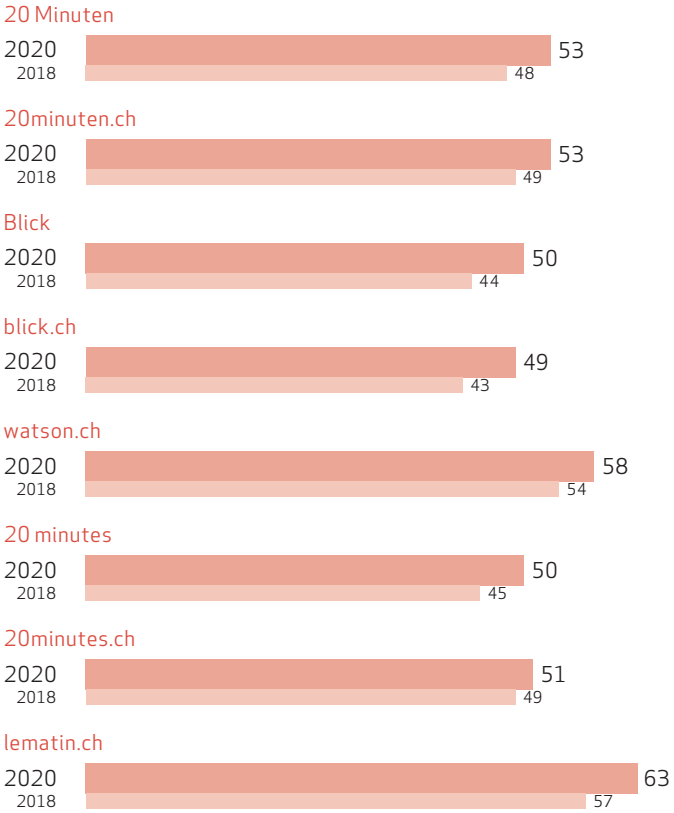


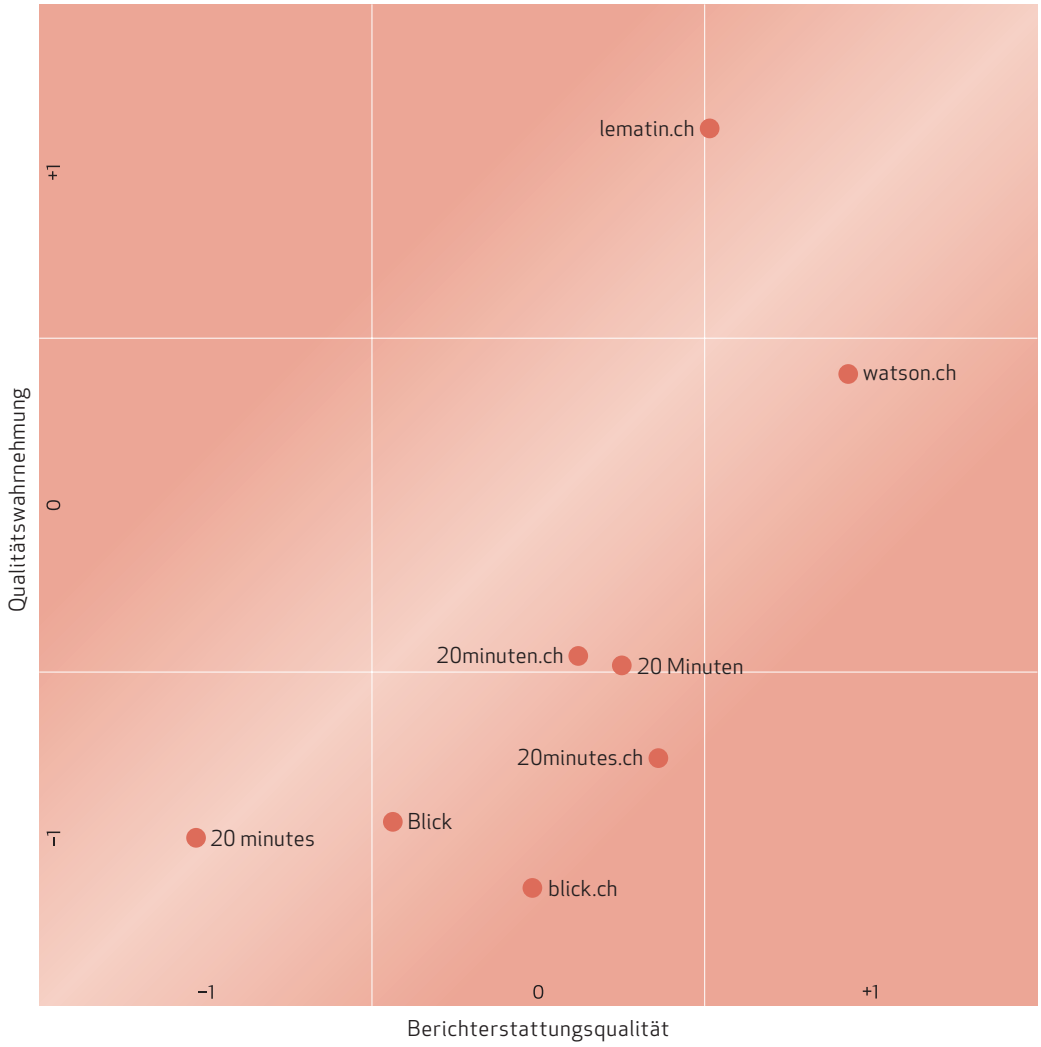
Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zeigen, dass diese Befürchtung bei manchen Boulevard- und Pendlerzeitungen mehr, bei manchen weniger gerechtfertigt ist. Gegenüber 2018 haben von den acht übrig gebliebenen Boulevard- und Pendlerzeitungen je drei Titel an Berichterstattungsqualität eingebüsst bzw. hinzugewonnen, zwei Medientitel konnten ihr inhaltliches Qualitätsniveau halten. Zu den Verlierern zählen drei der vier Titel aus dem 20-Minuten-Medienverbund.

Angesichts dieser durchwachsenen Ergebnisse der Inhaltsanalyse ist erstaunlich, dass gemäss der repräsentativen Bevölkerungsbefragung das Publikum die Qualität aller acht Boulevard- und Pendlerzeitungen höher einschätzt als noch zwei Jahre zuvor.

Wie ist dieser Positivtrend zu erklären? Die Befragung wurde zwischen dem 21. Februar und 9. März 2020 durchgeführt, also genau in jenen Wochen, als die Coronapandemie die Schweiz erreichte. Die Coronakrise – so eine mögliche Erklärung – bot den Boulevard- und Pendlerzeitungen eine seltene Gelegenheit, ein gesellschaftlich relevantes und komplexes Thema verständlich und lebensnah zu vermitteln.

Qualitätswahrnehmung (Bevölkerungsbefragung)





Berichterstattungsqualität und Qualitätswahrnehmung des Publikums
Die Grafik zeigt für die Inhaltsanalyse (X-Achse) und die Befragung (Y-Achse), ob ein Titel unterdurchschnittliche (-1), durchschnittliche (0) oder überdurchschnittliche (+1) Qualitätswerte erzielt. Bei Titeln, die sich in der Diagonale positionieren, kommen beide Messverfahren zu analogen Befunden. Bei Titeln ausserhalb der Diagonale weichen die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Befragung voneinander ab. Punkte oberhalb der Diagonale bedeuten, dass die jeweiligen Medientitel in der Umfrage besser bewertet wurden. Kommen die Medientitel unterhalb der Diagonale zu liegen, haben sie in der Inhaltsanalyse besser abgeschnitten.

Lesebeispiel: Vergleicht man blick.ch mit den übrigen Boulevard- und Pendlerzeitungen, erweist sich die inhaltsanalytisch gemessene Qualität als durchschnittlich. Bei der Befragung erzielt der Titel in dieser Vergleichsgruppe jedoch unterdurchschnittliche Werte.

Die Newssites watson.ch und lematin.ch liegen vorn
Den höchsten Gesamtwert erzielt die Newssite lematin.ch. Zwar stand das Westschweizer Digitalblatt schon vor zwei Jahren auf dem Siegerpodest, dennoch ist dieser erneute Gruppensieg alles andere als selbstverständlich. Hinter lematin.ch liegen zwei turbulente Jahre. Im Juli 2018 entschied die TX Group, die Printausgabe von Le Matin nach 125 Jahren einzustellen. Die Newssite lematin.ch wurde mit verkleinerter Redaktion neu aufgestellt. Trotz allem schneidet lematin.ch beim Publikum deutlich besser ab als noch vor zwei Jahren. Die höchste Berichterstattungsqualität liefert eine andere Newssite: watson.ch. Doch das Zürcher Newsportal «ohne Bla Bla» reicht in der Wahrnehmung des Publikums qualitativ nicht an lematin.ch heran, weshalb watson.ch auf Rang 2 landet. Auffällig ist, dass die deutschsprachigen Ausgaben 20 Minuten und 20minuten.ch besser abschneiden als ihre Westschweizer Pendants. Im unteren Qualitätsfeld verharren auch die beiden Titel aus dem Hause Ringier, der Blick und blick.ch.

20 Minuten

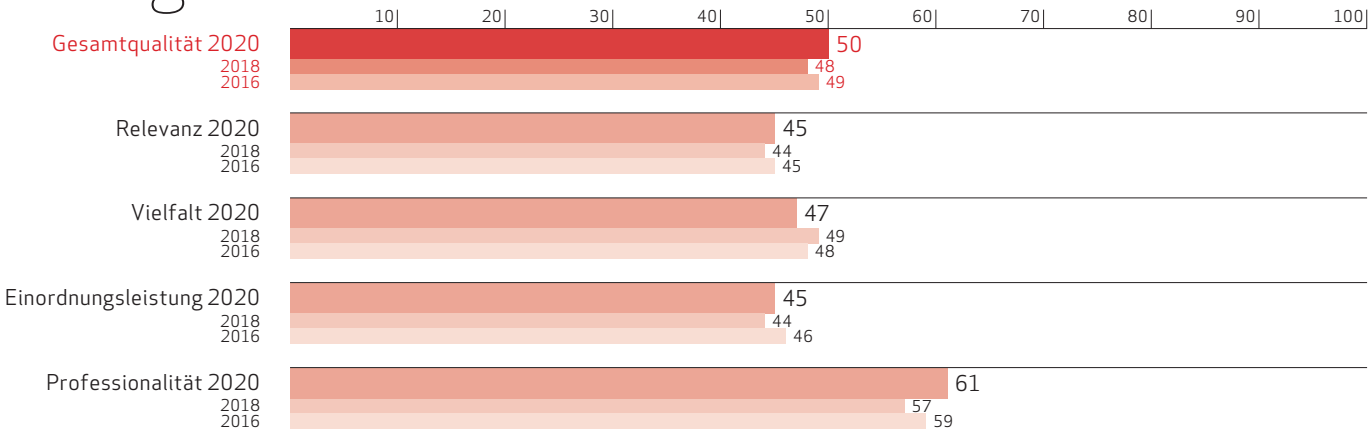
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Gaudenz Looser
Reichweite 2019	1 197 500
Profil	Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe der Region Zürich lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zum reichweitenstärksten Schweizer Medientitel entwickelt.

Politik	18 %
Wirtschaft	11 %
Kultur	6 %
Sport	20 %
Human Interest	45 %

Publikum sorgt für positive Bilanz

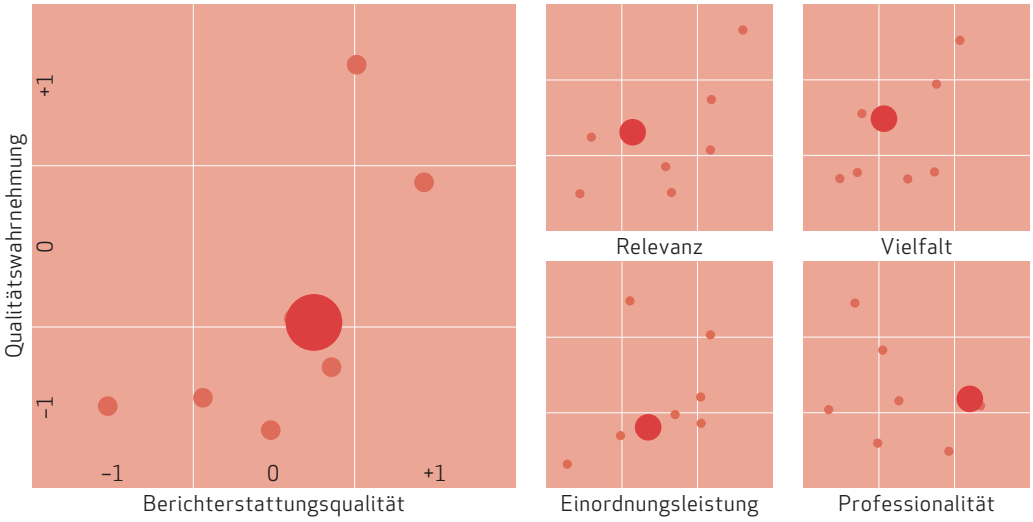
- Im vergangenen Jahr feierte die Pendlerzeitung 20 Minuten ihren 20. Geburtstag. Ihrem Alter angemessen fällt 20 Minuten in der Vergleichsgruppe durch hohe Professionalität auf: Überwiegend sachlich im Ton, die Quellen meist transparent.
- Die leicht sinkende Berichterstattungsqualität trübt das Gesamtergebnis nicht, da 20 Minuten beim Publikum weit besser ankommt als noch zwei Jahre zuvor.
- Die meistgelesene Zeitung der Schweiz erringt den dritten Platz in der Gruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt 20 Minuten 50 von 100 Qualitätspunkten und erreicht somit das bislang beste Gesamtergebnis.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Im Verhältnis schneidet 20 Minuten bei der Inhaltsanalyse noch immer besser ab als in der Befragung. Besonders stark ist die Pendlerzeitung in der Professionalität.

20minuten.ch

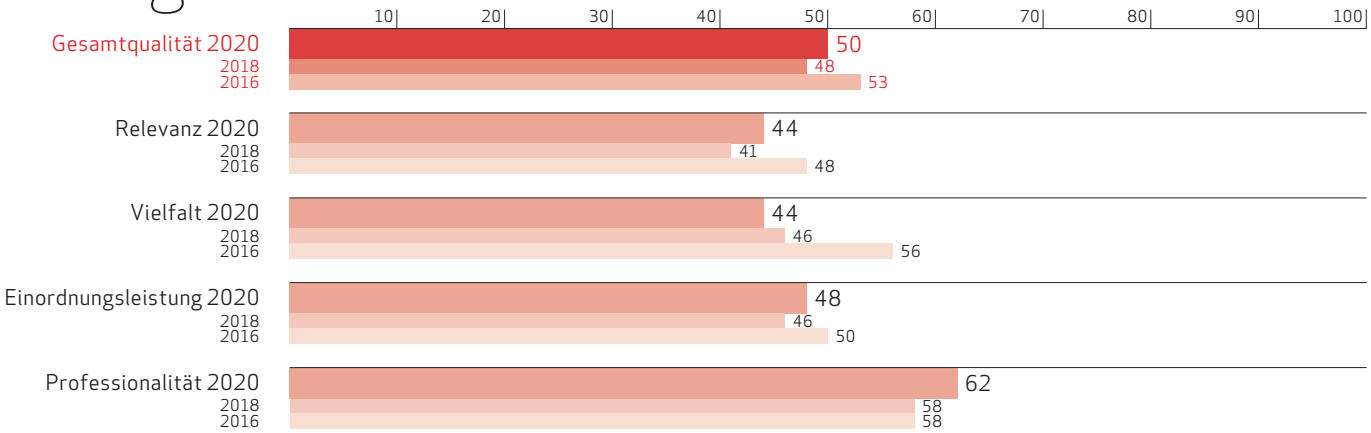
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Gaudenz Looser
Reichweite 2019	1 204 500
Profil	Bietet 24/7 aktuelle Nachrichten, Ereignisse, Bilder, Hintergrundstorys und Videos aus der Schweiz und der Welt.

Politik	11 %
Wirtschaft	11 %
Kultur	6 %
Sport	9 %
Human Interest	62 %

Das Gesamtscore pendelt sich ein

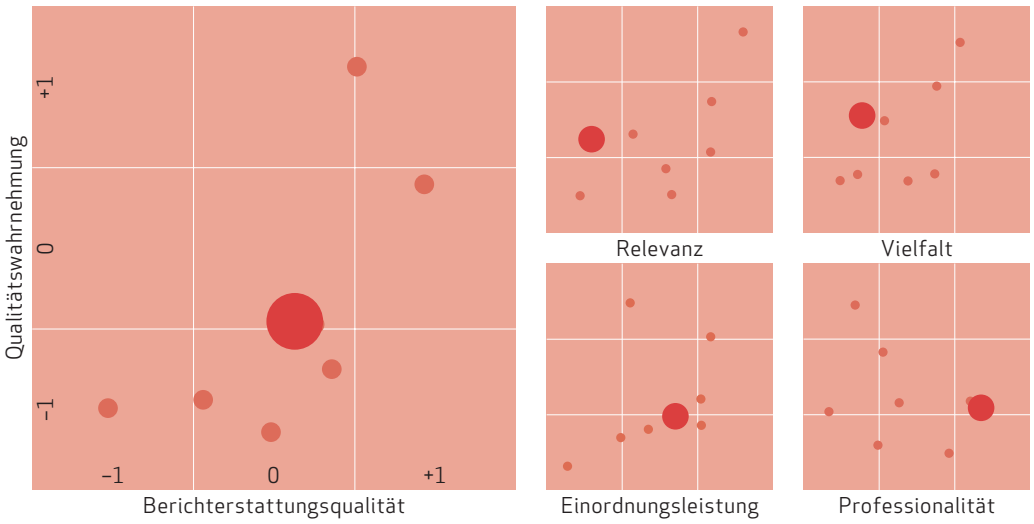
- In der Qualität sind Online- und Printausgabe nicht zu unterscheiden. Bei der Leseranzahl wird 20minuten.ch in diesem Jahr der Printausgabe vermutlich erstmals den Rang ablaufen.
- Nach wie vor setzt man bei 20minuten.ch nochmals stärker als in der gedruckten Ausgabe auf Softnews. Gesellschaftlich relevante Themen aus Politik, Wirtschaft und Kultur werden hingegen vernachlässigt. Dies drückt auf die Berichterstattungsqualität.
- Die Berichterstattung folgt – im Gruppenvergleich – professionellen Standards: Quellen werden genannt, ein sachlicher Ton angeschlagen. Vom Publikum bleibt diese vergleichsweise hohe journalistische Professionalität jedoch weitgehend unbemerkt.

Rating



Lesebeispiel: 20minuten.ch kann ihren Sinkflug stoppen und erreicht neu 50 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Gesamtqualität decken sich die Ergebnisse von Befragung und Inhaltsanalyse. In den einzelnen Qualitätsdimensionen gibt es jedoch Unterschiede: Bei der Befragung schneidet 20minuten.ch in den Dimensionen Relevanz und Vielfalt besser ab, bei der Inhaltsanalyse in den Dimensionen Einordnungsleistung und Professionalität.

Blick

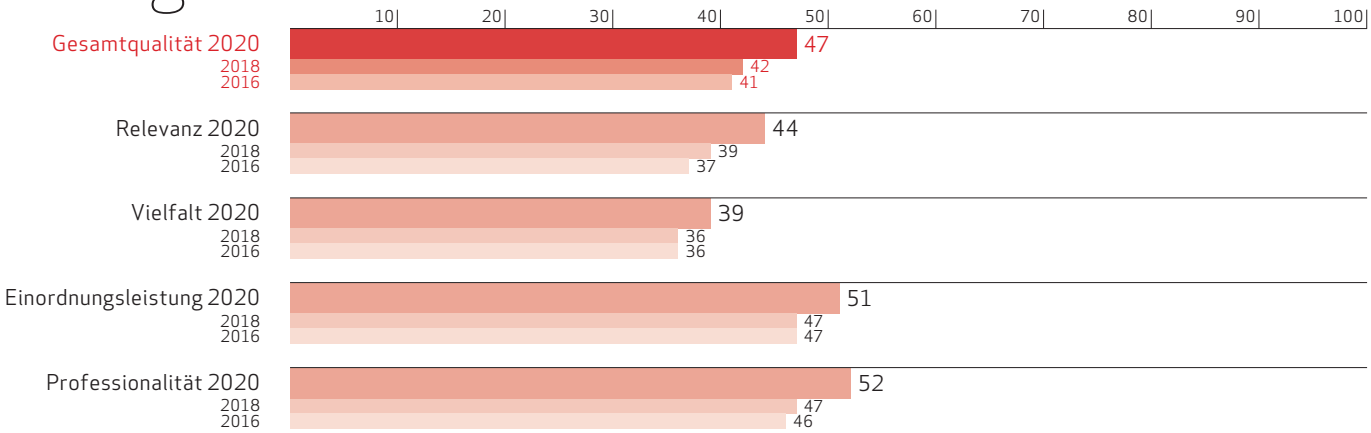
Medienunternehmen	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktor	Andreas Dietrich
Reichweite 2019	430 000
Profil	Blick ist unabhängig, schaut da hin, wo andere wegschauen – und hat eine Meinung. Grosse Geschichten, grosse Bilder in den Sparten News, Wirtschaft, Politik, Ausland, Lifestyle und Sport.

