

MQR-18

Medienqualitätsrating 2018

Tages- und
Onlinezeitungen

Sonntagszeitungen
und Magazine

Boulevard- und
Pendlerzeitungen

Radio- und
Fernsehsendungen



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7	Boulevard- und Pendlerzeitungen	50
Qualitätsverständnis und Vorgehen	8	20 Minuten	52
Methodik	10	20minuten.ch	53
«Jahrbuch» und «Medienqualitätsrating»	11	Blick	54
Ergebnisse	12	blick.ch	55
Beispielseite	13	watson.ch	56
Die Ergebnisse auf einen Blick	14	20 minutes	57
Gruppenranking	16	20minutes.ch	58
Tages- und Onlinezeitungen	18	Le Matin	59
Aargauer Zeitung	20	lematin.ch	60
Basler Zeitung	21	Radio- und Fernsehsendungen	62
bazonline.ch	22	SRF - 10vor10	63
Berner Zeitung	23	SRF - Echo der Zeit	64
bernerzeitung.ch	24	SRF - Rendez-vous	65
Der Bund	25	SRF - Tagesschau	66
Luzerner Zeitung	26	srf.ch/news	67
luzernerzeitung.ch	27	Tele 1 - Nachrichten	68
Neue Zürcher Zeitung	28	TeleBärn - News	69
nzz.ch	29	Tele M1 - Aktuell	70
St. Galler Tagblatt	30	TeleZüri - ZüriNews	71
tagblatt.ch	31	Léman Bleu - Le Journal	72
Südostschweiz	32	RTS - Le 12h30	73
Tages-Anzeiger	33	RTS - Le Journal	74
tagesanzeiger.ch	34	rts.ch/info	75
24 heures	35	Anhang	76
24heures.ch	36	Anhang: Auswertung - Vertrauen in Medientitel	77
Le Nouvelliste	37	Anhang: Methodik Analysesteckbrief	78
lenouvelliste.ch	38	Anhang: Mediensample und Fallzahlen	79
Le Temps	39	Anhang: Methodik Befragung	80
letemps.ch	40	Anhang: Methodik Inhaltsanalyse	83
Sonntagszeitungen und Magazine	42	Wissenschaftliche Teams	88
NZZ am Sonntag	43	Stifterverein	89
Schweiz am Wochenende	44	Impressum	90
SonntagsBlick	45		
SonntagsZeitung	46		
Weltwoche	47		
WOZ Die Wochenzeitung	48		
Le Matin Dimanche	49		

Dies ist die zweite Ausgabe der Bestenliste der Schweizer Informationsmedien. Das Medienqualitätsrating MQR-18 analysiert und bewertet die Qualität der 50 reichweitenstärksten Informationsmedien aus der Deutschschweiz und der Suisse romande in den Gattungen Presse, Radio, Fernsehen, Online – insgesamt sind es sieben Titel mehr im Vergleich zur Erstausgabe.

Das Rating misst die Berichterstattungsqualität mit einem inhaltsanalytischen Verfahren und die Qualitätswahrnehmung mit Hilfe einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Diese zweifache Medienqualitätsmessung ist national wie international einmalig.

Neu sind die Ergebnisse aus den beiden aufeinander abgestimmten Erhebungen zu einem Gesamtscore zusammengeführt, der sowohl die inhaltliche Qualität des Mediums als auch seine Qualitätswahrnehmung beim Publikum umfasst.

Geblichen ist der Anspruch: Das Medienqualitätsrating (MQR) will die Medienqualität in der Schweiz fördern und das Qualitätsbewusstsein sowohl bei den Medien selbst als auch bei deren Nutzerinnen und Nutzern stärken. Die Qualität der Informationsmedien bleibt elementar für die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit relevanten Themen. Medienqualität schlägt sich direkt in der Qualität des demokratischen Diskurses nieder. Dem MQR liegt deshalb ein Qualitätsverständnis zugrunde, das den gesellschaftlichen Nutzen des Journalismus in den Mittelpunkt stellt.

MQR-18 zeigt gegenüber der Ausgabe von 2016 signifikante Unterschiede, was angesichts der sich rasch wandelnden Medienszene wenig erstaunt. 15 der untersuchten 50 Informationsmedien büssen in der Berichterstattungsqualität gegenüber 2016 an Qualitätspunkten ein, nur 4 verbessern sich. Die Leuchttürme des Schweizer Qualitätsjournalismus haben jedoch nichts von ihrer Qualität eingebüsst.

Bemerkenswert ist, dass in den Augen der Bevölkerung die Informationsangebote der SRG an Qualität und Vertrauen hinzu gewonnen haben, etwa die Sendungen Le 12h30 und Rendez-vous. Allem Anschein nach war die intensive Debatte über die Initiative für die Abschaffung der Rundfunkgebühren (No Billag) dem öffentlichen Ansehen der SRG eher zu- als abträglich.



Das goldene Q erhalten die jeweiligen Gruppensieger sowie jenes Medium, das gegenüber 2016 am meisten Qualitätspunkte dazugewonnen hat.

Gruppensieger 2018:

- Neue Zürcher Zeitung und Le Temps (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 2018:

- SRF – Rendez-vous

Die grössten Qualitätseinbussen lassen sich bei den regionalen Abonnementszeitungen beobachten. So erzielten 24 heures (-8), die Berner Zeitung (-6) und die Aargauer Zeitung (-6) deutlich weniger Qualitätspunkte als noch vor zwei Jahren. Ausschlaggebend sind der weniger ausgewogene Themenmix sowie eine rückläufige Hintergrundberichterstattung – es ist ein Verlust an Vielfalt und Einordnungsleistung. Der Spardruck in den Printredaktionen hinterlässt offensichtlich seine Spuren. In der Qualitätswahrnehmung der Bevölkerung schlägt sich das indessen (noch?) nicht nieder.

Es gibt aber auch bemerkenswerte Entwicklungen auf der positiven Seite. Gegenüber 2016 hat der Sonntagsblick seinen Score in der Berichterstattungsqualität um 6 Punkte verbessert. Das ist erwähnenswert, da vor der letzten Erhebungsperiode im Hause Ringier der Newsroom eingerichtet worden war, aus dem alle Titel bespielt wurden. Die Chefredaktion und ein Rumpfteam mussten sich jeweils ab Donnerstag um personelle Ressourcen und Storys für den Sonntag balgen – heute gibt es wieder ein eigenständiges Redaktionsteam, was sich in Bezug auf die Qualität offensichtlich bezahlt macht.

Die Printausgabe von Le Matin hat die Tamedia AG kurz nach Abschluss der Erhebungen fürs MQR-18 eingestellt und ist dafür heftig kritisiert worden. In der Gruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen steht die Onlineausgabe von lematin.ch auf dem Siegerpodest. Lematin.ch erreicht in beiden Dimensionen mehr Punkte als die bisherige Printausgabe. Das ist ein Versprechen für die Zukunft. Und watson.ch, das Online-Prestigeprojekt von Verleger Peter Wanner, liegt mit dem Gruppensieger lematin.ch praktisch gleichauf.

Qualität ist keine Frage von analog oder digital, sondern von Strategien und Investitionen der Verlagshäuser. Qualitätsjournalismus ist ein gesellschaftlicher Auftrag. Dies will der Stifterverein Medienqualität Schweiz mit diesem Rating unterstreichen.

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 2018

Andreas Durisch,
Gründungsmitglied Stifterverein 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 2018 wurden 50 Medientitel der Gattungen Presse, Radio, Fernsehen sowie aus dem Onlinesegment berücksichtigt, das sind 7 mehr gegenüber der ersten Ausgabe aus dem Jahr 2016. Um die Privatrundfunklandschaft besser abzudecken, wurden die Hauptnachrichtensendungen von Tele 1, Tele M1 und TeleBärn aufgenommen. Ebenso sind nun auch die Ostschweiz mit dem St. Galler Tagblatt samt Onlineausgabe sowie Bern noch vollständiger mit dem Bund Teil der Untersuchung. Schliesslich wurde WOZ Die Wochenzeitung der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine hinzugefügt.

Es wurden ausschliesslich 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 in der Schweiz 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 jeweiligen Onlineausgaben. Sie umfasst insgesamt 21 Medientitel: 24 heures, 24heures.ch, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, bazonline.ch, Berner Zeitung, bernerzeitung.ch, Le Temps, letemps.ch, Le Nouvelliste, lenouvelliste.ch, Luzerner Zeitung, luzernerzeitung.ch, Neue Zürcher Zeitung, nzz.ch, Tages-Anzeiger, tagesanzeiger.ch, Südostschweiz. Neu aufgenommen wurden der Bund, das St. Galler Tagblatt sowie tagblatt.ch.
- **Vergleichsgruppe 2: Sonntagszeitungen und Magazine.**
Die zweite Gruppe umfasst wöchentlich erscheinende Presseerzeugnisse, d.h. die Sonntagszeitungen und die Magazine. Es handelt sich hier um Informationsmedien, die typischerweise auf Einordnung 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. Neu aufgenommen wurde WOZ Die Wochenzeitung.

- **Vergleichsgruppe 3: Boulevard- und Pendlerzeitungen.**
Die dritte Gruppe rekrutiert sich aus Boulevard- und Pendlerzeitungen mit ihren Print- und Onlineausgaben. watson.ch wechselt aus der Vergleichsgruppe 1 zu den Boulevard- und Pendlerzeitungen. Dies sind zumeist sehr reichweitenstarke Angebote, die auf rasch konsumierbare News sowie auf Unterhaltung spezialisiert sind. Die Gruppe umfasst insgesamt 9 Medientitel: 20 Minuten, 20minutes.ch, 20 minutes, 20minutes.ch, Blick, Blick.ch, Le Matin, lematin.ch, 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. 6 Radio- und Fernsehsendungen der SRG SSR, die beiden SRG SSR-Onlineportale sowie 5 Informationssendungen eines nicht konzessionierten und eines konzessionierten, gebührenunterstützten Privatfernsehprogramms: 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. Neu aufgenommen wurden die Hauptnachrichtensendungen von Tele 1, Tele M1 und TeleBärn.

Dem Projekt liegt ein demokratietheoretisch begründeter Qualitätsbegriff zugrunde. Demzufolge bemisst sich 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?
- **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 demokratiethoretische 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 Untersuchungs-jahr verteilten Stichprobe untersucht. Verantwortlich für dieses Modul ist das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (Prof. Dr. Mark Eisenegger und Team).

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 unter Mitarbeit von Dr. Philipp Bachmann vom Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich. 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.

Methodisches Vorgehen: Modul Berichterstattungsqualität

Die Berichterstattungsqualität wird anhand einer Inhaltsanalyse von 50 ausgewählten Medientiteln gemessen.

Aus der Gesamtberichterstattung der Medientitel im Untersuchungsjahr 2017 wird eine repräsentative Stichprobe von 20931 Beiträgen gezogen, wobei jeder Beitrag von geschulten Codierern nach wissenschaftlichen Konventionen codiert wird (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. Damals flossen insgesamt 18365 aus insgesamt 43 Medientiteln in die Analyse ein. Untersuchungszeitraum war das Jahr 2015.

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 Indikatoren inhaltliche und geografische Vielfalt bestimmt, die 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).

Methodisches Vorgehen: Modul Qualitätswahrnehmung

Die Qualitätswahrnehmung wird – wie bereits im ersten Bericht aus dem Jahr 2016 – anhand einer Onlinebefragung gemessen, mit deren Durchführung das Marktforschungsinstitut GfK Switzerland beauftragt wurde. Im Februar und März 2018 wurden 2169 repräsentativ ausgewählte Personen aus der Deutschschweiz und der Suisse romande befragt, wie sie 50 Medientitel in Bezug auf Qualität und Vertrauen einschätzen. Um Veränderungen über die Zeit feststellen zu können, wurde die Befragung auf die gleiche Weise wie 2016 durchgeführt – damals wurden 1613 Personen zu 43 Medientiteln befragt.

Da man nur Dinge bewerten kann, die man auch kennt, geben die Teilnehmer zunächst an, welche der 50 Medientitel ihnen jeweils 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. 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).

Auch wenn es sich um eine Onlinebefragung handelt, kann die Bevölkerungsstichprobe als repräsentativ für die Deutschschweiz und die Suisse romande gelten, da mehr als 90% der Bevölkerung Onlinezugang haben. Auf eine erneute Befragung von Medienexperten, wie sie im vorherigen MQR aus dem Jahr 2016 enthalten ist, wurde diesmal verzichtet, da die Stichprobe zu klein gewesen wäre, um aussagekräftige Analysen durchführen zu können.

Einzig bei der Ergebnisdarstellung wurde eine Anpassung gegenüber der vorherigen Ausgabe vorgenommen, um die Lesbarkeit zu vereinfachen: Die Indikatoren werden neu 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).

Methodisches Vorgehen: Verrechnung der zwei Methoden

Im ersten MQR aus dem Jahr 2016 konnte gezeigt werden, dass die Ergebnisse der beiden Methoden Bevölkerungswahrnehmung und Inhaltsanalyse in hohem Masse korrelieren. Dies bedeutet, die inhaltsanalytisch erfassten Qualitätswerte decken sich stark mit den unabhängig gemessenen Befragungsdaten.

Vor diesem Hintergrund wurden für die vorliegende Publikation die jeweiligen Scores aus den beiden Erhebungsmethoden zu einem Gesamtscore zusammengefasst. Die Verrechnung erfolgt durch eine Mittelwertbildung aus dem Befragungsanalyse-Score und dem Inhaltsanalyse-Score. 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 im Anhang.

«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 – Forschungsinstitut 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 – Forschungsinstitut 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 sind das Jahrbuch- und das Medienqualitätsrating-Projekt komplementär zueinander. Sie ergänzen sich auf sinnvolle Weise.

MQR-18

Medienqualitätsrating 2018

Tages- und
Onlinezeitungen

Sonntagszeitungen
und Magazine

Boulevard- und
Pendlerzeitungen

Radio- und
Fernsehsendungen

Ergebnisse

1 **Muster Zeitung**

2

3 **Freibergesellschaft** Muster AG

Kontrollleur	Musterverlag	Politik	40%
Verleger	Hans Muster	Wirtschaft	25%
Chefredaktor	Peter Muster	Kultur	15%
Durchschweife 2017	100000	Sport	10%
		Human Interest	10%

4

5 **Titel** *Catature, aborro tores dest, sum landae doluptatquae comnita quundi ad unt pero dolute doluptas vent incuntum int labo. At imolore sanda incio. Sam quoepro vitibus pellitatta secepta doluptasperere nonsequi quas doloria ndita tur aut essecto to tecto is nonsequiat quid explique que lab ipsum quibus estiatenist evenia sae.*

6 **um landae doluptatquae comnita quundi**

- Estium ut quam elis eatibus. Em facea diasse volorehendit pro consequo cullecepe num eos eicient. Repudi ipsum illiquas unt resequaturia dolorrum enist utem core, quatur ra iliquisciet elesci officitate molo mo illicmagnis nonsed ex eos a abo.
- Aborae maximus et precieit volore re est molese ne plam faces dem eost exerupt asperios aut opti nem fuga. Dolupta con non ped que pa nobit aquo tem rae corem culliquae pore venteniseque dis invenim im volute eossunt res doluptatur tore lanis autem ut autatur suntiosam apit dolore qui tentota quibus nihicae tam lam ullaut di blaut mi, sunt albus.
- Dar em acest earc it iline to delic itatus qui optae et pro bea vendam que net aut officiosam quis consero magnim estibeatur, Udae pelignam nullabo. Et audaes etur simodi to temperit, quiditunt a non comnist ernatent illicimporum fuga. Et veleseq uodiam que qui unt es aut acestiatque erfrenatem fugit, nos magniscienis magnatisqui sunt.

7 **Rating**

Gesamtqualität 2018	66
Relevanz 2018	63
Vielfalt 2018	63
Einordnungsleistung 2018	63
Professionalität 2018	76

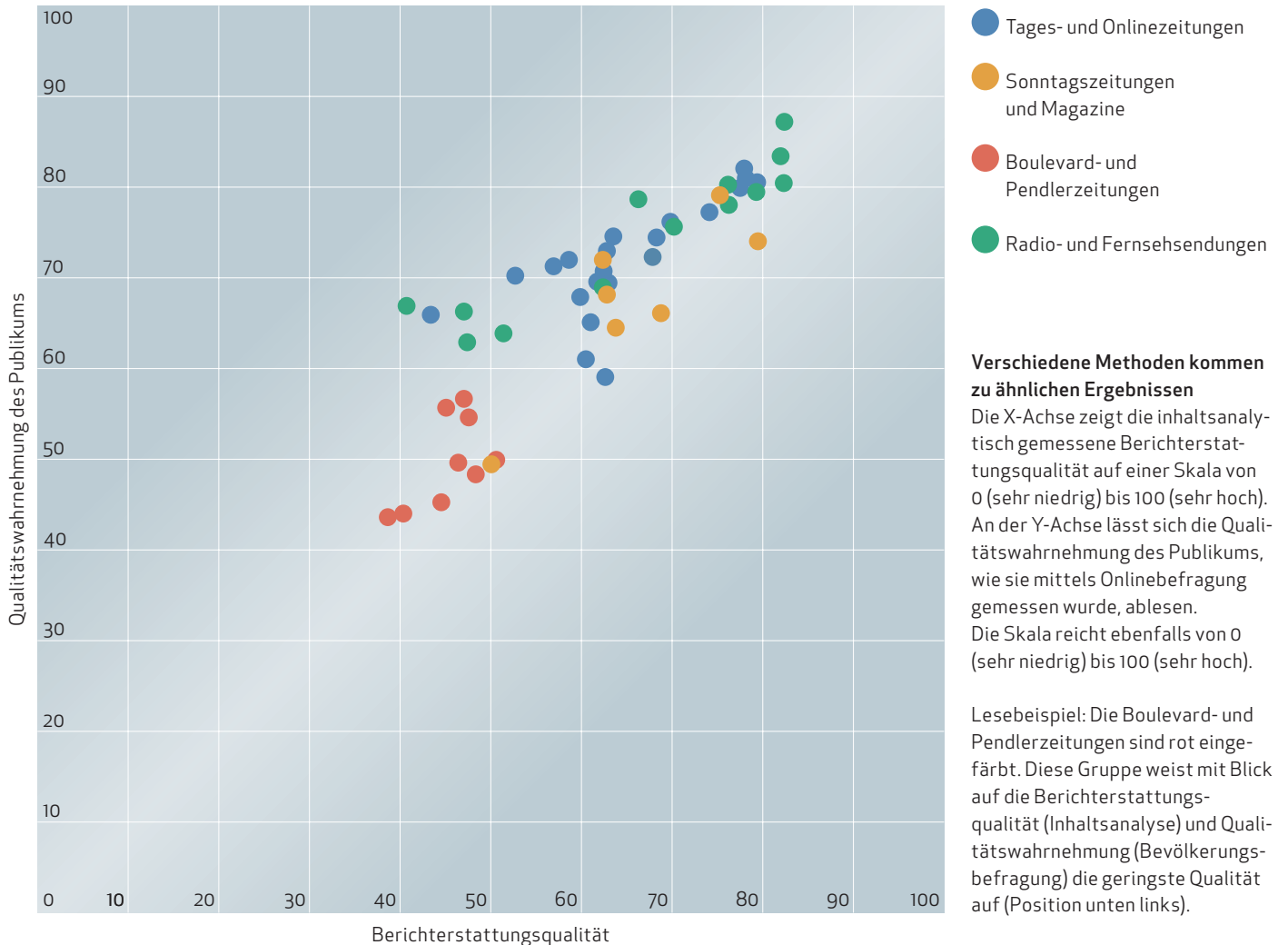
8 *Lesebeispiel: Nullupta conedit voluptatquae nissi ullam apiduci entior sint ut quibus vero modit este ist, exere soluptatem que alias ent occus, odictur.*

9 **Qualität im Vergleich**

10 *Lesebeispiel: Maion comnis etu cullam eos ellumeniatu re la dollis et, simiores diton porporem ex eveni doluptatqui audict to tatepo sticisicis aut quam harcid moistis volupcicatio es rempora.*

- Name des Medientitels.
- Das goldene Q erhält derjenige Titel, der am meisten Qualitätspunkte erzielt im Gesamtrating.
- Steckbrief des Medientitels (Quellen Reichweitezahlen: WEMF Mach Basic (Durchschnittswert 2017-2 und 2018-1) (cRR); NET-Matrix Profile (Durchschnittswert 2017-2 und 2018-1) (UUpD); Mediapulse 2017.
- Inhaltliche Schwerpunktsetzungen. Die Grafik zeigt die Verteilung der Beiträge in % auf die dargestellten Themenbereiche (vgl. Methodik Inhaltsanalyse).
- Bei den Profilen handelt es sich um Selbstdeklarationen der Medien. Als Quellen dienten die offiziellen Websites, Social Media-Kanäle und Geschäftsberichte.
- In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Befunde kurz zusammengefasst.
- Die Verrechnung der Qualitätspunkte aus Inhaltsanalyse und Befragung ermöglicht die Bewertung der Gesamtqualität sowie der einzelnen Qualitätsdimensionen: Die Skala reicht von 0 bis 100.
- Legende und Lesebeispiel.
- 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.
- Legende und Lesebeispiel.

Die Ergebnisse auf einen Blick



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 50 Medientitel, die eine journalistische Berichterstattung aufweisen, untersucht: Boulevard-, Online-, Pendler- und Sonntagszeitungen, Magazine, Onlinesites sowie Radio- und Fernsehsendungen.

Einteilung in vier Gruppen

Doch wie lassen sich einzelne 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» trägt den Merkmalen der Gattung, Erscheinungszyklus und Ausrichtung, Rechnung und soll den Leserinnen und Lesern Orientierung bieten.

Das Publikum bestätigt demokratiethoretisches Qualitätsverständnis

Die Ergebnisse der Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse) und der Qualitätswahrnehmung des Publikums (Onlinebefragung) korrelieren – wie bereits im MQR-16 – stark. Das bedeutet: In der Regel wird ein Medientitel, dessen Berichterstattung eine hohe inhaltliche Qualität aufweist, auch von den Befragten als qualitativ hochwertig eingeschätzt – und umgekehrt. Am besten schneiden erneut die öffentlich-rechtlichen Rundfunksendungen ab (z.B. Echo der Zeit, 10vor10), am schlechtesten die privaten Boulevard- und Pendlerzeitungen (z.B. blick.ch oder 20 minutes) – ganz gleich ob Online oder Print. Dazwischen ordnen sich die Titel aus den Gruppen der Tages- und Onlinezeitungen (z.B. Berner Zeitung, Tages-Anzeiger) sowie der Sonntagszeitungen und Magazine (z.B. SonntagsZeitung, Weltwoche) ein. Die hohe Korrelation kann als Bestätigung für das demokratiethoretische Qualitätsverständnis, das dem MQR zugrunde liegt, gedeutet werden.

