

MQR-22

Medienqualitätsrating 2022 – Kompendium

Tages- und
Onlinezeitungen

Sonntagszeitungen
und Magazine

Boulevard- und
Pendlerzeitungen

Radio- und
Fernsehsendungen



Die Schweiz verfügt über eine erstaunlich lebendige Medienszene, wie die Ausgabe 2022 unseres Medienqualitätsratings (MQR-22) dokumentiert. Es ist im aktuellen Erhebungszeitraum wiederum zu bemerkenswerten Qualitätsverschiebungen gekommen. Die Coronapandemie mit ihren gesundheitlichen, gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Folgen war für den Journalismus eine Vitalitätsspritze. Die Pandemie stellte eine gewaltige Zäsur für Gesellschaft und Medien dar und zeigte, dass Qualität im Journalismus von entscheidender Bedeutung ist, wenn eine neue Realität über die Gesellschaft hereinbricht. Der Krieg in der Ukraine verstärkt diesen Befund und stärkt die Rolle der traditionellen Informationsmedien im digitalen Zeitalter hoffentlich auf Dauer.

Generelle Entwicklung der Medienqualität

Die meisten Tages- und Onlinezeitungen sowie die SRG-Sendungen konnten sich in drei von vier Qualitätsdimensionen verbessern. Sie weisen – im Vergleich zu der Zeit vor Corona – eine höhere Relevanz auf, mehr Einordnung und eine gestiegene Professionalität. Dem gegenüber stehen schwerwiegende Verluste in der Dimension der Vielfalt.

Alle privaten Radio- und Fernsehsendungen konnten ihre Qualität steigern, am stärksten die Nachrichtensendung Le Journal von Léman Bleu. Auch die übrigen Regionalsendungen haben sich gut geschlagen: TeleBärn, Tele 1, Tele M1 und TeleZüri konnten ihre Gesamtscores gegenüber der vorherigen MQR-Ausgabe verbessern. Dies ist wichtig angesichts der sinkenden Medienvielfalt, ausgelöst durch den Zentralisierungsprozess in den grossen Verlagshäusern. In der mehrsprachigen und kleinräumigen Schweiz hat der Privatrundfunk eine hohe lokalregionale Bedeutung, die keinesfalls unterschätzt werden darf – auch angesichts der dominanten SRG-Nachrichtensendungen, welche zwar die Leuchttürme der Qualität in der Schweizer Medienlandschaft bilden, aber oftmals aus einer Zentralperspektive berichten, bei SRF etwa aus Zürich geprägt.

Erfreulich, dass auch die Boulevard- und Pendlerzeitungen die Coronapandemie genutzt haben, um komplexe Themen einem breiten Publikum lebensnah zu vermitteln. Sämtliche Boulevard- und Pendlerzeitungen konnten ihre Berichterstattungsqualität in den letzten beiden Jahren steigern. Vor allem das Nachrichtenportal watson.ch, dem mancher Medienexperte einen raschen Tod voraussagte, zeigt eine eindrückliche Bilanz. Nach einem Knick im Jahr 2018 konnte watson.ch seine Qualität rasant steigern und zieht neu den anderen Medientiteln der Vergleichsgruppe davon.

Zu den Qualitätsaufsteigern gehören dieses Mal die Sonntagszeitungen und Magazine. Der nie abreisende Strom an Meldungen (wie steigenden Inzidenzen), an Meinungen (von tatsächlichen und vermeintlichen Experten) und an Emotionen (zum Beispiel über den Sinn und Unsinn von Schutzmassnahmen) führte verstärkt zum Paradox, dass trotz Informationsfülle sogleich zu vergessen droht, was soeben gelesen, gesehen oder gehört wurde. Der französische Philosoph und Medienkritiker Paul Virilio sprach in diesem Zusammenhang vom rasenden Stillstand. Den Sonntagszeitungen und Magazinen ist es gelungen, diesen rasenden Stillstand zu durchbrechen – sämtliche Titel können ihren Gesamt-Score gegenüber der vorherigen MQR-Ausgabe verbessern. Auffallend sind ausserdem die hohen Zugewinne in der Publikumsgunst bei der Weltwoche und der WOZ; in turbulenten Zeiten werden Medien mit klarem publizistischem Profil von ihrem Publikum offenbar geschätzt.

Neue Kennzahl zum gesellschaftlichen Impact

Das erste Rating zur Qualität der wichtigsten Informationsmedien der Schweiz ist 2016 erschienen. In dieser Zeit hat sich die Medienlandschaft stark verändert. Doch auch das MQR selbst muss sich weiter entwickeln. Die Debatte um Sinn und Zweck staatlicher Medienförderung bleibt auf der politischen Agenda. Deshalb wird das Medienrating um eine Kennzahl ergänzt: Der neue Impact-Score weist die Wirkstärke der untersuchten Medientitel aus, die diese auf die Meinungs- und Willensbildung ausüben. Hierbei wird der Fokus auf die Politik- und Wirtschaftsberichterstattung gelegt. In den Impact-Score fliessen zu gleichen Teilen zwei Faktoren ein: zum einen die Reichweite und Nutzungshäufigkeit, zum anderen der Informations- und Verständnisgewinn bei politischen und wirtschaftlichen Themen. Denn mit Qualität allein erzielen Medientitel keine gesellschaftliche Wirkung. Sie müssen auch gelesen, geschaut oder gehört und ihre Beiträge müssen verstanden werden. Nur so können sie Wirkung erzielen, also einen sogenannten Impact haben.

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 2022

Andreas Durisch,
Gründungsmitglied Stifterverein Medienqualität Schweiz



Das goldene Q erhalten die jeweiligen Gruppensieger sowie jenes Medium, das gegenüber 2020 am meisten Qualitätspunkte dazugewonnen hat.