Politik	15 %
Wirtschaft	11 %
Kultur	5 %
Sport	36 %
Human Interest	33 %

Starke Qualitätsverbesserung

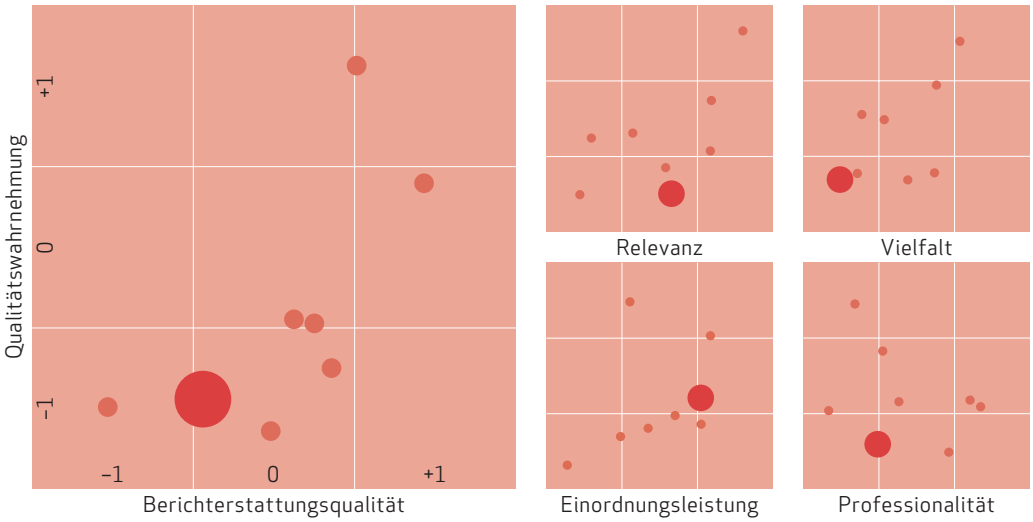
- Dem Blick gelingt es seinen Gesamtscore stark zu verbessern. Beide Methoden zeigen, dass die Boulevardzeitung von Ringier fast in allen Dimensionen zulegen kann.
- Vor allem das Publikum nimmt – im Vergleich zu den vorherigen Messperioden – die Qualität des Blicks als hochwertiger wahr.
- In der Detailanalyse zeigt sich, dass verschiedene Bevölkerungsgruppen den Blick ganz unterschiedlich wahrnehmen: Männer und ältere Menschen stufen die Qualität des Blick am höchsten ein.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt der Blick 47 von 100 Qualitätspunkten, weit besser als in den beiden vorherigen Messperioden.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Beim Blick decken sich die Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung.

blick.ch

Aufsteiger

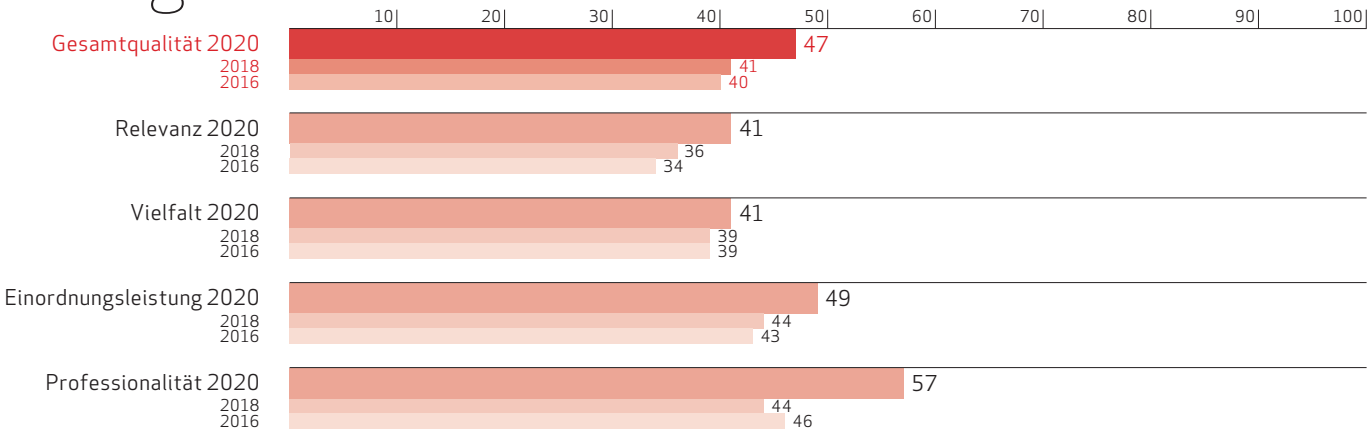
Medienunternehmen	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktorin	Katia Murmann
Reichweite 2019	917 000
Profil	Aktuelle Nachrichten, News und Kommentare aus Wirtschaft, Politik, Sport, Kultur, Gesellschaft, Wissen und Lifestyle.

Politik	12 %
Wirtschaft	9 %
Kultur	5 %
Sport	15 %
Human Interest	59 %

Die Newssite übertrifft erstmals die Printausgabe

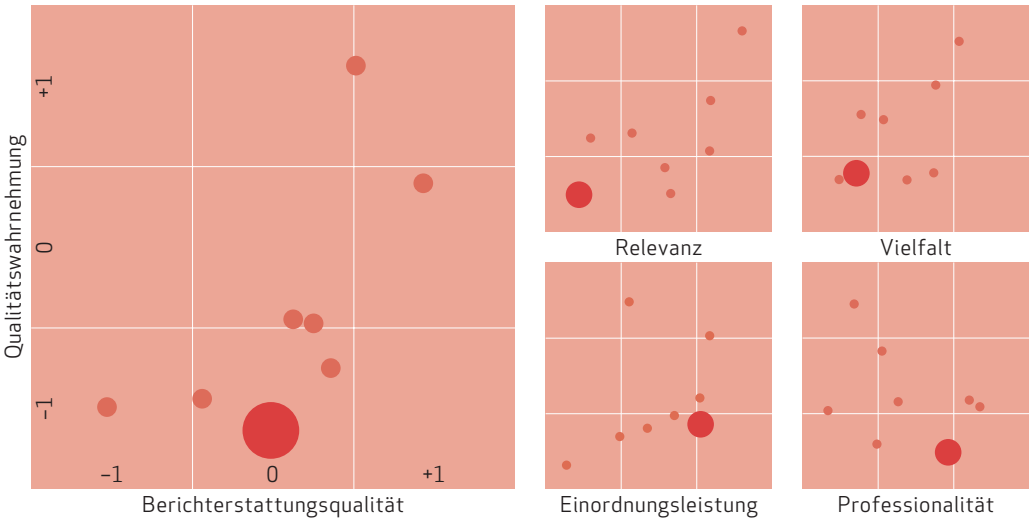
- Das Traditionsblatt aus dem Hause Ringier geht mit der Zeit. Am 17. Februar 2020 startete Blick TV, dessen Livestream und Kurzvideos auf blick.ch und einer App zu sehen sind.
- Welchen Anteil Blick TV daran hat, dass blick.ch in der Bevölkerungsbefragung im Vergleich zu 2018 deutlich zulegen kann, lässt sich nicht beziffern. Fest steht, dass die Newssite auch in der Berichterstattung an Qualität gewonnen hat.
- Mit diesem doppelten Sprung nach vorne gelingt es blick.ch nicht nur, die rote Laterne an 20 minutes weiterzureichen, sondern sich im Ranking auch knapp vor der Printausgabe einzureihen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt blick.ch 47 von 100 Qualitätspunkten und gewinnt gegenüber der letzten Messperiode 6 Punkte dazu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Befragung und Inhaltsanalyse bemessen die Gesamtqualität von blick.ch ähnlich, wobei die Befragungswerte für die Dimensionen Professionalität und Einordnungsleistung im Verhältnis niedriger sind.

watson.ch

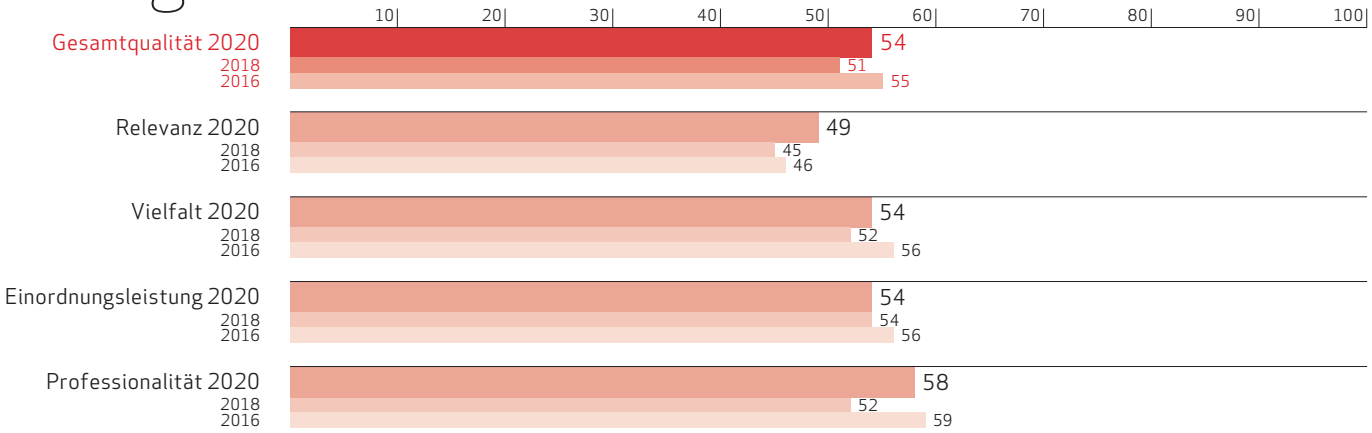
Medienunternehmen	FixxPunkt AG
Verleger	Peter Wanner
Chefredaktor	Maurice Thiriet
Reichweite 2019	285 500
Profil	News ohne Blabla. Nachrichten und Unterhaltung für unsere Generation.

Politik	19 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	10 %
Sport	15 %
Human Interest	47 %

watson.ch hat an Relevanz zugelegt

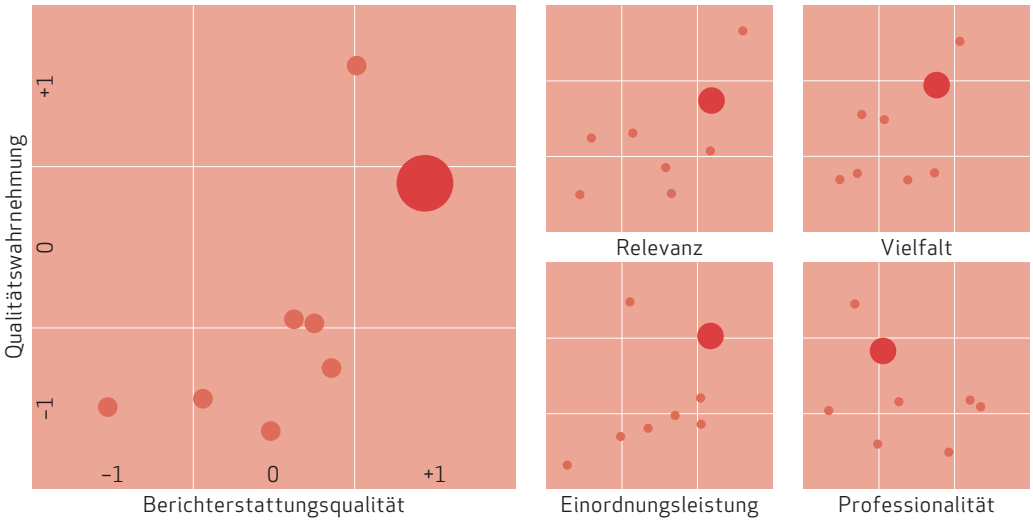
- Als das Newsportal watson.ch im Januar 2014 online ging, rechneten in der Medienbranche nicht wenige mit einem schnellen Scheitern. Inzwischen liefert watson.ch in der Vergleichsgruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen die beste Berichterstattungsqualität.
- In der Vergleichsgruppe fällt das Newsportal durch eine hohe Einordnungsleistung auf. Insofern ist das Selbstbild von watson.ch, «News ohne Bla Bla» zu liefern, ein Stück weit berechtigt. Dies kommt, wie eine Detailanalyse zeigt, vor allem bei jüngeren Menschen gut an.
- Trotz bester Berichterstattungsqualität verfehlt watson.ch knapp den Gruppensieg, da die Westschweizer Newssite lematin.ch in der Befragung die Nase vorne hat.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt watson.ch 54 von 100 Qualitätspunkten und gewinnt somit gegenüber der letzten Messperiode 3 Punkte.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: watson.ch erzielt sowohl bei Inhaltsanalyse und Befragung überdurchschnittlich hohe Werte. Der Titel ist somit dem oberen Qualitätsfeld zuzuordnen.

20 minutes

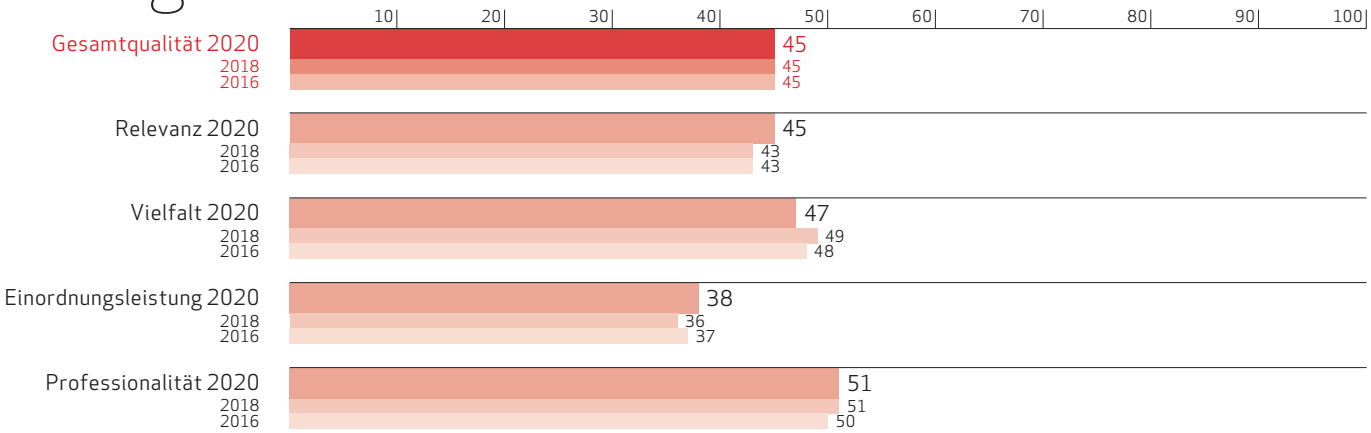
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Philippe Favre
Reichweite 2019	482 500
Profil	Die 2006 in der Suisse romande lancierte Pendlerzeitung 20 minutes informiert und unterhält mit Geschichten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung.

Politik	14 %
Wirtschaft	12 %
Kultur	14 %
Sport	16 %
Human Interest	44 %

Letzter Platz im Ranking

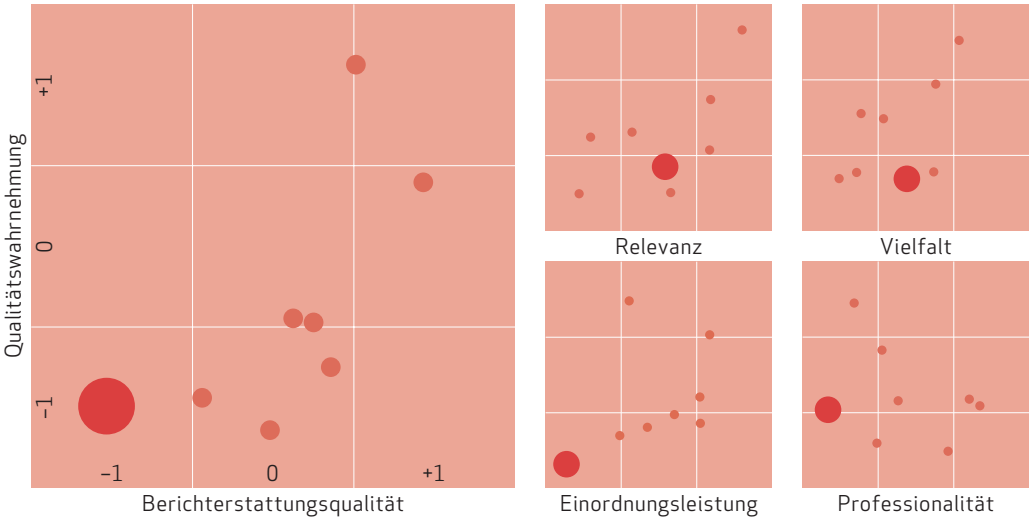
- Die französischsprachige Ausgabe 20 minutes, die 2006 von der TX Group lanciert wurde, kann einerseits stark in der Befragung zulegen, andererseits ist ein deutlicher Qualitätsrückgang in der Berichterstattung festzustellen. In der Folge tritt 20 minutes im Gesamtscore auf der Stelle.
- Da die Konkurrenz – allen voran Blick und blick.ch – ihre Gesamtscores verbessert haben, wird 20 minutes auf den letzten Rankingplatz durchgereicht.
- Die grösste Schwäche von 20 minutes liegt in der geringen Einordnungsleistung: Zusammenhänge werden unzureichend aufgezeigt, Fremdmaterial kaum redaktionell bearbeitet.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt 20 minutes 45 von 100 Qualitätspunkten, gleich viel wie in den beiden vorherigen Messperioden.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die negativen Befunde zur Berichterstattungsqualität decken sich mit der Wahrnehmung der Bevölkerung: 20 minutes ist dem unteren Qualitätsfeld zuzuordnen.

20minutes.ch

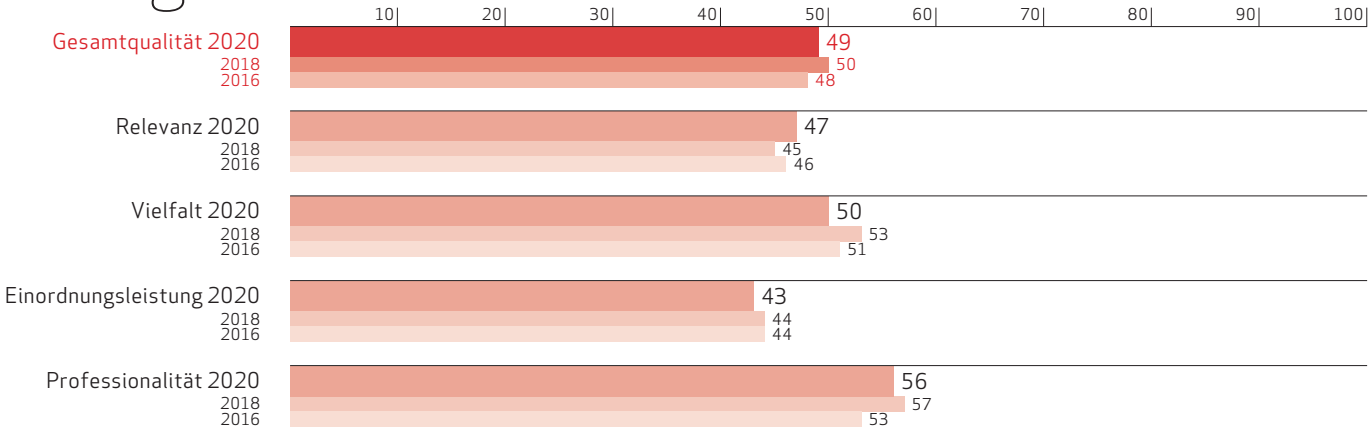
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Philippe Favre
Reichweite 2019	350 500
Profil	Die 2006 in der Suisse romande lancierte Newssite 20 minutes informiert und unterhält rund um die Uhr mit Geschichten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung.