Lesbeispiel: Die Sendung **Echo** der Zeit erzielt sowohl in der Dimension der Berichterstattungsqualität (Inhaltsanalyse) als auch bei der Qualitätswahrnehmung (Befragung) die besten Ergebnisse.



Qualitätsmatrix

Die Qualitätsmatrix ist wie ein Brennglas: An ihr lässt sich einfach ablesen, 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

Sämtliche privaten TV-Nachrichtensendungen ausser das Journal von Léman Bleu werden vom Publikum besser eingeschätzt, als die Inhaltsanalyse zeigt. Sie liegen tendenziell oberhalb der Diagonale, was bedeutet, dass die Berichterstattungsqualität negativ von der Qualitätswahrnehmung der Befragten abweicht. Ein möglicher

Erklärungsgrund: Die lokal geprägten Newssendungen können in der Regel qualitativ nicht mit den ressourcenstärkeren Angeboten des öffentlichen Rundfunks mithalten und setzen stark auf Berichterstattung zum alltäglichen Leben, was wiederum Nähe signalisiert und damit die Wertschätzung der Nutzerinnen und Nutzer erhöht. In dieses Muster lässt sich auch die Newssite von Le Nouvelliste einordnen, die ebenfalls eine starke lokale, regionale Ausrichtung hat.

Umgekehrt bescheinigt die Inhaltsanalyse einigen Titeln solide bis sehr gute Qualitätswerte, während diese Bewertung von den Befragten so nicht geteilt wird. Die nachfolgenden Titel liegen tendenziell unterhalb der Diagonale, d.h., dass sie in der Bevölkerung negativer eingestuft werden. Dazu zählen die Basler Zeitung inklusive ihres Onlinependants, Le Matin Dimanche, die Weltwoche und WOZ Die Wochenzeitung. Eine Deutungsmöglichkeit liegt darin, dass es sich um Angebote handelt, die aufgrund ihrer ideologischen Ausrichtung stark polarisieren. Es ist folglich anzunehmen, dass die Befragten ihre Bewertungen hier vorwiegend auf die politische Ausrichtung der Medientitel abstellen und diese negativer beurteilen, wenn das publizistische Profil von der eigenen Gesinnung abweicht.

Von den gesamthaft zu vergebenden 100 Qualitätspunkten erreicht das Echo der Zeit ganze 85. Damit belegt die SRF-Sendung den ersten Rang in der Gruppe **Radio- und Fernsehsendungen**. Auch im Gesamtvergleich aller untersuchten Informationsangebote schneidet kein Medientitel besser ab.

Die NZZ bleibt Qualitätssiegerin in der Gruppe **Tages- und Onlinezeitung**, muss sich ihr Podest jedoch neu mit Le Temps teilen. Die beiden überregionalen Abonnementszeitungen liegen mit je 80 Qualitätspunkten an der Spitze sämtlicher untersuchten Medien.

Die **Sonntagszeitungen und Magazine** werden von der NZZ am Sonntag angeführt. Nur ganz knapp dahinter steigt WOZ Die Wochenzeitung in das Gruppenranking ein, die neu in das MQR aufgenommen wurde. Beide Titel erzielen mit rund 77 Punkten ebenfalls Bestwerte im Gesamtrating.

Am unteren Ende des Qualitätsspektrums führt neu lematin.ch (52 Qualitätspunkte) die Gruppe **Boulevard- und Pendlerzeitungen** an. Die vormalige Siegerin 20minuten.ch büsst dagegen gegenüber 2016 vier Ränge ein. Watson.ch, das erstmalig dieser Gruppe zugerechnet wird, kann beinahe mit dem Gruppensieger lematin.ch mithalten. Das Schlusslicht, mit 41 Punkten, bildet erneut die Newssite aus dem Hause Ringier, blick.ch.

Gesamtqualität: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2016

Die Mehrheit der 50 untersuchten Schweizer Informationsmedien schafft es im Vergleich zur letzten Messperiode, ihre Gesamtqualität stabil zu halten. Bei 10 Titeln sind jedoch substantielle Qualitätsveränderungen beobachtbar – nach oben wie nach unten.

Zu den Qualitätsgewinnern zählen die TV- und Radionachrichtensendungen des SRF: Rendez-vous und 10vor10. Sie legen 6 bzw. 4 Qualitätspunkte zu. Während bei 10vor10 beide Analysemethoden in ähnlichem Ausmass zur Steigerung beitragen, ist der Qualitätszuwachs bei Rendez-vous stark durch die positiveren Umfragewerte getrieben. Le Temps (+5) konnte sich ebenfalls steigern und auch hier tragen hauptsächlich die Pluspunkte bei der Qualitätswahrnehmung zum besseren Ergebnis bei. Darüber hinaus gelingt es den beiden sonntäglich erscheinenden Boulevardblättern Le Matin Dimanche und SonntagsBlick, ihre Werte klar zu verbessern. Während bei Le Matin Dimanche wiederum die Befragten die treibende Kraft waren, erklärt sich das Ergebnis bei dem Sonntags-Boulevardblatt von Ringier durch deutlich gestiegene Leistungen in der Berichterstattungsqualität.

Die Qualitätsverlierer sind nzz.ch (-3 Punkte), die Berner Zeitung (-4), die Basler Zeitung (-4), watson.ch (-4) und 20minuten.ch (-5). Die letzten drei verbuchen in beiden Messverfahren weniger Qualitätspunkte. Die Punkteeinbusse bei nzz.ch ergeben sich massgeblich aufgrund negativerer Umfrageergebnisse. Umgekehrt sind bei der Berner Zeitung vor allem die inhaltsanalytisch gemessenen Qualitätswerte rückläufig.

Berichterstattungsqualität: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2016

15 der untersuchten 50 Informationsmedien büssen gegenüber 2016 substantiell an Qualitätspunkten ein, nur 4 verbessern sich.

Bei den regionalen Abonnementszeitungen lassen sich die grössten Einbussen beobachten: 24 heures (-8 Qualitätspunkte), Berner Zeitung (-6), Aargauer Zeitung (-6).

Treibende Faktoren sind der weniger ausgewogene Themenmix (Vielfalt) sowie rückläufige Hintergrundberichterstattung (Einordnungsleistung). Anscheinend hinterlässt der Spardruck in den Printredaktionen seine Spuren.

Punktuell schaffen es einzelne Titel, ihre Berichterstattungsqualität im Zeitvergleich klar zu verbessern. Dazu zählt allen voran der SonntagsBlick (+6). Darauf folgen 20minutes.ch (+5), 10vor10 (+4) sowie Rendez-vous (+3) und die Luzerner Zeitung (+3).

Qualitätswahrnehmung: Aufsteiger und Absteiger gegenüber 2016

Entgegen der tendenziellen Verschlechterung der inhaltsanalytisch gemessenen Berichterstattungsqualität scheint das Publikum überwiegend Verbesserungen wahrzunehmen. In 15 Fällen bewerten die Befragten die Nachrichten des entsprechenden Titels als qualitativ klar stärker gegenüber 2016.

Insbesondere die Informationsangebote der Suisse romande, unbesehen ihrer Mediengattung, haben Qualitätspunkte dazugewonnen. Léman Bleu (+11), Le Temps (+8), Le Matin Dimanche (+6) und die Radionachrichten auf RTS (Le 12h30) mit (+5) gehören zu den Topaufsteigern. Im Zuge der Zusammenlegungen und Schliessungen von Redaktionen spitzt sich die Medienkrise in der Suisse romande immer mehr zu. Offensichtlich veranlasst diese Entwicklung das Publikum zu Solidaritätsbekundungen, die sich in steigenden Qualitätswahrnehmungen ausdrücken.

Ein weiteres Schema, das sich in den Befragungsergebnissen widerspiegelt, sind die vergleichsweise ausgeprägten Qualitätszugewinne bei den SRG-Nachrichten. Hier liegt nahe, dass es sich dabei um einen Vertrauensbeweis des Publikums handelt. Dies vor dem Hintergrund einer heiss umstrittenen Debatte über die geplante Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren (No-Billag-Initiative), die für den öffentlichen Rundfunk massive Einschnitte mit sich gebracht hätte. Es zeigt sich, dass die teilweise vehemente und emotional geführte Kritik an der SRG in der Medienöffentlichkeit und auf Social Media die Sympathie und Unterstützungsbereitschaft dem öffentlichen Rundfunk gegenüber eher erhöht hat.

Nur wenige Titel büssen umfrageseitig signifikant an Qualitätspunkten ein, wobei sich kein klares Muster erkennen lässt. Fallspezifisch sind die Veränderungen auf strukturelle Umbrüche und öffentliche Kontroversen zurückzuführen (zB. Basler Zeitung mit -4). Die stark auf unterhaltende News setzenden Deutschschweizer Titel 20 Minuten, 20minuten.ch sowie watson.ch gehören ebenfalls zu den Absteigern in der umfrageseitigen Qualitätsmessung. Ihr Angebot wird von den Befragten über alle Qualitätsdimensionen hinweg deutlich niedriger bewertet als noch vor 2 Jahren.

Ranking	Medium	Gesamt- qualität	Veränderung ggü MQR-16	Berichterstat- tungsqualität	Veränderung ggü MQR-16	Qualitäts- wahrnehmung	Veränderung ggü MQR-16	
Tages- und Onlinezeitungen								
1	±0	Neue Zürcher Zeitung	80.0	±0	79	±0	81	-1
1	+2	Le Temps	80.0	+5	78	+1	82	+8
2	±0	nzz.ch	75.5	-3	74	-2	77	-4
3	neu	Der Bund	73.1	neu	70	neu	76	neu
4	±0	letemps.ch	72.7	±0	70	-5	76	+6
5	+1	Tages-Anzeiger	71.3	±0	68	-1	74	+1
6	-1	Luzerner Zeitung	69.9	-2	68	+3	72	-7
7	±0	24 heures	69.1	-1	64	-8	75	+5
8	neu	St. Galler Tagblatt	67.8	neu	63	neu	73	neu
9	±0	Aargauer Zeitung	66.3	-2	63	-6	70	+2
9	+2	tagesanzeiger.ch	66.3	±0	61	-1	71	+2
10	-2	Berner Zeitung	65.4	-4	59	-6	72	-1
11	-1	bernerzeitung.ch	65.3	-1	61	+1	69	-3
12	+3	24heures.ch	65.2	+2	59	-1	72	+4
13	+1	luzernerzeitung.ch	63.9	±0	57	+1	71	-2
14	-2	Le Nouvelliste	63.7	-1	60	-4	68	+2
15	+1	Süostschweiz	63.1	±0	61	-4	65	+4
16	neu	tagblatt.ch	61.4	neu	53	neu	70	neu
17	-5	Basler Zeitung	60.7	-4	62	-3	59	-4
17	±0	bazonline.ch	60.7	-1	60	-4	61	+2
18	±0	lenouvelliste.ch	54.5	-2	43	-5	66	+1
Sonntagszeitungen und Magazine								
1	±0	NZZ am Sonntag	77.2	+1	75	±0	79	+2
2	neu	WOZ Die Wochenzeitung	76.6	neu	80	neu	74	neu
3	±0	Weltwoche	67.4	+1	69	-1	66	+2
4	-2	SonntagsZeitung	67.1	-1	62	-2	72	±0
5	-1	Schweiz am Wochenende	65.3	±0	63	-1	68	+1
6	-1	Le Matin Dimanche	64.1	+3	64	±0	64	+6
7	-1	SonntagsBlick	49.7	+4	50	+6	49	+2
Boulevard- und Pendlerzeitungen								
1	+2	lematin.ch	51.9	±0	47	-2	57	+2
2	-1	watson.ch	50.9	-4	47	-4	54	-3
3	+3	Le Matin	50.3	+3	45	+1	55	+5
4	+1	20minutes.ch	49.9	+2	50	+5	49	-2
5	-1	20 Minuten	48.2	-1	48	+1	48	-3
6	-4	20minuten.ch	47.9	-5	46	-4	49	-5
7	±0	20 minutes	44.8	±0	45	±0	45	+1
8	±0	Blick	42.3	+1	41	±0	44	+1
9	±0	blick.ch	41.0	±0	39	±0	43	+1
Radio- und Fernsehsendungen								
1	±0	SRF – Echo der Zeit	84.8	+2	83	±0	87	+3
2	+4	SRF – Rendez-vous	82.7	+6	82	+3	83	+10
3	+1	SRF – 10vor10	81.2	+4	82	+4	80	+3
4	-2	RTS – Le 12h30	79.2	±0	79	-4	79	+5
5	-2	RTS – Le Journal	78.2	±0	76	-4	80	+4
6	-1	SRF – Tagesschau	77.0	±0	76	-1	78	±0
7	±0	srf.ch/news	72.8	±0	70	-3	75	+3
8	±0	rts.ch/info	72.4	+2	66	-0	78	+4
9	±0	Léman Bleu – Le Journal	65.4	-2	62	-14	68	+11
10	neu	TeleBärn – News	57.6	neu	51	neu	64	neu
11	neu	Tele 1 – Nachrichten	56.5	neu	47	neu	66	neu
12	-2	TeleZüri – ZüriNews	55.1	+1	47	+1	63	+1
13	neu	Tele M1 – Aktuell	53.8	neu	41	neu	67	neu

Tages- und Onlinezeitungen

Die gedruckte Abonnementspresse ist einem fundamentalen Wandel ausgesetzt. Grosse Herausforderungen ergeben sich aus veränderten Nutzungsgewohnheiten, rückläufigen Leserzahlen und Werbeeinnahmen, die zu starken Medienkonzentrationsprozessen geführt haben. Die Begleiterscheinungen sind vielfältig: die Zusammenlegungen von ehemals getrennten Redaktionen in integrierte Newsrooms, Zentral-, Mantelredaktionen oder Kompetenzzentren, Joint Ventures zwischen Verlagshäusern, fortgesetzte Sparrunden, Einstellungen von Zeitungstiteln, wie bei Le Matin geschehen, das vermehrte Setzen auf Automatisierung, Roboterjournalismus und Effizienzmassnahmen sowie (und nicht zuletzt) der Abbau von journalistischem Personal. Die Reduktion finanzieller, personeller und zeitlicher Ressourcen lässt die publizistische Qualität im Informationsjournalismus nicht unbeeinflusst. Zusätzlich geraten die Zeitungen on- und offline nun im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung in Bedrängnis: Onlinestrategien werden akzentuiert, ohne dass sich ursprünglich gehegte Renditeerwartungen in gewünschter Masse realisieren. Die Nutzerinnen und Nutzer haben ausgeprägte Aversionen gegen Werbung

im Onlinebereich. Zudem geraten die hiesigen Informationsanbieter durch die Tech-Giganten Facebook und Google unter Druck. Diesen fließen die Werbegelder zu, die dann dem Informationsjournalismus fehlen. Auch positionieren sich die Tech-Giganten als News-Aggregatoren. Damit droht ein Bedeutungsverlust klassischer Medienmarken. Schliesslich führt die verstärkte Nutzung von Inhalten professioneller Newsanbieter über die Plattformen der Tech-Giganten dazu, dass die Markenbindung der Nutzerinnen und Nutzer schwindet. Auch dies schwächt die Erlöskraft des professionellen Informationsjournalismus. Die Medienunternehmen reagieren mit unterschiedlichen digitalen Strategien auf diese Herausforderungen. Es werden «harte» oder «metered» Paywalls eingezogen, Kooperationen mit den Tech-Giganten eingegangen, Kooperationen zwischen Medienhäusern intensiviert, Forderungen nach verbessertem Leistungsschutzrecht erhoben oder Werbeallianzen gegründet.



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 Südostschweiz mit den übrigen Tages- und Onlinezeitungen, erweist sich die inhaltsanalytisch gemessene Qualität als durchschnittlich. Bei der Befragung schneidet der Titel jedoch unterdurchschnittlich ab.

Le Temps schliesst zur Qualitätsspitze auf

Im oberen Qualitätsfeld bewegt sich etwas. Die NZZ hält ihre Spitzenleistung zwar bei, ihr Onlineauftritt büsst aber einige Qualitätspunkte ein. Grosser Gewinner ist Le Temps. Das Qualitätsblatt aus der Suisse romande wird von dessen Publikum deutlich mehr wertgeschätzt als zwei Jahre zuvor. Entsprechend zieht Le Temps mit der NZZ gleich, und die beiden Titel führen die Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen an. Der Bund, ein Neueinsteiger im Rating, positioniert sich ebenfalls im vordersten Drittel, gleichauf mit letemps.ch. Die Traditionszeitung aus Bern hebt sich in beiden Messverfahren qualitativ leicht vom Tages-Anzeiger ab, obwohl beide dieselbe Mantelredaktion teilen. Das Schlusslicht der Gruppe bildet lenouvelliste.ch. Erneut bestätigt sich das Bild, dass die Onlineausgaben nicht ganz mit ihren Pressependants mithalten können. Einzig die Newssites der Berner Zeitung und der Basler Zeitung erzielen Punktegleichstand mit ihren Druckfassungen. Der Grossteil der untersuchten Tages- und Onlinezeitungen siedelt sich entlang beider Analyseverfahren im Mittelfeld an. Dies sowohl hinsichtlich der Berichterstattungsqualität als auch der Bevölkerungsbefragung. Von diesem Muster weichen vier Informationsangebote ab. Die Onlineausgabe der St. Galler Zeitung liegt in der Befragung auf Augenhöhe mit anderen Newssites von Regionalangeboten, die Inhaltsanalyse stellt dem Titel jedoch ein unterdurchschnittliches Zeugnis aus. Bei der Südostschweiz und bei der Basler Zeitung wird – off- wie online – hingegen umgekehrt eine solide Berichterstattungsqualität gemessen, während das Publikum diese im Gruppenvergleich unterdurchschnittlich einstuft.

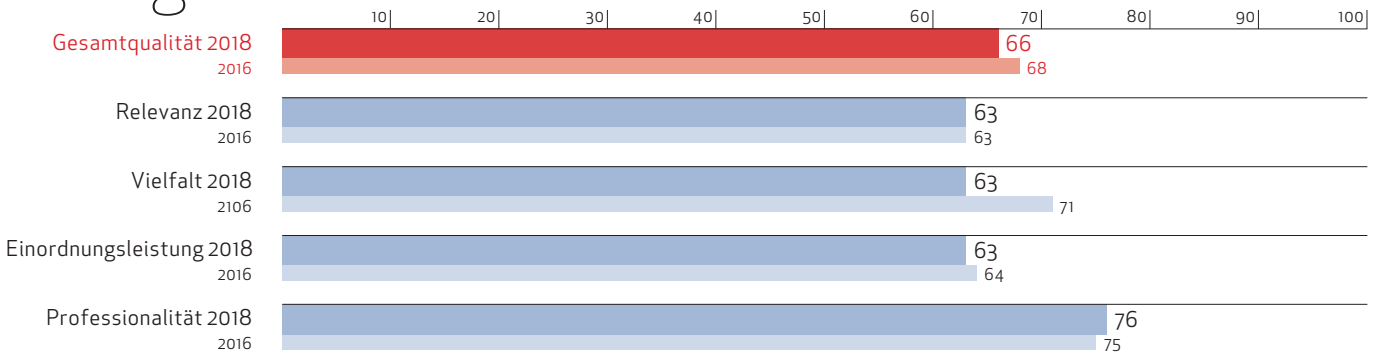
Aargauer Zeitung

Betreibergesellschaft	AZ Zeitungen AG	Politik	30%	<div style="width: 30%;"></div>
Kontrolleur	AZ Medien AG	Wirtschaft	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Verleger	Peter Wanner	Kultur	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Chefredaktor	Patrik Müller	Sport	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Reichweite 2017	195000	Human Interest	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Profil	Die regional verankerte Tageszeitung für den Kanton Aargau und seine Regionen. Aktualitäten und Hintergründe aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur, regional, national und international.			

Inhaltsanalyse zeigt: weniger vielfältig als auch schon

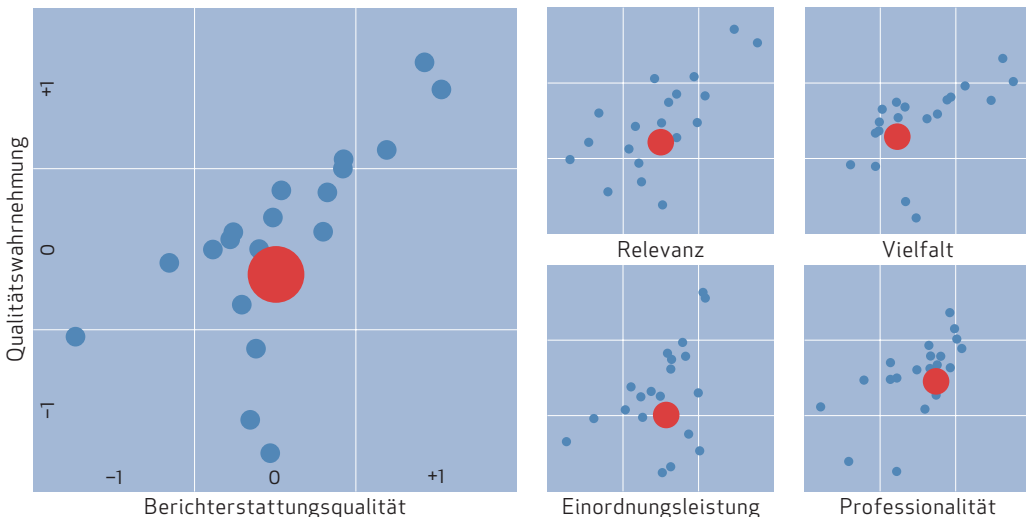
- Die Aargauer Zeitung hält ihren Rang im Mittelfeld der Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen.
- Die Befragten bescheinigen der Aargauer Zeitung vor allem in der Qualitätsdimension Professionalität gute Werte. Noch etwas stärker wird die solide Qualität durch die Inhaltsanalyse bestätigt. Die Aargauer Zeitung berichtet also sachlich und macht ihre Quellen transparent.
- Die Einbussen in der Qualitätsdimension Vielfalt erklären sich ausschliesslich durch den Negativtrend der inhaltsanalytischen Ergebnisse im Vergleich zur letzten Erhebung. Das Publikum bestätigt diese Entwicklung jedoch nicht und attestiert der Aargauer Zeitung nach wie vor eine solide Qualität in dieser Dimension.

Rating



Lesebeispiel: Die Aargauer Zeitung erzielt 2018 66 von 100 Qualitätspunkten. In der Qualitätsdimension Professionalität legt der Titel 1 Punkt zu.