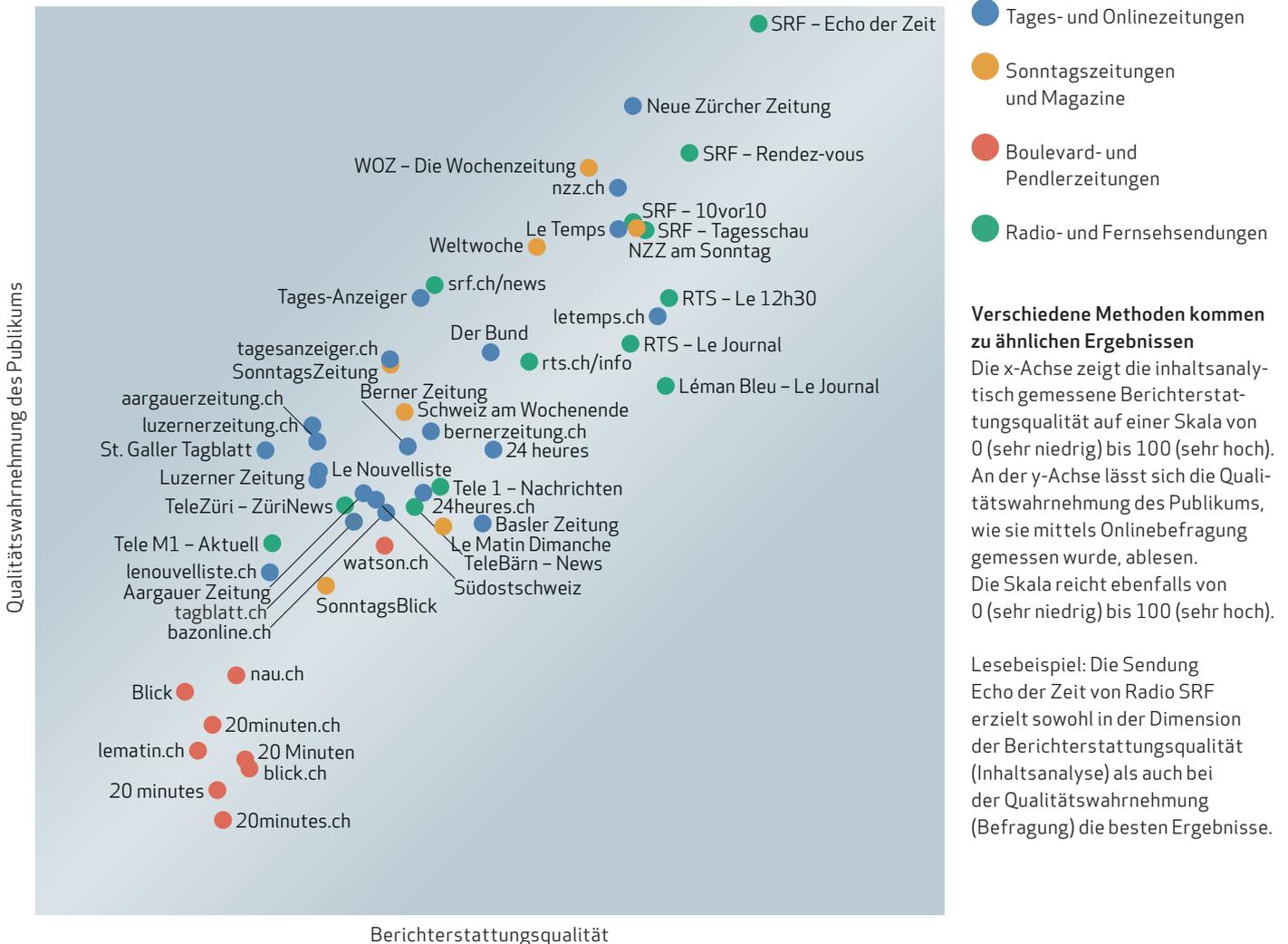
Gruppensieger 2022:

- Neue Zürcher Zeitung (Vergleichsgruppe: Tages- und Onlinezeitungen)
- WOZ Die Wochenzeitung (Vergleichsgruppe: Sonntagszeitungen und Magazine)
- watson.ch (Vergleichsgruppe: Boulevard- und Pendlerzeitungen)
- SRF – Echo der Zeit (Vergleichsgruppe: Radio- und Fernsehsendungen)

Aufsteiger 2022:

- Léman Bleu – Le Journal

Die Ergebnisse auf einen Blick



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

Was wurde untersucht?

Das Medienqualitätsrating (MQR) analysiert und bewertet die Qualität von 51 reichweitenstarken Medientiteln der Deutschschweiz und der Suisse romande aus den Gattungen Presse, Radio, Fernsehen und Online.

Einteilung in vier Gruppen

Wie lassen sich verschiedene Medientitel überhaupt sinnvoll miteinander vergleichen? Die untersuchten Medientitel gehören unterschiedlichen Gattungen an, verfügen über unterschiedliche Publikationszyklen und zeichnen sich durch unterschiedliche inhaltliche Ausrichtungen aus. 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, den Erscheinungszyklus und die Ausrichtung. Selbstverständlich sind auch Vergleiche von Medientiteln über die vorgeschlagenen Vergleichsgruppen hinweg möglich, da die Qualität aller 51 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. Das bedeutet, dass ein Medientitel, dessen Berichterstattung eine hohe Berichterstattungsqualität aufweist, auch von den Befragten als qualitativ hochwertig eingeschätzt wird – und umgekehrt. Im aktuellen MQR-22 schneiden die SRF-Rundfunksendung Echo der Zeit und die Neue Zürcher Zeitung am besten ab, die Boulevard- und Pendlerzeitungen – die Westschweizer Print- und Onlineausgabe von 20 minutes – am schlechtesten. Zwischen diesen Polen ordnen sich die übrigen untersuchten Informationsmedien ein, etwa aus der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen der Tages-Anzeiger oder aus der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine die SonntagsZeitung.

Ausnahmen bestätigen die Regel

Das St. Galler Tagblatt kommt trotz vergleichsweise bescheidener Berichterstattungsqualität beim Publikum gut an. Le Journal von Léman Bleu hingegen bietet eine sehr hohe inhaltliche Qualität, wird aber vom Publikum eher durchschnittlich bewertet.

Gruppenranking

Von den maximal 100 erreichbaren Qualitätspunkten erreicht das Echo der Zeit 89. Damit belegt die Informationssendung von Radio SRF zum vierten 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. Mehr noch: Das ist der höchste je gemessene Wert in der Geschichte des MQR.