Politik	17 %
Wirtschaft	11 %
Kultur	13 %
Sport	13 %
Human Interest	46 %

Online schlägt Print

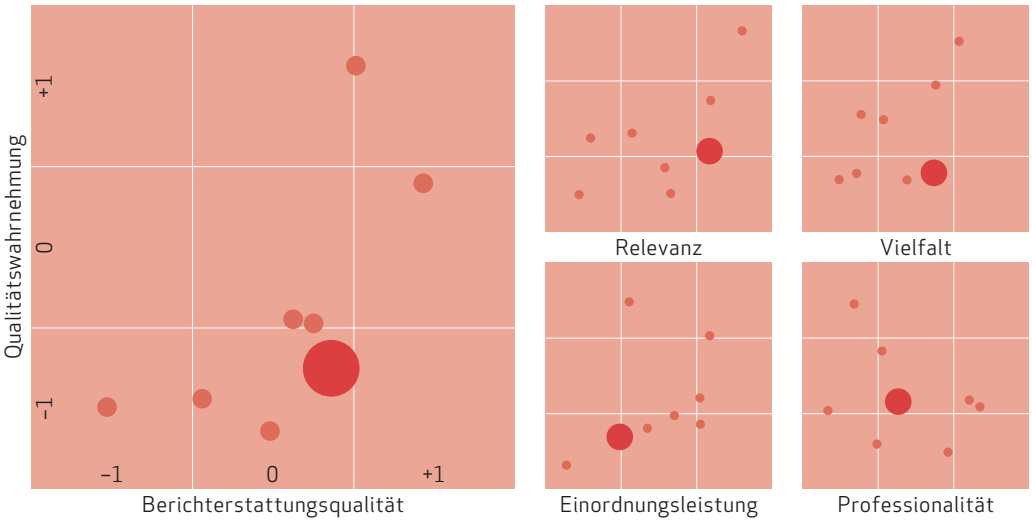
- Auch 20minutes.ch übertrifft punkto Qualität mittlerweile die Printausgabe. Onlineauftritte liefern in der Gruppe der Pendler- und Boulevardmedien somit durchwegs bessere Qualität als die beiden verbleibenden gedruckten Zeitungen.
- Trotz ähnlicher Berichterstattungsqualität bewertet das Publikum 20minutes.ch weit skeptischer als lematin.ch. Dies ist insofern überraschend, als sich die beiden TX Group-Titel seit 2018 eine Redaktion teilen.
- Die Berichterstattungsqualität von 20minutes.ch ist zwar fallend, aber dennoch vergleichsweise hoch. So weist 20minutes.ch die gleiche inhaltliche Qualität auf wie der Gruppensieger lematin.ch.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt 20minutes.ch 49 von 100 Qualitätspunkten, 1 Punkt weniger als in der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Im Vergleich zur Inhaltsanalyse schätzen die Befragten die Qualität von 20minutes.ch niedriger ein. Besonders hinsichtlich Relevanz und Vielfalt erzielt der Titel in der Befragung schlechtere Werte als in der Inhaltsanalyse.

lematin.ch

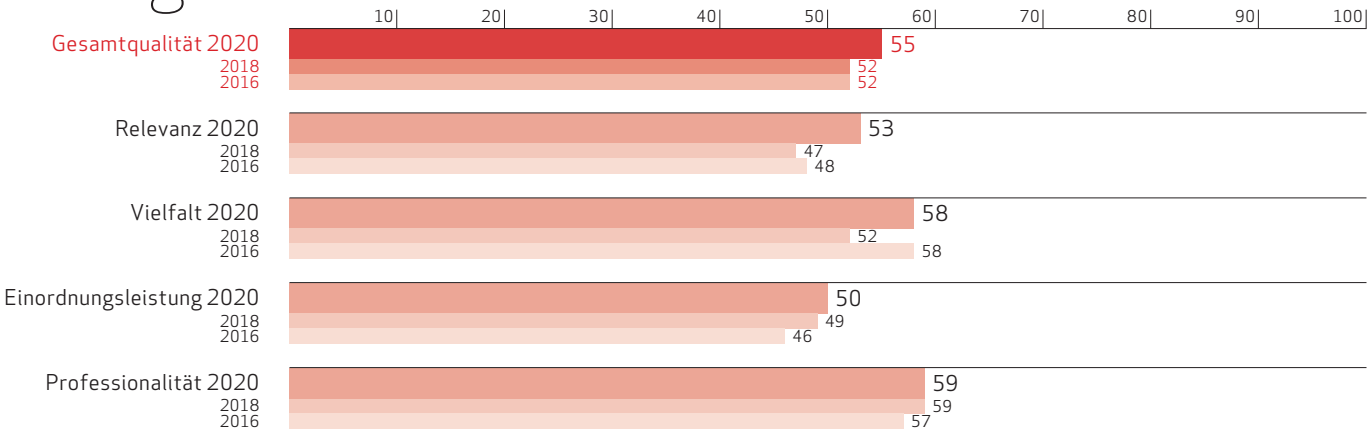
Medienunternehmen	TX Group
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Laurent Siebenmann
Reichweite 2019	190 000
Profil	Der moderne Medientitel für die gesamte Westschweiz bietet Nachrichten über Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur, Gesellschaft und Unterhaltung. lematin.ch wird publiziert von 20 Minuten.

Politik	15 %
Wirtschaft	19 %
Kultur	13 %
Sport	8 %
Human Interest	45 %

Publikumsliebling in turbulenten Zeiten

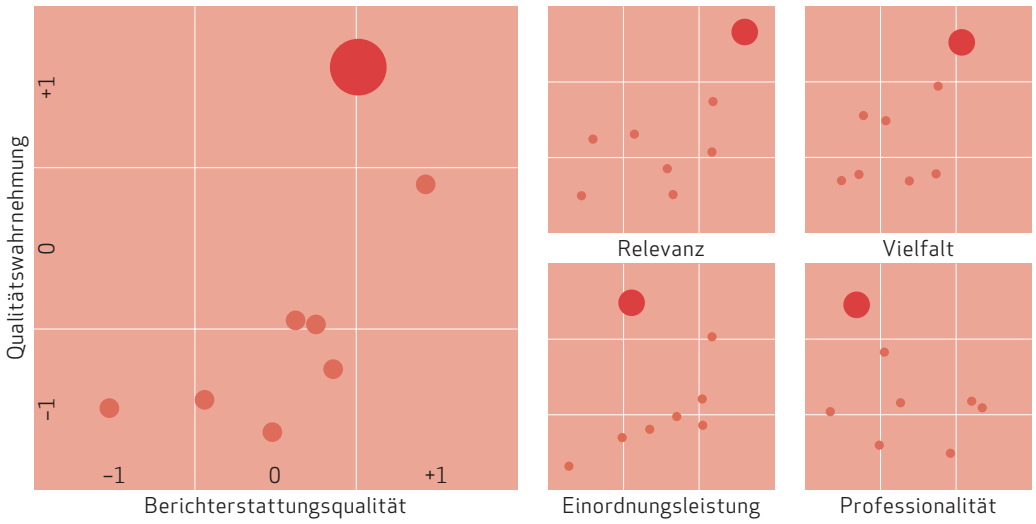
- Der Westschweizer Medienmarkt verliert an Vielfalt: Die Redaktion von Le Matin wurde mit jener von 20 minutes zusammengelegt, das Printpendant Le Matin eingestellt.
- Dieses Bündeln der Kräfte ermöglicht es lematin.ch, die Berichterstattungsqualität konstant zu halten. Insgesamt wird dadurch jedoch die Westschweizer Medienvielfalt geschwächt.
- Beim Publikum kann lematin.ch trotz dieser Turbulenzen deutlich zulegen. Über die Ursachen lässt sich nur spekulieren.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt lematin.ch 55 von 100 Qualitätspunkten.
Dies entspricht gegenüber den vorherigen Messungen einer Steigerung von 3 Punkten.

Qualität im Vergleich



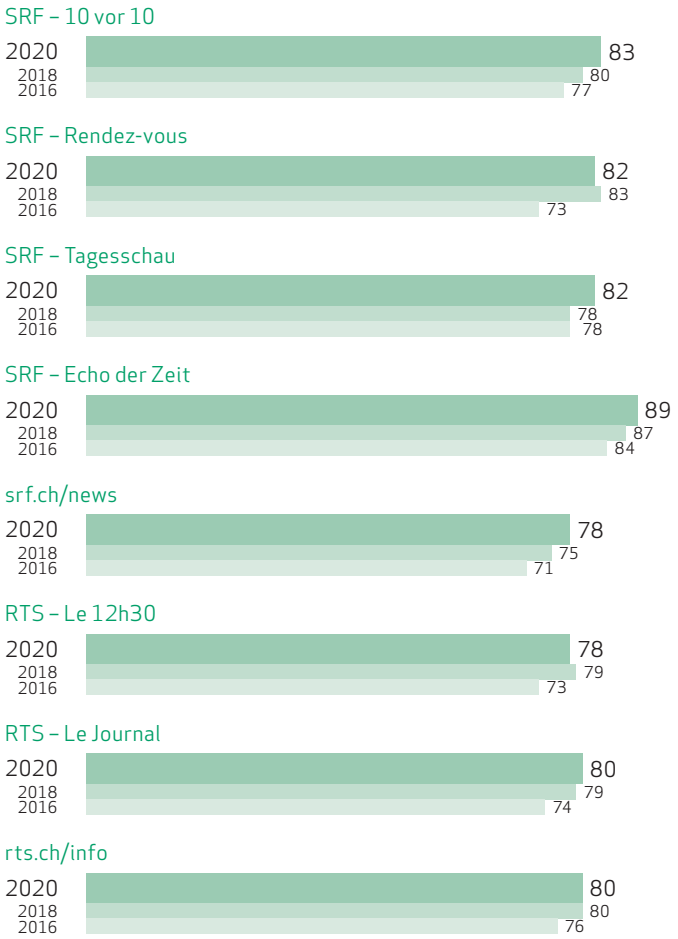
Lesebeispiel: Die Befunde beider Methoden decken sich. Einzig in der Dimension Professionalität weist die Befragung deutlich höhere Werte aus als gemäss Inhaltsanalyse gerechtfertigt wäre.

Radio- und Fernsehsendungen

Über ein neuartiges Coronavirus in China berichteten internationale Medien erstmals Ende 2019. Danach breitete sich das Virus über die Welt aus und erreichte im Februar 2020 die Schweiz. Anfangs war über das Coronavirus kaum etwas bekannt, entsprechend gross war die Unsicherheit in der Bevölkerung. Vor diesem Hintergrund sind die Befragungsdaten zu deuten, die im Zeitraum vom 21. Februar bis 9. März 2020 erhoben wurden.

In Krisenzeiten wächst das Bedürfnis nach etablierten Informationsangeboten. In dieser Zeit erzielten die Sendungen des SRF Rekordquoten. «Die Tagesschau wurde wieder zum Lagerfeuer der Nation», wie ein Tagesschau-Moderator im Magazin der NZZ am Sonntag zitiert wird (26/2020, S. 13). Offenbar hat die vorherrschende Unsicherheit dazu geführt, dass die Befragten die Qualität vieler SRF-Angebote höher einschätzen als in den Jahren zuvor. Trotzdem scheinen Krisen für SRG-Angebote kein Selbstläufer zu sein: SRF – Rendez-vous verliert einen Punkt, und ein Blick in die Westschweiz zeigt, dass die beiden RTS-Sendungen und die RTS-Newssite nicht im gleichen Masse von der Coronakrise profitieren können.

Qualitätswahrnehmung (Bevölkerungsbefragung)



Berichterstattungsqualität und Qualitätswahrnehmung des Publikums
Die Grafik zeigt für die Inhaltsanalyse (X-Achse) und die Befragung (Y-Achse), ob eine Sendung unterdurchschnittliche (-1), durchschnittliche (0) oder überdurchschnittliche (+1) Qualitätswerte erzielt. Bei Sendungen, die sich in der Diagonale positionieren, kommen beide Messverfahren zu analogen Befunden. Bei Sendungen ausserhalb der Diagonale weichen die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Befragung voneinander ab. Punkte oberhalb der Diagonale bedeuten, dass die jeweiligen Rundfunksendungen in der Umfrage besser bewertet wurden. Kommen die Rundfunksendungen unterhalb der Diagonale zu liegen, haben sie in der Inhaltsanalyse besser abgeschnitten.

Lesebeispiel: Echo der Zeit erreicht sowohl in der Publikumsbefragung wie auch in der inhaltsanalytisch erfassten Berichterstattungsqualität überdurchschnittlich hohe Werte.

Die SRG-Titel sind eine Klasse für sich
Zu der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen zählen acht Sendungen der SRG, darunter die beiden Newssites srf.ch/news und rts.ch/info, sowie fünf Sendungen von privaten Regionalsendern. Die Qualität der SRG-Sendungen ist ausnahmslos hochwertig. An der Spitze fährt – wie in den beiden Messperioden zuvor – die Radiosendung Echo der Zeit, die ihren Ruf als Flaggschiff des Schweizer Radios einmal mehr bestätigt. Die drei SRF-Sendungen 10vor10, Tagesschau und Rendez-vous liegen so eng beieinander, dass man kaum einen Unterschied zwischen ihnen ausmachen kann. Etwas dahinter positionieren sich die RTS-Sendungen Le 12h30 und Le Journal sowie die Newssites rts.ch/info und srf.ch/news.

Die fünf untersuchten Nachrichtensendungen privater TV-Anbieter können – auch aufgrund der deutlich geringeren Ressourcen – nicht mit den SRG-Programmen mithalten und bilden ein eigenes Cluster. Die fast horizontale Aufreihung verrät, dass einerseits das Publikum die Qualität dieser Sendungen sehr ähnlich einschätzt, andererseits die Inhaltsanalyse qualitative Unterschiede sichtbar macht. Inhaltlich schneidet in dieser Untergruppe Le Journal auf Léman Bleu am besten ab, gefolgt von den Tele 1 – Nachrichten, den ZüriNews auf TeleZüri und Aktuell auf Tele M1. Le Journal auf Leman Bleu kommt dabei relativ nahe an die Berichterstattungsqualität der SRG-Angebote heran.

SRF – 10vor10

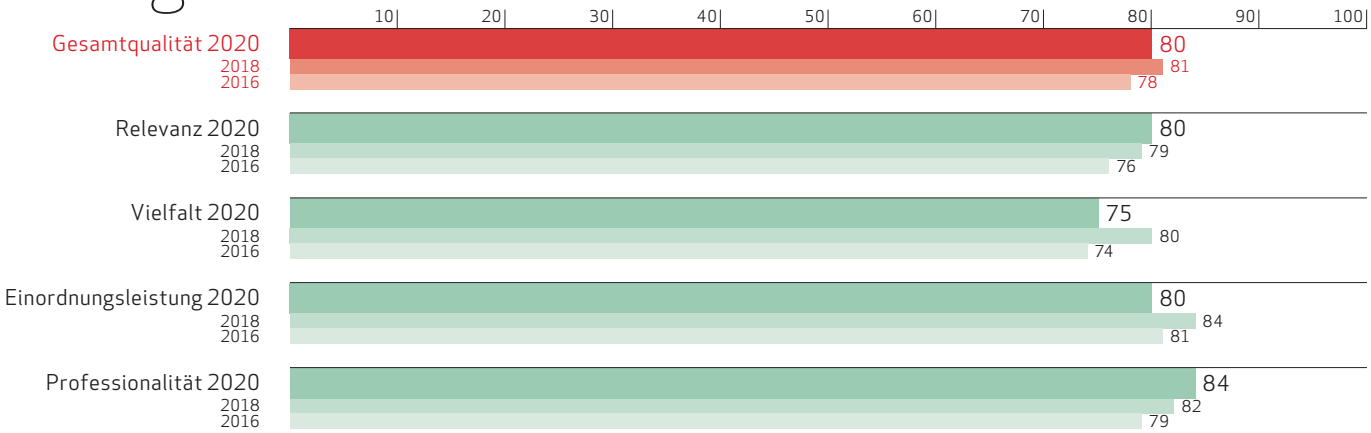
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktorin	Nathalie Wappler
Redaktionsleiter	Christian Dütschler
Reichweite 2019	361 000
Profil	Das News-Magazin berichtet von Montag bis Freitag über die Hintergründe zu den Schlagzeilen des Tages aus dem In- und Ausland.

Politik	61 %
Wirtschaft	20 %
Kultur	6 %
Sport	0 %
Human Interest	12 %

10vor10 mit weiterhin hohen Qualitätswerten

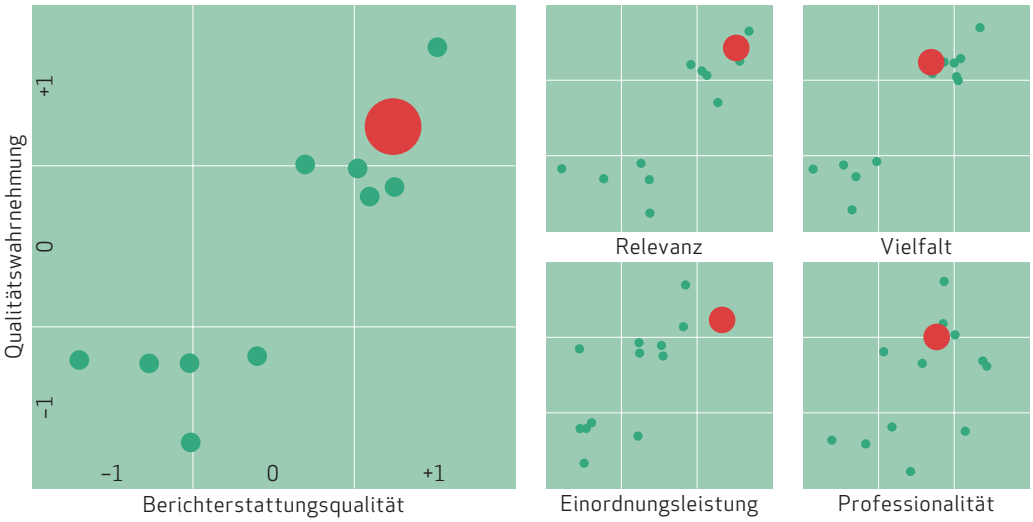
- Das Nachrichtenmagazin 10vor10 erzielt nicht nur in der Vergleichsgruppe der Radio- und Fernsehsendungen, sondern auch in der Gesamtgruppe weiterhin einen vorderen Platz.
- Während die Tagesschau ihren Fokus darauf legt, einen umfassenden Überblick über aktuelle Ereignisse zu bieten, soll das Nachrichtenmagazin 10vor10 Hintergründe vermitteln. Dies schlägt sich auch in den Resultaten nieder: 10vor10 erreicht zusammen mit dem Echo der Zeit den höchsten Wert in der gesamten Messreihe. Im Bereich der Vielfalt kann sich 10vor10 aber nicht mehr gleich stark profilieren.
- In den letzten vier Jahren konnte 10vor10 bei der Relevanz und Professionalität an Qualität zulegen. Die zuvor steigende Vielfalt und steigende Einordnungsleistung sind aber wieder zurückgegangen.

Rating



Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung 10vor10 erzielt 80 von 100 Qualitätspunkten.
In der Qualitätsdimension Professionalität konnte sich die Nachrichtensendung kontinuierlich verbessern.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: 10vor10 erreicht sowohl in der Inhaltsanalyse als auch in der Befragung relativ hohe Werte.

SRF – Echo der Zeit

Medienunternehmen	SRG SSR
Direktorin	Nathalie Wappler
Redaktionsleiter	Beat Soltermann
Reichweite 2019	238 700

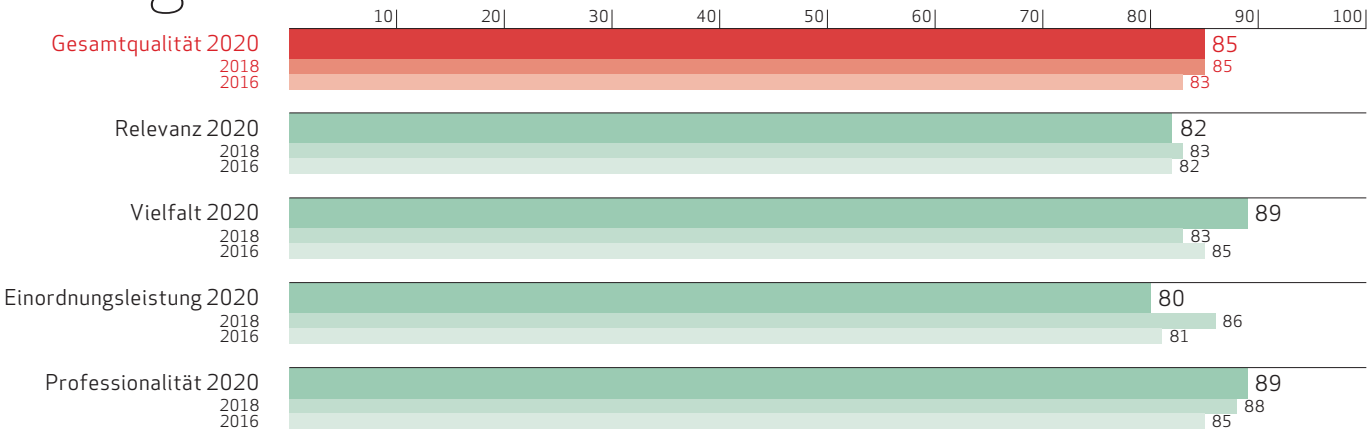
Politik	58 %
Wirtschaft	14 %
Kultur	9 %
Sport	4 %
Human Interest	14 %

Profil Die älteste politische Hintergrundsendung von Radio SRF: Seit 1945 vermittelt sie täglich die wichtigsten Nachrichten, Berichte, Reportagen, Interviews und Analysen über das aktuelle Zeitgeschehen.

Spitze - trotz Durchhänger in der Einordnungsleistung

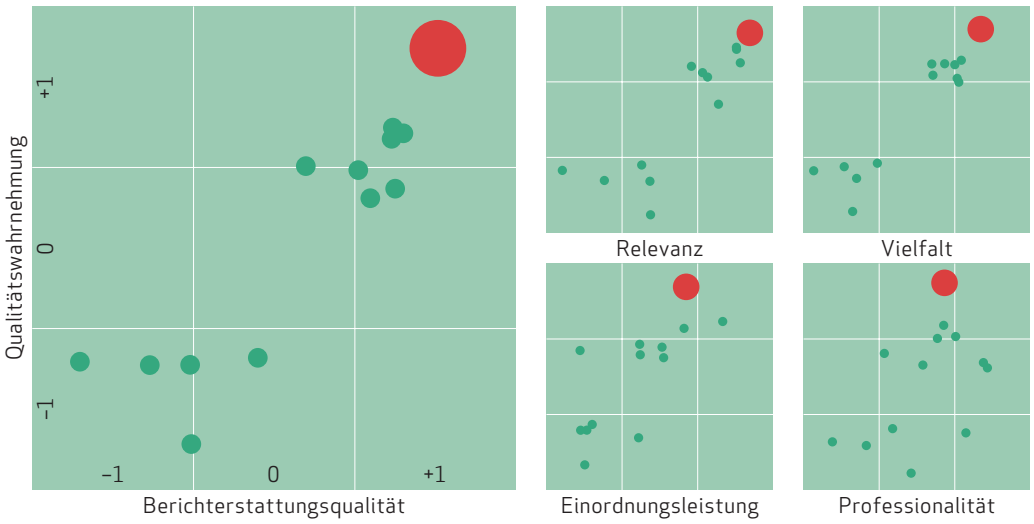
- Echo der Zeit gilt als das Flaggschiff von Radio SRF – und nach den Daten auch zu Recht. Die Nachrichtensendung erhält nicht nur erneut in der Gruppe Radio- und Fernsehsendungen das goldene Q, sie erzielt sogar den höchsten Qualitätswert aller 49 gemessenen Medientitel.
- Echo der Zeit kann sich im Bereich der Vielfalt gegenüber den anderen Radio- und Fernsehsendungen profilieren, weiterhin auch in seiner Paradedisziplin der Einordnungsleistung, obwohl diese Werte seit 2018 leicht gesunken sind.
- Sowohl in der Inhaltsanalyse als auch in der Befragung erzielt das Echo der Zeit Spitzenwerte. Während das Publikum sogar eine zunehmend bessere Qualität wahrnimmt, beobachtet die Inhaltsanalyse einen leichten Rückgang.