Qualität im Vergleich



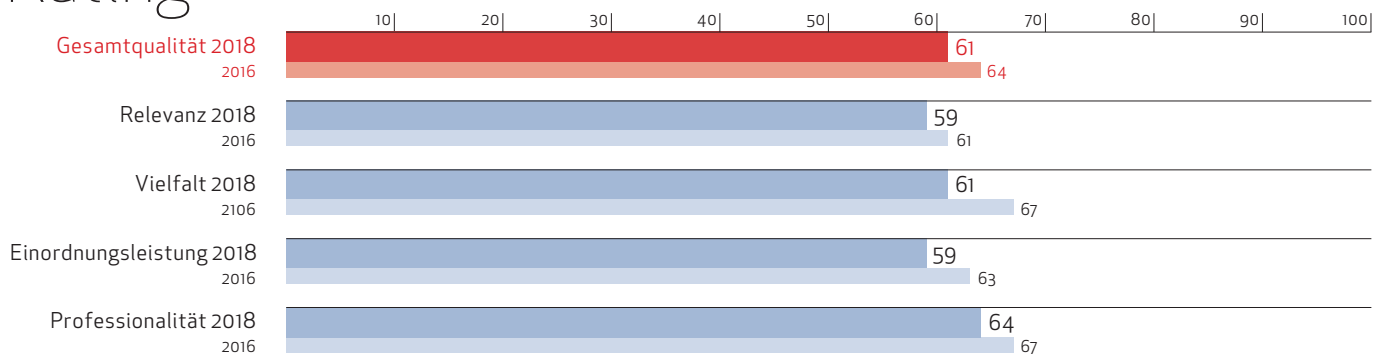
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität der Aargauer Zeitung sehr ähnlich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Einzig die Einordnungsleistung wird von den Befragten etwas niedriger eingeschätzt.

Betreibergesellschaft	Basler Zeitung Medien	Politik	30%	<div style="width: 30%;"></div>
Kontrolleur	Basler Zeitung Medien	Wirtschaft	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Verleger	Markus Somm	Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Chefredaktor	Markus Somm	Sport	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Reichweite 2017	104 000	Human Interest	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Profil	Die aktuelle, moderne und unabhängige politische Tageszeitung mit umfassenden Informationen über das regionale, nationale und internationale Geschehen mit Hintergründen, Analysen und Kommentaren zu den wichtigen Themen.			

Die Leserschaft straft die BaZ ab

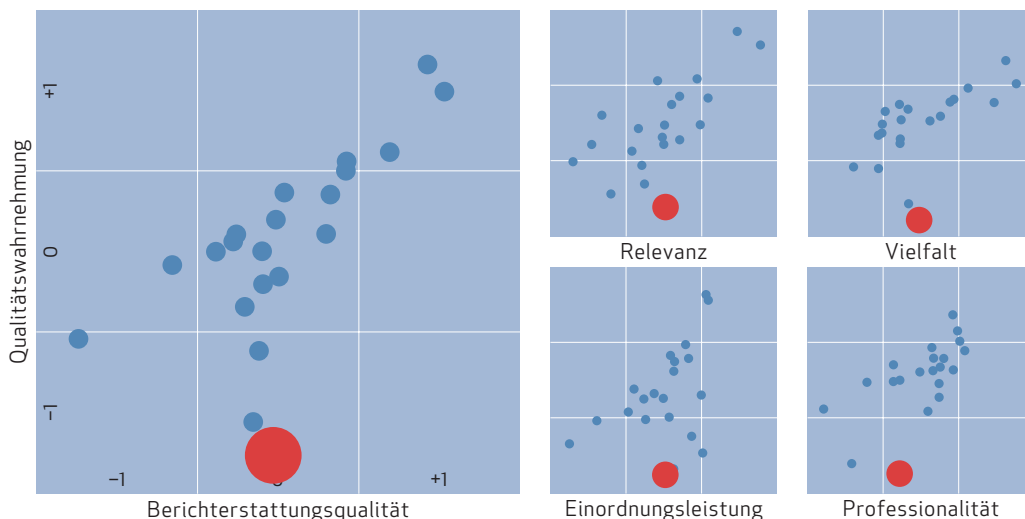
- Die Basler Zeitung kommt vor allem aufgrund der Umfrageergebnisse schlecht weg und belegt den zweitletzten Rankingplatz in der Gruppe Tages- und Onlinezeitungen.
- Die Bevölkerung vermisst eine vielfältige Berichterstattung, die klar zwischen Nachrichten und Meinungen trennt und auf Argumente statt Emotionen setzt. Die zum Ausdruck gebrachten Qualitätsdefizite können ein Indiz sein, dass die Bevölkerung das Blatt als parti- bzw. SVP-nah wahrnimmt und entsprechend kritisch urteilt. Es bleibt abzuwarten, inwiefern die aktuelle Übernahme durch Tamedia einen Wahrnehmungswechsel einleitet.
- Die Basler Zeitung steigt im Jahresvergleich ganze fünf Ränge ab, sie verliert über sämtliche Qualitätsdimensionen hinweg Punkte. Während die Inhaltsanalyse dem Blatt bislang akzeptable Werte bescheinigte, sind diese aktuell ebenfalls leicht rückläufig.

Rating



Lesebeispiel: Die BaZ erzielt 2018 61 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 3 Qualitätspunkte ein. In der Qualitätsdimension Vielfalt beträgt die Differenz -6 Punkte.

Qualität im Vergleich



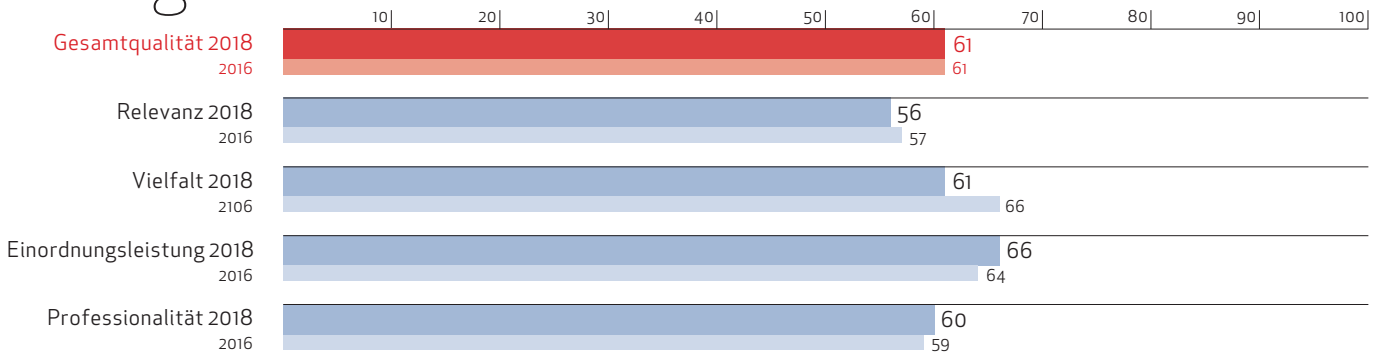
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität der BaZ anders ein, als dies die Inhaltsanalyse vermuten liesse. Die Befragungswerte sind durchwegs deutlich niedriger als jene der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Basler Zeitung Medien	Politik	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Kontrolleur	Basler Zeitung Medien	Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Verleger	Markus Somm	Kultur	11%	<div style="width: 11%;"></div>
Chefredaktor	Markus Somm	Sport	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Reichweite 2017	58500	Human Interest	46%	<div style="width: 46%;"></div>
Profil	Onlineauftritt der Basler Zeitung.			

Publikumsbefragung: Onlineausgabe überholt Printpendant

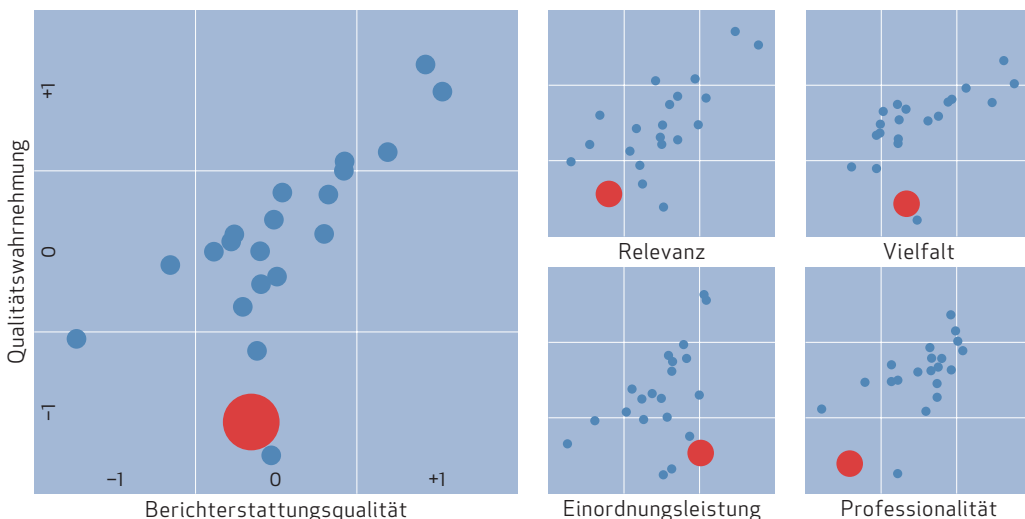
- Die Newssite erzielt – gemeinsam mit ihrem Printpendant – den zweitletzten Rang unter den untersuchten Tages- und Onlinezeitungen.
- Die digitale Ausgabe der Basler Zeitung erhält eindeutig unterdurchschnittliche Publikumsbewertungen. Die inhaltliche Qualität bewegt sich im unteren Mittelfeld. Bei der Einordnungsleistung weist die Inhaltsanalyse sogar leicht überdurchschnittliche Werte auf. Hingegen finden sich auch im Onlineauftritt vergleichsweise hohe Anteile an moralisierender und emotionalisierender Berichterstattung, was wiederum zu Punkteinbussen führt.
- Ihre Gesamtqualität kann die Newssite gegenüber 2016 stabil halten, indem sie den gemessenen Vielfaltsverlust mit leicht steigenden Werten in anderen Qualitätsdimensionen wettmacht.

Rating



Lesebeispiel: bazonline.ch erzielt 2018 61 von 100 Qualitätspunkten, gleich viel wie bei der letzten Messperiode. In der Qualitätsdimension Vielfalt büsst der Titel 5 Punkte ein.

Qualität im Vergleich



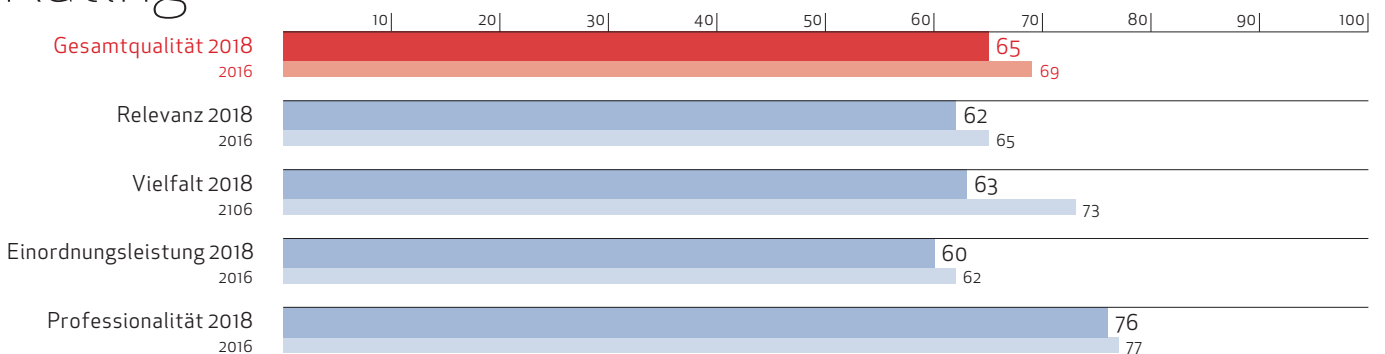
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von bazonline.ch tendenziell schlechter ein, als dies die Inhaltsanalyse tut.

Betreibergesellschaft	Espace Media AG	Politik	32%	<div style="width: 32%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Chefredaktor	Peter Jost	Sport	21%	<div style="width: 21%;"></div>
Reichweite 2017	323 000	Human Interest	28%	<div style="width: 28%;"></div>
Profil	Grösste Tageszeitung im Espace Mittelland.			

Weniger relevant, weniger vielfältig

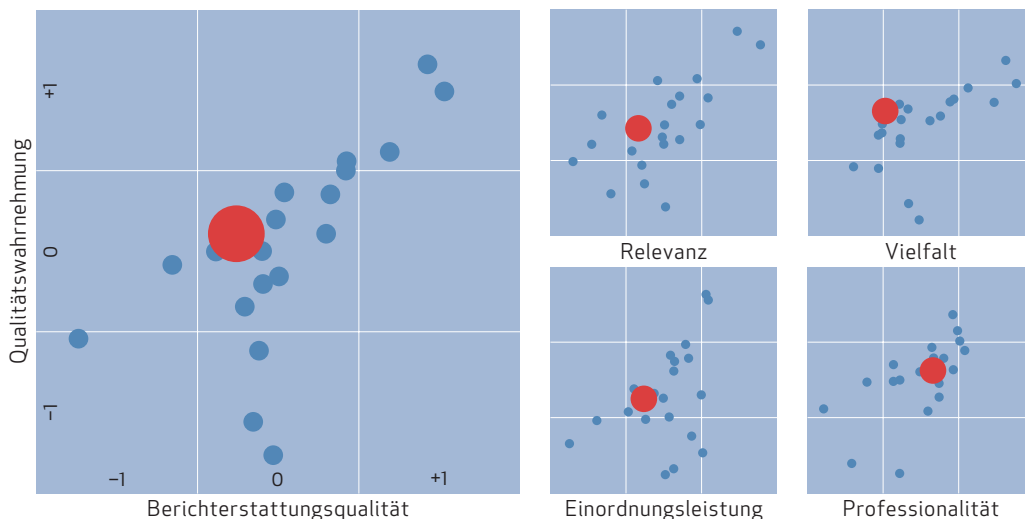
- Die Berner Zeitung bleibt im Mittelfeld ihrer Vergleichsgruppe, büsst aber mit Rang 10 zwei Ränge gegenüber der Messung vor zwei Jahren ein.
- Das Publikum bringt der grössten Tageszeitung des Kantons Bern Wertschätzung entgegen und die Inhaltsanalyse weist erneut eine vergleichsweise hohe Transparenz im Umgang mit Agenturmeldungen aus. Gleichzeitig reicht der Grad an redaktionellen Eigenleistungen nicht ganz an andere Regionalzeitungen heran.
- Vor zwei Jahren wurde konstatiert, bei der BZ sei alles im grünen Bereich. Die aktuellen Zahlen zeigen jedoch, dass die Zeitung nicht mehr einen gleich vollständigen Überblick über alle wichtigen Themen gibt, wodurch die Relevanz- und die Vielfaltswerte sinken. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zurückzuführen. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Tamedia-Mantelredaktion auf die inhaltliche Qualität des Blatts auswirken wird.

Rating



Lesebeispiel: Die Berner Zeitung erzielt 2018 65 von 100 Qualitätspunkten und verliert somit 4 Punkte im Vergleich zur letzten Messperiode. In der Qualitätsdimension Vielfalt büsst der Titel 10 Punkte ein.

Qualität im Vergleich



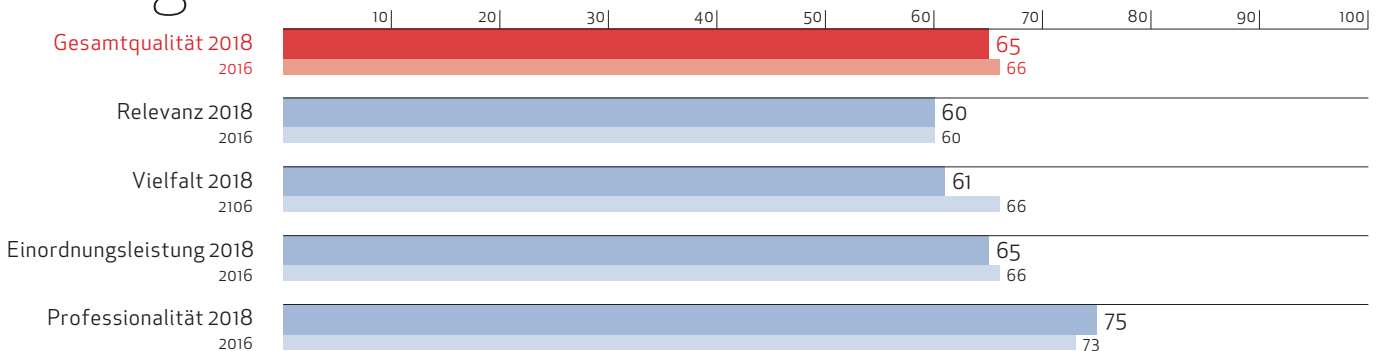
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität der Berner Zeitung sehr ähnlich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Einzig hinsichtlich Vielfalt erhält der Titel in der Befragung höhere Werte als in der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Espace Media AG	Politik	31%	<div style="width: 31%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Chefredaktor	Peter Jost	Sport	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Reichweite 2017	70 000	Human Interest	34%	<div style="width: 34%;"></div>
Profil	Nachrichten, Analysen, Bilder und Videos zu Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur, Wissen, Technik, Auto und mehr.			

Mehr Hintergründe im Vergleich zur Printausgabe

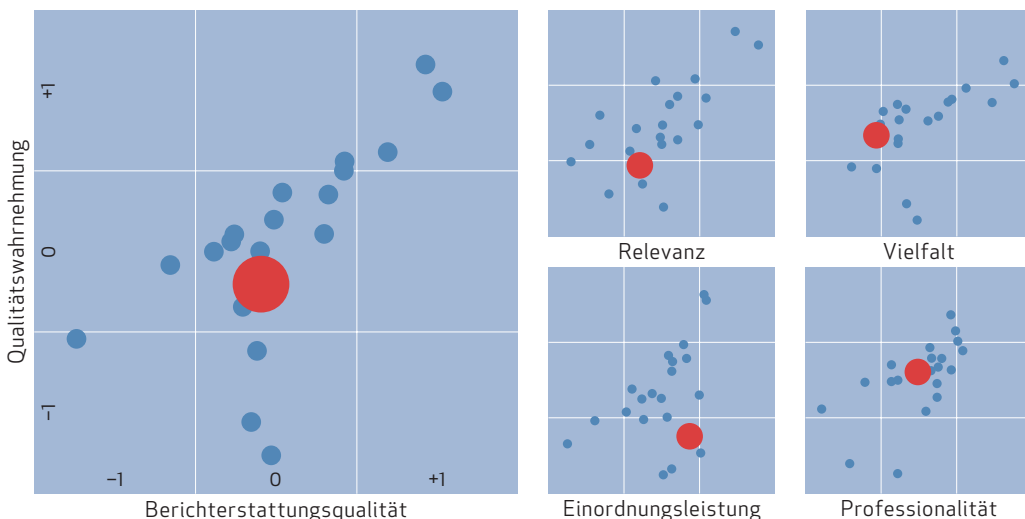
- Die Newssite der Berner Zeitung stellt in einer Hinsicht eine erfreuliche Ausnahme dar: Sie steht der Printausgabe qualitativ nicht nach. Insgesamt ordnet sie sich auf Rang 11 in das Gruppenranking ein.
- Die beiden Analyseverfahren kommen zu analogen Qualitätseinschätzungen. Darüber hinaus konstatiert die Inhaltsanalyse sogar mehr Hintergrundberichterstattung und mehr redaktionelle Eigenleistung im Vergleich zur gedruckten Berner Zeitung. Dies scheint ein Effekt des Newsnet-Verbunds zu sein, der dem Onlineauftritt der Berner Zeitung auf dem Kooperationsweg zu mehr journalistischen Ressourcen verholfen hat.
- Die Gesamtqualität der Newssite verändert sich nur geringfügig gegenüber 2016. Der Treiber für eine leichte Einbusse ist die gesunkene Vielfalt. Die Befragten, im Einklang mit der Inhaltsanalyse, attestieren der Newssite eine weniger vielfältige Berichterstattung als noch vor zwei Jahren.

Rating



Lesebeispiel: bernerzeitung.ch erzielt 2018 65 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 1 Qualitätspunkte ein. In der Qualitätsdimension Vielfalt büsst das Portal 5 Punkte ein.

Qualität im Vergleich



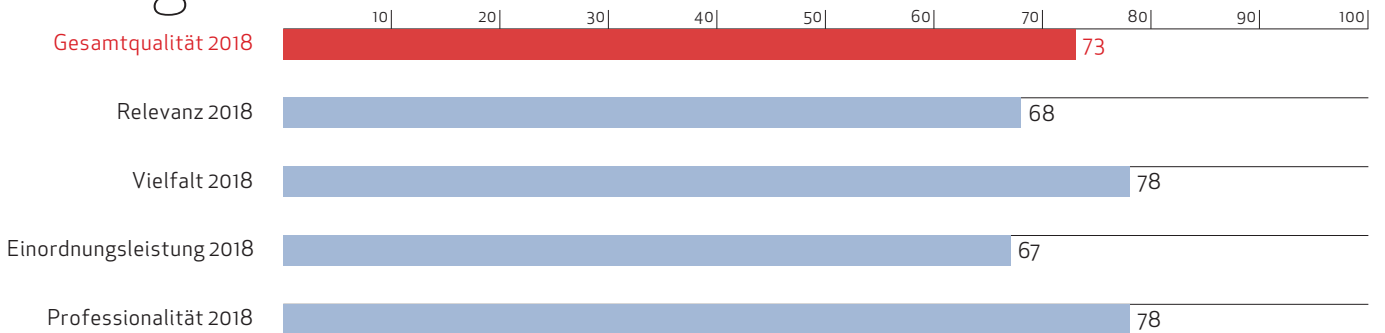
Lesebeispiel: bernerzeitung.ch wird von den Befragten ähnlich eingeschätzt im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Hinsichtlich der Einordnungsleistung erzielt das Portal schlechtere Werte in der Umfrage als in der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Espace Media AG	Politik	37%	<div style="width: 37%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Chefredaktor	Patrick Feuz	Sport	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Reichweite 2017	323 000	Human Interest	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Profil	Der Bund ist seit über 160 Jahren die Tageszeitung der Bundeshauptstadt. Mit Hintergrundberichten und Analysen aus Politik, Wirtschaft, Lokalem, Kultur und Sport sowie Reportagen und pointierten Kommentaren bietet der Traditionstitel täglich aktuelles Lesevergnügen.			