Weitere Leuchttürme in der Schweizer Medienlandschaft sind die NZZ-Informationsangebote. Die NZZ und deren Onlinependant nzz.ch führen mit 83 und 80 Qualitätspunkten die **Tages- und Onlinezeitungen** an. Die NZZ am Sonntag erreicht auch mit 79 Qualitätspunkten einen Spitzenplatz in der Gruppe der **Sonntagszeitungen und Magazine**, doch die WOZ sichert sich mit einem hauchdünnen Vorsprung von 0,3 Punkten ganz knapp den Gruppensieg.

In der Gruppe der **Boulevard- und Pendlerzeitungen** sticht das Nachrichtenportal watson.ch heraus, das sich im Vergleich zum vorherigen Rating von 2020 um ganze acht Punkte verbessern konnte. Das Nachrichtenportal nau.ch erreicht als Neueinsteiger sogleich den zweiten Platz in dieser Vergleichsgruppe.

Gesamtqualität: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2020

Von den 51 untersuchten Informationsmedien haben nur 14 an Qualität eingebüsst, die übrigen 37 Titel konnten ihre Qualität entweder halten oder steigern. Den grössten Sprung nach vorn hat das Journal von Léman Bleu hingelegt, das sich im Gesamtscore um elf Punkte verbessern konnte, davon sechs in der Qualitätswahrnehmung des Publikums und ganze 17 Punkte in der Berichterstattungsqualität. Ein solch hoher Zugewinn ist einmalig in der Geschichte des Ratings.

Bei den Sonntagszeitungen und Magazinen zeichnete sich vor zwei Jahren noch ein Negativtrend ab: Sämtliche Titel hatten 2020 gegenüber 2018 an Qualitätspunkten verloren. In der aktuellen Ausgabe konnte dieser Trend nicht nur gestoppt, sondern sogar umgekehrt werden. Sämtliche Sonntagszeitungen und Magazine konnten ihre Qualität verbessern, am stärksten jedoch die Weltwoche mit zehn Punkten und der SonntagsBlick mit neun Punkten.

Auch bei den Boulevard- und Pendlerzeitungen gibt es erfreuliche Entwicklungen, vor allem mit Blick auf die deutschsprachigen Titel. Hier gab es durchweg Zugewinne, am stärksten von watson.ch. Die Ausnahme stellen zwei Titel aus der Suisse romande: 20minutes.ch verliert einen Punkt und verharrt im Tabellenkeller, lematin.ch verliert – trotz nahezu unveränderter Berichterstattungsqualität – stark in der Gunst des Publikums und büsst fünf Qualitätspunkte ein.

Bei den klassischen Printmedien halten sich Gewinne und Verluste in etwa die Waage. In der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen zählen die Print- sowie Onlineausgabe von Le Temps zu den Gewinnern. In der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen konnten die regionalen News-Sendungen auf Tele 1, TeleBärn, TeleZüri und Tele M1 allesamt ihre Qualität steigern.

Die grössten Verluste im diesjährigen Medienqualitätsrating müssen der Bund, die Südschweiz, sowie das SRG-Nachrichtenportal srf.ch/news verkraften.

Berichterstattungsqualität: Auf- und Absteiger gegenüber 2020

32 der 51 untersuchten Medien konnten ihre Berichterstattungsqualität im Vergleich zu 2020 steigern. Am stärksten gelang dies der Nachrichtensendung Le Journal von Léman Bleu (+17), die gleichzeitig Aufsteigerin des Jahres ist. Auch die weiteren Nachrichtensendungen des privaten Rundfunks von Tele M1 (+13), Tele 1 (+10), Tele Zürich (+9) und TeleBärn (+9) gehören punkto Berichterstattungsqualität zu den Aufsteigern. Im Segment der Boulevard- und Pendlerzeitungen können alle Angebote ihre Berichterstattung steigern, allen voran watson.ch (+11) und 20minutes.ch (+11). Im Bereich der Sonntagszeitungen und Magazine haben die eher qualitätsschwachen Angebote Le Matin Dimanche und SonntagsBlick mit je 9 Punkten am meisten zugelegt.

Von den 51 untersuchten Informationsmedien haben nur 13 an Berichterstattungsqualität eingebüsst. Den stärksten Qualitätsverlust verbucht die Newssite srf.ch (-10). Ebenfalls rückläufig ist die Berichterstattungsqualität bei dem Tages-Anzeiger (-7), der Südostschweiz (-7), aber auch nzz.ch (-4).

Qualitätswahrnehmung: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2020

Bei mehr als der Hälfte der Informationsmedien – in 29 von 51 Fällen – nimmt das Publikum Verbesserungen wahr, wie aus der repräsentativen Bevölkerungsbefragung hervorgeht. Die Weltwoche (+16) gewinnt in den Augen der Befragten am meisten Qualitätspunkte hinzu. Da bei der Befragung nur jene Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Qualität eines Medientitels bewerten, trifft die Weltwoche ganz offensichtlich mit ihrer Ausrichtung gegen jeden tatsächlichen oder vermeintlichen Mainstream den richtigen Ton bei der Leserschaft. Am zweitmeisten Punkte gewinnt – am anderen Ende des politischen Spektrums – die WOZ (+10). Warum nehmen ausgerechnet die beiden Publika dieser stark unterschiedlich ausgerichteten Medientitel Qualitätssteigerungen wahr? Eine Erklärung könnte sein, dass die Corona-Berichterstattung der letzten zwei Jahre einen gesellschaftlichen Trend verschärfte: Die Menschen lesen, hören und nutzen jene Medien verstärkt, die sie in ihrem jeweiligen Weltbild bestärken.

Zu den weiteren Publikumsaufsteigern gehören die Tageszeitungen Le Temps (+8), Basler Zeitung (+7), Neue Zürcher Zeitung (+5) und der Tages-Anzeiger sowie deren jeweilige Onlinependants bazonline.ch (+8), nzz.ch (+4) und tagesanzeiger.ch (+3). In der Gruppe der Boulevard- und Onlinezeitungen erfährt watson.ch (+4) den höchsten Zugewinn. Bemerkenswert ist, dass sich der Spitzenreiter – das Echo der Zeit – gegenüber 2020 nochmals fünf Punkte steigern kann. In der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen können sich zudem die Nachrichten der Regionalsender Léman Bleu (+6) und TeleBärn (+5) über Punktgewinne freuen.