Rating



Lesebeispiel: Die Radiosendung Echo der Zeit erzielt mit 85 von 100 Qualitätspunkten einen hervorragenden Wert. Dies sind gleich viele Punkte wie vor zwei Jahren.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Laut Publikum ist Echo der Zeit in jeder Qualitätsdimension ein echtes Flaggschiff. Auch in der Inhaltsanalyse erzielt die Informationssendung Spitzenwerte.

SRF – Rendez-vous

Medienunternehmen	SRG SSR
Direktorin	Nathalie Wappler
Redaktionsleiterin	Ivana Pribakovic
Reichweite 2019	363 400

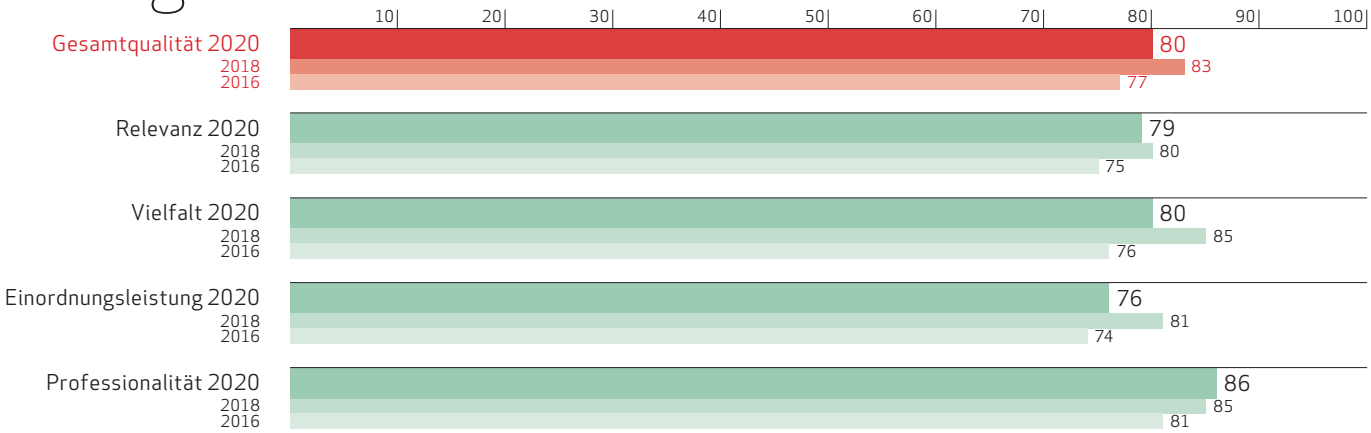
Politik	63 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	4 %
Sport	1 %
Human Interest	16 %

Profil	Die Informationssendung berichtet über das aktuelle Geschehen in Politik und Wirtschaft und liefert zu ausgewählten Ereignissen Hintergründe und fundierte Analysen.

Top-Qualität trotz leichten Verlusten in zwei Kernkompetenzen

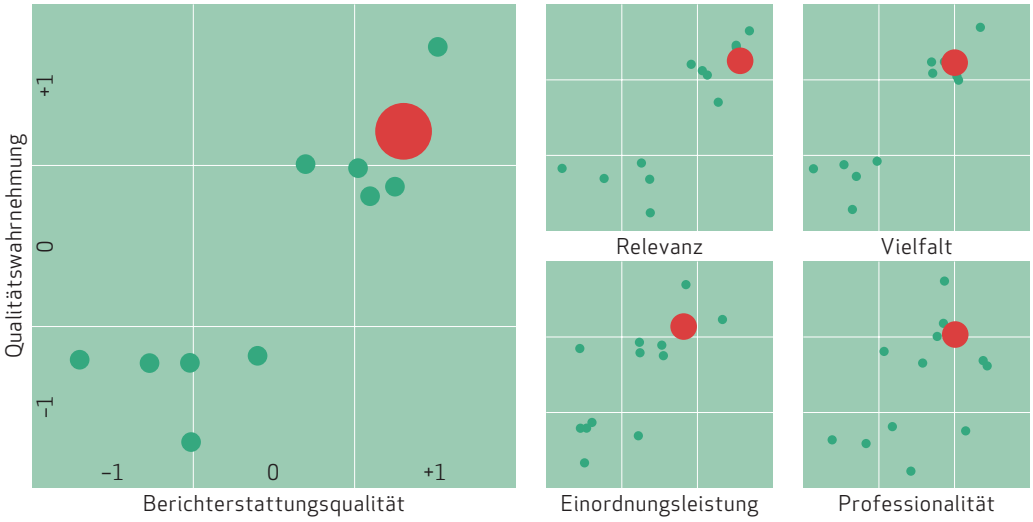
- Das Rendez-vous belegt nicht nur in der Vergleichsgruppe einen Spitzenplatz, sondern gehört auch zu den Top 3 aller untersuchten 49 Titel. In allen vier Qualitätsdimensionen gehört das Rendez-vous zu den jeweils besten drei Radio- und Fernsehsendungen.
- Laut Inhaltsanalyse wird das Rendez-vous dem eigenen Anspruch gerecht, relevante Nachrichten zu vermitteln und diese einzuordnen. Bei der Relevanz und den Einordnungsleistungen liegt es fast gleichauf mit dem Spitzenreiter Echo der Zeit. Allerdings erfährt ausgerechnet in diesen beiden Dimensionen das Rendez-vous seit 2018 leichte Verluste.
- Das Publikum schätzt das Rendez-vous in allen Qualitätsdimensionen etwa gleich stark ein. Zudem bleibt die wahrgenommene Qualität auf einem hohen Niveau, nachdem sie 2016 noch um einiges niedriger gewesen war.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Radiosendung Rendez-vous mit 80 von 100 Qualitätspunkten einen sehr guten Wert – 3 Qualitätspunkte weniger als zwei Jahre zuvor, aber immer noch 3 Punkte mehr als vor vier Jahren.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: In der Befragung schneidet das Rendez-vous leicht besser ab als in der Inhaltsanalyse.

SRF – Tagesschau

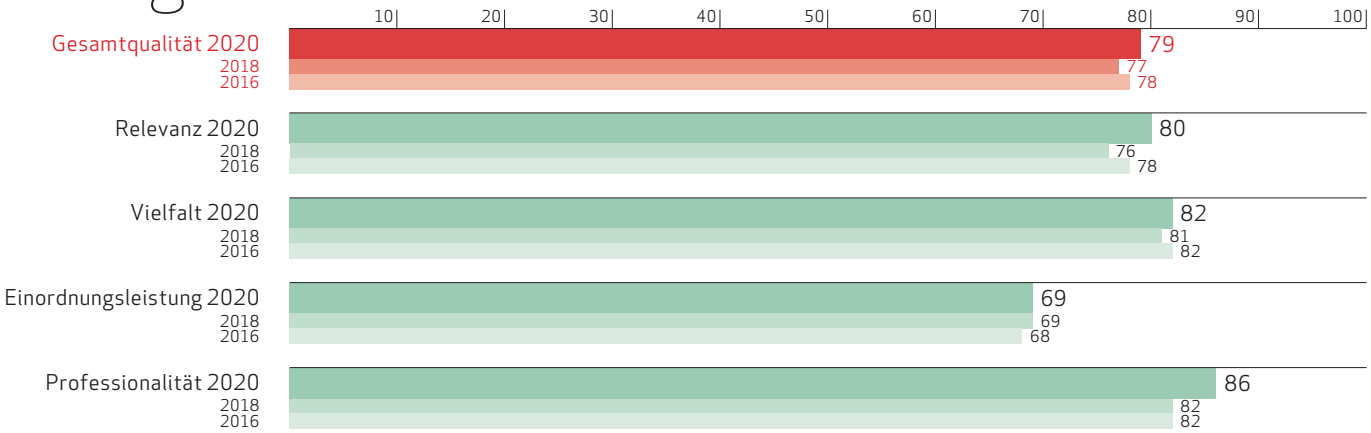
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktorin	Nathalie Wappler
Redaktionsleiterin	Regula Messerli
Reichweite 2019	612 000
Profil	Die Tagesschau berichtet über Themen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Gesellschaft und Wissenschaft aus dem In- und Ausland.

Politik	53 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	10 %
Sport	4 %
Human Interest	18 %

Tagesschau schliesst zur Spitzengruppe auf

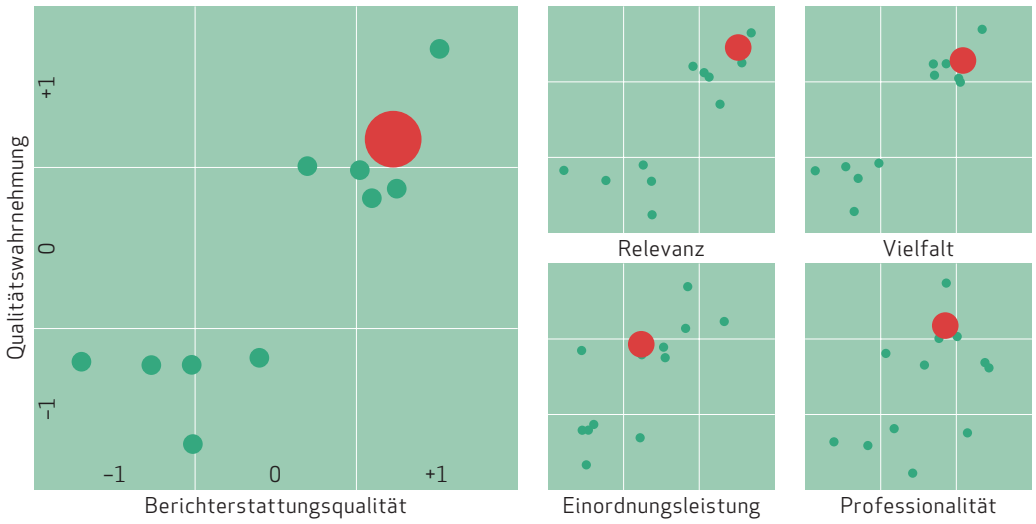
- Die Tagesschau als bekannteste Nachrichtensendung der Schweiz überzeugt auch 2020 mit positiven Qualitätswerten in allen Dimensionen.
- Die Tagesschau kann zwar bei der Einordnungsleistung nicht mit anderen SRG-Formaten (Echo der Zeit, Rendez-vous, 10vor10) mithalten, doch gehört sie bei der Relevanz, Vielfalt und immer mehr auch bei der Professionalität zur Spitzengruppe.
- Im Zeitverlauf erweisen sich die Qualitätswerte der Tagesschau als relativ stabil. Allerdings gewinnt die Tagesschau im Bereich der Professionalität dazu, sowohl bei der Inhaltsanalyse als auch in der Wahrnehmung des Publikums.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Tagesschau 79 von 100 Qualitätspunkten, zwei Punkte mehr als in der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Insbesondere hinsichtlich der Qualitätsdimension Professionalität erzielt die Tagesschau im Vergleich der Radio- und Fernsehtitel hohe Qualitätswerte.

srf.ch/news

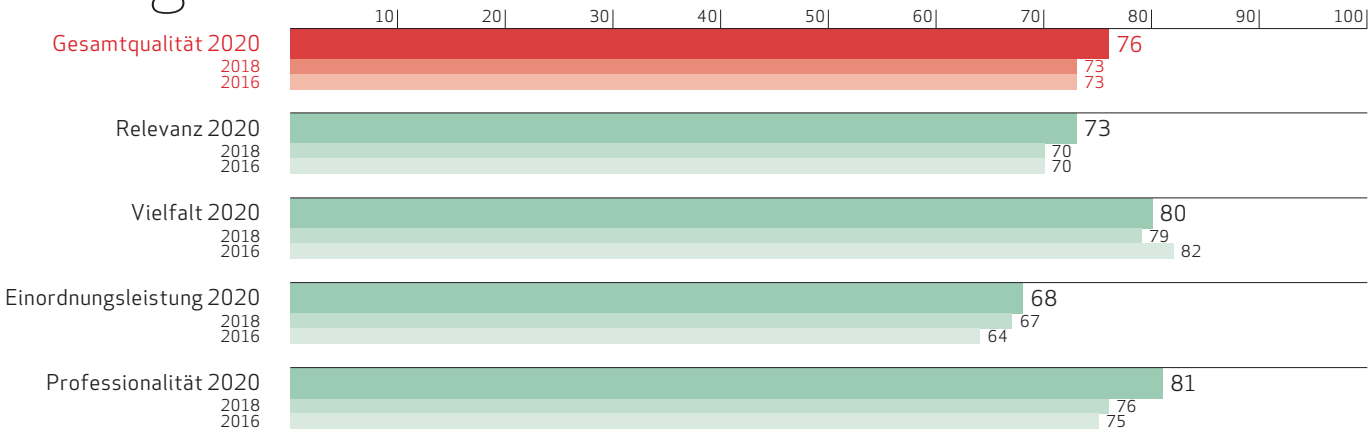
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktorin	Nathalie Wappler
Programmleiter	Beat Witschi
Reichweite 2019	760 000
Profil	Auf SRF News finden Sie die neusten Nachrichten in den Bereichen Schweiz, Regional, International, Wirtschaft und Panorama.

Politik	50 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	11 %
Sport	1 %
Human Interest	22 %

Die Deutschschweizer Newssite der SRG verbessert sich

- Die Qualitätswerte von srf.ch/news nähern sich der Qualität der Radio- und Fernsehsendungen der SRG, kommen aber noch nicht an sie heran.
- Während sowohl das Publikum als auch die Inhaltsanalyse die hohe Vielfalt bestätigen, zeigen die Resultate Schwächen bei der Einordnungsleistung.
- Die Online-Plattform srf.ch/news steigert sich vor allem im Bereich der Professionalität. Dies liegt vermutlich auch daran, dass die Redaktionen auf ihr zunehmend mehr eigene Beiträge veröffentlichen, statt die Newssite mit bearbeiteten Agenturmeldungen zu füllen.

Rating



Lesebeispiel: Mit 76 von 100 Qualitätspunkten verbessert die Newssite des SRF, srf.ch/news, 2020 ihren Wert um 3 Punkte.

Qualität im Vergleich

Lesebeispiel: Die Befragung und die Inhaltsanalyse kommen zu ähnlichen Ergebnissen: Die Newssite erreicht insgesamt gute bis sehr gute Qualitätswerte.

Tele 1 – Nachrichten

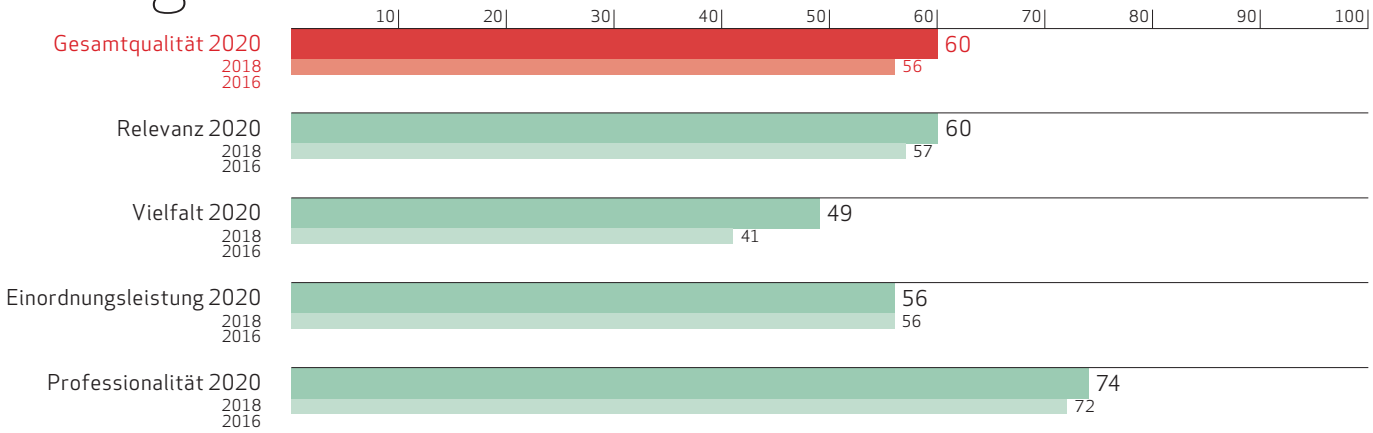
Medienunternehmen	CH Media
Direktor	Roger Elsener
Redaktionsleiter	Matthias Oetterli
Reichweite 2019	54 000
Profil	Die Tagesschau der Zentralschweiz! Lokales, das die Region beschäftigt, liefert die Schlagzeilen und Beiträge für das Flaggschiff der Tele-1-Sendungen.

Politik	22 %
Wirtschaft	16 %
Kultur	9 %
Sport	13 %
Human Interest	41 %

Neu die besten Regionalnachrichten in der Deutschschweiz

- Neu ist die Nachrichtensendung von Tele 1 an der Spitze der Deutschschweizer Regionalnachrichten. Der Qualitätsabstand zu den viel ressourcenstärkeren SRG-Sendungen ist allerdings weiterhin deutlich.
- Tele 1 verbessert sich merklich bei der Vielfalt, aber auch bei der Relevanz und der Professionalität. Die Einordnungsleistungen bleiben stabil und sind nach wie vor kein positives Alleinstellungsmerkmal.
- Tele 1 wird beim Publikum als Nachrichtensendung von ordentlicher Qualität wahrgenommen und die Inhaltsanalyse bestätigt dieses Bild. Durch die steigende Vielfalt und Relevanz hat Tele 1 in der Berichterstattung mittlerweile zu TeleBärn aufgeschlossen und lässt das deutlich grössere TeleZüri hinter sich.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielen die Tele 1 – Nachrichten 60 von 100 Qualitätspunkten und damit 4 Punkte mehr als 2018, als die Sendung zum ersten Mal untersucht wurde.

Qualität im Vergleich

Lesebeispiel: Die Tele 1 – Nachrichten landen zwar auf einem der hinteren Plätze, jedoch schlägt sich die Nachrichtensendung im Vergleich mit den übrigen Nachrichtensendungen recht ordentlich.

TeleBärn – News

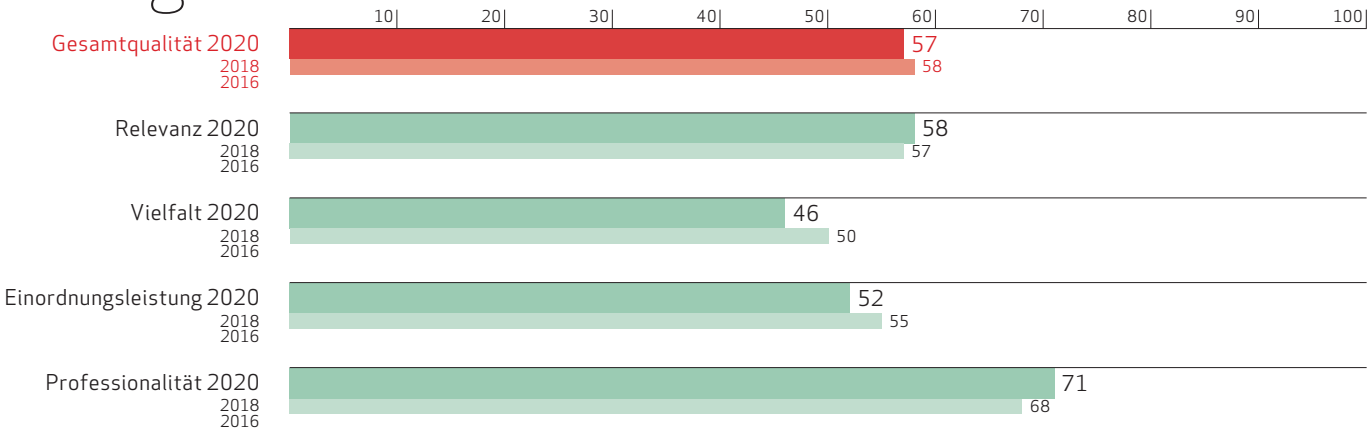
Medienunternehmen	CH Media
Direktor	Roger Elsener
Redaktionsleiter	Oliver Steffen
Reichweite 2019	74 000
Profil	News – das journalistische Flaggschiff von TeleBärn. Täglich aktuelle Nachrichten aus der Region über Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft.