Die Traditionszeitung überzeugt

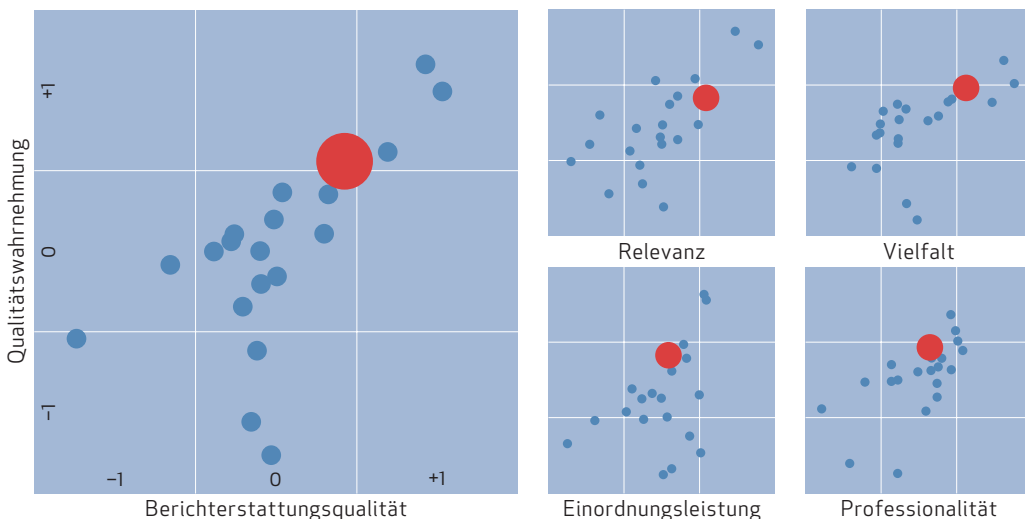
- Der Bund ist neu Teil des MQR und steigt auf Platz 3 in die Gruppe der Tages- und Onlinezeitungen ein. Er positioniert sich knapp vor dem Tages-Anzeiger.
- Das Publikum zeigt sich überdurchschnittlich zufrieden mit der Qualität. Auch die Inhaltsanalyse misst einen Wert bei der Relevanz, der sogar jenen von nzz.ch übersteigt.
- Trotz der sehr engen redaktionellen Kooperation zwischen Bund und Tages-Anzeiger schafft das Traditionsblatt aus Bern ein Angebot, das vielfältiger ist und mehr Hardnews aufweist als jenes des Zürcher Tages-Anzeigers. Einen Mehrwert bietet der Bund insbesondere mit seiner Regionalberichterstattung, die stärker als beim «Tagi» auf sachlich aufbereitete Politiknachrichten und die Vermittlung von Hintergrundwissen fokussiert.

Rating



Lesebeispiel: Der Bund erzielt 2018 73 von 100 Qualitätspunkten. Das Blatt wurde neu in die Messreihe aufgenommen.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität des Bundes gleich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Es sind keine wesentlichen Unterschiede auszumachen.

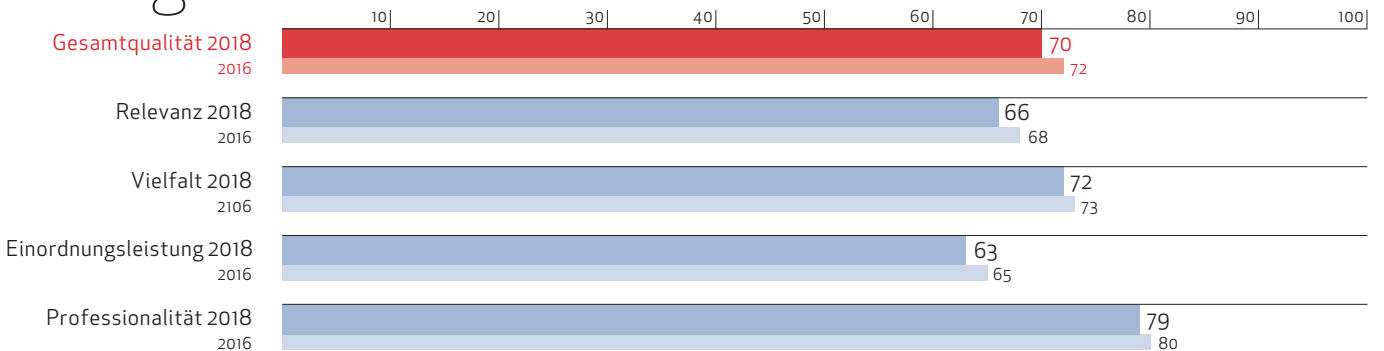
Betreibergesellschaft	LZ Medien Holding AG
Kontrolleur	NZZ-Mediengruppe
Verlegerin	Doris Russi Schurter
Chefredaktor	Jérôme Martinu
Reichweite 2017	287'000
Profil	Die führende publizistische Stimme der Zentralschweiz mit schweizerischer Bedeutung. Sie hat Platz für unterschiedliche Meinungen und macht auch das Leben jenseits von Politik, Wirtschaft und Kultur zum Thema.

Politik	36%	<div style="width: 36%;"></div>
Wirtschaft	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Kultur	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Sport	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Human Interest	19%	<div style="width: 19%;"></div>

Publikum beurteilt Qualität kritischer als 2016

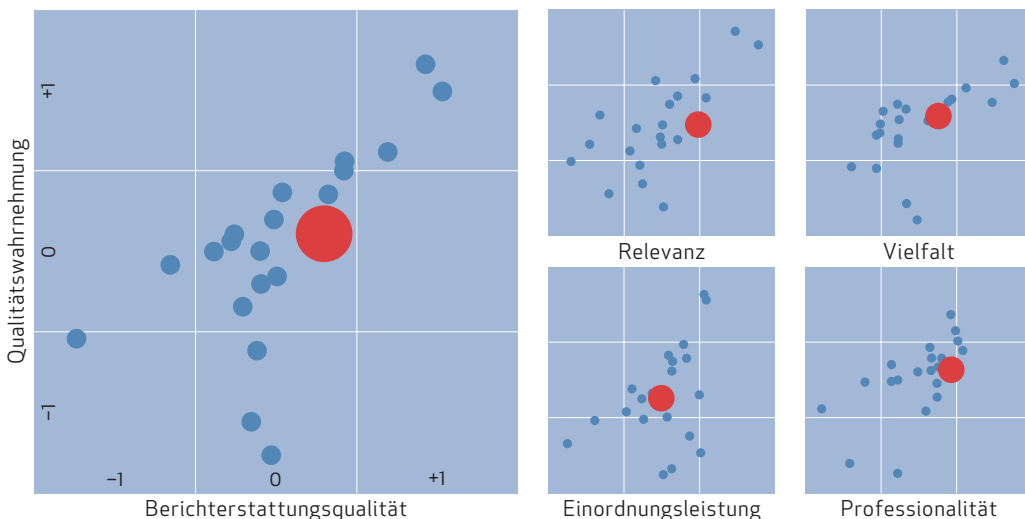
- Die Luzerner Zeitung erreicht mit Rang 6 das obere Drittel des MQR der Tages- und Onlinezeitungen.
- Die Regionalzeitung profiliert sich durch ihren hohen Grad an Professionalität: Vorbildliche Transparenz durch 99%ige Quellendeklaration, sachlicher Stil und vergleichsweise viel redaktionelle Eigenleistung zeichnen das Blatt inhaltlich aus.
- Das Publikum beurteilt die Qualität der Luzerner Zeitung im Jahr 2016 als sehr gut – und dies, obschon die Inhaltsanalyse lediglich durchschnittliche Leistungen attestierte. In der aktuellen Umfrage fällt die Beurteilung, vor allem was die Relevanz der Themen angeht, jedoch deutlich ab. Befürchtet das Publikum im Raum Luzern aufgrund des Joint Ventures zwischen dessen Eigentümerin, der NZZ-Mediengruppe, und AZ Medien womöglich eine sinkende Eigenständigkeit der Zeitung oder einen Abbau der Regional- und Lokalnachrichten?

Rating



Lesebeispiel: Die Luzerner Zeitung erzielt 2018 70 von 100 Qualitätspunkten und verliert gegenüber der letzten Messperiode 2 Punkte.

Qualität im Vergleich



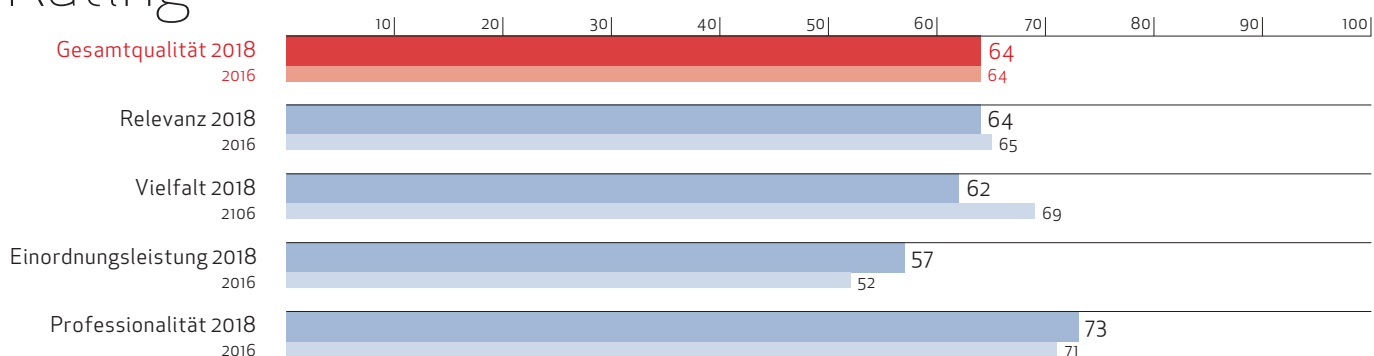
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität der Luzerner Zeitung tendenziell schlechter ein, als dies die Inhaltsanalyse verzeichnet.

Betreibergesellschaft	LZ Medien Holding AG	Politik	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Kontrolleur	NZZ-Mediengruppe	Wirtschaft	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Verlegerin	Doris Russi Schurter	Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Chefredaktor	Robert Bachmann	Sport	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Reichweite 2017	71500	Human Interest	29%	<div style="width: 29%;"></div>
Profil	Luzerner Zeitung online, News aus Luzern und der Zentralschweiz – aktuell rund um die Uhr.			

Tauschgeschäft: weniger Vielfalt, mehr Einordnung

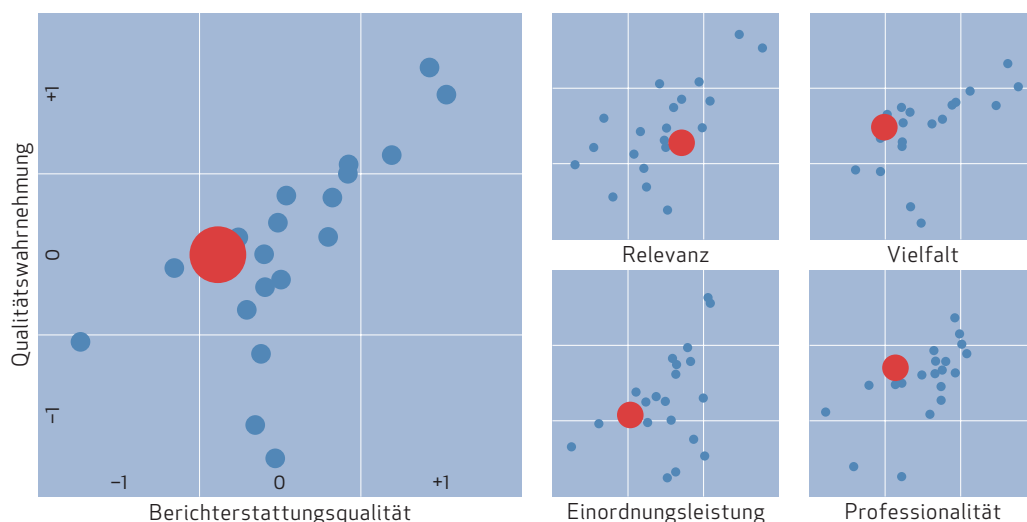
- Der Onlineauftritt der Luzerner Zeitung rangiert im Gruppenvergleich weiterhin im unteren Mittelfeld auf Platz 13.
- Im Vergleich zur Printausgabe weist die Inhaltsanalyse auf der Newssite deutlich geringere Anteile an redaktioneller Eigenleistung bzw. mehr Agenturmeldungen aus. Der klare Qualitätsunterschied zwischen Online- und Offlinependant wird von den Befragten kaum wahrgenommen: Hier erzielen beide Titel beinahe gleich viele Qualitätspunkte.
- Anders als bei der gedruckten Luzerner Zeitung beurteilen die Befragten die Qualität des Onlineauftritts ähnlich wie vor zwei Jahren. Die Resultate der Inhaltsanalyse zeigen aber: Die Newssite verfügt heute über einen weniger ausgewogenen Themenmix, dafür hat sie ihr Angebot an Hintergrundartikeln gegenüber 2016 klar ausgebaut.

Rating



Lesebeispiel: luzernerzeitung.ch erzielt 2018 64 von 100 Qualitätspunkten und bleibt somit gegenüber der letzten Messperiode konstant.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von luzernerzeitung.ch tendenziell besser ein, als die Inhaltsanalyse dies verzeichnet.

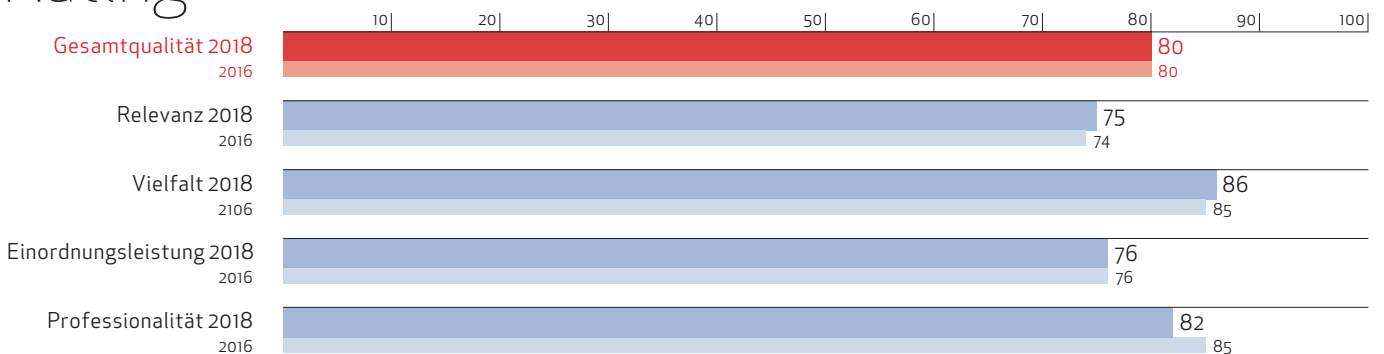
Betreibergesellschaft	AG für die Neue Zürcher Zeitung
Kontrollleur	NZZ-Mediengruppe
Verleger	Etienne Jornod
Chefredaktor	Eric Gujer
Reichweite 2017	252 000
Profil	Das hochwertige und unabhängige publizistische Angebot der Traditionsmarke mit bürgerlich-liberaler Haltung und höchsten Qualitätsstandards bringt Orientierung, Erkenntnisgewinn und dient der kritischen Urteilsbildung der Leser.

Politik	42%	
Wirtschaft	23%	
Kultur	11%	
Sport	9%	
Human Interest	15%	

Die NZZ ist führende Qualitätszeitung, jedoch nicht die einzige

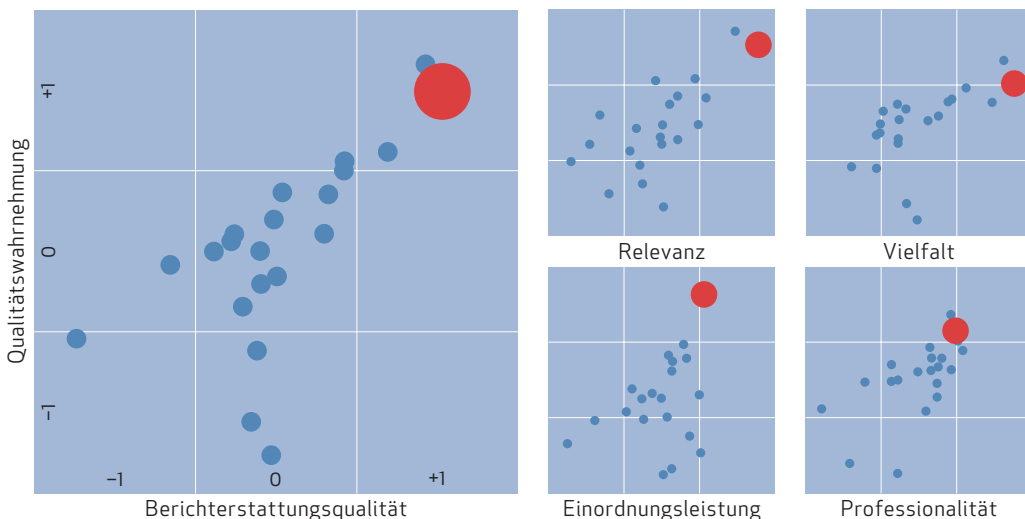
- Neu muss sich die NZZ die Bestnote in ihrer Vergleichsgruppe mit Le Temps teilen, der zwar in inhaltlicher Hinsicht minim gegenüber der NZZ abfällt, jedoch von den Befragten um Haaresbreite besser bewertet wird.
- Die NZZ punktet gleichermassen beim Publikum und in der Inhaltsanalyse. Das Traditionsblatt gilt aufgrund seiner relevanten, auf Politik, Wirtschaft und Kultur fokussierten Hintergrundberichterstattung als Leuchtturm in der Deutschschweizer Presselandschaft.
- In fast allen Qualitätsdimensionen vermag die NZZ ihre Spitzenwerte aus der ersten Messreihe fortzuschreiben. Eine bemerkenswerte Neuentwicklung ist jedoch der zunehmend moralisierende, emotional aufgeladene Stil innerhalb der Politikberichterstattung. Entsprechend sind die Professionalitätswerte bei der «alten Tante» neuerdings rückläufig.

Rating



Lesebeispiel: 2018 erzielt die NZZ 80 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität der NZZ sehr ähnlich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Die Vielfalt wird von den Befragten geringfügig schlechter eingeschätzt, die Einordnungsleistung geringfügig besser.

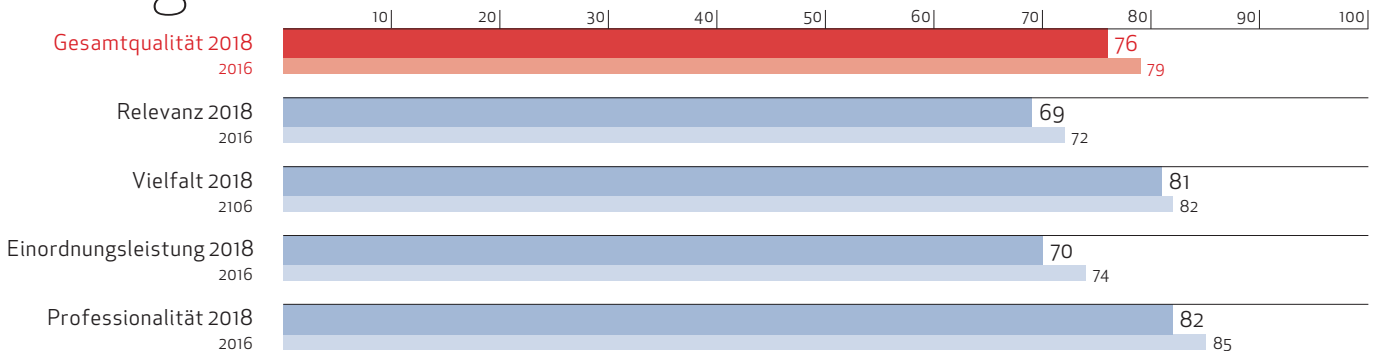
Betreibergesellschaft	AG für die Neue Zürcher Zeitung
Kontrollleur	NZZ-Mediengruppe
Verleger	Etienne Jornod
Chefredaktor	Eric Gujer
Reichweite 2017	185000
Profil	Onlineauftritt der NZZ.

Politik	31%	<div style="width: 31%;"></div>
Wirtschaft	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Sport	6%	<div style="width: 6%;"></div>
Human Interest	24%	<div style="width: 24%;"></div>

Publikum ist nicht mehr vollends überzeugt

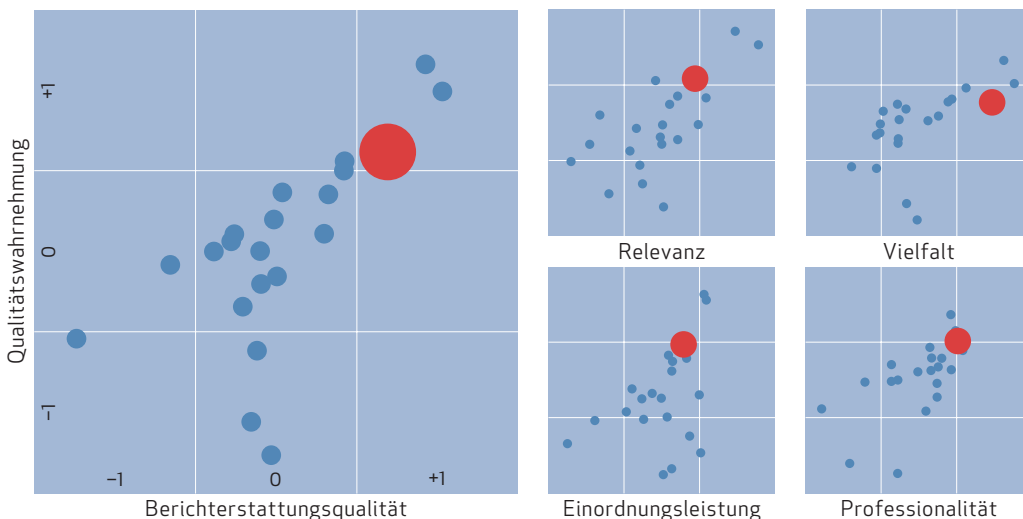
- nzz.ch kann nicht mehr im gleichen Stil mit der Printausgabe mithalten. Dennoch verdient der Titel mit seinem zweiten Platz im Gruppenranking das Label «sehr gut».
- 4 Qualitätspunkte liegen mittlerweile zwischen der Online- und der Printausgabe. Das Publikum stuft das Angebot im Zeitvergleich nicht nur als weniger vielfältig ein, sondern gibt auch an, die Site ordne Ereignisse seltener in grössere Zusammenhänge ein und setze nicht mehr im selben Ausmass auf Argumente statt Emotionen. Eine Qualität, die gemäss Selbstbeschreibung Kernbestand der Marke «NZZ» ist.
- Auch gemäss Inhaltsanalyse hat sich die Newssite gegenüber 2016 hinsichtlich der Relevanz und der Einordnungsleistung verschlechtert. Die sinkende Qualitätsbewertung vonseiten der Befragten kann als Effekt der Kontroverse rund um die ideologische Ausrichtung der «alten Tante» bzw. stärkeren Politisierung gelesen werden. Bemerkenswert ist jedoch, dass sich dieses Muster lediglich in den Ergebnissen des Onlineauftritts widerspiegelt.