Von den 51 untersuchten Informationsmedien haben 22 Medientitel laut Publikum an Qualität eingebüsst. Mit Abstand den stärksten Qualitätsverlust verbucht die Newssite lematin.ch (-13). Ebenfalls deutlich rückläufig ist die Qualität in der Wahrnehmung des Publikums bei der Berner Zeitung (-8) und rts.ch (-7).

Ranking	Mediantitel oder Sendung	Gesamtqualität	gegenüber MQR-20	Bericht- erstattungs- qualität	gegenüber MQR-20	Qualitäts- wahr- nehmung	gegenüber MQR-20
Tages- und Onlinezeitungen							
1	Neue Zürcher Zeitung	82.5	+1	76	-3	89	+5
2	nzz.ch	79.6	±0	75	-4	84	+4
3	Le Temps	78.3	+4	75	-1	82	+8
4	letemps.ch	76.9	+5	78	+8	76	+1
5	Der Bund	70.7	-5	67	-4	74	-6
6	Tages-Anzeiger	70.3	-1	63	-7	77	+5
7	24 heures	67.8	±0	68	+4	68	+3
8	tagesanzeiger.ch	67.5	±0	61	-3	74	+3
9	bernerzeitung.ch	66.5	-3	64	±0	69	-5
10	Berner Zeitung	65.4	-3	62	+1	68	-8
11	Basler Zeitung	65.3	+4	67	+2	64	+7
12	24heures.ch	64.3	+1	63	+6	66	-4
13	Aargauer Zeitung	64.3	±0	60	-2	69	+1
14	luzernerzeitung.ch	63.1	-1	57	-1	70	-2
15	St. Galler Tagblatt	62.8	-3	60	±0	65	-5
16	aargauerzeitung.ch	62.8		57		69	
17	bazonline.ch	62.7	+2	61	-3	64	+8
18	Le Nouvelliste	61.9	+1	57	±0	67	+1
19	Luzerner Zeitung	61.6	-4	57	-4	66	-5
20	tagblatt.ch	61.5	-1	59	+2	64	-4
21	Südostschweiz	60.9	-5	54	-7	68	-4
22	lenouvelliste.ch	57.4	+2	54	+6	61	-2
Sonntagszeitungen und Magazine							
1	WOZ – Die Wochenzeitung	79.3	+5	73	-1	85	+10
2	NZZ am Sonntag	79.0	+3	76	+3	82	+2
3	Weltwoche	75.3	+10	70	+4	80	+16
4	SonntagsZeitung	67.3	+2	61	+1	73	+2
5	Schweiz am Wochenende	66.3	+4	62	+4	70	+4
6	Le Matin Dimanche	64.0	+3	65	+9	64	-3
7	SonntagsBlick	58.7	+9	57	+9	60	+9
Boulevard- und Pendlerzeitungen							
1	watson.ch	61.7	+8	61	+11	62	+4
2	nau.ch	53.3		52		55	
3	Blick	51.2	+4	49	+6	54	+3
4	20minuten.ch	51.0	+2	51	+5	51	-2
5	20 Minuten	51.0	+1	53	+6	49	-4
6	blick.ch	50.8	+4	53	+8	49	±0
7	lematin.ch	49.8	-5	50	+2	50	-13
8	20 Minutes	49.2	+4	51	+11	48	-2
9	20minutes.ch	48.5	-1	51	+4	46	-6
Radio- und Fernsehsendungen							
1	SRF – Echo der Zeit	88.8	+4	84	+3	94	+5
2	SRF – Rendez-vous	82.8	+3	79	+2	86	+4
3	SRF – Tagesschau	79.1	±0	77	+1	81	-1
4	SRF – 10vor10	79.0	±0	76	±0	82	-1
5	RTS – Le 12h30	77.8	±0	78	+2	77	-1
6	RTS – Le Journal	75.3	-1	76	+3	75	-5
7	Léman Bleu – Le Journal	75.0	+11	78	+17	72	+6
8	rts.ch/info	71.6	-2	70	+3	73	-7
9	srf.ch/news	71.1	-5	64	-10	78	±0
10	Tele 1 – Nachrichten	65.1	+6	64	+10	66	+1
11	TeleBärn – News	63.8	+7	63	+9	65	+5
12	TeleZüri – News	61.7	+4	59	+9	65	-1
13	Tele M1 – Aktuell	58.4	+5	54	+13	63	-3

Tages- und Onlinezeitungen



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: Das Onlineangebote von Le Nouvelliste schneidet sowohl in der Befragung als auch in der Inhaltsanalyse im Segment der Tages- und Onlinezeitungen am schlechtesten ab.