Politik	25 %
Wirtschaft	8 %
Kultur	3 %
Sport	3 %
Human Interest	61 %

Vom Publikum kritisch wahrgenommen

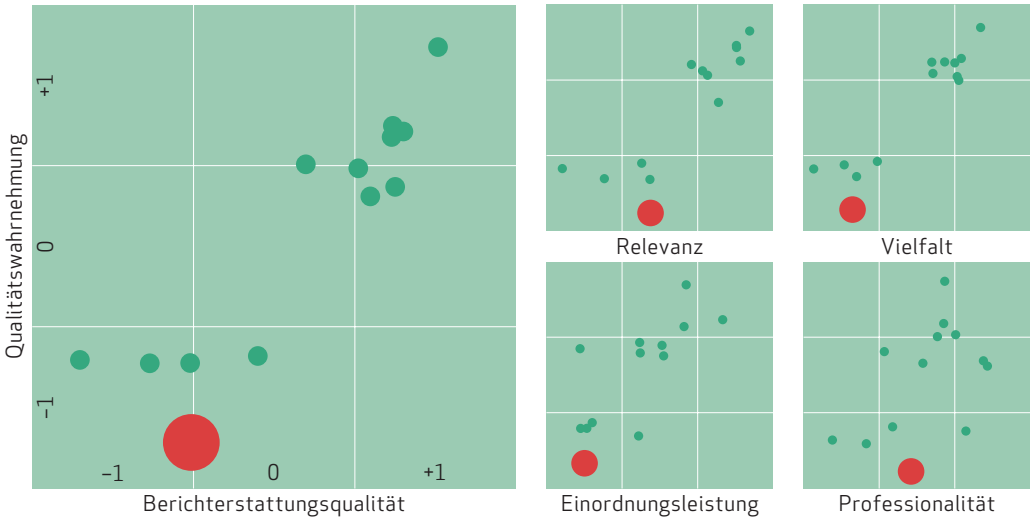
- Die TeleBärn – News gehören – anders als 2018 – nicht mehr zu den besten Regionalnachrichten der Deutschschweiz. Auch mit den viel ressourcenstärkeren SRG-Sendungen, die in einer eigenen Liga senden, kann TeleBärn nicht mithalten. Trotzdem erzielt TeleBärn solide Qualitätswerte.
- Das Publikum sieht die Qualität von TeleBärn zunehmend kritisch. In allen Dimensionen nimmt das Publikum einen Qualitätsrückgang wahr. Dies führt dazu, dass TeleBärn mittlerweile die niedrigste wahrgenommene Qualität unter den untersuchten Regionalnachrichten aufweist.
- In der Inhaltsanalyse hingegen kann TeleBärn die Qualität knapp halten. Zwar sinkt die gemessene Vielfalt, doch dafür steigt die Professionalität und berichten die Nachrichten zunehmend über relevante Themen.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielen die TeleBärn – News 57 von 100 Qualitätspunkten und damit 1 Punkt weniger als 2018, als die Sendung zum ersten Mal untersucht wurde.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Nachrichten auf TeleBärn erzielen in der Inhaltsanalyse ähnliche Werte wie die übrigen regionalen Nachrichtenanbieter in der Deutschschweiz. In der Befragung hingegen schneiden sie vergleichsweise schlecht ab.

Tele M1 – Aktuell

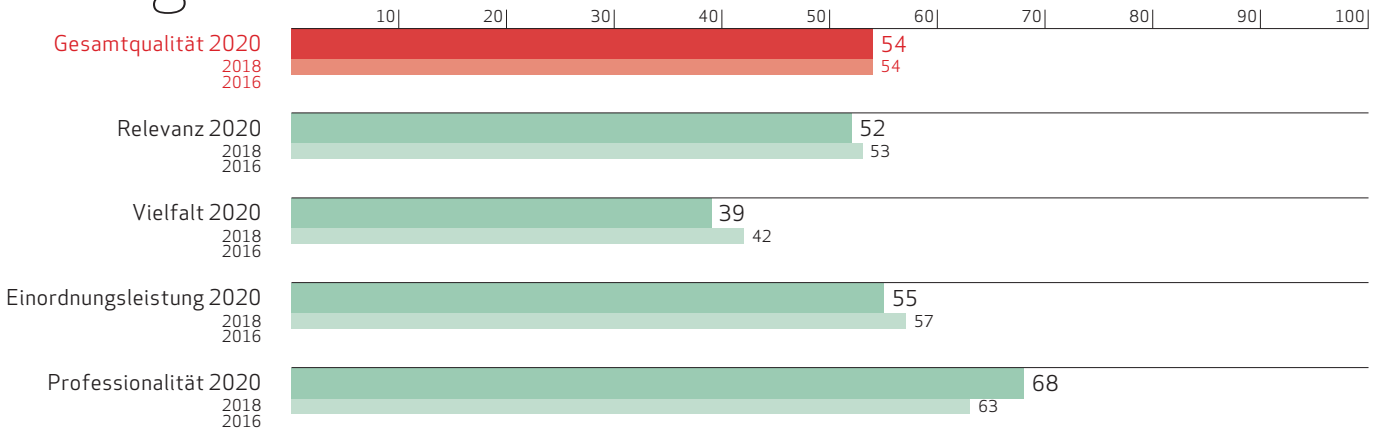
Medienunternehmen	CH Media
Direktor	Roger Elsener
Redaktionsleiter	Oliver Steffen
Reichweite 2019	104 000
Profil	Der führende Regionalfernsehsender für das Mittelland berichtet täglich über Ereignisse aus den Regionen der Kantone Aargau und Solothurn: News, Sport, Politik, Kultur und Unterhaltung.

Politik	40 %
Wirtschaft	8 %
Kultur	5 %
Sport	7 %
Human Interest	40 %

Regionalnachrichten mit treuem Publikum

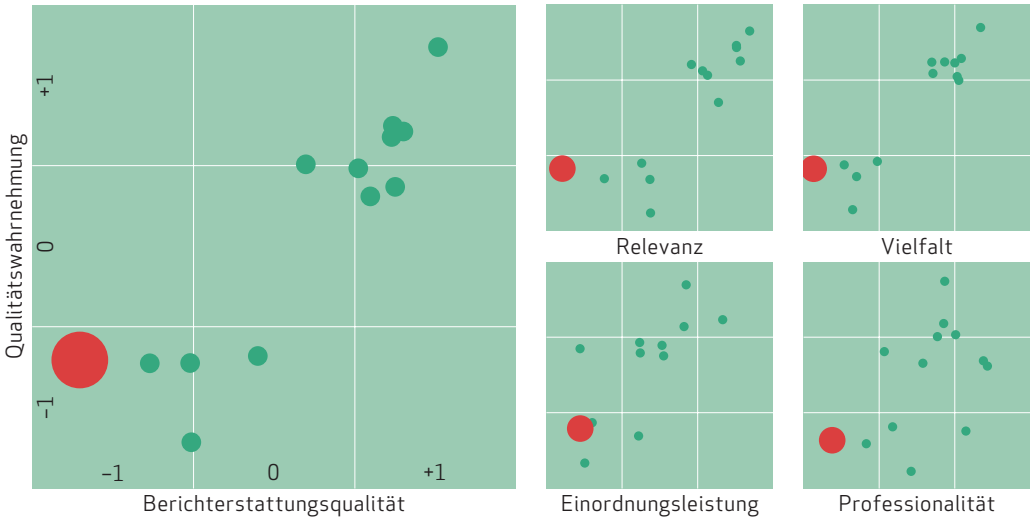
- Die Nachrichtensendung Aktuell auf Tele M1 landet auch 2020 auf dem hintersten Platz. Der Abstand zur viel ressourcenstärkeren SRG ist gross, der Abstand zu den anderen regionalen Sendern relativ klein.
- Laut Profil hat Aktuell ein treues Publikum, das die Berichterstattung für glaubwürdig hält. Dies bestätigt die Befragung. Obwohl Aktuell in der Inhaltsanalyse in mehreren Bereichen schlechter abschneidet als die anderen Regionalsender, erhält Aktuell ähnlich akzeptable Qualitätswerte vom Publikum wie die anderen Regionalsender.
- Aktuell hat in der Berichterstattung mit dem Fokus auf Politik und Human Interest ein weniger vielfältiges Themenspektrum. Dafür nähert sich Aktuell mit steigender Professionalität anderen Regionalsendern an.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt Aktuell auf Tele M1 54 von 100 Qualitätspunkten und damit gleich viele wie 2018, als die Sendung zum ersten Mal untersucht wurde.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung Aktuell auf Tele M1 bildet zwar das Schlusslicht der Vergleichsgruppe, doch ist der Abstand zu den übrigen privaten Nachrichtensendungen nicht allzu gross.

TeleZüri – ZüriNews

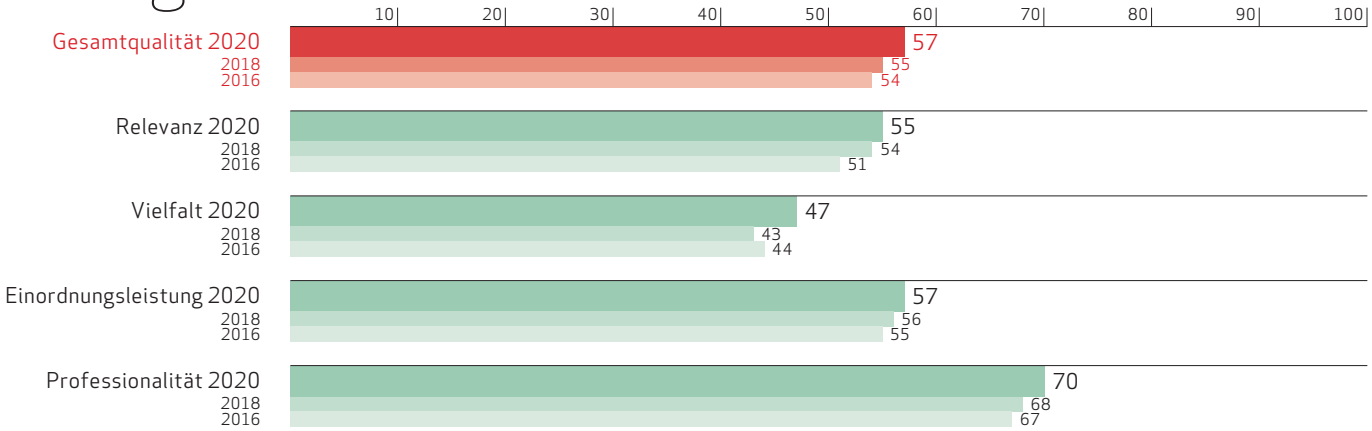
Medienunternehmen	CH Media
Direktor	Roger Elsener
Redaktionsleiter	Oliver Steffen
Reichweite 2019	178 000
Profil	TeleZüri berichtet über Themen aus dem Grossraum Zürich und den umliegenden Kantonen, bei wichtigen Ereignissen rücken auch nationale oder internationale Themen in den Mittelpunkt.

Politik	24 %
Wirtschaft	14 %
Kultur	10 %
Sport	5 %
Human Interest	48 %

Steigende Tendenz in allen Qualitätsdimensionen

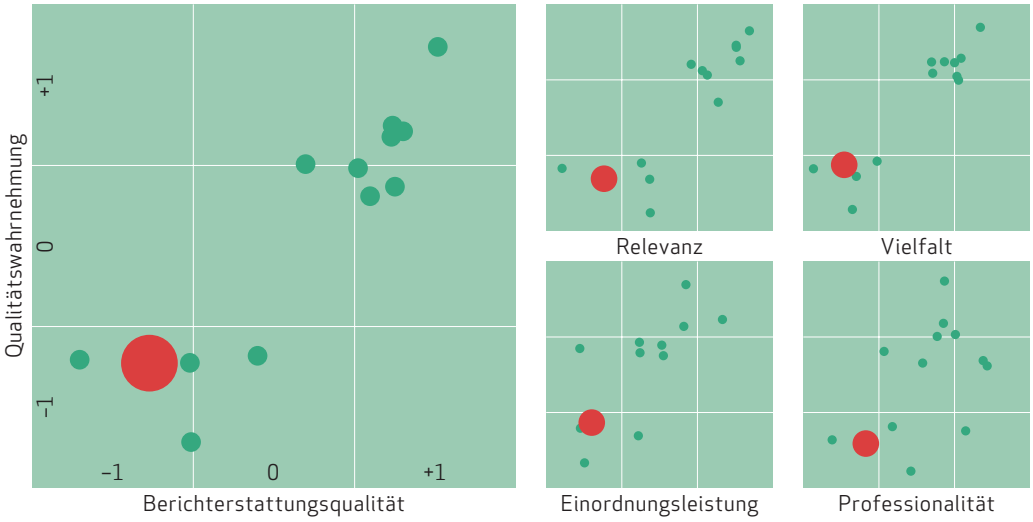
- TeleZüri – ZüriNews landet in der Vergleichsgruppe auf den hinteren Rängen. Dies erklärt sich teilweise daraus, dass Tele Züri deutlich weniger Ressourcen hat als die ausgestrahlten SRG-Sendungen.
- Mit Blick auf die Qualitätswerte ist TeleZüri nicht die gemäss Selbstbild «klare Nummer 1 unter den Schweizer Regionalfernsehsendern». Das Publikum schätzt die Qualität von TeleZüri ähnlich ein wie die der übrigen Regionalsender.
- ZüriNews zeigt kontinuierliche Qualitätsverbesserungen, gerade bei der Professionalität, und zwar sowohl in der Inhaltsanalyse als auch in der wahrgenommenen Qualität. Das Publikum nimmt ausserdem zunehmende Einordnungsleistungen und eine höhere Relevanz wahr.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielen die ZüriNews von TeleZüri 57 von 100 Qualitätspunkten und weisen eine kontinuierlich leicht steigende Qualität auf.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragung und die Inhaltsanalyse kommen zu ähnlichen Ergebnissen. ZüriNews wird zudem vom Publikum ähnlich eingeschätzt wie die anderen Regionalsender.

Léman Bleu – Le Journal

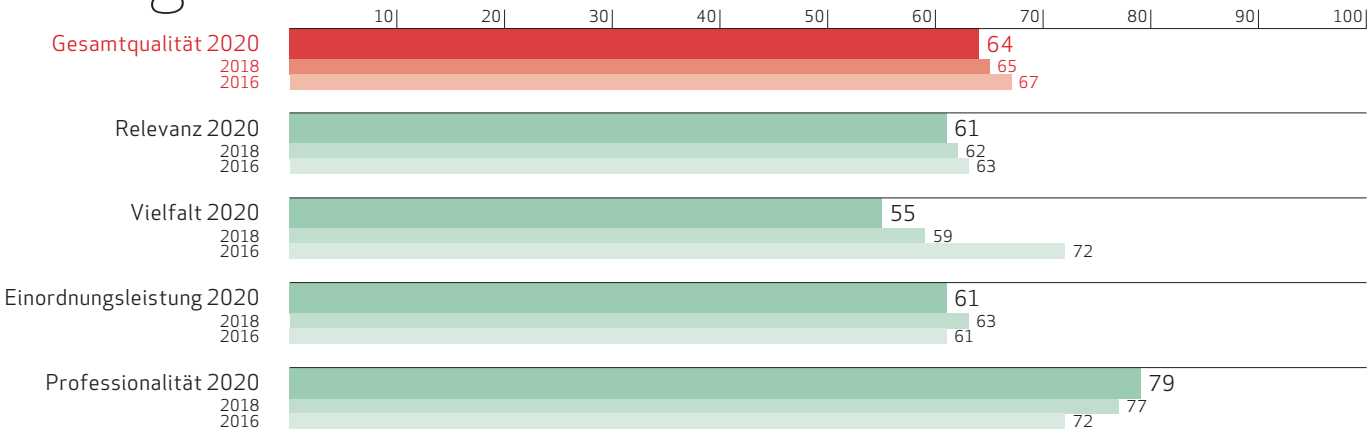
Medienunternehmen	TV Léman Bleu SA
Direktor	Laurent Keller
Redaktionsleiter	Laurent Keller
Reichweite 2019	21 000
Profil	Léman Bleu ist ein regionaler Schweizer Fernsehsender mit Sitz in Genf. Zwei Stunden Programm pro Tag, das rund um die Uhr ausgestrahlt wird.

Politik	31 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	18 %
Sport	19 %
Human Interest	22 %

Trotz Qualitätsrückgang an der Spitze der Regionalnachrichten

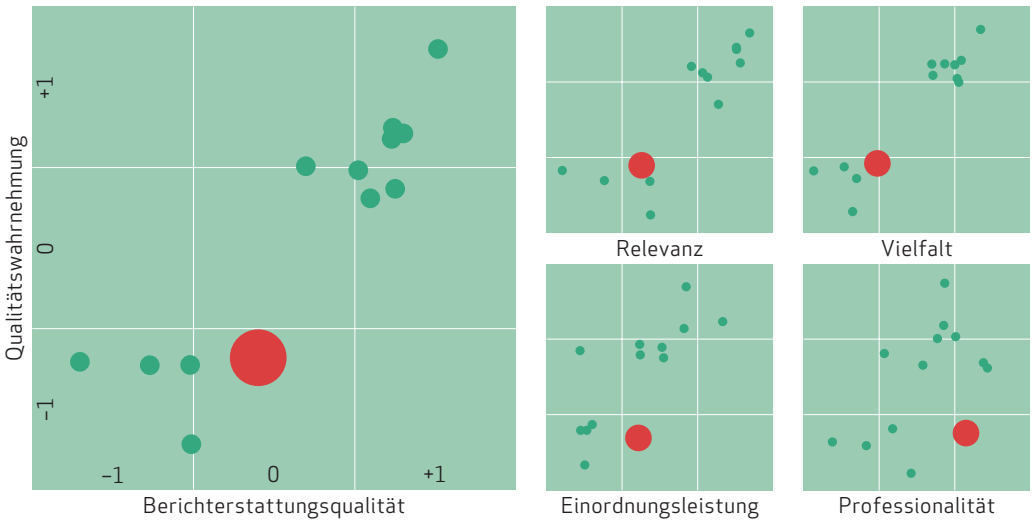
- Inhaltlich schneidet das Journal auf Léman Bleu in der Vergleichsgruppe leicht unterdurchschnittlich ab, doch stehen dem lokalen Privatsender auch deutlich weniger Ressourcen zur Verfügung als den SRG-Sendungen. Die Nachrichten auf Léman Bleu haben von allen untersuchten Regionalnachrichten die beste Qualität – trotz kontinuierlichem Rückgang.
- Die inhaltliche Qualität geht bei der Vielfalt und bei der Relevanz weiter zurück. Dafür wird die Berichterstattung professioneller, auch durch mehr Eigenleistungen, die transparent gemacht werden.
- Das Publikum ist sich über die Zeit hinweg nicht einig. Während es 2018 die Sendung ganze 11 Qualitätspunkte besser bewertet hatte als zwei Jahre zuvor, nimmt das Publikum nun eine leichte Qualitätsverschlechterung um 3 Punkte wahr.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erzielt die Nachrichtensendung Le Journal auf Léman Bleu 64 von 100 Qualitätspunkten. Das bedeutet einen Verlust von 1 Punkt gegenüber der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Laut der Inhaltsanalyse liegt die Qualität des Journals auf Léman Bleu deutlich vor den regionalen Nachrichtensendern der übrigen privaten Anbieter.

RTS – Le 12h30

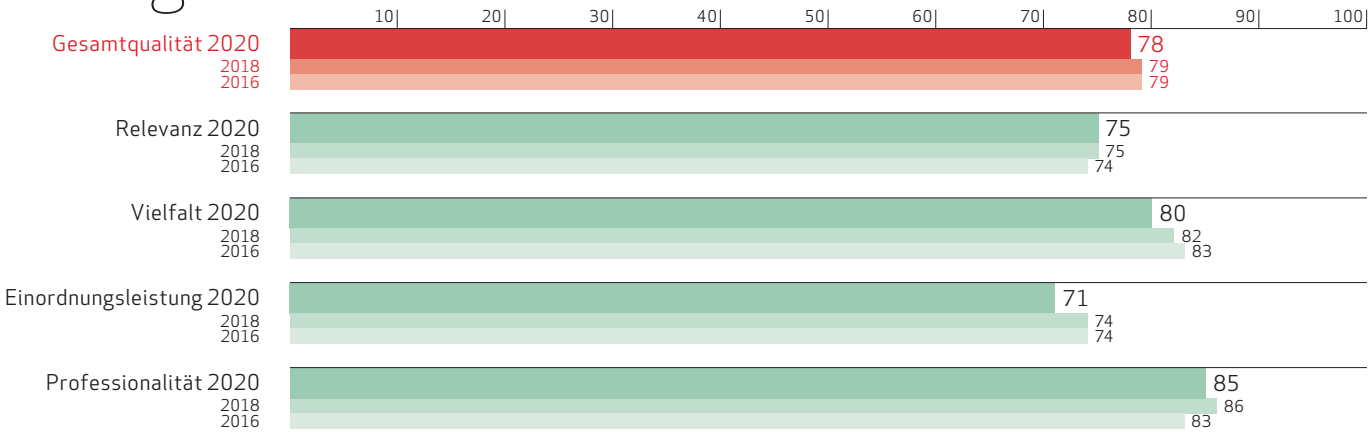
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktor	Pascal Crittin
Redaktionsleiter	Bernard Rappaz
Reichweite 2019	102 700
Profil	Die grosse Informationssendung am Mittag. Es werden die wichtigsten Nachrichten aufbereitet, vor allem in Form von Reportagen und Erlebnisberichten, um die stärksten Momente festzuhalten.