Rating



Lesebeispiel: Die Newssite nzz.ch erzielt 2018 76 von 100 Qualitätspunkten. Sie büsst gegenüber der letzten Messperiode 3 Punkte ein.

Qualität im Vergleich



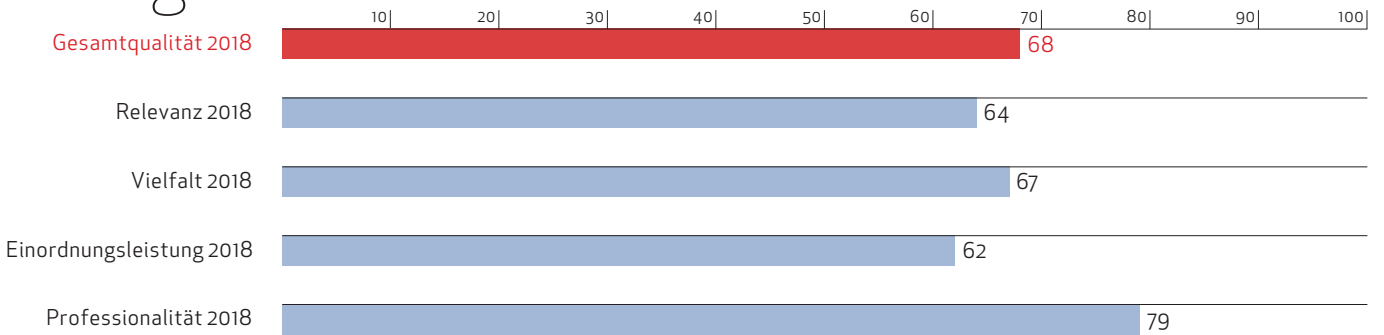
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von nzz.ch sehr ähnlich ein wie die Inhaltsanalyse. Nur die Vielfalt bestätigt als Ausnahme die Regel: Dort schneidet das Portal bei der Befragung schlechter ab als bei der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	St. Galler Tagblatt AG	Politik	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Kontrolleur	NZZ-Mediengruppe	Wirtschaft	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Verleger	Etienne Jornod	Kultur	21%	<div style="width: 21%;"></div>
Chefredaktor	Stefan Schmid	Sport	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Reichweite 2017	276 000	Human Interest	26%	<div style="width: 26%;"></div>
Profil	Die Gesamtausgabe des St. Galler Tagblatts ist die grösste Tageszeitung der Ostschweiz und informiert kompetent, umfassend und lesernah über alles Wissenswerte aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport.			

Professionelle Regionalzeitung

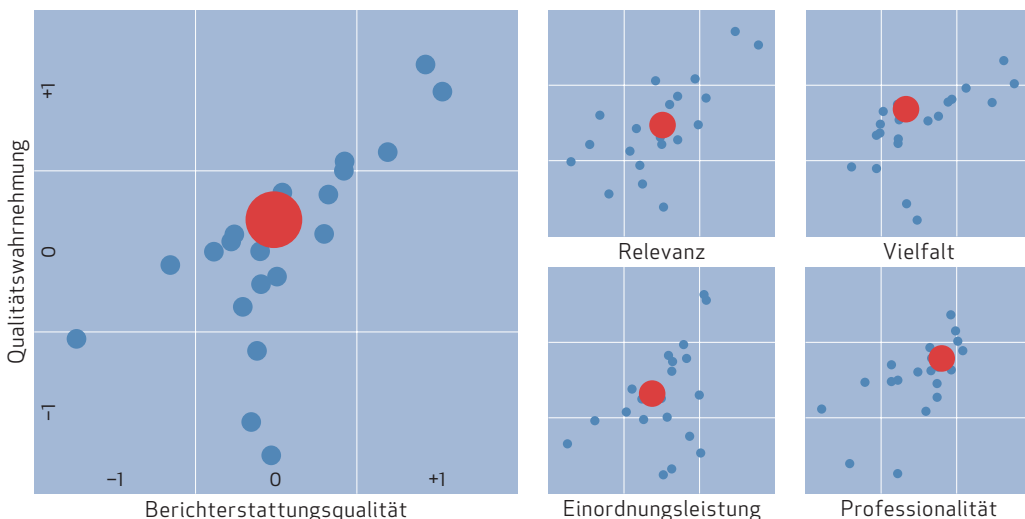
- Die Zeitung aus dem Hause der NZZ-Gruppe, die erstmalig in das MQR einbezogen wurde, belegt einen mittleren Rang in ihrer Vergleichsgruppe.
- Entsprechend liefert das St. Galler Tagblatt ein qualitativ solides Angebot für seine Region, welches auch vom Publikum durchaus wertgeschätzt wird. In der Dimension Professionalität leistet das Tagblatt sogar Überdurchschnittliches. Das Publikum schätzt die klare Trennung zwischen Nachrichten und Meinungen sowie den argumentativen statt emotionalen im Stil der Berichterstattung.
- Die Richtigkeit dieser Einschätzung wird durch die Befunde der Inhaltsanalyse bestätigt. Im Vergleich mit den übrigen Regionalzeitungen erzielt das Tagblatt – zusammen mit der Luzerner Zeitung – Bestwerte bei der Professionalität.

Rating



Lesebeispiel: Das St. Galler Tagblatt erzielt 2018 68 von 100 Qualitätspunkten. Der Titel wurde neu in die Untersuchung aufgenommen.

Qualität im Vergleich



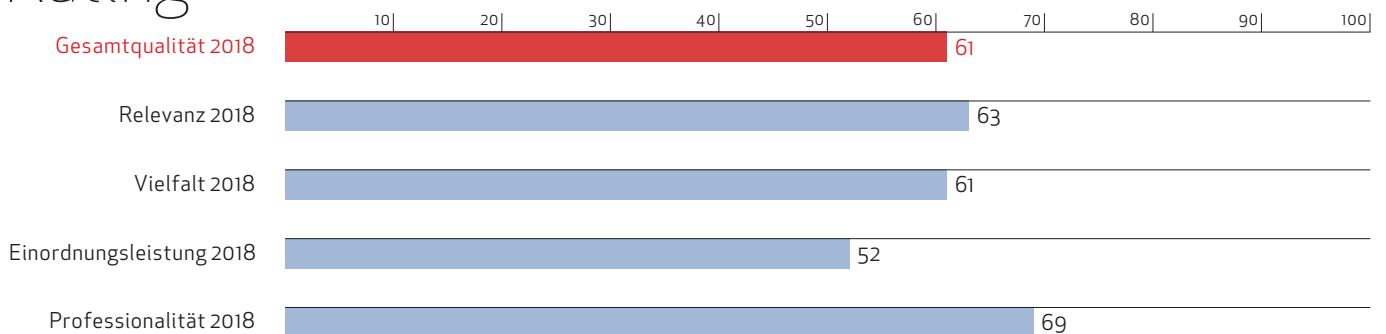
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität des St. Galler Tagblatts höher ein, als die Inhaltsanalyse dies ausweist. Sie nehmen dessen Inhalte als etwas vielfältiger wahr, als dies in der Inhaltsanalyse gemessen wird.

Betreibergesellschaft	St. Galler Tagblatt AG	Politik	30%	
Kontrolleur	NZZ-Mediengruppe	Wirtschaft	10%	
Verleger	Etienne Jornod	Kultur	15%	
Chefredaktor	Stefan Schmid	Sport	11%	
Reichweite 2017	54500	Human Interest	34%	
Profil	St. Galler Nachrichten. Fundierte Berichte aus der Region mit Hintergründen und Meinungen – rund um die Uhr.			

Onlineangebot hält nicht mit Printausgabe mit

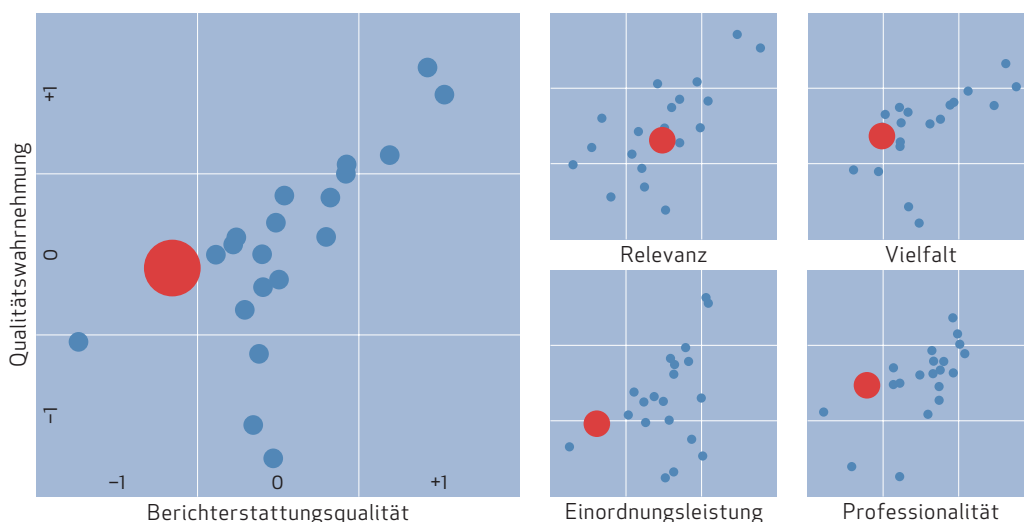
- Das digitale Angebot des St. Galler Tagblatts, das wie die Printausgabe erstmals im MQR beurteilt wird, schneidet qualitativ schlechter als die Printausgabe ab und kommt im Gruppenvergleich auf den drittletzten Rang.
- Das Publikum stuft die Leistung als mittelmässig ein und auch die Inhaltsanalyse misst unterdurchschnittliche Qualitätswerte. Zum einen kann die Newssite nicht mit den guten Professionalisierungswerten der Printausgabe mithalten, zum anderen geht aus Befragung und Inhaltsanalyse gleichermaßen hervor, dass Optimierungspotentiale hinsichtlich der Vielfalt und der Einordnung von Themen bestehen.
- tagblatt.ch könnte die Qualitätsbilanz mit einem ausgewogeneren Mix an Themen, die mit mehr redaktionellen Eigenleistungen behandelt werden, deutlich verbessern.

Rating



Lesebeispiel: tagblatt.ch erzielt 2018 61 von 100 Qualitätspunkten.
Das Portal wurde neu in die Untersuchung aufgenommen.

Qualität im Vergleich



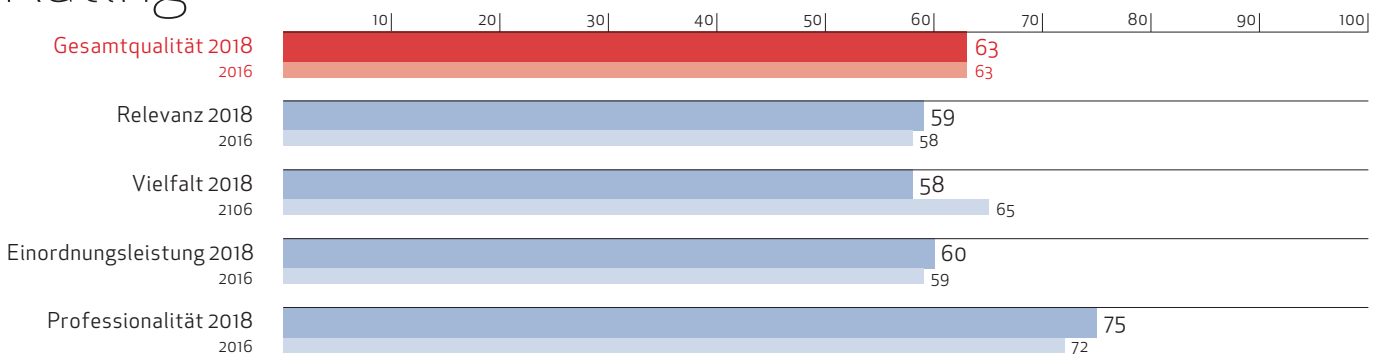
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von tagblatt.ch höher ein, als dies die Inhaltsanalyse tut. Dies gilt für die Qualitätsdimensionen Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität.

Betreibergesellschaft	Somedia Press AG	Politik	26%	<div style="width: 26%;"></div>
Kontrolleur	Somedia AG	Wirtschaft	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Verleger	Hanspeter Lebrument	Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Chefredaktorin	Martina Fehr	Sport	23%	<div style="width: 23%;"></div>
Reichweite 2017	164 000	Human Interest	28%	<div style="width: 28%;"></div>
Profil	Qualitätsjournalismus für anspruchsvolle Leserinnen und Leser mit sorgfältig recherchierten und professionell aufbereiteten Informationen und Hintergrundberichten.			

Die Südostschweiz kann bei ihrem Publikum wieder punkten

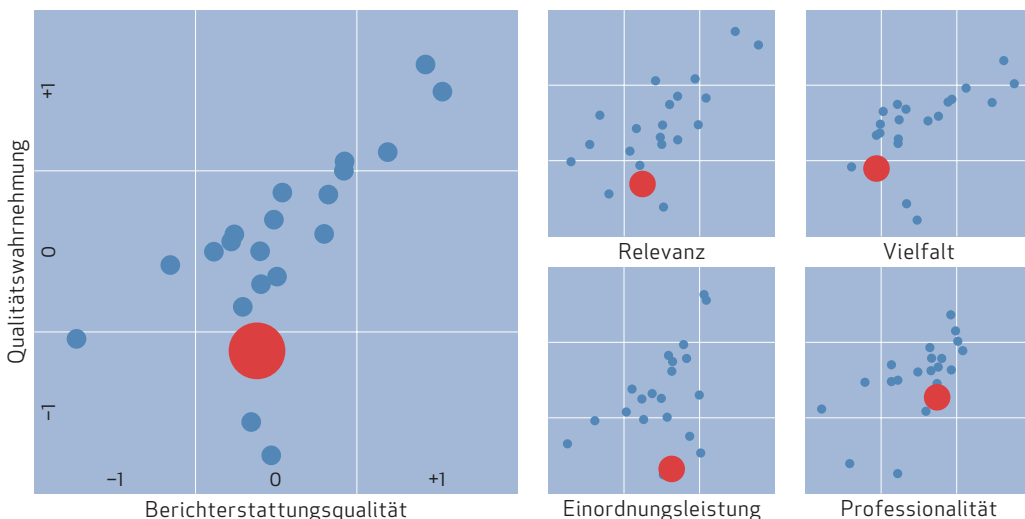
- Die Südostschweiz ordnet sich – wie zwei Jahre zuvor – im unteren Bereich des Qualitätsspektrums in das Gruppenrating ein.
- Das Publikum schätzt die Qualität der Südostschweiz weiterhin niedriger ein, als dies die Inhaltsanalyse tut. Insbesondere was die Relevanz der Inhalte und deren Einordnung betrifft, gibt es gemäss den Leserinnen und Lesern Luft nach oben.
- Darüber hinaus ist bei der Regionalzeitung im Zeitvergleich ein Rückgang an inhaltlicher Qualität der Beiträge festzustellen. Dieser resultiert aus einer verminderten Vielfalt, was die thematischen und geografischen Blickwinkel angeht. Erfreulich ist, dass die Befragungswerte seit der letzten Messung leicht gestiegen sind. Zudem attestiert die Inhaltsanalyse der Südostschweiz in puncto Einordnungsleistung gute Werte.

Rating



Lesebeispiel: Die Südostschweiz erzielt 2018 63 von 100 Qualitätspunkten. Dies entspricht dem Wert der vorherigen Messung.

Qualität im Vergleich



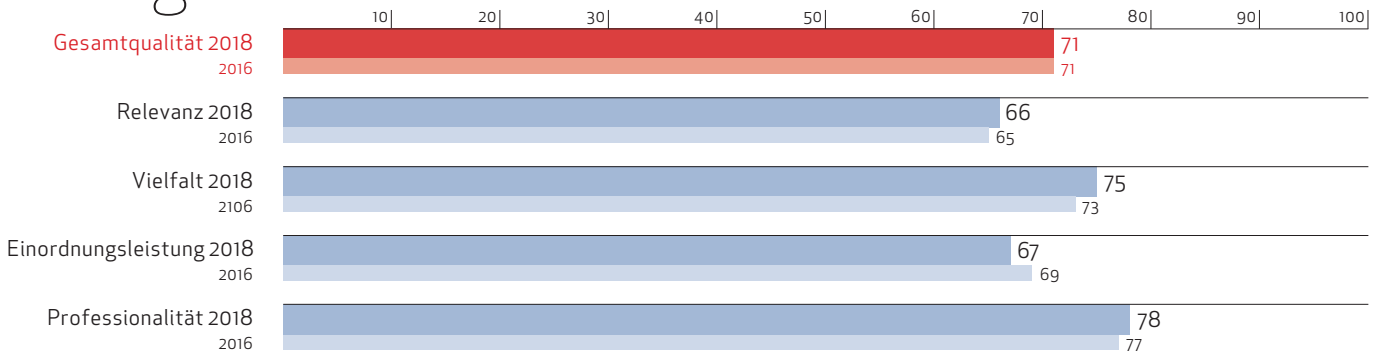
Lesebeispiel: Die Befragten stufen die Qualität der Südostschweiz niedriger ein, als dies die inhaltliche Qualitätsmessung ausweist. Deckungsgleich sind die Ergebnisse beider Methoden, was die Qualitätsdimension Vielfalt angeht.

Betreibergesellschaft	Tamedia AG	Politik	32%	<div style="width: 32%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Chefredaktorin	Judith Wittwer	Sport	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Reichweite 2017	417000	Human Interest	26%	<div style="width: 26%;"></div>
Profil	Die meistabonnierte Tageszeitung der Schweiz bürgt für Qualitätsjournalismus und berichtet umfassend, ausgewogen, unabhängig und engagiert über politisch und gesellschaftlich relevante Themen.			

Die Leistung des «Tagi» ist hochgeschätzt

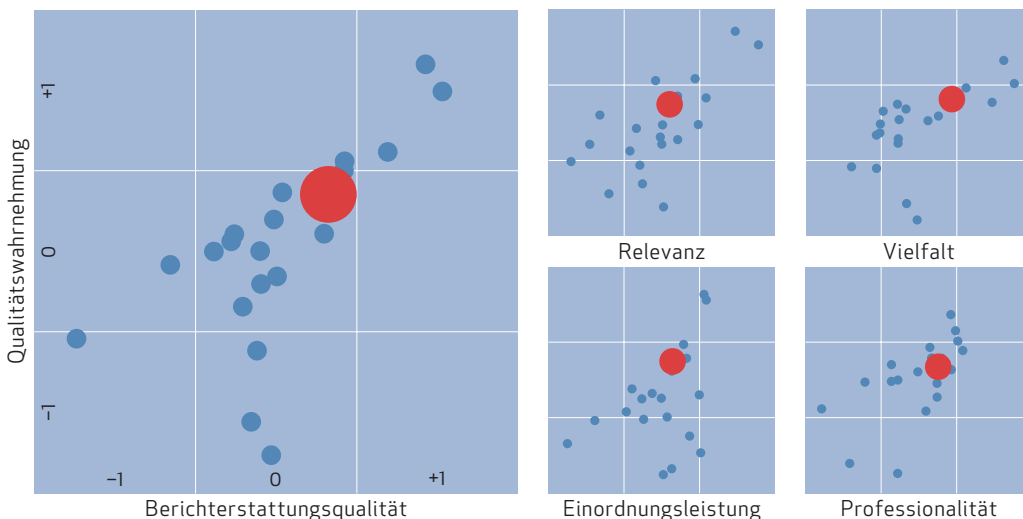
- Der Tages-Anzeiger zeigt nach wie vor eine klar überdurchschnittliche Leistung. Qualitativ positioniert sich das Flaggschiff des Tamedia-Konzerns auf Rang 5, knapp hinter dem Berner Traditionsblatt, dem Bund.
- Zu den Stärken des Titels zählen dessen breit gefächertes, sprich vielfältiges Themenangebot sowie dessen sachliche Vermittlung. Auch die Befragten nehmen diese Qualitäten wahr und stellen dem «Tagi» erneut ein gutes Zeugnis aus.
- Die guten Qualitätswerte sind nach beiden Methoden – Inhaltsanalyse und Befragung – im Zeitverlauf stabil. Während bei vielen Tages- und Onlinezeitungen Vielfaltseinbussen zu verzeichnen sind, liefert der Tages-Anzeiger nach wie vor einen relevanten Themenmix. Einziger Wermutstropfen ist die leichte Abnahme an einordnender Hintergrundberichterstattung gegenüber 2016.

Rating



Lesebeispiel: Der Tages-Anzeiger erhält 2018 71 von 100 Qualitätspunkten. In der Dimension Vielfalt gewinnt der Titel 2 Punkte dazu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität des Tages-Anzeigers gleich ein wie die Inhaltsanalyse. Es sind keine signifikanten Unterschiede auszumachen.

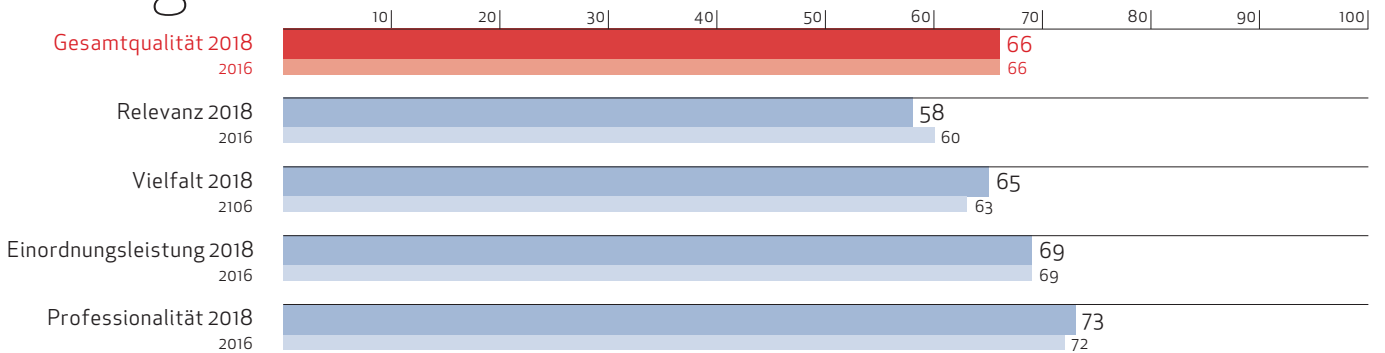
tagesanzeiger.ch

Betreibergesellschaft	Tamedia AG	Politik	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	11%	<div style="width: 11%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Chefredaktor	Michael Marti	Sport	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Reichweite 2017	225 000	Human Interest	44%	<div style="width: 44%;"></div>
Profil	Das Onlineangebot der meistabonnierten Tageszeitung der Schweiz bürgt für Qualitätsjournalismus und berichtet umfassend, ausgewogen, unabhängig und engagiert über politisch und gesellschaftlich relevante Themen.			