Le Temps und Basler Zeitung als Aufsteiger

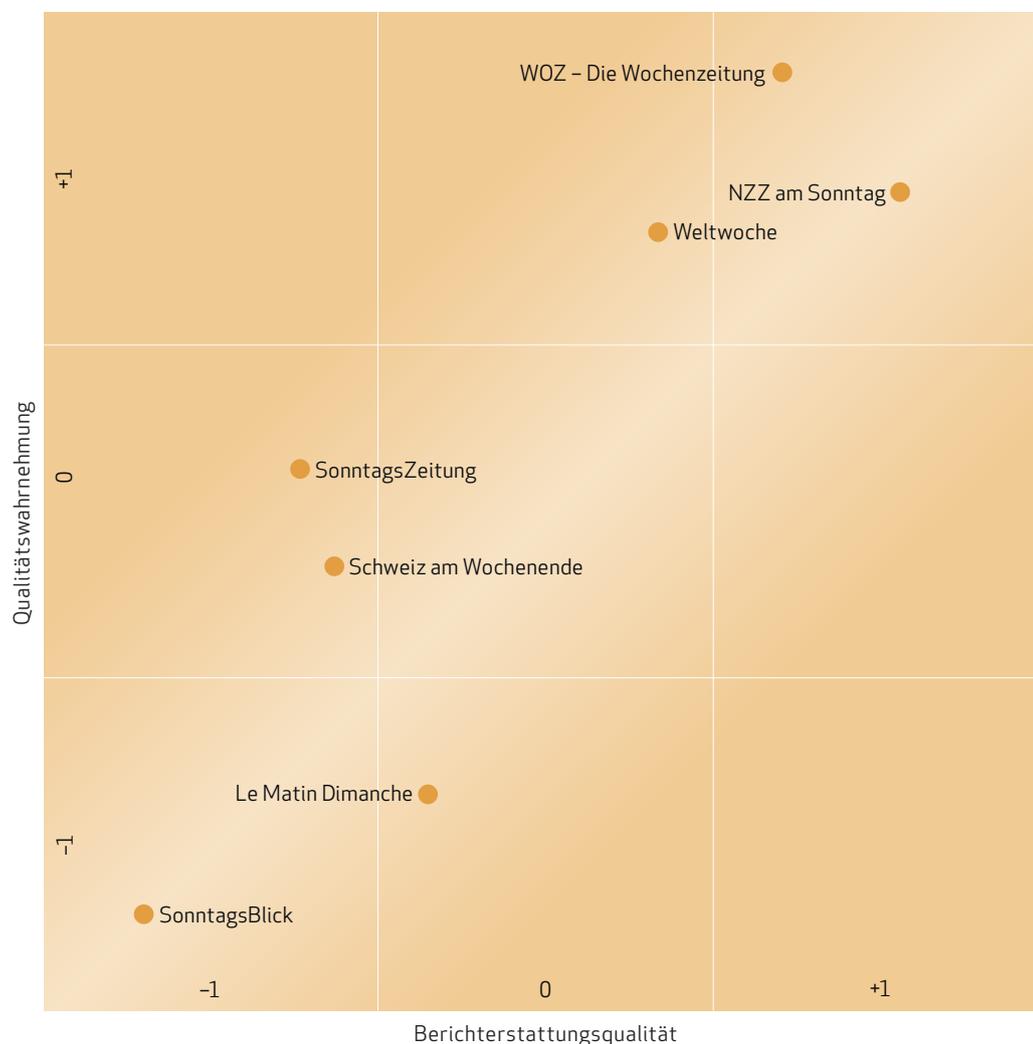
Die meisten Tages- und Onlinezeitungen haben sich in drei von vier Qualitätsdimensionen verbessert. Sie weisen eine höhere Relevanz auf, bieten mehr Einordnung und eine gestiegene Professionalität. Von dieser Entwicklung können aber nicht alle profitieren. Die Verluste in der Dimension der Vielfalt wiegen schwer. Gerade die eher regional orientierten Titel verlieren an Qualität.

Im Segment der Tages- und Onlinezeitungen sind sowohl die gedruckte als auch die Onlineausgabe von Le Temps, die seit 2021 im Besitz der Stiftung Aventinus sind, die Gewinner. Die Onlineseite letemps.ch bietet unter allen Tages- und Onlinezeitungen die höchste inhaltliche Qualität. In der Qualitätsbewertung durch das Publikum haben sowohl die gedruckte Ausgabe wie auch letemps.ch einen Schritt nach vorne gemacht. In der Gunst der Leserschaft sind allerdings die NZZ-Produkte an der Spitze. Somit bestätigt sich der Trend, dass die Onlineausgaben sich punkto Qualität den gedruckten Ausgaben angleichen, wenn auch Schwankungen existieren. Zudem kann eine zunehmende Qualitätsdiskrepanz zwischen wenigen sehr qualitäts-

starken Medienmarken und dem grossen Feld von Medienmarken von mittlerer bis guter Qualität identifiziert werden.

Die Basler Zeitung sowie die zugehörige Newssite bazonline.ch hatten in den Jahren zuvor mit einem Imageproblem zu kämpfen: Während die Berichterstattungsqualität gemäss Inhaltsanalyse solide gewesen ist, erlangten die Titel beim Publikum die mit Abstand schlechtesten Bewertungen. Beide Basler Titel konnten in der Qualitätswahrnehmung in diesem Jahr einen grossen Schritt nach vorne machen. Sie befinden sich zwar nach wie vor eher im hinteren Teil des Rankings, die Wahrnehmung der beiden Angebote hat sich aber normalisiert. Das gilt auch für die Berner Zeitung und den Bund. Deren Wahrnehmung hat sich ebenfalls normalisiert – aber in die umgekehrte Richtung als bei der Basler Zeitung. Letzte Ausgabe waren die Berner Medien die grossen Gewinner in der Qualitätswahrnehmung – vermutlich befeuert durch die Diskussionen um die Zukunft des Medienplatzes Bern. In dieser Ausgabe verlieren sie diesen Wahrnehmungsbonus und pendeln sich auf dem Niveau der vorherigen Jahre ein.

Sonntagszeitungen und Magazine



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 WOZ gewinnt mit hauchdünnem Vorsprung