Politik	51 %
Wirtschaft	13 %
Kultur	19 %
Sport	8 %
Human Interest	10 %

An der Spitze in der Suisse romande

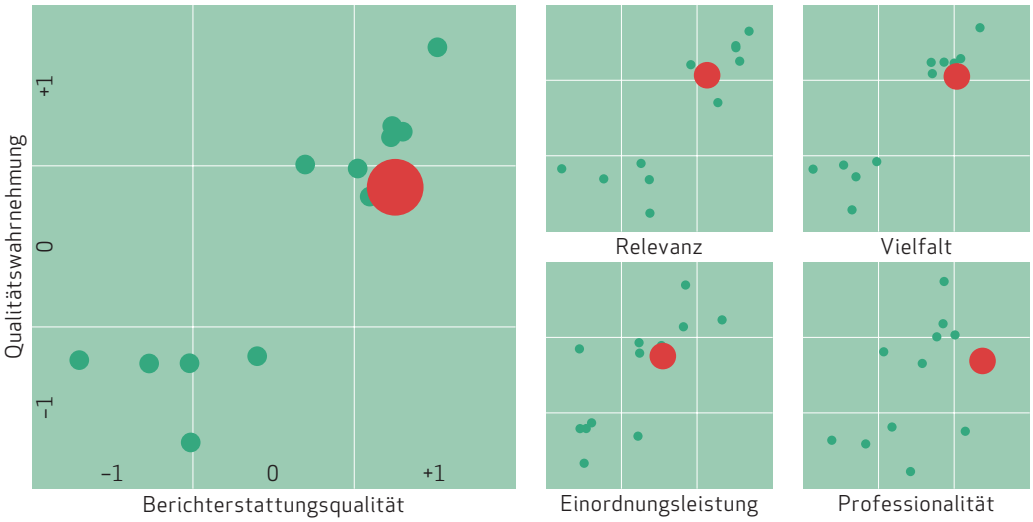
- Die französischsprachige Radiosendung Le 12h30 erreicht einen der vorderen Plätze in der starken Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen und steht in der Suisse romande an der Spitze aller untersuchten 49 Titel.
- Gemäss der Inhaltsanalyse profiliert sich Le 12h30 vor allem mit einer äusserst professionellen Berichterstattung. Aber auch bei der Relevanz, Vielfalt und den Einordnungsleistungen überzeugt die Sendung mit hohen bis sehr hohen Werten.
- Im Zeitverlauf geht die Qualität nach beiden Messmethoden wieder leicht zurück, nachdem sie zwischendurch in der Wahrnehmung des Publikums gestiegen war. Doch während die Inhaltsanalyse eine abnehmende Vielfalt und klar sinkende Einordnungsleistungen misst, nimmt das Publikum solche Veränderungen nur teilweise wahr.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erreicht die Nachrichtensendung von RTS mit 78 von 100 Qualitätspunkten einen hohen Wert, der fast dem Qualitätsniveau der vorherigen Messperiode entspricht.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Radio-Nachrichtensendung des RTS erzielt in allen Qualitätsdimensionen leicht bis klar überdurchschnittliche Werte.

RTS – Le Journal

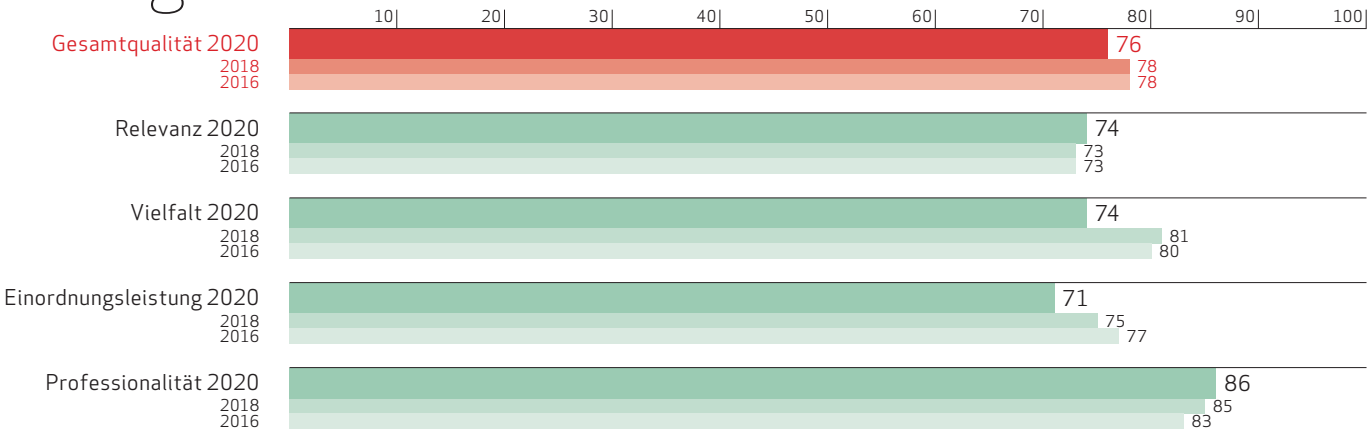
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktor	Pascal Crittin
Redaktionsleiter	Bernard Rappaz
Reichweite 2019	272 000
Profil	Die Tagesschau der Westschweiz.

Politik	52 %
Wirtschaft	10 %
Kultur	11 %
Sport	7 %
Human Interest	20 %

Hohe Qualität unter Druck

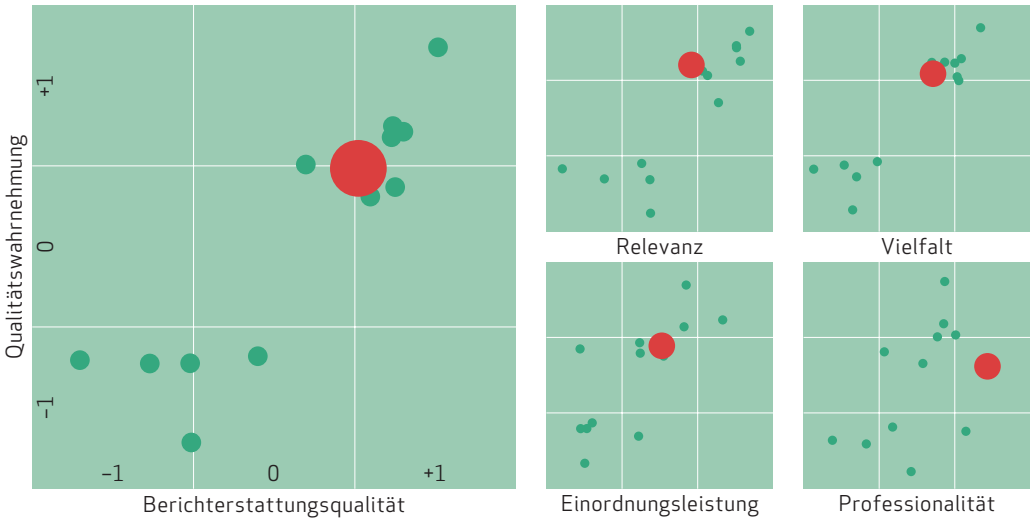
- Die Nachrichtensendung Le Journal belegt in der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen einen der vorderen Plätze. Wie Le 12h30 überzeugt Le Journal vor allem in der Professionalitätsdimension. Im Bereich der Vielfalt und der Einordnungsleistungen hingegen kann sich Le Journal auch gegenüber den anderen Sendungen der SRG nur teilweise profilieren.
- Das Publikum attestiert Le Journal eine sehr hohe Relevanz, hält aber die Einordnungsleistungen und die Professionalität für weniger hoch als bei den Deutschschweizer Titeln von SRF. Anders die Inhaltsanalyse: Dort wird die Vielfalt als eingeschränkt, die Professionalität jedoch sehr hoch bewertet.
- Insgesamt erzielt Le Journal in der Messung und beim Publikum hohe Werte, doch die Qualität steht unter Druck. Besonders der Trend zu abnehmenden Einordnungsleistungen hält an.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erreicht die Nachrichtensendung von RTS mit 76 von 100 Qualitätspunkten einen hohen Wert, der allerdings im Vergleich zur Messperiode zwei Jahre zuvor um 2 Punkte niedriger liegt.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung des RTS positioniert sich sowohl in der gemessenen als auch in der wahrgenommenen Qualität im oberen Mittelfeld.

rts.ch/info

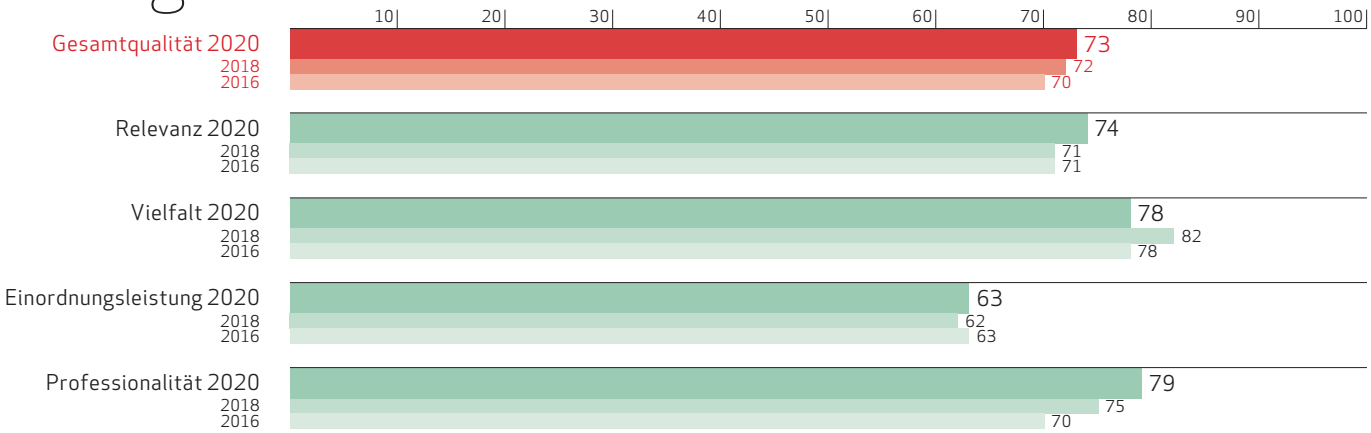
Medienunternehmen	SRG SSR
Direktor	Pascal Crittin
Programmleiter	Christophe Chaudet
Reichweite 2019	209 000
Profil	Die Website von RTS bietet rund um die Uhr eine umfassende Nachrichtenberichterstattung für die Schweiz und die Welt.

Politik	54 %
Wirtschaft	11 %
Kultur	12 %
Sport	3 %
Human Interest	20 %

Westschweizer Online-Portal mit steigender Qualität

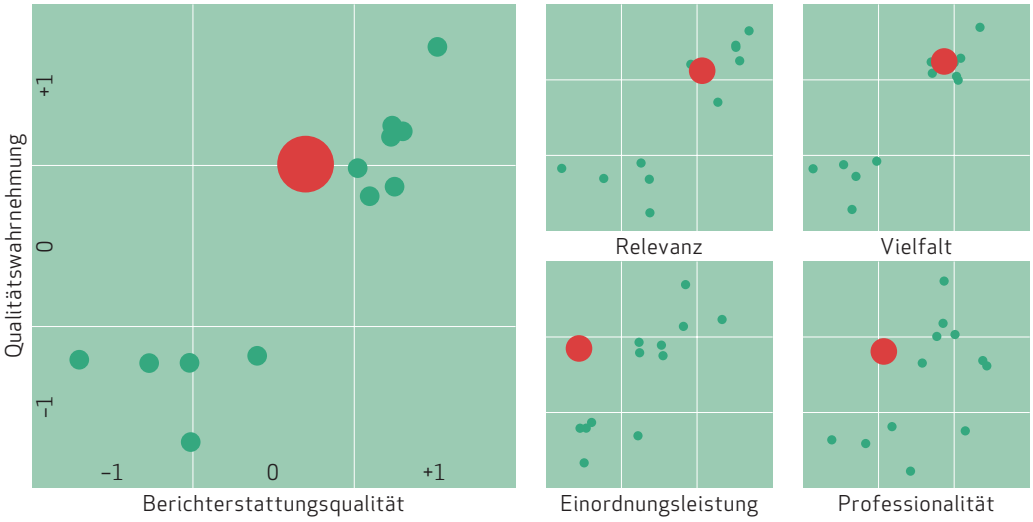
- Die Qualität der französischsprachigen Newssite rts.ch reicht zwar nicht an jene der Radio- und Fernsehsendungen der SRG heran, nimmt jedoch trotzdem innerhalb der Vergleichsgruppe einen Platz im oberen Mittelfeld ein. Wie die Sendungen von RTS überzeugt rts.ch vor allem im Bereich der Professionalität.
- Die Inhaltsanalyse zeigt, dass von allen untersuchten Titeln der SRG rts.ch die geringsten Einordnungsleistungen aufweist. Dies liegt auch daran, dass relativ häufig Agenturmaterial verwendet wird und das Vermitteln von Nachrichten im Zentrum steht. Gleichzeitig ist eine sinkende Vielfalt, dafür aber zunehmende Professionalität zu erkennen.
- Aktuell steigt die Qualität gegenüber 2018 nur leicht, aber im Vergleich zu 2016 hat sie relativ stark zugenommen. Besonders das Publikum nimmt eine steigende Qualität in allen Qualitätsdimensionen wahr.

Rating



Lesebeispiel: 2020 erreicht die Newssite von RTS mit 73 von 100 Qualitätspunkten einen guten Wert. Dieser Wert ist aktuell 1 Punkt höher als 2018.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von rts.ch/info etwas besser ein als die Inhaltsanalyse. Im Vergleich mit den übrigen SRG-Titeln weist die Inhaltsanalyse eine geringe Einordnungsleistung aus.

Anhang

Analysesteckbrief

	Inhaltsanalyse	Qualitätswahrnehmung
Institut	fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich	DCM Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Fribourg IKM Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern
Methode	Quantitative Inhaltsanalyse	Repräsentative Online-Befragung
Stichprobe	Alle publizierten Beiträge eines Jahres aus 49 Informationsmedien (vgl. Mediensample)	2159 Interviews (1099 Männer, 1060 Frauen; 1616 Deutschschweiz, 545 Suisse romande) mit 11 480 Beurteilungen zu den 49 Medientiteln.
Erhebungszeitraum	Gesamtes Jahr 2019	21. Februar bis 9. März 2020

Mediensample und Fallzahlen

Informationsmedium	Berichterstattungsanalyse 18 559 Beiträge	Online-Befragung 11 480 Beurteilungen (2 159 Befragte)
Tages- und Onlinezeitungen	**9 456**	**2 721**
Aargauer Zeitung	484	104
Basler Zeitung	543	98
bazonline.ch	470	84
Berner Zeitung	504	111
bernerzeitung.ch	470	89
Der Bund	516	94
Luzerner Zeitung	529	84
luzernerzeitung.ch	370	110
Neue Zürcher Zeitung	511	175
nzz.ch	413	322
St. Galler Tagblatt	387	108
tagblatt.ch	528	96
Südostschweiz	427	88
Tages-Anzeiger	554	172
tagesanzeiger.ch	590	157
24 heures	420	173
24heures.ch	617	116
Le Nouvelliste	156	135
lenouvelliste.ch	348	116
Le Temps	286	145
letemps.ch	333	144
Sonntagszeitungen und Magazine	**2 237**	**930**
NZZ am Sonntag	458	159
Schweiz am Wochenende	287	126
SonntagsBlick	349	118
SonntagsZeitung	352	89
Weltwoche	224	111
WOZ Die Wochenzeitung	158	94
Le Matin Dimanche	409	233
Boulevard- und Pendlerzeitungen	**3 604**	**3 204**
20 Minuten	380	882
20minuten.ch	501	879
Blick	372	139
blick.ch	399	145
watson.ch	379	400
20 minutes	399	305
20minutes.ch	546	274
lematin.ch	628	180
Radio- und Fernsehsendungen	**3 262**	**4 625**
SRF – 10vor10	122	864
SRF – Echo der Zeit	317	265
SRF – Rendez-vous	240	100
SFR – Tagesschau	290	962
srf.ch/news	300	819
Tele 1 – Nachrichten	226	159
TeleBärn – News	214	148
Tele M1 – Aktuell	301	198
TeleZüri – ZüriNews	272	357
Léman Bleu – Le Journal	127	104
RTS – Le 12h30	270	233
RTS – Le Journal	307	307
rts.ch/info	276	109

Methodik Inhaltsanalyse

Zusammenfassung
Die Qualitätsmessung erfolgt anhand der definierten Qualitätsdimensionen Relevanz, Einordnungsleistung, Professionalität und Vielfalt. Diese Dimensionen lassen sich aus den Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation ableiten (Forumsfunktion, Kontrollfunktion, Integrationsfunktion) und sind ebenso für die Leitbilder und Verhaltenskodizes der journalistischen Praxis massgeblich (vgl. Abschnitt zum Qualitätsverständnis).

Die Berichterstattungsqualität (Modul 2) wird durch eine Inhaltsanalyse der untersuchten Medientitel gemessen. Um zu überprüfen, inwieweit die Berichterstattung eines Medientitels den Qualitätsdimensionen genügt, wird aus der Grundgesamtheit der redaktionellen Beiträge (Gesamtausgaben bei Printtiteln, Einstiegsseiten bei Newssites, Nachrichtensendungen beim Rundfunk) eine repräsentative Stichprobe gezogen (siehe Grundgesamtheit und Stichprobe).

Die ausgewählten Beiträge werden von geschulten Codiererinnen und Codierern nach wissenschaftlich abgeleiteten Konventionen codiert (keine automatisierte Codierung). Diese Codierung der Medienqualität wird ihrerseits durch einen Qualitätssicherungsprozess begleitet, so dass eine transparente und intersubjektiv nachvollziehbare Vergabe der Codes gewährleistet ist (siehe Sicherung der Codierungsqualität).

Die erhobenen Codes bilden Indikatoren, welche die vier Qualitätsdimensionen operationalisieren. Anhand eines Scorings der qualitativen Codes lässt sich die Qualität der einzelnen Beiträge und der gesamten Berichterstattung eines Medientitels quantifizieren. Dazu werden die Scorepunkte der einzelnen Indikatoren verrechnet, so dass als Ergebnis der Inhaltsanalyse Scores für die Berichterstattungsqualität der Medientitel anhand der vier Qualitätsdimensionen sowie ein zusammenfassender Gesamtscore für Qualität ausgewiesen werden können (siehe Operationalisierung der Qualitätsdimensionen und Berechnung des Gesamtscores Qualität).

Grundgesamtheit und Stichprobe
Gegenstand der Inhaltsanalyse ist die gesamte redaktionelle Berichterstattung von 49 Medientiteln in der Deutschschweiz und der Suisse romande im Jahr 2019. Als Untersuchungseinheiten sind alle Beiträge der Gesamtausgabe bei Printtiteln, alle Beiträge der Einstiegsseiten der Newssites und die Beiträge der Nachrichtensendungen bei den Rundfunktiteln definiert. Aus dieser Grundgesamtheit der Beiträge wird pro Medientitel eine Stichprobe gezogen, die für das gesamte Untersuchungsjahr 2019 repräsentativ ist.

Die Stichprobentage werden in Form künstlicher Wochen ausgewählt, so dass die Stichprobe alle publikationsrelevanten Wochentage umfasst, diese jedoch über das gesamte Jahr zufällig verteilt sind. Die Stichprobengrösse zielt darauf ab, für die einzelnen Medientitel eine Fehlertoleranz von rund 5 % bei einem Vertrauensniveau von 95 % nicht zu überschreiten. Darüber hinaus werden Werte, die innerhalb einer Mediengruppe verglichen werden, an denselben Stichprobentagen erhoben. Für einzelne Medientitel werden zusätzliche Stichprobentage erhoben, damit die nötige Anzahl von Beiträgen, die zur Einhaltung der angestrebten Fehlertoleranz erforderlich ist, erreicht wird.

Insgesamt umfasst die Stichprobe für das Untersuchungsjahr 2019 18 559 Beiträge (vgl. Tabelle Mediensample, Seite 88).

Sicherung der Codierungsqualität
Die Codierung der Medienqualität wird von rund fünf erfahrenen studentischen Mitarbeitenden geleistet, die in der Regel in einem 40%-Pensum arbeiten und mindestens ein Jahr Erfahrung mit inhaltsanalytischer Codierarbeit haben. Um die Codierung auf einem hohen Niveau gewährleisten zu können, wird ein mehrstufiger Qualitätssicherungsprozess eingehalten.

- Die Grundlage der Qualitätscodierung ist ein ausführliches Codebuch. Im Codebuch werden die wissenschaftlich abgeleiteten Konventionen festgelegt; es stellt das Regelwerk für die Arbeit der Codiererinnen und Codierer. Anhand dieses Codebuchs wird neues Codierungspersonal geschult.

- Im Wochenrhythmus werden zweistündige Sitzungen abgehalten, in denen die Codiererinnen und Codierer mit der Projektleitung offene Fragen und Problemfälle anhand von Beispielen besprechen.

- In regelmässigen Abständen finden Doppelcodierungen statt, bei denen jeweils mehrere Codiererinnen und Codierer denselben Beitrag codieren. Auf der Basis der Doppelcodierungen werden Intersubjektivierungstests durchgeführt, um Codierprobleme zu erkennen und die Genauigkeit der Codierungen zu überprüfen. Gegebenenfalls werden daraufhin die bestehenden Codierungen überprüft und Beiträge umcodiert.

- Nach dem Abschluss der Codierungen erfolgt eine systematische Datenkontrolle anhand statistischer Auswertungen der Codeverteilungen der verschiedenen Codiererinnen und Codierer. Zusätzlich werden die Codierungen von identischen oder ähnlichen Beiträgen, die mittels automatisierten Textvergleichen ermittelt wurden, abgeglichen. Gegebenenfalls werden daraufhin die bestehenden Codierungen überprüft und Beiträge umcodiert. Erst dann werden die finalen Daten für die Datenauswertung und die weiterführenden Analysen freigegeben.

Operationalisierung der Qualitätsdimensionen Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität – Indikatoren auf Beitragsebene

Relevanz – Indikatoren: Beitragsrelevanz und Akteursrelevanz
Die Qualitätsdimension **Relevanz** gründet auf der Prämisse, dass in der öffentlichen Kommunikation das Allgemeine gegenüber dem Partikulären und das Gesellschaftliche gegenüber dem Privaten Vorrang haben. Als Indikatoren, welche die Relevanz der Berichterstattung operationalisieren, werden Beitragsrelevanz und Akteursrelevanz eines Beitrags geprüft.