Onlineauftritt noch nicht gleichwertig

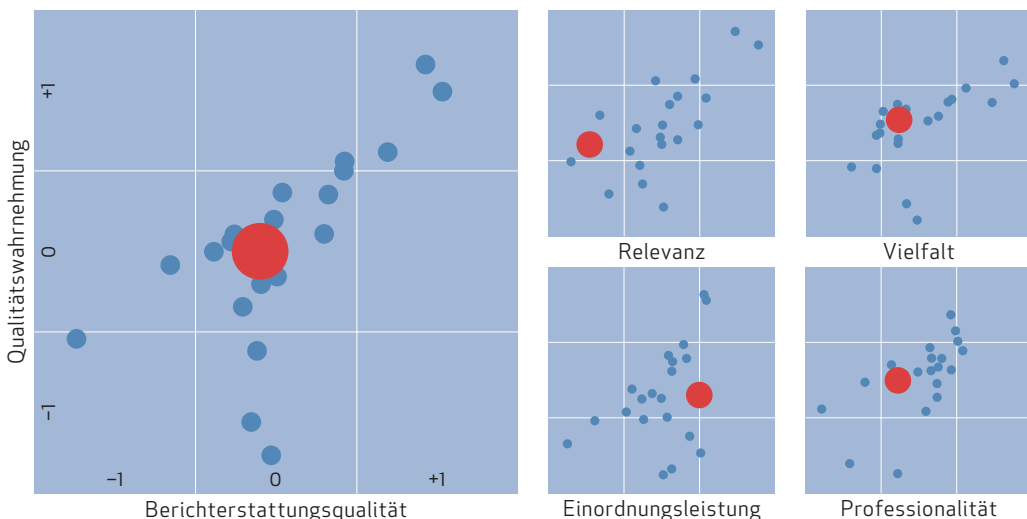
- Die Newssite des Tages-Anzeigers positioniert sich im Qualitätsrating im Mittelfeld, gegenüber der Messung zwei Jahr zuvor macht die Newssite zwei Ränge gut.
- Anders als in der Printausgabe wird bei tagesanzeiger.ch mehr auf Softnews gesetzt, auch bietet die Newssite einen geringeren Mix an Themen. Entsprechend bietet der Titel nicht die hohe Qualität der Printausgabe, obgleich sie beim Publikum viel Wertschätzung genießt.
- Im Zeitvergleich lassen sich keine nennenswerten Veränderungen beobachten, bis auf die Tatsache, dass die Newssite in den vergangenen beiden Jahren den Anteil an Human-Interest-Inhalten um rund 10% erhöht hat. Es bleibt abzuwarten, ob sich der verstärkte Hang zu Softnews künftig auf die Qualitätswahrnehmung des Publikums auswirkt.

Rating



Lesebeispiel: tagesanzeiger.ch erzielt 2018 66 von 100. Das Portal gewinnt in der Dimension Vielfalt 2 Punkte dazu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von tagesanzeiger.ch im Vergleich zur Inhaltsanalyse ähnlich ein. Die Relevanz wird in den Umfragen etwas besser wahrgenommen im Vergleich zur Inhaltsanalyse, die Einordnungsleistung etwas schlechter.

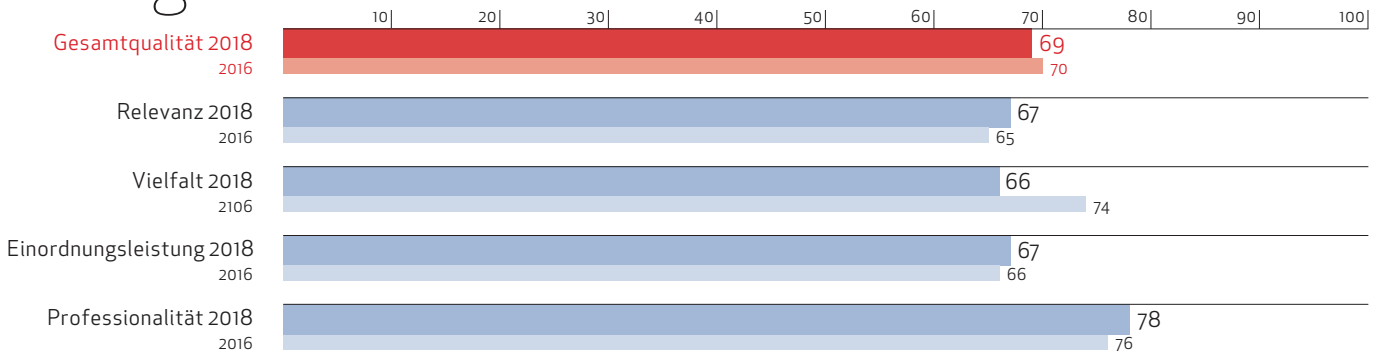
Betreibergesellschaft	Tamedia Publications romandes SA
Kontrolleur	Tamedia AG
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Claude Ansermoz
Reichweite 2017	176 000
Profil	Die Tageszeitung mit Hintergrund informiert die Waadtländer als wichtiger Akteur der französischsprachigen Presse. Leidenschaftlich und professionell berichtet sie über sämtliche Themen, von der Wirtschaft zum Sport über Kultur und Politik.

Politik	34%	<div style="width: 34%;"></div>
Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Kultur	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Sport	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Human Interest	22%	<div style="width: 22%;"></div>

24 heures bietet ihrer Leserschaft viele Hardnews

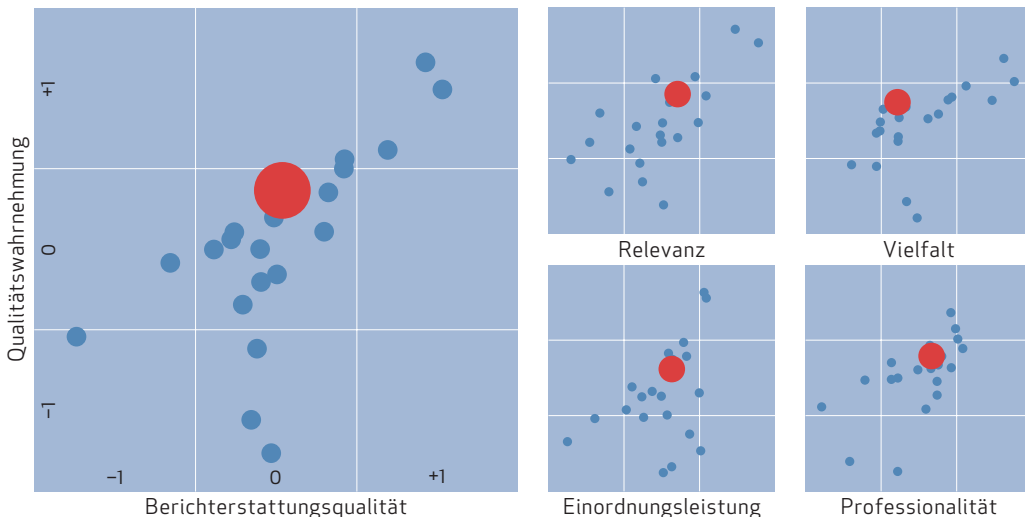
- Die Qualitätswerte der auflagenstärksten Abonnementszeitung in der Suisse romande kommen auch in diesem Jahr im oberen Mittelfeld, knapp unterhalb des Tages-Anzeigers, zu liegen.
- Das Blatt trumpft mit viel Politik- und Kulturberichterstattung auf und hält damit für seine Leserschaft ein relevanteres Angebot bereit als beispielsweise letemps.ch.
- Gegenüber 2016 zeigt 24 heures vor allem Qualitätseinbussen hinsichtlich Vielfalt. Treiber dafür sind die Ergebnisse der Inhaltsanalyse. 24 heures deckt die verschiedenen Themen lange nicht mehr so ausgewogen ab wie noch zwei Jahre zuvor. Umgekehrt sehen dies die Befragten: Sie vergeben im Jahresvergleich in allen vier Dimensionen, inklusive Vielfalt, mehr Qualitätspunkte.

Rating



Lesebeispiel: 24 heures erzielt 2018 69 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 1 Qualitätspunkt ein.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von 24 heures tendenziell besser ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Insbesondere hinsichtlich Vielfalt erzielt der Titel in der Befragung höhere Werte als in der Inhaltsanalyse.

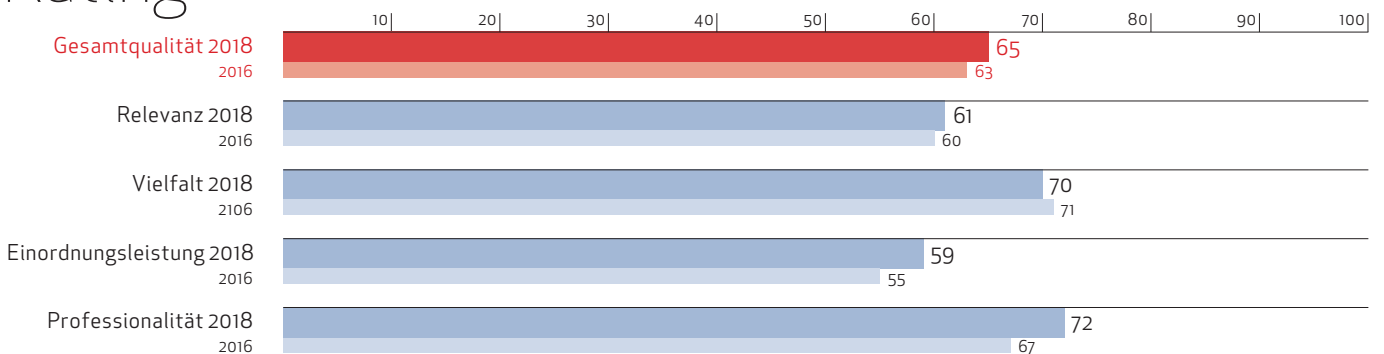
Betreibergesellschaft	Tamedia Publications romandes SA
Kontrolleur	Tamedia AG
Verleger	Pietro Supino
Chefredaktor	Leonardo Pescante
Reichweite 2017	64 000
Profil	Onlineauftritt von 24 heures.

Politik	23%	<div style="width: 23%;"></div>
Wirtschaft	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Kultur	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Sport	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Human Interest	36%	<div style="width: 36%;"></div>

Newssite kann Printausgabe nach wie vor nicht das Wasser reichen

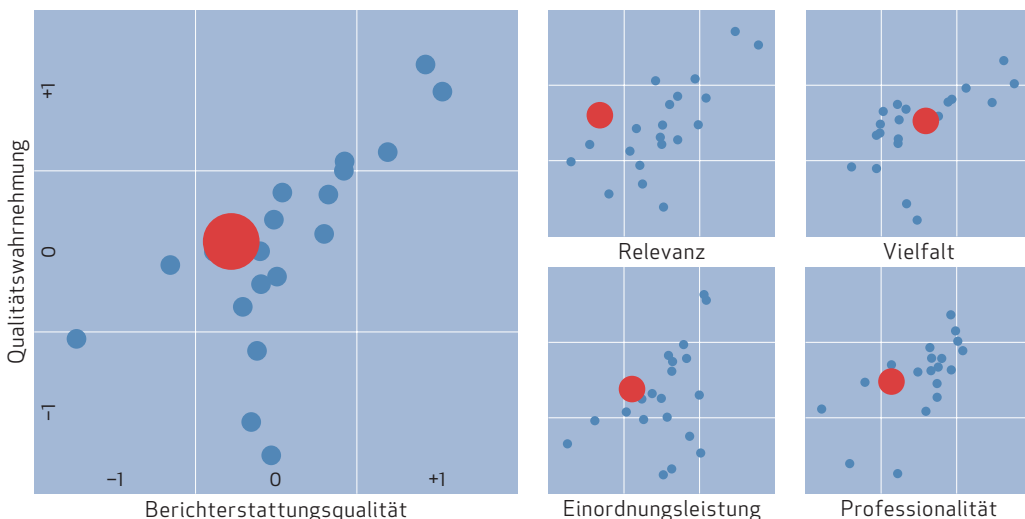
- 24heures.ch schneidet im Vergleich zur Printausgabe zwar etwas schlechter ab, steigt im Gruppenranking aber dennoch um ganze drei Ränge auf.
- Die Inhaltsanalyse zeigt, dass die tiefere Qualität im Vergleich zur Printausgabe vermehrten Softnews, dem häufigeren Zugreifen auf Agenturmaterial und der stärker ereignisgetriebenen Berichterstattung geschuldet ist. Auch die Befragten empfinden die Qualität der Newssite als nicht völlig gleichwertig mit jener der Printausgabe.
- Die Newssite hält ihre Gesamtqualität im Jahresvergleich stabil, mit einem Aufwärtstrend in puncto Einordnungsleistung und Professionalität.

Rating



Lesebeispiel: 24heures.ch erzielt 2018 65 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 2 Qualitätspunkte ein.

Qualität im Vergleich



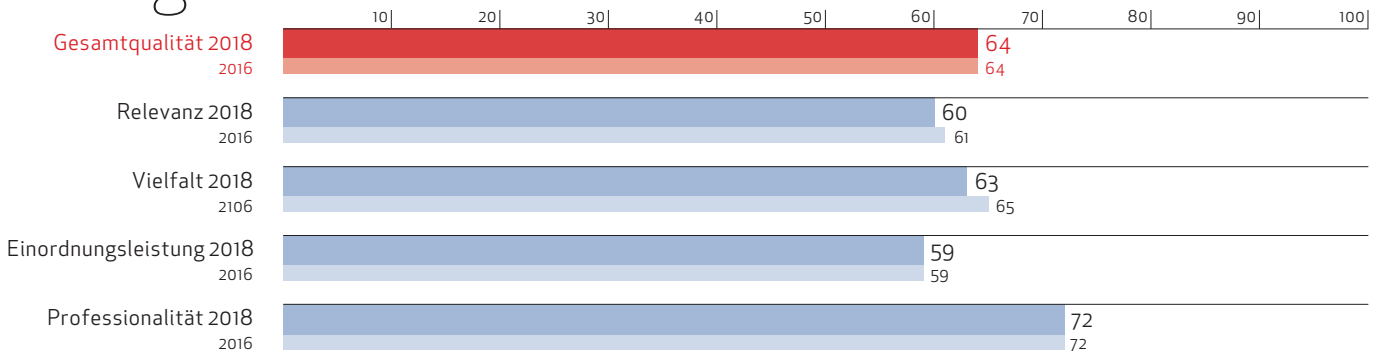
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von 24heures.ch tendenziell besser ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Insbesondere hinsichtlich der Relevanz erzielt der Titel in der Befragung höhere Werte als in der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Éditions Le Nouvelliste SA	Politik	30%	<div style="width: 30%;"></div>
Kontrollleur	Éditions Le Nouvelliste SA	Wirtschaft	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Verleger	Philippe Hersant	Kultur	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Chefredaktion	Sandra Jean und Vincent Fragnière	Sport	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Reichweite 2017	113 000	Human Interest	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Profil	Zeitungsartikel und alle aktuellen Nachrichten aus dem Wallis, der Schweiz und der Welt.			

Inhaltsanalyse bescheinigt Qualitätsabbau

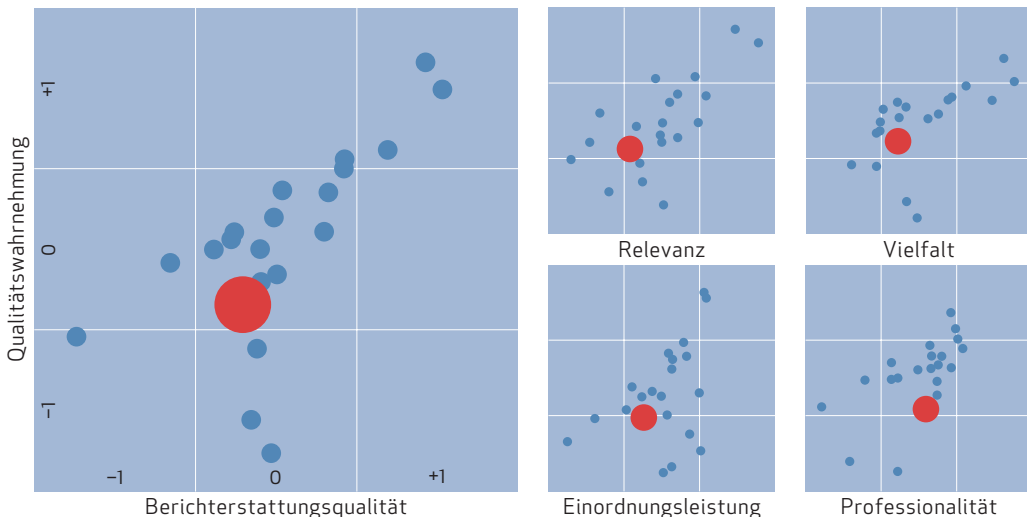
- Die französischsprachige Tageszeitung Le Nouvelliste aus dem Kanton Wallis rangiert im unteren Mittelfeld, diesmal auf Rang 14.
- Beiträge über Sport oder aus dem Human-Interest-Bereich machen knapp 50% des gesamten Angebots aus. Diese Themensetzung wirkt sich entsprechend negativ auf die Relevanzbilanz des Blatts aus. Positiv zu Buche schlägt die hohe Quellentransparenz, zudem orientiert man sich bei Le Nouvelliste vorbildlich an professionellen Standards des Informationsjournalismus. Eine Leistung, die die Befragten jedoch kaum honorieren; deren Qualitätswahrnehmung bleibt in allen abgefragten Dimensionen unter dem Gruppendurchschnitt.
- Im Vergleich zur letzten Messung 2016 konstatiert die Inhaltsanalyse einen klaren Qualitätsrückgang, der hauptsächlich in mangelnder Vielfalt gründet. Die Einschätzung des Publikums hingegen bleibt vorerst auf niedrigem Niveau stabil.

Rating



Lesebeispiel: Le Nouvelliste erzielt 2018 64 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



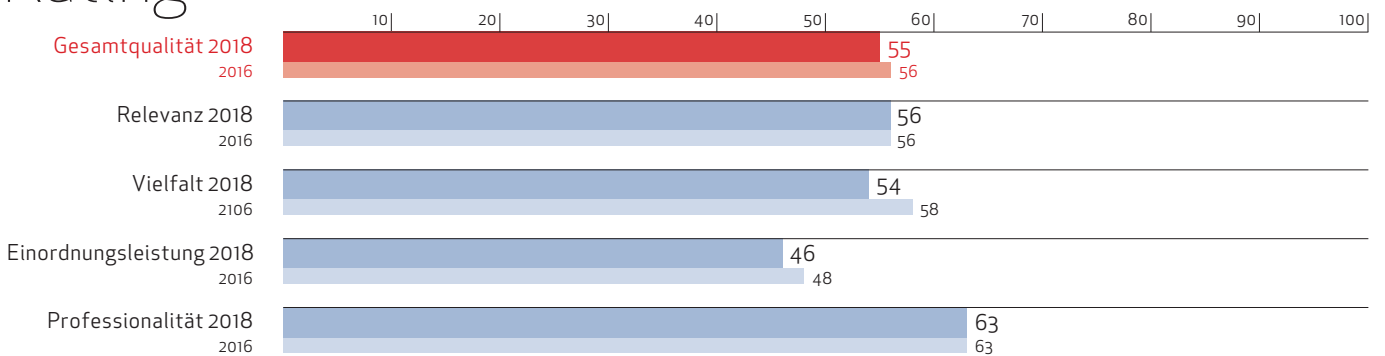
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von Le Nouvelliste schlechter ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Éditions Le Nouvelliste SA	Politik	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Kontrollleur	Éditions Le Nouvelliste SA	Wirtschaft	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Verleger	Philippe Hersant	Kultur	5%	<div style="width: 5%;"></div>
Chefredaktion	Sandra Jean und Vincent Fagnière	Sport	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Reichweite 2017	33500	Human Interest	44%	<div style="width: 44%;"></div>
Profil	Onlineauftritt von Le Nouvelliste.			

Trotz Leistungseinbruch vom Publikum wertgeschätzt

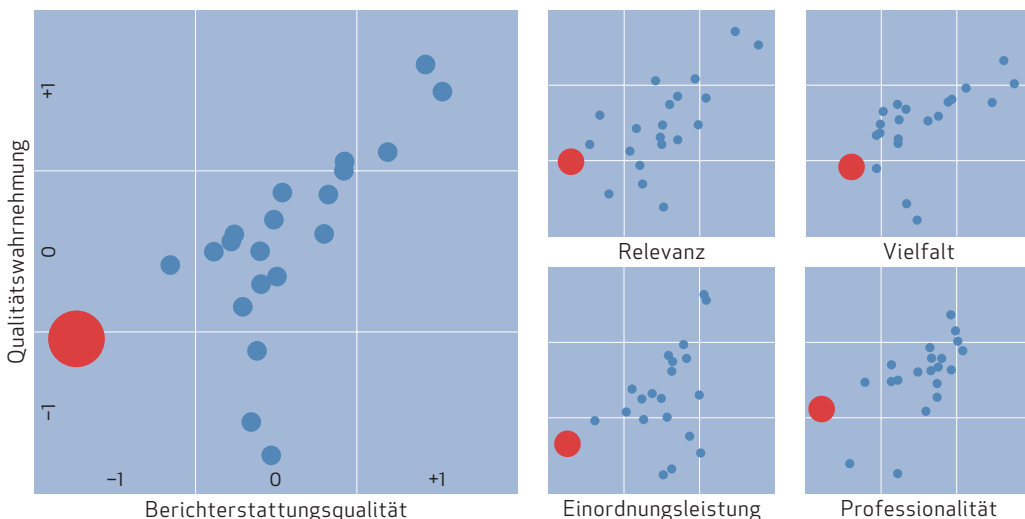
- Das Onlineportal von Le Nouvelliste liegt auf Rang 18 und bildet das Schlusslicht in der Vergleichsgruppe.
- Die Befragten stufen die Qualität in der Tendenz höher ein, als dies die Inhaltsanalyse zeigt. Sie bescheinigen dem Titel eine sachliche Berichterstattung, bei der die Informationsquellen der Nachrichten transparent sind. Ein Qualitätsmerkmal, das gemäss Inhaltsanalyse lediglich in der Printausgabe zufriedenstellend gegeben ist.
- In Analogie zum Printpendant verliert der Titel mehrere Qualitätspunkte in der Inhaltsanalyse. Der Rückgang an vielfältiger Berichterstattung aus verschiedenen Blickwinkeln akzentuiert sich bei der Newssite noch stärker. Auch hier sehen das die Befragten anders: Sie bewerten den Titel nahezu gleich wie letztes Mal.