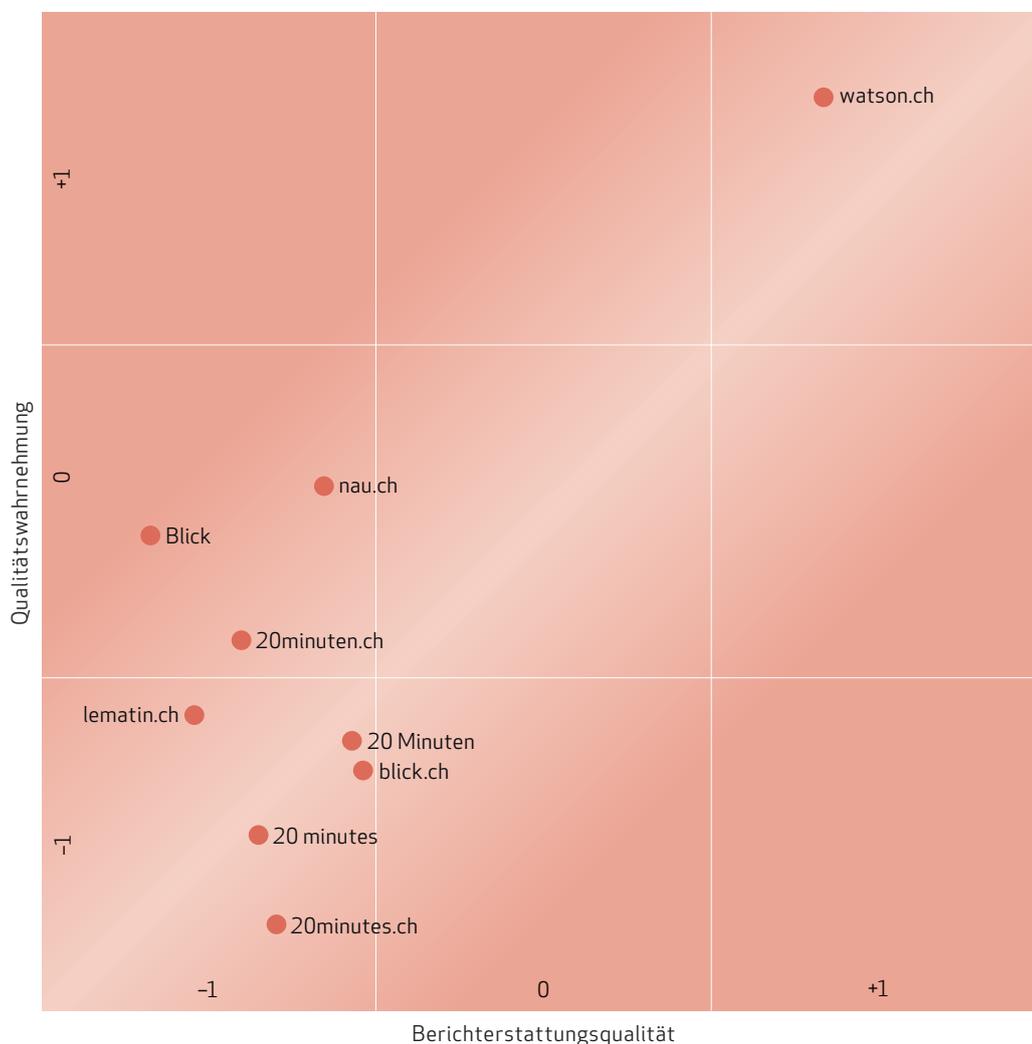
Alle untersuchten Sonntagszeitungen und Magazine erzielen einen höheren Gesamtscore als noch zwei Jahre zuvor. Die Aufschlüsselung der Scores nach den beiden Methoden der Inhaltsanalyse und Befragung zeigt zudem, dass bei fast allen sieben Medientiteln sowohl die Werte der Berichterstattungsqualität als auch der Qualitätswahrnehmung gestiegen sind.

Die Wochenzeitung WOZ und die NZZ am Sonntag stehen an der Spitze der Vergleichsgruppe. Die WOZ erreicht 79,3 von 100 Qualitätspunkten, die NZZ Sonntag kommt auf 79,0 Punkte. Obwohl die NZZ am Sonntag, die vor zwei Jahren noch die Vergleichsgruppe anführte, ihre Qualität von 76,0 auf 79,0 Punkte steigern konnte, reicht es für sie nicht für den erneuten Gruppensieg. Denn die WOZ hat in der Wahrnehmung ihres Publikums derart stark an Qualität gewonnen, dass sie sich von 74,6 auf 79,3 Punkte steigert. Die beiden Blätter punkten in unterschiedlichen Feldern: Während die WOZ beim Publikum am besten abschneidet, liegt die NZZ am Sonntag in der Berichterstattungsqualität vorn.

Dahinter folgen Weltwoche mit 75 Punkten und die SonntagsZeitung mit 67 Punkten. Die Schweiz am Wochenende und Le Matin Dimanche landen knapp dahinter mit 66 und 64 Punkten auf dem fünften und sechsten Rang. Hinten landet zwar der SonntagsBlick mit 59 Punkten, doch konnte dieser seinen Abstand zu den übrigen Titeln gegenüber 2020 verkürzen. Er verbessert sich in beiden Dimensionen um jeweils 9 Punkte.

Neben der WOZ schneiden auch die Weltwoche und der SonntagsBlick deutlich besser ab als noch zwei Jahre zuvor. Auffallend sind die hohen Zugewinne in der Publikumsbefragung bei der Weltwoche (+16 Punkte) und der WOZ (+10 Punkte). Hier zeigt sich einmal mehr, dass beim MQR die redaktionelle Linie und die gemessene Medienqualität unabhängig voneinander sind. Zudem zeigt das Rating, dass in turbulenten Zeiten Medien mit klarem publizistischem Profil offenbar geschätzt werden.

Boulevard- und Pendlerzeitungen



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.

Lesbeispiel: 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 Newssite watson.ch liegt deutlich vorn, lematin.ch fällt zurück
Sämtliche Boulevard- und Pendlerzeitungen konnten ihre Berichterstattungsqualität in den letzten beiden Jahren steigern. Den höchsten Gesamtwert erzielt die Newssite watson.ch. Das Zürcher Newsportal hat sowohl die höchste Berichterstattungsqualität als auch die höchste Qualität in der Wahrnehmung des Publikums. Dem eigenen Anspruch, Nachrichten «ohne Bla Bla» zu liefern, entspricht watson.ch stärker denn je. Im Juni 2022 wurde bekannt gegeben, dass watson.ch neu in das Medienunternehmen CH Media integriert wird. Es bleibt zu hoffen, dass watson.ch seinen Höhenflug auch unter veränderten Rahmenbedingungen fortsetzt.

Als Warnung, wie schnell ein Höhenflug stoppen kann, kann lematin.ch dienen. Der Gruppenleader von 2020 fällt auf den siebten Rang zurück. Während alle übrigen Boulevard- und Pendlerzeitungen gegenüber 2020 ihre Qualität steigern konnten, verliert lematin.ch im gleichen Zeitraum fünf Punkte. In der Kombination führt dies zu einem drastischen Absturz im Ranking.

Einen positiven Trend weisen auch der Blick und blick.ch auf. Die beiden Ringier-Angebote konnten ihre Qualitätscores mit jeder MQR-Ausgabe steigern und erreichen neue persönliche Bestwerte. 20 Minuten und 20minuten.ch können ihre Qualität zwar nicht steigern, aber ein Qualitätseinbruch ist auch hier nicht festzustellen. Trotz der positiven Entwicklung bleiben die Boulevard- und Pendlerzeitungen aber im Gesamtranking weiterhin auf den hinteren Rängen.

Die beiden Qualitätsaufsteiger watson.ch und blick.ch haben 2021 in der Suisse romande jeweils ein französischsprachiges Angebot lanciert. Interessant ist auch, ob sich diese beiden Angebote langfristig etablieren können. Die Nutzungszahlen sehen momentan vielversprechend aus.