Beitragsrelevanz ist gegeben, wenn über die für das Allgemeinwesen wichtigen Gesellschaftsbereiche Politik, Wirtschaft und Kultur (inklusive Kunst, Medien, Religion, Wissenschaft) berichtet wird. Innerhalb dieser Hardnews-Kategorien wird Politik etwas höher gewichtet, weil die politische Öffentlichkeit die zentralen Forums-, Integrations- und Kontrollleistungen für die demokratische Selbststeuerung erbringt. Sport und Human Interest können ebenfalls

relevant sein, falls sie im Hinblick auf die Integrationsfunktion einen Beitrag leisten. Schwerpunktmässig befassen sich diese Softnews-Kategorien aber mit für das demokratische Gemeinwesen weniger relevanten, lebensweltlichen und partikulären Aspekten.

Akteursrelevanz erfasst, auf welcher der drei Sozialebenen – Makro (Gesellschaft, Gesellschaftssphären und institutionelle Zusammenhänge), Meso (Organisationen, Institutionen) oder Mikro (Personen) – das Geschehen im Beitrag hauptsächlich thematisiert wird. Die höchste Relevanz ist auf der Makroebene gegeben. Sie liegt vor, wenn ein Beitrag auf die gesamte Bevölkerung und ganze geografische Körperschaften («Schweiz», «Zürich» usw.), auf ganze Handlungssysteme («die Schweizer Wirtschaft», «die internationale Politik» usw.) oder auf das Abstraktum aller in gleicher Weise Handelnden (z.B. «alle Bahnfahrer» usw.), auf Merkmalsträger («Senioren», «Männer» usw.) oder auf Funktionsträger in ihrer Gesamtheit («Manager», «Politiker» usw.) rekurriert. Werden als zentrale Akteure Institutionen (z.B. «Finanzplatz Schweiz») oder Organisationen (z.B. Unternehmen oder Parteien) thematisiert, wird die Mesoebene fokussiert. Steht schliesslich das Handeln von einzelnen Personen im Mittelpunkt des Beitrags, wird die Mikroebene angesprochen. Auf der Mikroebene können Personen rollennah, d.h. in ihren funktionalen Rollen, dargestellt werden (z.B. «Bundesrätin Simonetta Sommaruga bringt Reform zu Fall»), anonym (z.B. «drei junge Männer verunfallten gestern auf der A 1») oder in rollenfernen, privaten Kontexten (z.B. eine Homestory über einen Prominenten). Während bei einer rollennahen Personalisierung eine vergleichsweise gute Qualität vorliegt, weil gemäss dieser Akteursperspektive Personen als Repräsentanten übergeordneter Einheiten dargestellt werden und somit Relevanz gegeben ist, besitzen rollenferne Thematisierungen die geringste Qualität.

Einordnungsleistung – Indikatoren: Themenorientierung und Interpretationsleistung

Die Forums-, die Kontroll- sowie die Integrationsfunktion öffentlicher Kommunikation können nur dann erfüllt werden, wenn Informationsmedien nicht nur zeitnah berichten, sondern auch Hintergrundinformationen zu Ereignissen liefern. Die Qualitätsdimension **Einordnungsleistung** leitet sich aus dem Anspruch ab, dass Medien über die reine Vermeldung aktueller Ereignisse hinaus eine Einordnung der Geschehnisse leisten. Diese Einordnung bezieht sich einerseits auf die Einbettung aktueller Ereignisse in längerfristige Entwicklungen und thematische Zusammenhänge. Andererseits stellt die Aufdeckung von Interessen, Interpretationen und Strategien, die Vermittlung von Meinungen und Positionen eine Qualität dar, wenn damit die Handlungsweisen beteiligter Akteure transparent, nachvollziehbar und kritisierbar werden. Als Indikatoren, die in diesem Verständnis die Einordnungsleistung eines Beitrags erfassen, dienen Themenorientierung und Interpretationsleistung.

Themenorientierung erfasst, inwieweit ein Beitrag eine thematische Einordnung der berichteten Geschehnisse vornimmt. Dabei wird davon ausgegangen, dass gerade angesichts des schnellen Nachrichtenflusses im heutigen Informationsjournalismus die einordnende Berichterstattung eine entscheidende Qualität darstellt. Hohe Qualität kann bescheinigt werden, wenn Zusammenhänge umfassend dargestellt und erklärt oder aktuelle Problemlagen aufgezeigt bzw. enthüllt werden (thematisch). Von niedrigerer Qualität sind Beiträge, die nur die aktuellen Ereignisse vermelden und keine Einordnung in thematische Kontexte vornehmen (episodisch).

Interpretationsleistung setzt am Beitragsformat an und erfasst das Potenzial, das ein Beitrag für die Vermittlung von Interpretationen, Meinungen und Positionen bietet. Bei Portraits und Reportagen liegt der Fokus auf der interpretativen Darstellung und der verstehenden Analyse. In meinungsbetonten Formaten wie Kommentaren, Interviews oder Blogs werden subjektive Sichtweisen dargelegt und begründet. Beide Formen bieten die Möglichkeit, diese Sichtweisen nachzuvollziehen, und unterstützen den Meinungsbildungsprozess. Ebenso ordnen redaktionelle Berichte Ereignisse und Sachverhalte interpretativ ein, indem sie nicht nur über Tatsachen berichten, sondern unterschiedliche und kontroverse Standpunkte darstellen und damit verständlich machen. Diesen Beitragsformaten kann daher hohe Qualität im Sinne einer Interpretationsleistung bescheinigt werden. Geringe Interpretationsleistungen des Medientitels liegen hingegen dann vor, wenn der Beitrag vor allem redaktionell bearbeitetes Fremdmaterial enthält oder gänzlich aus zugelieferten Inhalten besteht (z.B. Agenturberichte oder PR-Mitteilungen).

Professionalität – Indikatoren: Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung

Die Qualitätsdimension **Professionalität** wird als notwendige Voraussetzung zur Erfüllung der theoretisch begründeten Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation verstanden und gründet im Selbstverständnis der journalistischen Profession. Als Indikatoren, an denen die Professionalität der Berichterstattung inhaltsanalytisch bemessen wird, dienen Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung.

Sachlichkeit erfasst den dominierenden Argumentationsstil eines Beitrags. Ein Beitrag kann rational argumentierend verfasst sein (kognitiv-normativ): Geschehnisse werden differenziert dargestellt und problematisiert, Schlussfolgerungen werden abgeleitet, Pro- und Kontra-Positionen werden abgewogen und Forderungen sowie Kritik werden begründet. Den Gegensatz bilden Beiträge, die gefühlsbetont, appellierend oder gar polemisch verfasst sind (moralisch-emotional): Stimmungslagen werden wiedergegeben, subjektive Äusserungen von Individuen stehen im Zentrum und Emotionen werden ausgelöst, ohne Argumente abzuwägen oder zu vermitteln. Der kognitiv-normative Argumentationsstil gewährleistet Sachlichkeit und ist die Voraussetzung für eine demokratische Verständigung, d.h. für die Norm, dass der «zwanglose Zwang des besseren Arguments» (Habermas) gelten kann. Anschlusskommunikationen werden ermöglicht und im Meinungsstreit wird dem besseren Argument Geltung verschafft. Der moralisch-emotionale Argumentationsstil ist dagegen von minderer Qualität. Auch wenn anzuerkennen ist, dass Emotionen bei der Mobilisierung von Öffentlichkeit eine wichtige Rolle spielen, wiegt der Befund schwerer, dass Subjektivität und moralische Zuschreibungen die Chancen auf gegenseitiges Lernen und auf Anschlusskommunikationen reduzieren. Die rational begründete Verständigung, die auf die öffentliche Kommunikation ausgerichtet sein sollte, wird erschwert.

Quellentransparenz rekurriert auf das professionelle Gebot zur Offenlegung der Autorenschaft und der Quellen, die für einen Beitrag verwendet wurden. Damit ist nicht der Verrat von Informanten im investigativen Journalismus gemeint, sondern die Dokumentation der verwendeten Vorlagen. Quellentransparenz ist gegeben, wenn der Beitrag gezeichnet ist, sei es mit vollem Autorennamen, Kürzel, Redaktions- oder Agenturverweis; Quellentransparenz ist nicht gegeben, wenn die Zeichnung fehlt.

Eigenleistung codiert die Urheberschaft des Beitrags. Dabei gibt es eine bessere Bewertung für Eigenleistung als für Agenturmeldungen. Texte von Gastautorinnen und -autoren oder externen Expertinnen und Experten sowie Beiträge, die in titelübergreifenden Redaktionskooperationen entstehen, erhalten mittlere Qualitätswerte. Qualität wird einem Medientitel zugeschrieben, wenn die journalistische Leistung tatsächlich in der Redaktion erbracht wird und diese somit professionelle Leistungsfähigkeit beweist. Eigenleistung verweist daher auf die journalistische Kompetenz, die aus differenzierten Ressorts resultiert, in denen sich Expertise zu Sachthemen über einen längeren Zeitraum herausbilden kann.

Scoringtabelle
Den Kategorien der Indikatoren werden Scorepunkte zugeordnet, um die qualitativen Codes quantitativ zu raten. Diese Scorepunkte sind die Grundlage für die Bildung der Scores, welche die Qualitätsdimensionen messen.

Relevanz	
Beitragsrelevanz	
Politik	100
Wirtschaft	90
Kultur (inklusive Kunst, Medien, Religion, Wissenschaft)	90
Sport	40
Human Interest	30
Akteursrelevanz	
Makroebene	100
Mesoebene	80
Mikroebene – rollennah	60
Mikroebene – Restkategorie	50
Mikroebene – anonym	30
Mikroebene – rollenfern	10
Einordnungsleistung	
Themenorientierung	
Thematisch	100
Episodisch	20
Interpretationsleistung	
Portrait, Reportage	100
Meinungsformat (Kommentar, Leitartikel, Rezension)	100
Interview	90
Blog	80
redaktioneller Bericht	80
redaktionell bearbeitete Beiträge	50
zugelieferter Inhalt, Ticker	10
Professionalität	
Sachlichkeit	
kognitiv-normativer Stil	100
moralisch-emotionaler Stil	20
Quellentransparenz	
Zeichnung des Beitrags	100
keine Zeichnung des Beitrags	10
Eigenleistung	
Redaktion – Korrespondent	100
Redaktion – Mitglied	90
Gastautorinnen und -autoren, Expertinnen und Experten	70
Redaktionskooperation	50
Agentur / Redaktion, Agentur / Kooperation	30
Agentur, Pressedienst, Lizenzierung	10

Tabelle: Scoringtabelle mit Indikatoren, Kategorien und Scorepunkten.

Berechnung der Qualitätsdimensionen auf Beitragsebene
Aus den in der Scoringtabelle ersichtlichen Scorepunkten für die einzelnen Indikatorenkategorien werden die Scores für die übergeordneten Qualitätsdimensionen berechnet. So erhält jeder Beitrag einen Score für Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität. Die Scores weisen eine hohe interne Konsistenz aus und sind gegeneinander gut abgegrenzt. Die Berechnung der Qualitätsscores erfolgt jeweils so, dass das Spektrum von 0 bis 100 reicht. 0 bedeutet dabei minimale Qualität und 100 bedeutet maximale Qualität.

Die Formeln für die Scoreberechnung reflektieren das Qualitätsverständnis im Zusammenspiel der einzelnen Indikatoren. Es ist daher nur begrenzt sinnvoll, einzelne Indikatoren für sich zu interpretieren. Erst in ihrer Kombination auf der Ebene der Qualitätsdimensionen sind sie als Messgrössen für Qualität valide und aussagekräftig.

Beispiel Relevanzscore: Eine schlechte Qualität in Bezug auf Akteursrelevanz lässt sich nicht durch eine sehr gute Qualität in Bezug auf Beitragsrelevanz ausgleichen bzw. «einmitteln». Ein Politikbeitrag («Politik» – 100 Scorepunkte), der einen Politiker in einer privatisierenden Form rollenfern («Mikroebene – rollenfern» – 10 Scorepunkte) thematisiert, erhält einen sehr schlechten Relevanzscore von 1 (auf der Skala von 1 bis 100). Dies wird erreicht, indem der Relevanzscore als multiplikativer Index aus den beiden Indikatoren gebildet wird. Im Unterschied dazu wird bei der Einordnungsleistung ein additiver Index verwendet, weil Themenorientierung und Interpretationsleistung sich ergänzende Qualitäten sind. Die Scores werden jeweils so transformiert, dass die Werte zwischen 0 und 100 liegen: Bei multiplikativen Indices erfolgt das mit einer Division durch 100, bei additiven Indices wird der Mittelwert berechnet.

Relevanz:	Multiplikativer Index aus Beitragsrelevanz und Akteursrelevanz
Einordnungsleistung:	Additiver Index aus Themenorientierung (60 % Gewicht) und Interpretationsleistung (40 % Gewicht)
Professionalität:	Multiplikativer Index aus Sachlichkeit und der gemittelten Summe von Quellentransparenz und Eigenleistung

Beitragslänge als Gewichtungsfaktor
Die Beitragslänge wird anhand der Zeichenanzahl bei Print- und Onlinemedien und der Länge in Sekunden bei Radio- und Fernsehsendungen erfasst. Zur Vergleichbarkeit von schriftlichen Presse- und Onlinetexten mit Rundfunkbeiträgen wird eine Umrechnung zugrunde gelegt, wonach 20 Zeichen einer Sekunde entsprechen. Die Beitragslänge bildet keinen eigenständigen Qualitätsindikator. Vielmehr wird sie als Gewichtungsfaktor verwendet. Eine Reportage oder ein Leitartikel mit 5 000 Zeichen zahlen somit stärker auf das Qualitätskonto eines Medientitels ein als eine Kurzmeldung mit 500 Zeichen. Ausführliche Beiträge in guter Qualität schlagen damit ebenso wie ausführliche Beiträge in schlechter Qualität stärker zu Buche als kürzere Beiträge (Tabelle auf Seite 92).

Zeichen	Sekunden	Gewichtungsfaktor
bis 399	bis 19	1
400–799	20–39	2
800–1199	40–59	3
1200–1799	60–89	4
1800–2399	90–119	5
2400–2999	120–149	6
3000–3599	150–179	7
3600–4199	180–209	8
4200–4799	210–239	9
4800 und mehr	240 und mehr	10

Tabelle: Gewichtungsfaktor auf Beitragsebene.

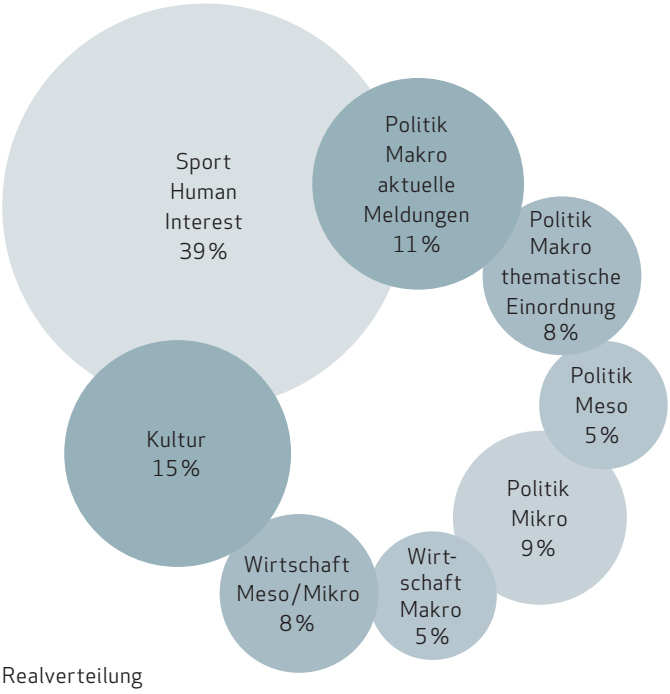
Operationalisierung der Qualitätsdimension Vielfalt – Indikatoren auf Titelebene

Vielfalt – Indikatoren: inhaltliche und geografische Vielfalt
Die Qualitätsdimension **Vielfalt** leitet sich vom Anspruch auf die Universalität öffentlicher Kommunikation ab. Kein Thema, keine Meinung und kein Akteur sollen prinzipiell von der öffentlichen Kommunikation ausgeschlossen sein. Weder die Auswahl der allgemeinverbindlich zu lösenden Probleme (Forumsfunktion) noch die Kontrolle der Machtträger oder des Rechtsstaates in seinen drei Gewalten (Kontrollfunktion) noch die Integrationsfunktion wären ohne die Norm der Universalität öffentlicher Kommunikation gewährleistet. Deshalb ist eine vielfältige Berichterstattung ein unabdingbares Qualitätserfordernis.

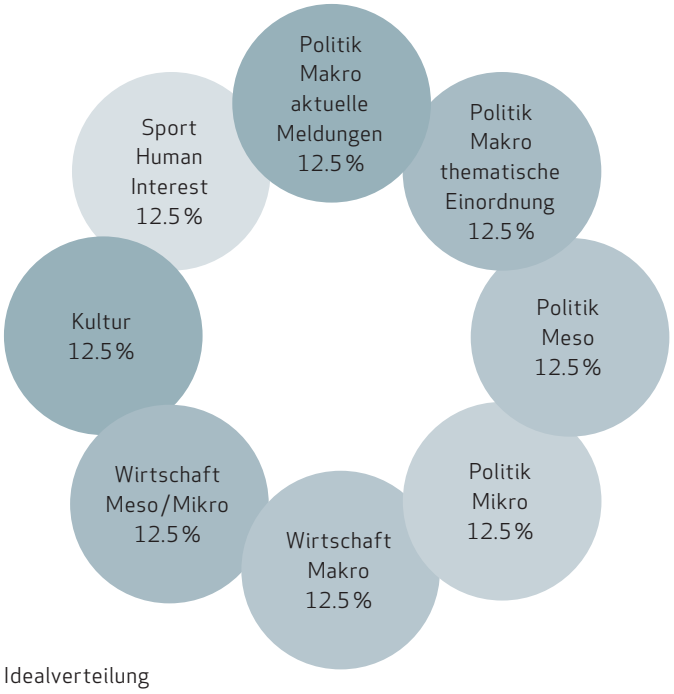
Im Gegensatz zu den drei Qualitätsdimensionen Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität, die sich anhand von Codierungen auf Beitragsebene erfassen lassen, ist Vielfalt ein Verteilungsmass, das als aggregierte Grösse auf der Medientitelebene bestimmt wird. Vielfalt ist somit eine Qualität, die nicht in jedem einzelnen Beitrag aufscheint, sondern in der Gesamtheit der Beiträge eines Mediums. Als Indikatoren, an denen die Vielfalt bzw. Einseitigkeit eines Medientitels bemessen wird, dienen inhaltliche und geografische Vielfalt.

Inhaltliche Vielfalt greift auf bestimmte Codes der Beitragsebene zurück, indem Kategorienkombinationen aus den Gesellschaftssphären (der Beitragsrelevanz) und den Sozialebenen (der Akteursrelevanz) sowie die Unterscheidung episodischer und thematischer Berichterstattung (der Themenorientierung) gebildet werden.

Um die inhaltliche Vielfaltsqualität quantifizieren zu können, muss eine Referenzverteilung der Kategorienkombinationen bestimmt werden. Diese Verteilung der Kategorienkombinationen soll eine normativ zu begründende Idealverteilung abbilden, aber gleichzeitig auch eine empirisch-realistische Vorgabe sein, die General-Interest-Medien erreichen können. Ausgehend von der empirischen Realverteilung (aller 18 559 Beiträge) wird daher eine ausgeglichene Idealverteilung definiert.



Realverteilung



Idealverteilung

Abbildung: Realverteilung und Idealverteilung der Kategorienkombinationen der inhaltlichen Vielfalt (Fläche entspricht dem Anteil).

Die Definition der Idealverteilung sieht ein ausgeglichenes Verhältnis der acht Kategorienkombinationen vor. Die Idealverteilung der Softnews-Kategorien Sport und Human Interest ist gegenüber der Realverteilung deutlich reduziert (42 % zu 12.5 %). Softnews bzw. Human Interest sind ein legitimes und bis zu einem gewissen Grad unverzichtbares Mittel, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen und zu binden. Sie sollen aber nicht überhandnehmen, damit die Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation nicht leiden. Die Politikberichterstattung wird aufgrund ihrer Bedeutung für den gesellschaftlichen Diskurs in der Idealverteilung insgesamt stärker gewichtet (alle vier Politikkombinationen: 31 % zu 50 %), wobei die Berichterstattung auf der Makroebene (insgesamt 25 %) zu gleichen Teilen auf aktuelle Meldungen und thematische Einordnungen verteilt ist. Die drei Kategorien der Wirtschaftsberichterstattung auf der Makroebene einerseits und der Meso- bzw. Mikroebene andererseits sowie der Kulturberichterstattung weisen in der Idealverteilung ebenfalls ausgeglichene Anteile von 12.5 % auf.

Die Quantifizierung der Vielfalt erfolgt auf der Basis der Formel für den Shannon-Index, ein Vielfaltsmass, das sowohl in der Medienforschung verwendet wird als auch in anderen Disziplinen, beispielsweise in der Ökologie zur Messung der Biodiversität. Die inhaltliche Vielfalt berechnet sich demnach folgendermassen, wobei i die Anzahl der Kategorienkombinationen ist; in diesem Fall 8:

$$H = \left(\frac{\sum_i anteil_i \times \log anteil_i}{\log i}\right)^2 \times 100$$

Für die ausgeglichene Idealverteilung ergibt sich ein Indexwert von 100, was maximale inhaltliche Vielfalt bedeutet. Ein Wert von 0 bedeutet minimale inhaltliche Vielfalt und käme zustande, wenn alle Beiträge eines Medientitels zu einer einzigen Kategorienkombination zählen würden. Die dargestellte Realverteilung hat einen Indexwert von 76.7. Dieser Wert lässt sich qualitativ als gute inhaltliche Vielfalt interpretieren: Alle Hardnews-Kombinationen werden – mehr oder weniger stark – abgedeckt; Abzüge resultieren aber aus dem Übergewicht der Softnews.