Rating



Lesebeispiel: lenouvelliste.ch erzielt 2018 55 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von lenouvelliste.ch durchwegs besser ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Diese Diskrepanz ist in den Dimensionen Relevanz und Professionalität am grössten.

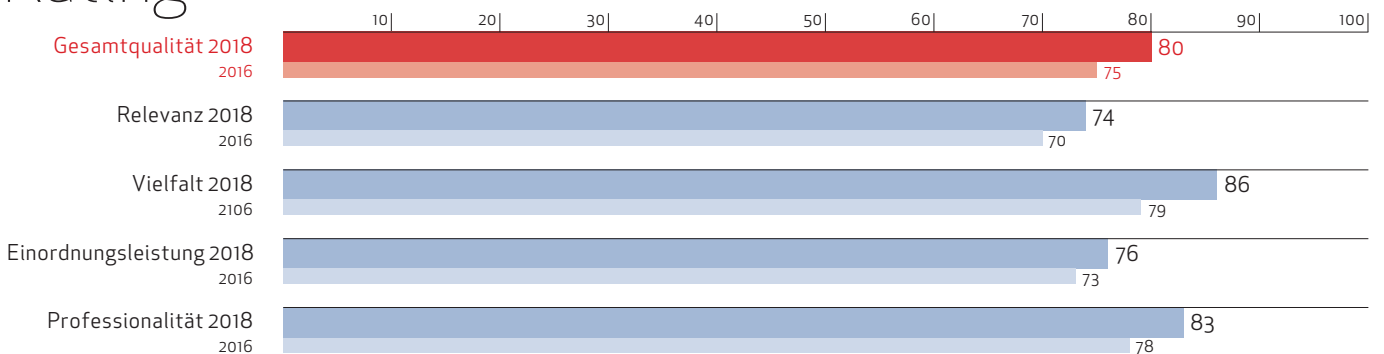
Betreibergesellschaft	Le Temps SA
Kontrollleur	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktor	Stéphane Benoit-Godet
Reichweite 2017	103000
Profil	Glaubwürdigkeit und Informationsqualität sind die zentralen Anliegen der Marke «Le Temps». Das führt dazu, dass das Engagement und der Anspruch, den die Journalisten beim Redigieren und bei der Meinungsäusserung zeigen, direkt auf sämtliche Informationskanäle übertragen wird.

Politik	39%	<div style="width: 39%;"></div>
Wirtschaft	25%	<div style="width: 25%;"></div>
Kultur	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Sport	5%	<div style="width: 5%;"></div>
Human Interest	11%	<div style="width: 11%;"></div>

Sachlicher Stil, viel redaktionelle Eigenleistung

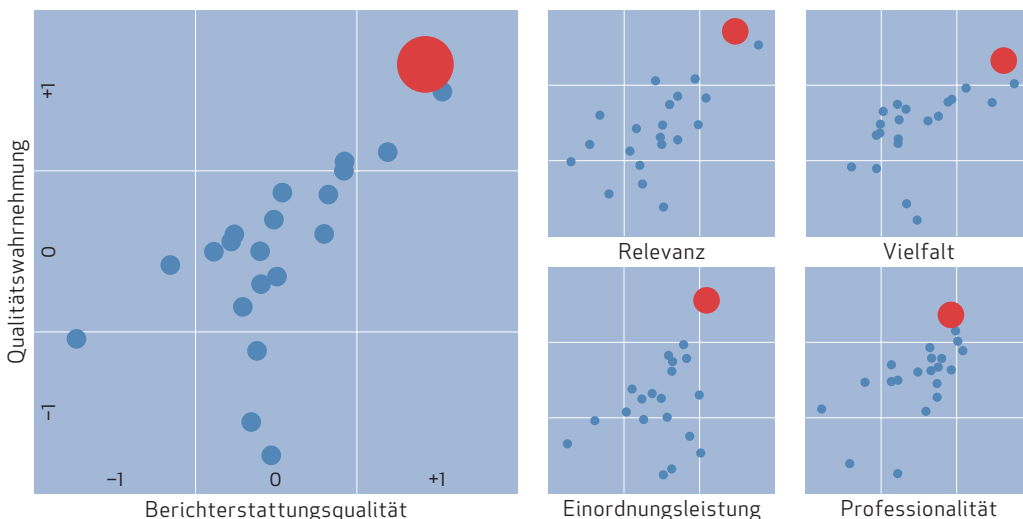
- Der Spitzenreiter aus der Suisse romande hat in den vergangenen beiden Jahren deutlich an Qualität zugelegt und teilt sich neu den ersten Gruppenrang mit der NZZ.
- Das Qualitätsblatt wartet mit einem sachlichen Stil, viel redaktioneller Eigenleistung und einer breiten Abdeckung des Regionen- und Themenspektrums auf.
- Die deutliche Qualitätssteigerung ist massgeblich durch die Befragungsergebnisse getrieben. Das Publikum schätzt an Le Temps aktuell noch mehr, dass gesellschaftlich bedeutende Themen ins Zentrum der Berichterstattung gestellt, wichtige Ereignisse thematisiert und eine unabhängige Berichterstattung geboten werden.

Rating



Lesebeispiel: Le Temps erzielt 2018 80 von 100 Qualitätspunkten und legt somit gegenüber der letzten Messperiode 5 Punkte zu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von Le Temps analog zur Inhaltsanalyse ein, tendenziell sogar etwas besser.

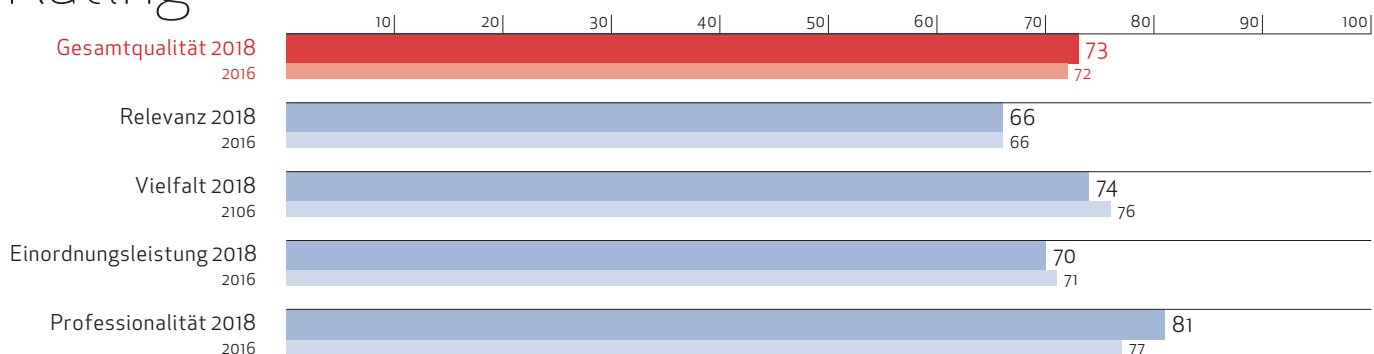
Betreibergesellschaft	Le Temps SA
Kontrollleur	Ringier AG
Verleger	Michael Ringier
Chefredaktor	Stéphane Benoit-Godet
Reichweite 2017	54500
Profil	Die Website entwickelt sich weiter und bietet den ganzen Tag über ein reichhaltiges Angebot von Inhalten. Die von A bis Z «responsive» Website letemps.ch passt sich an sämtliche Bildschirmformate an und verbessert so den Lesekomfort. Die Website bietet zudem exklusive Inhalte und zahlreiche Multimedia-Elemente.

Politik	30%	<div style="width: 30%;"></div>
Wirtschaft	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Kultur	29%	<div style="width: 29%;"></div>
Sport	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Human Interest	21%	<div style="width: 21%;"></div>

Steigende Qualitätswahrnehmung bei sinkenden Leistungen

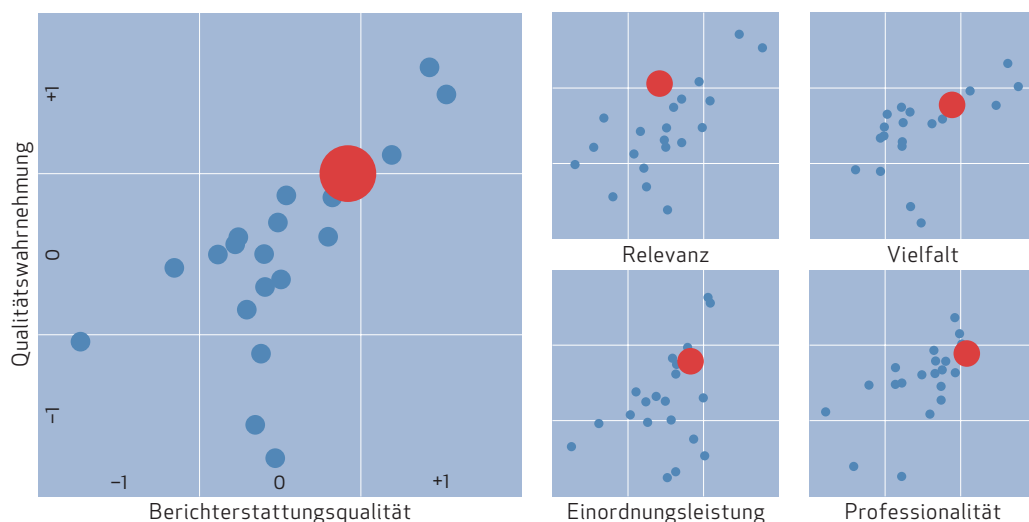
- Die Newssite letemps.ch vermag zwar nicht ganz das Spitzenergebnis der Printausgabe zu erreichen, dennoch zeichnen sich ihre Inhalte durch viel redaktionelle Eigenleistung gekoppelt mit einem kaum emotionalisierenden, sachlichen Ton aus.
- Keine andere Tages- und Onlinezeitung weist gemäss Inhaltsanalyse eine höhere Professionalität auf. Aus Sicht der Befragten trumpft letemps.ch vor allem mit seinem ausgeprägten Fokus auf gesellschaftsrelevante Hardnews auf.
- Der Onlineauftritt profitiert – ebenso wie die Zeitung – von deutlich gestiegenen Publikumsbewertungen. Gleichzeitig misst die Inhaltsanalyse aber genauso deutliche Rückgänge entlang aller Qualitätsdimensionen.

Rating



Lesebeispiel: letemps.ch erzielt 2018 73 von 100 Qualitätspunkten.

Qualität im Vergleich

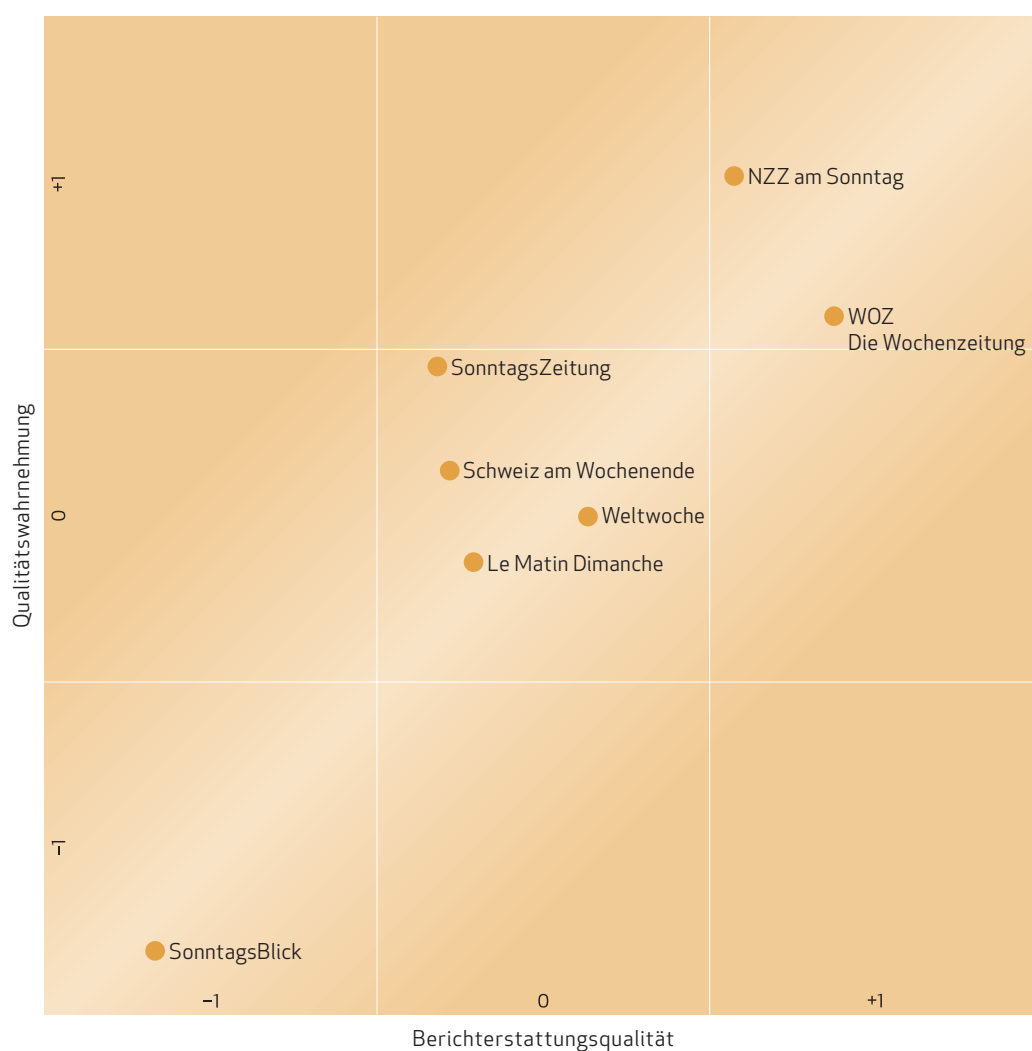


Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von letemps.ch analog zur Inhaltsanalyse ein, tendenziell sogar etwas besser.

Sonntagszeitungen und Magazine

Die heutigen Mediengesellschaften zeichnen sich durch eine Verflüssigung von Nachrichtenproduktion, -inhalt und -rezeption aus: Liveticker, Pushnachrichten und soziale Medien schaffen und verlangen einen nie abreisenden Strom an Nachrichten. Sonntagszeitungen und Magazine können in dieser Informationsflut Orientierung stiften. Dies mag ein Grund sein, weshalb die Auflagenzahlen der Sonntagszeitungen und Magazine nicht so stark rückläufig sind wie jene der

täglichen Abonnementspresse. Ausschlaggebend ist hierbei weniger der sonntägliche Erscheinungstag, als viel mehr der wöchentliche Erscheinungsrhythmus, da dieser Zeit für aufwendige Recherchen und einordnende Hintergrundberichterstattung lässt. Nicht selten gelingt es den Sonntagszeitungen und Magazinen mit ihren Enthüllungen, starke Reaktionen in der Öffentlichkeit auszulösen und Debatten anzustossen.



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 stehen für Qualität

Die Qualität eines Medientitels ist nicht an dessen politische Ausrichtung geknüpft. Dies zeigt sich darin, dass sich die liberale NZZ am Sonntag und die links-alternative WOZ einen Spitzenplatz in der Vergleichsgruppe der Sonntagszeitungen und Magazine teilen. Beide Blätter erreichen – trotz ihrer unterschiedlichen individuellen Stärken – gesamthaft je 77 von 100 Qualitätspunkten. Die NZZ am Sonntag schneidet in der Befragung am besten ab, die WOZ hat bei der Inhaltsanalyse die Nase vorn. Dahinter folgen die Weltwoche und die SonntagsZeitung, die jeweils 67 Qualitätspunkte erzielen. Auch dies zeigt, dass sich anhand der Ausrichtung nicht auf die

Medienqualität schliessen lässt. Die SonntagsZeitung schneidet in der Befragung besser als die polarisierende Weltwoche ab. Letztere kann jedoch in der Inhaltsanalyse punkten, vor allem in Bezug auf die Einordnungsleistung. Die Schweiz am Wochenende und Le Matin Dimanche landen knapp dahinter mit 65 und 64 Punkten auf dem fünften und sechsten Rang. Abgeschlagen ist hingegen der SonntagsBlick mit 50 Qualitätspunkten, der sowohl in der Befragung als auch in der Inhaltsanalyse unterdurchschnittliche Werte erreicht.

NZZ am Sonntag

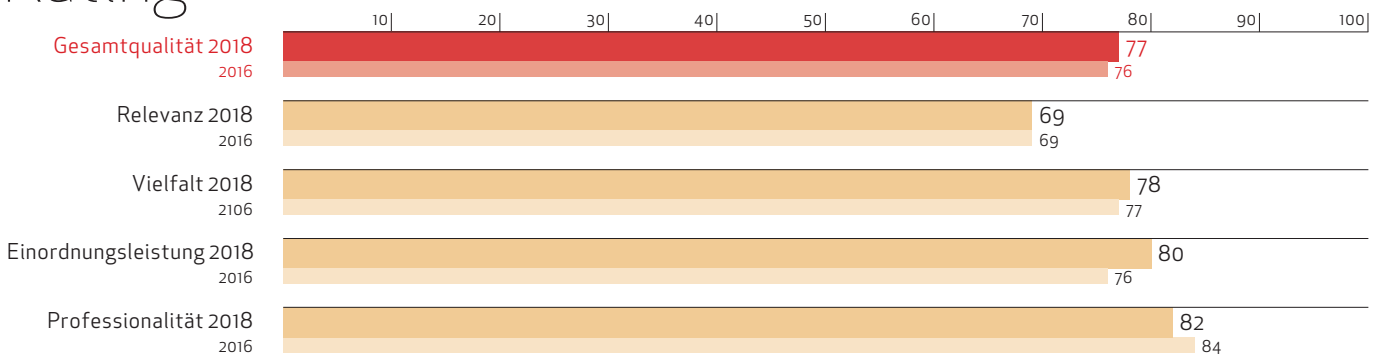


Betreibergesellschaft	AG für die Neue Zürcher Zeitung	Politik	28%	<div style="width: 28%;"></div>
Kontrolleur	NZZ-Mediengruppe	Wirtschaft	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Verleger	Etienne Jornod	Kultur	26%	<div style="width: 26%;"></div>
Chefredaktor	Luzi Bernet	Sport	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Reichweite 2017	400500	Human Interest	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Profil	Die Sonntagszeitung mit Qualität bringt intelligente Analysen, Hintergründe und umfassende Berichterstattung.			

Die NZZ am Sonntag brilliert erneut

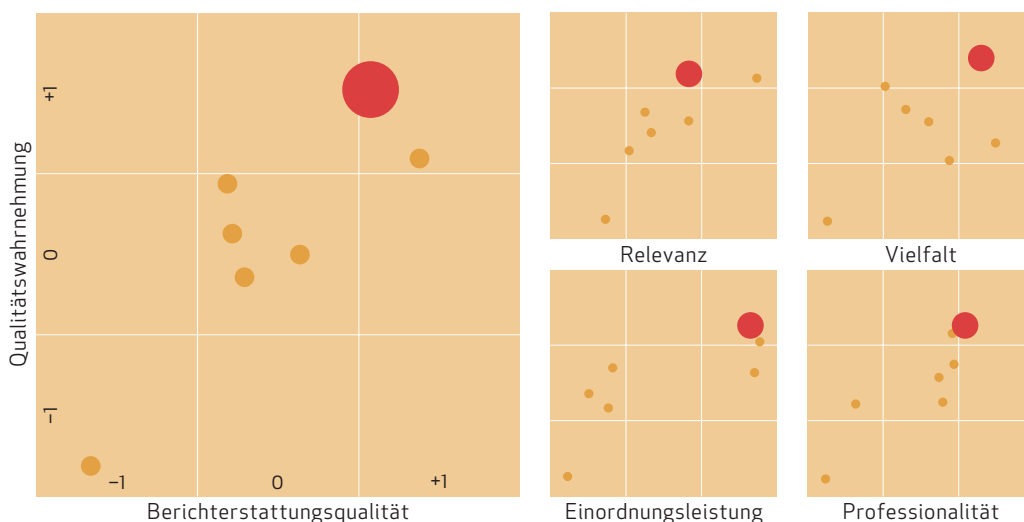
- Ihrem eigenen Anspruch, «die führende Sonntagszeitung» zu sein, wird die NZZ am Sonntag einmal mehr gerecht. In der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine erreicht sie die meisten Qualitätspunkte, diesmal allerdings beinahe gleichauf mit der WOZ, die erstmalig in die Analyse einbezogen wurde.
- Die Befragten wissen bei der NZZ am Sonntag die Vielfalt in der Berichterstattung zu schätzen – in dieser Dimension hebt sie sich deutlich von der Konkurrenz ab. Im Zeitverlauf kann die NZZ beim Publikum in allen Dimensionen leicht zulegen. In der Inhaltsanalyse erzielt die Sonntagszeitung vor allem hinsichtlich Professionalität Bestwerte, wenngleich sie das Niveau von 2016 nicht halten kann.
- Die leichten Qualitätsschwankungen über die Methoden und Dimension halten sich insgesamt die Waage – die NZZ am Sonntag erreicht beinahe den gleichen Qualitätswert wie zwei Jahre zuvor.

Rating



Lesebeispiel: Die NZZ am Sonntag erzielt mit einem Wert von 77.2 die meisten Qualitätspunkte in der Vergleichsgruppe, knapp vor der WOZ, die auf 76.6 Punkte kommt.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befunde der Inhaltsanalyse und der Befragung über die NZZ am Sonntag decken sich: Die NZZ am Sonntag gehört zu den führenden Titeln in der Vergleichsgruppe.