Radio- und Fernsehsendungen



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.

Lesbeispiel: Le Journal von Léman Bleu schneidet in der Vergleichsgruppe der «Radio- und Fernsehsendungen» in der Inhaltsanalyse überdurchschnittlich gut ab.

Einige SRG-Titel sind eine Klasse für sich

Zu der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen zählen acht Medientitel der SRG, sechs Sendungen und die beiden Newssites srf.ch/news und rts.ch/info sowie fünf Sendungen von privaten Regionalsendern. Die Qualität der SRG-Sendungen ist hoch. An der Spitze liegt – wie in den drei Messperioden zuvor – die Radiosendung Echo der Zeit, die ihren Ruf als Flaggschiff des Schweizer Radios einmal mehr bestätigt. Mit Abstand folgen die SRF-Sendungen Rendez-vous und dann auch 10vor10 und Tagesschau. Etwas dahinter befinden sich die RTS-Sendungen Le 12h30 und Le Journal. Die Newssites rts.ch/info und srf.ch/news positionieren sich ziemlich genau im Durchschnitt.

Ein durchweg erfreuliches Bild zeigt sich bei den privaten Informationssendungen. Die Informationssendungen von Léman Bleu, Tele 1, TeleBärn, TeleZüri und Tele M1 konnten allesamt ihre Gesamtscores verbessern – und zwar in allen Dimensionen. Le Journal von Léman Bleu ist zudem Aufsteigerin des Jahres. Die fünf untersuchten Nachrichtensendungen des regionalen Privatfernsehens unterscheiden sich jedoch stark voneinander. Während Le Journal von Léman Bleu mit einigen SRG-Programmen mithalten kann, ist die Qualität der

Deutschscheizer Titel tiefer. Das Publikum schätzt die Qualität dieser Deutschscheizer Programme ähnlich ein. Die Inhaltsanalyse zeigt allerdings eine etwas höhere Qualität bei den Tele 1 – Nachrichten und den News von TeleBärn.

Zwar ist der Qualitätsabstand zwischen Informationsangeboten des öffentlichen und des privaten Rundfunks nach wie vor gross. Die in Bezug auf ihre Ressourcen komfortabel ausgestatteten SRG-Nachrichtensendungen bilden nach wie vor die Leuchttürme der Qualität in der Schweizer Medienlandschaft. Doch in der mehrsprachigen und kleinräumigen Schweiz hat der Privatrundfunk eine hohe lokalregionale Bedeutung, die keinesfalls unterschätzt werden darf. Vor diesem Hintergrund ist es sehr erfreulich, dass die privaten Sendungen ihre Qualität deutlich verbessern konnten – gerade während der Coronapandemie.

Gesellschaftliche Wirkung durch Politik- und Wirtschaftsberichterstattung

Mit Qualität allein erzielen Medientitel keine gesellschaftliche Wirkung. Sie müssen auch rezipiert und ihre Beiträge müssen verstanden werden. Nur so können sie Wirkung erzielen, also einen sogenannten Impact haben. Deshalb wird das Medienrating um eine Kennzahl ergänzt: Der neue Impact-Score weist die Wirkstärke von 51 deutsch- und französischsprachigen Medientiteln aus, die diese auf die Meinungs- und Willensbildung ausüben. Entwickelt, durchgeführt und ausgewertet wurde diese Vertiefungsstudie an der Universität Fribourg und der Hochschule Luzern. Der neue Impact-Score fokussiert auf Politik- und Wirtschaftsberichterstattung. In die Berechnung fliessen zu gleichen Teilen zwei Faktoren ein:

- **Erster Faktor: Impact durch Reichweite und Nutzungshäufigkeit**
Politische und wirtschaftliche Berichterstattung, die nicht gelesen, geschaut oder gehört wird, kann keinen Einfluss haben. Eine hohe Reichweite und eine hohe Nutzungshäufigkeit sind notwendig, damit die Berichterstattung überhaupt wahrgenommen und die Aufmerksamkeit der Bevölkerung gewonnen wird.
- **Zweiter Faktor: Impact durch Informations- und Verständnis-gewinn**
Es reicht nicht aus, zu den Köpfen der Menschen vorzudringen. Die politische und wirtschaftliche Berichterstattung einzelner Medientitel muss in diesen Köpfen auch etwas bewirken. Erst wenn die Menschen einen Informations- und Verständnisgewinn haben, kann von einem gesellschaftlichen Impact gesprochen werden.

Zur Messung wurden zusätzliche Elemente in die repräsentative Bevölkerungsbefragung des allgemeinen Medienqualitätsratings eingebunden. Insgesamt nahmen 3630 Personen an der Befragung teil, davon 2728 in der Deutschschweiz und 902 in der Suisse romande. Da die Werte der beiden Faktoren unterschiedlichen Skalen und Verteilungen folgen, wurden sie zunächst in eine statistisch universelle Masseinheit umgerechnet. Auf diese Weise ist es möglich, beide

Faktoren je hälftig in den Impact-Score einfließen zu lassen. Anschliessend wurden sie mit einer einfachen linearen Transformation auf die gängige MQR-Skala angepasst, die von 0 (niedrigster Wert) bis 100 (höchster Wert) reicht, damit die Werte intuitiv interpretierbar sind.

Bei den Ergebnissen zeigt sich, dass die SRG-Titel die Gesamtliste klar anführen. Acht von zehn Medientiteln mit den höchsten Impact-Scores gehören zu RTS und SRF. An der Spitze stehen die Tagesschau und das französischsprachige Pendant Le Journal. Mit einigem Abstand folgen die Sendungen 10vor10, die Newssites rts.ch/info und srf.ch/news und das Mittagsmagazin Le 12h30.