Geografische Vielfalt erfasst, inwieweit die Berichterstattung eines Medientitels verschiedene geografische Bezugsräume abdeckt. Dazu wird in der Codierung erhoben, auf welchen Raum bzw. welche Räume sich der Beitrag bezieht. Unterschieden werden dabei die Kategorien (1) lokal / regional, (2) Schweiz national / Schweiz bilateral mit dem Ausland, (3) Ausland, (4) multinational (Bezug auf mehrere Staaten, EU, UNO usw.). Zur Bildung des Indexwertes für geografische Vielfalt wird die Kategorie (1) lokal / regional nicht verwendet, um die Vergleichbarkeit der verschiedenen Medientitel zu gewährleisten und Medientitel mit einer naturgemäss stark lokalen / regionalen Ausrichtung (z.B. Lokalzeitungen oder den Privatrundfunk) nicht zu bestrafen. Die geografische Vielfalt wird also lediglich für die Berichterstattungsmenge nach Abzug der Lokal- und Regionalberichterstattung errechnet.

Der Indikator geografische Vielfalt misst somit die Annäherung an die ausgeglichene Abdeckung der Bezugsräume Schweiz, Ausland und multinational. Verwendet wird wiederum die angepasste Formel für den Shannon-Index. Es zeigt sich, dass geografische Vielfalt bereits in der Realverteilung der 18 559 Beiträge zu einem hohen Mass verwirklicht ist: 92.8, wobei 100 wiederum maximale geografische Vielfalt und 0 minimale geografische Vielfalt bzw. maximale Konzentration auf einen einzigen Bezugsraum bedeutet.

Die Qualitätsdimension Vielfalt ergibt sich als multiplikativer Index aus den Indikatoren inhaltliche und geografische Vielfalt.

Vielfalt: Multiplikativer Index aus *inhaltlicher Vielfalt* und *geografischer Vielfalt*

Berechnung des Gesamtscores Qualität

Der **Gesamtscore Qualität** für einen Medientitel wird als additiver Index aus den drei auf Beitragsebene erhobenen und mit der Beitragslänge gewichteten Qualitätsscores Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität sowie dem vierten auf Medientitelebene erhobenen Qualitätsscore Vielfalt berechnet.

$$Qualität = \frac{(Relevanz + Einordnungsleistung + Professionalität) \times Beitragslänge + Vielfalt}{4}$$

Methodik Befragung

Zusammenfassung

Das Modul zur Qualitätswahrnehmung erforscht, wie die deutsch- und die französischsprachige Schweizer Bevölkerung die Qualität der Medientitel in der Deutschschweiz und der Suisse romande einschätzt und wie stark sie den jeweiligen Medientiteln vertraut. Die repräsentative Onlinebefragung für die Deutschschweiz und die Suisse romande wurde zum dritten Mal durchgeführt: 2016 mit 1613 Befragten, 2018 mit 2 169 Befragten und 2020 mit 2 159 Befragten. Um Veränderungen über die Zeit feststellen zu können, wurde die Befragung auf die gleiche Weise mit unveränderten Fragen durchgeführt. Der Fragebogen lag in deutscher und französischer Sprache vor. Mit der Durchführung wurde wie in den Jahren zuvor das Marktforschungsunternehmen GfK Switzerland beauftragt.

Befragung des Publikums

Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit bildet die sprachassimilierte Wohnbevölkerung mit Internetzugang in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz im Alterssegment zwischen 15 und 74 Jahren. Mit der Durchführung der Onlinebefragung wurde das Marktforschungsunternehmen GfK Switzerland mit Sitz in Rotkreuz beauftragt. Menschen mit Internetzugang machen laut GfK in der Schweiz rund 93 % der Gesamtbevölkerung aus. Die Onlinebefragung wurde im GfK-Onlinepool durchgeführt, der aufgrund seiner Grösse und Struktur die Durchführung repräsentativer Studien gewährleistet.

Die Feldzeit der Befragung reichte vom 21. Februar bis zum 9. März 2020. In diesem Zeitraum konnten 2 159 Befragungen realisiert werden, davon 1616 in der Deutschschweiz und 543 in der Suisse romande. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 12 Minuten. 208 Personen brachen die Befragung vorzeitig ab – ihre Antworten wurden in der Auswertung nicht berücksichtigt. Bei der Durchführung wurden von der GfK Switzerland die Merkmale Geschlecht und Alter sowie die WEMF-Regionen sowohl für die Deutschschweiz als auch für die Suisse romande quotiert, um für diese Merkmale ein möglichst strukturgleiches Abbild der oben beschriebenen Grundgesamtheit zu erlangen. Ein Beispiel: Durch Referenzstudien weiss die GfK Switzerland, dass in der Deutschschweiz der Anteil an Männern im Alter von 18 bis 34 Jahren (Merkmale: Geschlecht und Alter) bei 18.3 % liegt. Um diesen Wert in der Stichprobe zu erreichen, lädt die GfK Switzerland ihre Panelteilnehmer entsprechend ein. Sobald dieser Zielwert erreicht ist, wird die «Quotenzelle» geschlossen. Das bedeutet, jene Personen aus dem Onlinepool, welche die Merkmale aufweisen, werden danach von der Befragung ausgeschlossen. Auf diese Weise gleicht sich die Stichprobe der Grundgesamtheit an.

Aufbau und Programmierung des Fragebogens

Mit einer Filterfrage wurde gewährleistet, dass die Teilnehmenden nur jene Medientitel und Sendungen bewerten, die sie auch tatsächlich kennen. Hierzu wurde jedem Teilnehmer und jeder Teilnehmerin zunächst eine Liste mit den offiziellen Logos der Medientitel / Sendungen gezeigt, bei der anzugeben war, ob und wie gut sie die einzelnen Medientitel / Sendungen kennen. Die Antwortmöglichkeiten reichten auf einer fünfstufigen Skala von «sehr schlecht» bis «sehr gut» mit der zusätzlichen Option «Kenne ich nicht». Anschliessend wurden die Teilnehmenden ausschliesslich zu jenen Medientiteln detailliert befragt, die sie jeweils gut oder sehr gut kennen (dies entspricht den Skalenwerten 4 und 5). Um ausreichend viele Bewertungen für sämtliche der 49 Medientitel zu erreichen, wurden als zusätzliche Auswahlkriterien die Region auf Ebene von Sprachregionen und Wirtschaftsgebieten der Befragten sowie die bisherige Rücklaufquote («Wasserstandsprinzip») zu einzelnen Medientiteln verwendet. Jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin wurde nacheinander zu mehreren Medientiteln befragt, wobei keine Person zu mehr als sieben Medientiteln befragt wurde. Auf diese Weise konnten mit 2 159 Befragten insgesamt 11 480 Beurteilungen erzielt werden. Zum Vergleich: In der Erhebung von 2016 wurden mit 1 613 Befragten für insgesamt 43 Medientitel 8 710 Beurteilungen erreicht, und in der Erhebung von 2018 wurden mit 2 169 Befragten für insgesamt 50 Medientitel 13 321 Beurteilungen erzielt.

Bei den statistischen Berechnungen wird auf die Verwendung eines Gewichtungsfaktors verzichtet. Zwar hätten mit einem Gewichtungsfaktor gruppenspezifische Abweichungen der Stichprobe zur Grundgesamtheit korrigiert werden können, doch wären dadurch auch die genauen Fallzahlen der Beurteilungen pro Medientitel verzerrt angegeben worden. Da die Gewichtungseffizienz der Stichprobe bereits einen sehr guten Wert aufweist (96.5 %), wurde letztlich auf die Verwendung eines Gewichtungsfaktors verzichtet, um die Darstellung der Ergebnisse nicht unnötig zu verkomplizieren.

Verändertes Mediennutzungsverhalten durch Corona

Am 23. Februar wurden in Tessiner Spitälern Personen mit Grippesymptomen isoliert. Der Bundesrat stufte am 28. Februar 2020 die COVID-19-Pandemie mit Verweis auf das Epidemiengesetz als «besondere Lage» ein. Am 1. März 2020 lancierte das Bundesamt für Gesundheit (BAG) die Infokampagne «So schützen wir uns». Diese beiden Ereignisse zeigen, dass das Aufkommen der Coronakrise in die Feldzeit der Befragung fiel, die vom 21. Februar bis zum 9. März 2020 reichte.

Somit ist ein Einfluss der Coronakrise auf das Antwortverhalten der Befragten anzunehmen. Der Vergleich der Befragungsdaten von 2020 und 2018 zeigt, dass im aktuellen MQR besonders viele Beurteilungen für bestimmte Medientitel aus den beiden Vergleichsgruppen «Radio- und Fernsehsendungen» und «Boulevard- und Pendlerzeitungen» stammen. Zu den «Gewinnern» zählen die SRF – Tagesschau (962 gegenüber 422 Beurteilungen), 20 Minuten (882 gegenüber 416 Beurteilungen), 20minuten.ch (879 gegenüber 410 Beurteilungen) und watson.ch (400 gegenüber 245 Beurteilungen). Für viele Medientitel aus den Vergleichsgruppen «Tages- und Onlinezeitungen» und «Sonntagszeitungen und Magazine» konnten hingegen weniger Beurteilungen erzielt werden. Zu den diesbezüglichen «Verlierern» gehören unter anderem die Neue Zürcher Zeitung (175 gegenüber 328 Beurteilungen), der Tages-Anzeiger (172 gegenüber 326 Beurteilungen) und der Sonntagsblick (118 gegenüber 347 Beurteilungen).

Eine Erklärung ist, dass viele Befragten in der Feldphase verstärkt die Tagesschau schauten und auf die kostenlosen Boulevard- und Pendlerzeitungen zurückgriffen, um sich über die Corona-Pandemie zu informieren. Dafür spricht, dass die SRF – Tagesschau im Februar und März sehr hohe Einschaltquoten erzielte und zum medialen Fixpunkt wurde.

Konstrukte und Operationalisierung
Der Fragebogen wurde für die Befragung im Jahr 2016 auf Deutsch entwickelt. Im Zentrum der Untersuchung stand das Konstrukt Medienqualität. Zusätzlich wurden bei der Onlinebefragung die Erwartungen in Bezug auf die Medienqualität und das Vertrauen in die jeweiligen Medientitel abgefragt.

Die Qualitätswahrnehmung wird aus den jeweiligen Mittelwerten der Medienqualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität berechnet, um Vergleichbarkeit zwischen den Befunden aus beiden Messmethoden (Inhaltsanalyse und Befragung) zu erreichen. Im Vorfeld lag keine auf diese vier Dimensionen komplett abgestimmte Skala für Befragungen vor, weshalb entsprechende Variablen (Fragen bzw. zu bewertende Aussagen) für die erstmalige Befragung im Jahr 2016 zum Teil neu entwickelt wurden. Dies geschah in Auseinandersetzung mit der Forschungsliteratur über Qualitätskriterien von Nachrichtensendungen und Printmedien sowie in enger Absprache mit den Untersuchungsdimensionen der Inhaltsanalyse des Moduls zur Berichterstattungsqualität und den Expertinnen und Experten der GfK Switzerland. Das so entwickelte Befragungsinstrument wurde innerhalb verschiedener qualitativer Expertenbefragungen weiter verfeinert, getestet und finalisiert. Eine professionelle Übersetzung wurde von der GfK Switzerland durchgeführt und danach an der Universität Freiburg/Université de Fribourg in mehreren Rückübersetzungsschritten sprachlich verfeinert, um die gleichen Bedeutungen der zu evaluierenden Aussagen (Variablen) in beiden Sprachen sicherzustellen.

Die folgenden Variablen wurden in der Hauptuntersuchung zur Messung von Qualitätsdimensionen und Vertrauen verwendet. Beim angegebenen Cronbach's Alpha (α) handelt es sich um ein statistisches Reliabilitätsmass, anhand dessen sich die Zuverlässigkeit der Messung, d.h. die interne Konsistenz, ablesen lässt. Werte > 0.9 sind exzellent und zeigen, dass sie deutlich über dem in der Forschungsliteratur empfohlenen Schwellenwert von 0.7 liegen.

	Deutsch	Français
Relevanz Cronbach's α = 0.9	stellt gesellschaftlich bedeutende Themen ins Zentrum der Berichterstattung.	met au centre de ses reportages des thèmes importants de la société.
	berichtet über die relevanten Vorgänge und Zusammenhänge in der Gesellschaft statt über einzelne Personen.	informe sur les événements en lien avec la société plutôt que sur les individus.
	konzentriert sich auf wichtige Ereignisse, statt zu viel Buntes und Vermischtes zu bringen.	se concentre sur les événements importants, au lieu de se disperser sur les actualités «people» et les variétés.
Vielfalt Cronbach's α = 0.9	gibt einen vollständigen Überblick über alle wichtigen Ereignisse.	fournit un aperçu complet de tous les événements importants.
	hat eine Berichterstattung, die aus mehreren Blickwinkeln erfolgt.	réalise des reportages composés de plusieurs points de vue.
	berichtet über viele unterschiedliche Themen.	aborde de nombreux sujets variés.
	gibt vielfältige Positionen und Meinungen wieder.	présente des avis et des points de vue très variés.
Einordnungsleistung Cronbach's α = 0.9	greift gesellschaftlich relevante Themen frühzeitig auf.	s'empare très tôt des sujets importants de la société.
	informiert ausführlich über Hintergründe.	informe en profondeur.
	ordnet Ereignisse in grössere Zusammenhänge ein.	replace les événements dans un contexte plus large.
	bringt gehaltvolle Hintergrundberichte zu aktuellen Themen.	présente des articles approfondis sur des sujets actuels.
Professionalität Cronbach's α = 0.9	steht für eine unabhängige Berichterstattung.	représente une source d'information indépendante.
	trennt klar zwischen Nachrichten und Meinungen.	établit une distinction claire entre les actualités et les opinions.
	setzt in der Berichterstattung auf Argumente statt Emotionen.	s'appuie sur des arguments plutôt que sur des émotions dans ses reportages.
	macht die Informationsquellen für die Nachrichten transparent.	présente ses sources d'information de façon transparente.
Vertrauen Cronbach's α = 0.9	ist eine (Zeitung / Onlinesite / Sendung), der ich vertraue.	est (un journal auquel / un site Internet auquel / une émission à laquelle) je fais confiance.
	ist eine (Zeitung / Onlinesite / Sendung), auf die man sich verlassen kann.	est (un journal auquel / un site Internet auquel / une émission à laquelle) on peut se fier.

Anmerkungen: Es wurde eine jeweils fünfstufige Likert-Skala verwendet (1 = Stimme überhaupt nicht zu / Pas du tout d'accord; 5 = Stimme voll und ganz zu / Tout à fait d'accord) und jeweils der Name des zu bewertenden Medientitels expliziert (z.B.: «Echo der Zeit informiert ausführlich über Hintergründe»).

Die Qualitätsdimensionen wurden als additive Indices aus den Indikatorvariablen gebildet. Dabei wurde der Wertebereich transformiert, um die Werte auf einer Skala von 0 bis 100 darstellen zu können. Die Transformation beinhaltet darüber hinaus eine Streckung der Ausgangsskala, so dass sich die aggregierten Werte der Medientitel breiter über den gesamten Skalenraum verteilen. Transformation und Streckung werden nach folgender Formel vollzogen:
Wert transformiert = (Wert Ausgangsskala - 1.5) *100 /3

Ein mittlerer Skalenwert von 3 auf der Ausgangs-Likert-Skala entspricht somit einem Wert von 50 auf der transformierten Skala. Damit sind die Befragungsergebnisse leichter mit jenen der Inhaltsanalyse vergleichbar. Ausserdem wird so möglich, eine gleichgewichtete Verrechnung mit den Ergebnissen der Inhaltsanalyse vorzunehmen.

Die Teilnehmenden wurden für weiterführende Analysen auch gefragt, welche Qualitätseigenschaften ihnen für die Berichterstattung einzelner Medientitel und Sendungen jeweils wichtig sind. Die entsprechenden Variablen bezogen sich auf die vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität. Die Formulierung der Variablen wurde – in enger Absprache mit dem Modul zur Berichterstattungsqualität – aus den Definitionen der vier Dimensionen abgeleitet.

	Deutsch	Französisch
Erwartungen	Welche Eigenschaften sind Ihnen für die Berichterstattung von (...) wichtig?	Quelles caractéristiques relatives aux reportages de (...) sont importantes pour vous?
Relevanz	Gesellschaftliche Relevanz: über Themen berichten, die für alle wichtig sind.	Pertinence pour la société: aborder des sujets qui sont importants pour tous.
Vielfalt	Vielfalt und Breite an Themen, Meinungen und Berichten.	Diversité et variété des sujets, opinions et reportages.
Einordnungsleistung	Einordnung von komplexen Themen und Vermittlung von Hintergrundinformationen.	Classification de sujets complexes et communication d'informations de fond.
Professionalität	Journalistische Professionalität: eigene Recherche, sachliche Berichterstattung, Trennung zwischen Nachricht und Meinung.	Professionnalisme journalistique: recherches personnelles, reportages objectifs, distinction entre les actualités et les opinions.

Anmerkung: Es wurde eine jeweils fünfstufige Likert-Skala verwendet (1 = Sehr unwichtig / Pas du tout important; 5 = Sehr wichtig / Très important).

Wissenschaftliche Teams

Modul: Berichterstattungsqualität

Prof. Dr. Mark Eisenegger ist Ordinarius (ordentlicher Professor) für Kommunikationswissenschaft (IKMZ) an der Universität Zürich sowie Direktor des fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

Dr. Daniel Vogler ist Forschungsleiter und stellvertretender Direktor des fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

Jörg Schneider, M.A., ist selbstständiger Sozial- und Marktforscher sowie Projektleiter am fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

fög
Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft

Universität Zürich[UZH]

Modul: Qualitätswahrnehmung

Prof. Dr. Diana Ingenhoff ist Ordinaria (ordentliche Professorin) für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Organisationskommunikation und Kommunikationsmanagement, am DCM Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Fribourg.

Dr. Philipp Bachmann ist Dozent am Institut für Kommunikation und Marketing (IKM) der Hochschule Luzern.

UNI FR
UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

Lucerne University of Applied Sciences and Arts
HOCHSCHULE LUZERN
FH Zentralschweiz

Stifterverein

Das Medienqualitätsrating (MQR) wird vom Stifterverein Medienqualität Schweiz verantwortet und herausgegeben.

Der Verein wurde 2014 gegründet, er hat über 40 Mitglieder. Der Gründerkreis besteht aus Persönlichkeiten aus Medien, Politik und Wirtschaft. Zum Gründungsvorstand gehören Sylvia Egli von Matt, vormals Direktorin der Schweizer Journalistenschule maz, Andreas Durisch, Senior Partner Dynamics Group AG, Bruno Gehrig, Präsident der Swiss International Air Lines bis 2016, sowie der ehemalige Zürcher Regierungsrat Markus Notter, der dem Verein seit Beginn als Gründungspräsident vorstand. An der Mitgliederversammlung im April 2016 wurde Tobias Trevisan, ehem. Verlagsleiter (Tamedia, NZZ, FAZ) und Unternehmer, als weiteres Vorstandsmitglied gewählt; 2017 ist er zum Präsidenten ernannt worden. Seit 2017 ist Geri Aebi, Vize-Präsident der Wirz Gruppe, Mitglied des Vorstands. 2020 wurde Dr. Rena Zulauf, Rechtsanwältin und Lehrbeauftragte für Medien- und Kommunikationsrecht, in den Vorstand gewählt. Sie ersetzt Sylvia Egli von Matt, die aus dem Vorstand zurücktritt.

Der Verein bezweckt, wie in Artikel 2 seiner Statuten festgehalten, die Förderung der Qualität in den Informationsmedien in der Schweiz in den Sparten Print- und elektronische Medien wie Radio, TV, Online. Der Verein kann zur Verfolgung dieses Zweckes eine Stiftung errichten, die durch Aufbau und Betrieb einer unabhängigen Ratinginstitution die Qualität der Medien neutral und fair bewertet.

Federführend beim Projekt MQR ist der Steuerungsausschuss. Er besteht aus drei Delegierten des Vorstands und je einem Vertreter der drei beteiligten Institute. Garantiert ist eine unabhängige, wissenschaftliche Beurteilung durch die beauftragten Institute.

Der Stifterverein Medienqualität ist auch für die Finanzierung des MQR besorgt. Die Mitglieder stützen die Aktivitäten des Vereins mit ihren Mitglieder- und Gönnerbeiträgen. Der Grossteil der Mittel fürs Projekt stammt von Projektdonatoren, welche Jahresbeiträge zwischen CHF 10 000 und 30 000 beisteuern.

Folgende Donatorinnen und donatoren unterstützen das dritte Qualitätsrating:

ABB Asea Brown Boveri Ltd
Adecco
AMAG
Daniel Brunner, doku-zug.ch
Denner AG
Die Mobiliar
Mediaschneider AG
Novartis International AG
Stiftung für MeinungsFreiheit und MedienVielfalt
Swiss Re AG

© 2020 Stifterverein Medienqualität Schweiz
c/o Dynamics Group
Utoquai 43
8024 Zürich
043 268 27 47
info@medienqualitaet-schweiz.ch
www.medienqualitaet-schweiz.ch
www.mqr-schweiz.ch

Design:
Comuniq, 8032 Zürich