Bei den Tages- und Onlinezeitungen fällt auf, dass sich die Print- und Onlineausgaben kaum hinsichtlich der Reichweite und Nutzungshäufigkeit unterscheiden. Bei den Sonntagszeitungen und Magazinen kann sich die NZZ am Sonntag an die Spitze setzen, obwohl Le Matin Dimanche und die Sonntagszeitung eine höhere Reichweite und Nutzungshäufigkeit haben. Denn die NZZ am Sonntag hat einen Spitzenwert beim empfundenen Informations- und Verständnisgewinn. Die Onlineausgaben 20minutes.ch und 20minuten.ch führen deutlich die Gruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen an. Diese Medientitel punkten vor allem über die Reichweite und Nutzungshäufigkeit, der Informations- und Verständnisgewinn wird als vergleichsweise gering empfunden. In der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen lohnt sich ein differenzierterer Blick auf die regionalen Nachrichtensendungen. In dieser Gruppe führt das Journal von Léman Bleu, das einen bemerkenswert hohen Wert beim vermuteten Informations- und Verständnisgewinn erzielt – sogar noch vor dem Journal auf RTS. TeleZüri ist der Regionalsender mit der höchsten Reichweite.

Abschliessend sei angemerkt, dass ein hoher Impact-Score zwar für einzelne Medientitel erfreulich, auf gesellschaftlicher Ebene aber eine Konzentration an Meinungs- und Willensbildungskraft bedenklich ist. Vor diesem Hintergrund wären die hohen Werte der SRG-Medientitel zu diskutieren. Während die einen vielleicht die hohe Impact-Konzentration an der Spitze kritisieren, sehen die anderen darin womöglich die Systemrelevanz der SRG-Titel.

Mediantitel	Medienunternehmen	Impact-Score	Faktor 1: Reichweite und Nutzungshäufigkeit	Faktor 2: Informations- und Verständnisgewinn
Tages- und Onlinezeitungen				
Neue Zürcher Zeitung	NZZ-Mediengruppe	60.6	20.0	4.2
Le Temps	Stiftung Aventinus	54.3	23.6	4.0
nzz.ch	NZZ-Mediengruppe	48.1	19.3	3.9
Tages-Anzeiger	TX Group	44.3	22.4	3.8
letemps.ch	Stiftung Aventinus	43.9	22.3	3.8
tagesanzeiger.ch	TX Group	41.4	22.0	3.7
24 heures	TX Group	36.5	27.2	3.5
24heures.ch	TX Group	33.5	25.7	3.5
Der Bund	TX Group	37.0	6.6	3.9
bernerzeitung.ch	TX Group	27.0	7.4	3.6
luzernerzeitung.ch	CH Media	26.4	7.9	3.6
Berner Zeitung	TX Group	25.5	8.2	3.6
Luzerner Zeitung	CH Media	24.6	9.7	3.5
Aargauer Zeitung	CH Media	24.4	6.7	3.6
Basler Zeitung	TX Group	21.3	6.1	3.5
Le Nouvelliste	Groupe Hersant Média	20.4	23.4	3.2
tagblatt.ch	CH Media	19.0	5.6	3.5
bazonline.ch	TX Group	19.0	6.3	3.5
St. Galler Tagblatt	CH Media	18.8	7.3	3.4
aargauerzeitung.ch	CH Media	16.3	5.8	3.4
Südschweiz	Somedia	15.1	7.5	3.4
lenouvelliste.ch	Groupe Hersant Média	12.9	21.7	3.1

Sonntagszeitungen und Magazine

NZZ am Sonntag	NZZ-Mediengruppe	48.7	17.7	4.0
SonntagsZeitung	TX Group	38.7	20.7	3.7
WOZ – Die Wochenzeitung	Genossenschaft Infolink	37.5	4.9	3.9
Weltwoche	Weltwoche Verlags AG	34.3	9.3	3.8
Le Matin Dimanche	TX Group	28.9	31.8	3.3
SonntagsBlick	Ringier	18.3	17.7	3.3
Schweiz am Wochenende	CH Media	(14.6)	(7.9)	3.3

Boulevard- und Pendlerzeitungen

20minutes.ch	TX Group	41.5	81.8	2.7
20minuten.ch	TX Group	35.0	70.5	2.7
20 Minutes	TX Group	30.8	64.7	2.7
Blick	Ringier	25.6	35.5	3.1
watson.ch	CH Media	24.8	33.1	3.1
20 Minuten	TX Group	22.3	55.6	2.7
blick.ch	Ringier	18.9	46.6	2.8
lematin.ch	TX Group	17.5	39.3	2.9
nau.ch	Nau media AG	5.0	23.3	2.9

Radio- und Fernsehsendungen

RTS – Le Journal	SRG SSR	90.0	88.8	3.7
SRF – Tagesschau	SRG SSR	89.1	75.8	3.9
SRF – 10vor10	SRG SSR	73.7	55.4	3.9
rts.ch/info	SRG SSR	71.9	68.1	3.6
srf.ch/news	SRG SSR	69.8	59.8	3.7
RTS – Le 12h30	SRG SSR	62.5	46.4	3.8
SRF – Echo der Zeit	SRG SSR	59.7	22.4	4.1
SRF – Rendez-vous	SRG SSR	47.9	15.8	4.0
Léman Bleu – Le Journal	TV Léman Bleu SA	37.3	9.9	3.8
TeleZüri – News	CH Media	24.0	20.5	3.3
Tele 1 – Nachrichten	CH Media	14.7	7.1	3.4
TeleBärn – News	CH Media	12.5	7.8	3.3
Tele M1 – Aktuell	CH Media	5.0	7.6	3.1

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 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. 2020 wurde Dr. Rena Zulauf, Rechtsanwältin und Lehrbeauftragte für Medien- und Kommunikationsrecht, in den Vorstand gewählt und 2021 Ingrid Deltenre, ehemalige Direktorin des Schweizer Fernsehens SRF.

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 Rating-institution 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 5 000 und 30 000 beisteuern.

Folgende Donatorinnen und Donatoren unterstützen das vierte Qualitätsrating:

Adecco
AMAG
Avenira Stiftung
Denner AG
Julius Bär AG
Mediaschneider AG
Novartis International AG
Swiss Re AG



Wissenschaftliche Teams

Modul: Berichterstattungsqualität

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

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.

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

© 2022 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
www.cqm-suisse.ch

www.mqr-schweiz.ch

Modul: Qualitätswahrnehmung

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

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

Dr. Sonja Heller ist Dozentin am Institut für Kommunikation und Marketing (IKM) der Hochschule Luzern.

fög
Forschungszentrum
Öffentlichkeit und Gesellschaft



UNI
FR
UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

HSLU Hochschule
Luzern