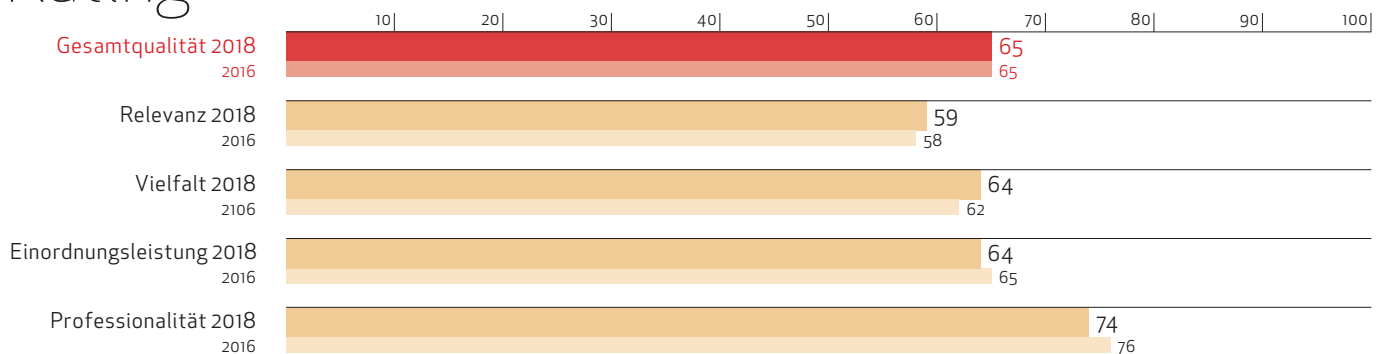
Schweiz am Wochenende MQR-18

Betreibergesellschaft	AZ Medien AG	Politik	30%	<div style="width: 30%;"></div>
Kontrolleur	AZ Medien AG	Wirtschaft	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Verleger	Peter Wanner	Kultur	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Chefredaktor	Patrik Müller	Sport	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Reichweite 2017	345000	Human Interest	28%	<div style="width: 28%;"></div>
Profil	Sonntagszeitung mit fundierten Recherchen, spannenden Hintergründen und intelligenter Unterhaltung zu Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft oder Lifestyle.			

Kontinuität trotz Wandel

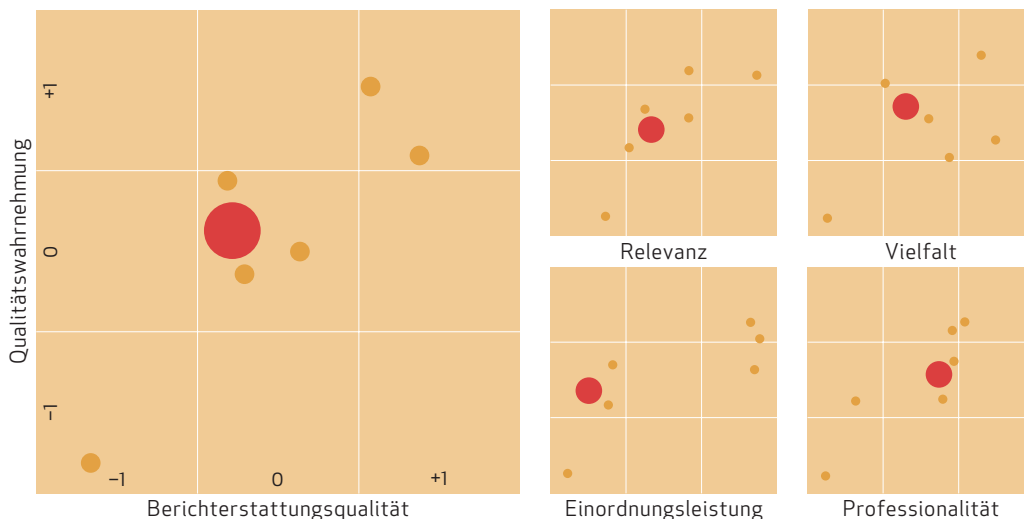
- Die Schweiz am Wochenende bildet die Mittelposition in der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine, obgleich die Bezeichnung Sonntagszeitung nicht länger treffend ist. Im Frühjahr 2017 wurde das Vorgängerblatt Schweiz am Sonntag von einer vergrösserten Samstagausgabe der Aargauer Zeitung abgelöst.
- Laut Publikumsbefragung konnte die Schweiz am Wochenende im Vergleich mit dem Vorgängerblatt sogar leicht an Qualität zulegen, die Befragten schätzen die höhere Relevanz und Vielfalt der Inhalte.
- Die Inhaltsanalyse weist für die Schweiz am Wochenende gute Werte in der Qualitätsdimension Professionalität aus, wengleich die Wochenendzeitung das hohe Niveau des Vorgängerblatts nicht halten kann. Die Zugewinne in der Befragung werden durch die Inhaltsanalyse nivelliert.

Rating



Lesebeispiel: Die Schweiz am Wochenende erzielt 65 von 100 Qualitätspunkten, den gleichen Wert wie das Vorgängerblatt Schweiz am Sonntag zwei Jahre zuvor.

Qualität im Vergleich



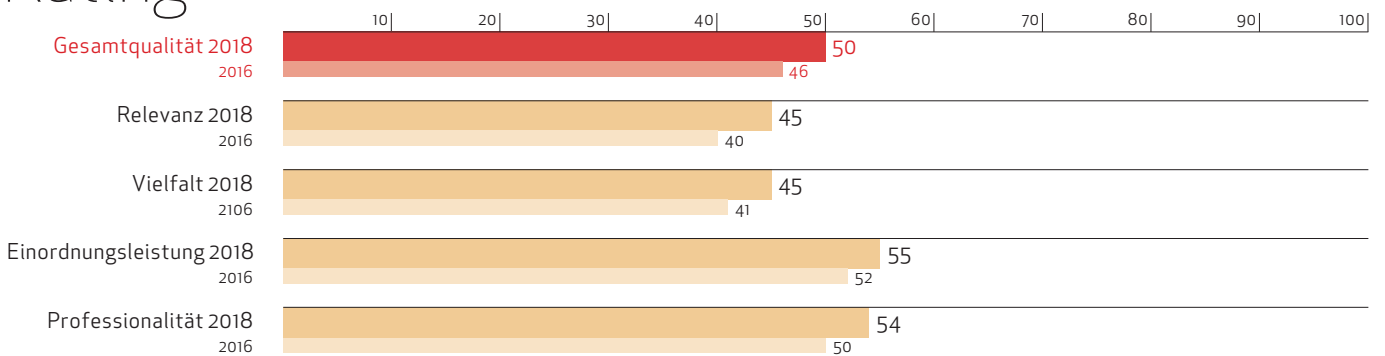
Lesebeispiel: Inhaltsanalyse und Befragung kommen bei der Wochenendzeitung zum gleichen Befund und platzieren sie jeweils im Mittelfeld.

Betreibergesellschaft	Ringier AG	Politik	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Kontrolleur	Ringier AG	Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Verleger	Michael Ringier	Kultur	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Chefredaktor	Gieri Cavelti	Sport	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Reichweite 2017	555 000	Human Interest	33%	<div style="width: 33%;"></div>
Profil	Schreibt, was andere am Montag bringen. Professionell aufgearbeiteter Kompass und Ratgeber für Alltag, Politik, Wirtschaft, Kultur, Show und Sport mit Nachrichten, Fakten, Hintergründen und Exklusivität im handlichen Format.			

SonntagsBlick: Schlusslicht mit deutlicher Tendenz nach oben

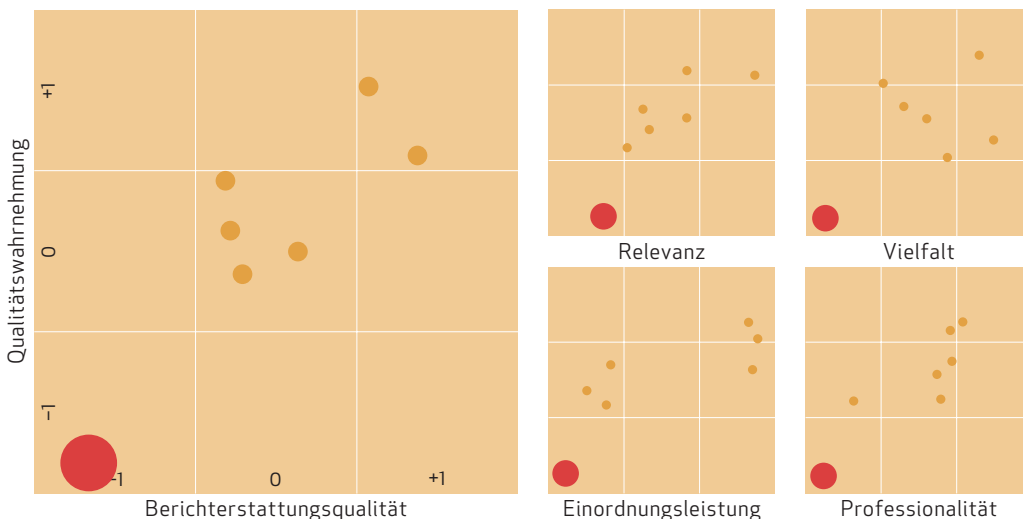
- Bei der Qualität läuft der SonntagsBlick der Konkurrenz in der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine in jeder der Qualitätsdimensionen – Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität – hinterher, wie Inhaltsanalyse und Befragung unabhängig voneinander zeigen.
- Nach wie vor sind der emotionale Diskursstil sowie die ausgedehnte Sport- und Human-Interest-Berichterstattung charakteristische Merkmale der boulevardesken Sonntagszeitung.
- Im Zeitverlauf kann der SonntagsBlick aber deutlich Boden gut machen. Gegenüber 2016 hat er seinen Score in allen Qualitätsdimensionen verbessert. Die inhaltsanalytisch gemessenen Zugewinne hinsichtlich Relevanz und Vielfalt spiegeln sich auch in der Qualitätswahrnehmung des Publikums wider.

Rating



Lesebeispiel: Der SonntagsBlick erzielt 50 von 100 Qualitätspunkten, ein Zugewinn von 4 Qualitätspunkten gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



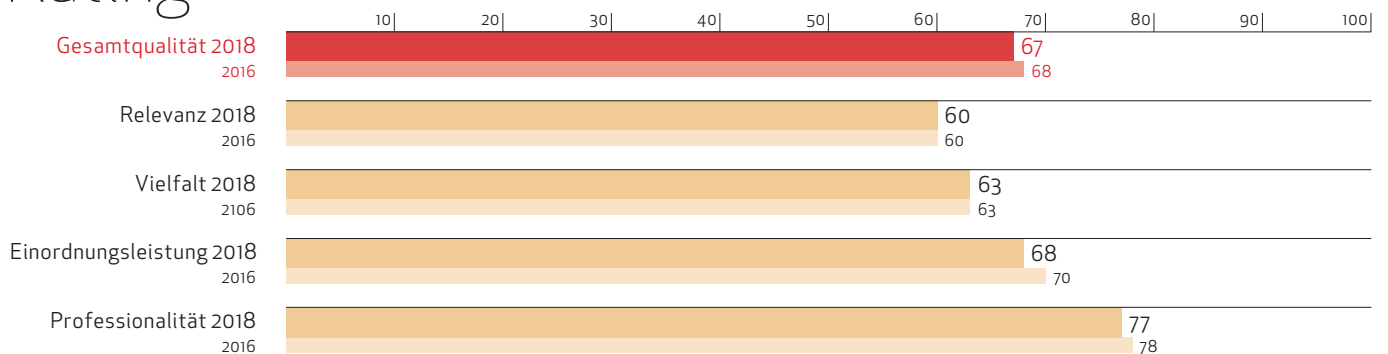
Lesebeispiel: Der SonntagsBlick bildet das alleinige Schlusslicht in der Vergleichsgruppe, so der übereinstimmende Befund aus Inhaltsanalyse und Befragung.

Betreibergesellschaft	Tamedia AG	Politik	21%	<div style="width: 21%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Chefredaktor	Arthur Rutishauser	Sport	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Reichweite 2017	569 000	Human Interest	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Profil	Die Zeitung mit relevanten News und intelligenter Unterhaltung dank überraschender Themen aus Politik, Sport, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Trend und Reisen.			

In der Gunst des Publikums trotz innerer Unruhe

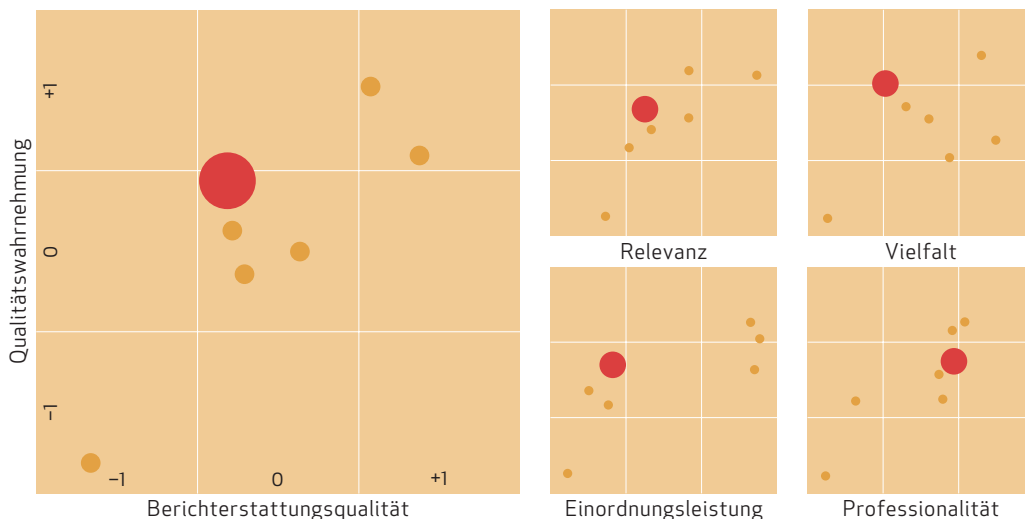
- Die SonntagsZeitung positioniert sich in der Vergleichsgruppe insgesamt im Mittelfeld, wenngleich sie in der Befragung fast zur Spitzengruppe aufschliesst.
- Dabei ist das Blatt von Umstrukturierungen betroffen: Seit 2016 haben SonntagsZeitung und Tages-Anzeiger eine gemeinsame Chefredaktion, 2017 wurden die Wirtschaftsressorts der beiden Blätter zusammengelegt und Anfang 2018 wurde eine Mantelredaktion eingerichtet, welche seither zahlreiche Tamedia-Titel beliefert.
- Während die Inhaltsanalyse im Vergleich zur letzten Messperiode leichte Qualitätseinbußen ausweist, insbesondere mit Blick auf die Einordnungsleistung, schätzen die Befragten die Qualität der SonntagsZeitung trotz alledem nach wie vor hoch ein.

Rating



Lesebeispiel: Die SonntagsZeitung erreicht 67 von 100 Qualitätspunkten, das ist 1 Punkt weniger gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die SonntagsZeitung schneidet bei der Befragung besser ab als bei der Inhaltsanalyse – insbesondere in den Qualitätsdimensionen Vielfalt und Einordnungsleistung.

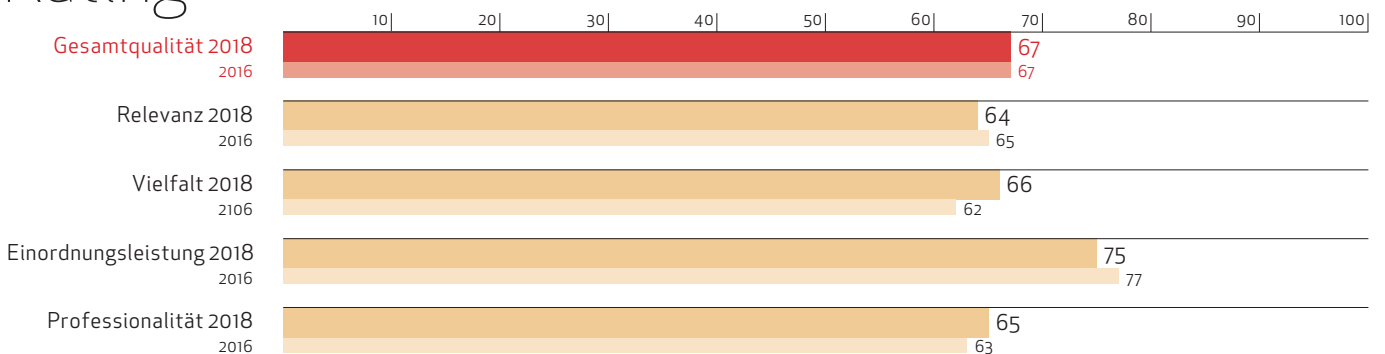
Weltwoche

Betreibergesellschaft	Weltwoche Verlags AG	Politik	43%	<div style="width: 43%;"></div>
Kontrolleur	Weltwoche Verlags AG	Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Verleger	Roger Köppel	Kultur	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Chefredaktor	Roger Köppel	Sport	2%	<div style="width: 2%;"></div>
Reichweite 2017	191000	Human Interest	25%	<div style="width: 25%;"></div>
Profil	Wochenzeitung im Magazinformat mit Fokus auf politischem Recherchejournalismus. Bürgerlich-freiheitlich, staats-skeptisch und wirtschaftsfreundlich steht sie politisch für eine unabhängige und direktdemokratische Schweiz.			

Hohe Einordnungsleistung bei geringer Sachlichkeit

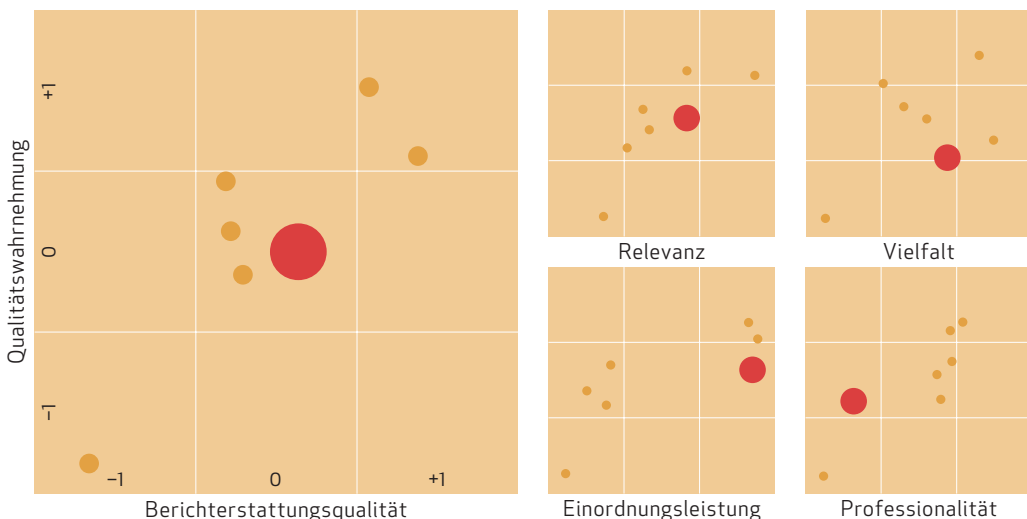
- In der Vergleichsgruppe landet das Wochenmagazin, das politische Kontroversen nicht scheut und manchmal sogar schürt, insgesamt im vorderen Mittelfeld, doch bei kaum einem anderen Medientitel sind die Befunde facettenreicher.
- Die Befragten attestieren der Weltwoche einerseits hohe Qualitätswerte, was die Relevanz der Inhalte und deren Einordnung anbelangt, andererseits geringe Qualitätswerte, was die Vielfalt an Themen und Meinungen und die Professionalität, die eine Trennung von Nachrichten und Meinungen erfordert, betrifft. Die Inhaltsanalyse bescheinigt der Weltwoche – neben einer hohen Vielfalt und Relevanz – eine starke Einordnungsleistung, da diese Hintergründe und Entwicklungen aufzeigt. Doch die Werte der Professionalität fallen ab. Grund hierfür ist der moralisch-emotionale, hart gegen politische Gegner gerichtete Diskursstil.
- Im Zeitverlauf zeigt die Weltwoche keine nennenswerten Qualitätsschwankungen.

Rating



Lesebeispiel: Die Weltwoche erreicht 67 von 100 Qualitätspunkten – gleich viele Punkte wie in der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Weltwoche landet insgesamt im vorderen Mittelfeld. Die Inhaltsanalyse weist Stärken bei der Einordnungsleistung und Schwächen bei der Professionalität als Folge ihres emotionalisierenden, gegen politische Gegner gerichteten Stils aus.

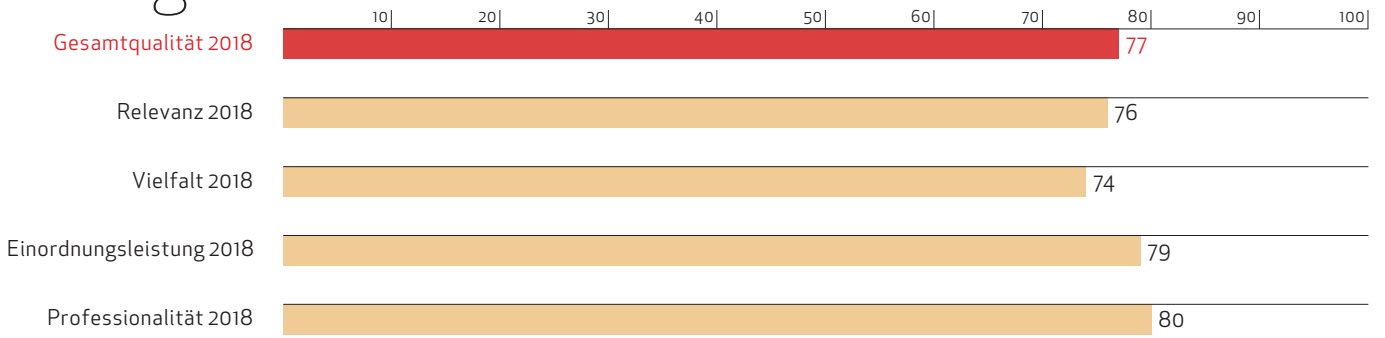
WOZ Die Wochenzeitung

Betreibergesellschaft	Genossenschaft Infolink	Politik	55%	<div style="width: 55%;"></div>
Kontrollleur	Genossenschaft Infolink	Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Verleger	Genossenschaft infolink	Kultur	27%	<div style="width: 27%;"></div>
Redaktionsleitung	Silvia Süess, Kaspar Surber, Yves Wegelin	Sport	1%	<div style="width: 1%;"></div>
Reichweite 2017	85000	Human Interest	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Profil	WOZ Die Wochenzeitung, 1981 gegründet, ist die einzige unabhängige, überregionale linke Zeitung der Deutschschweiz.			

Hochkarätig durch kollektive Arbeit

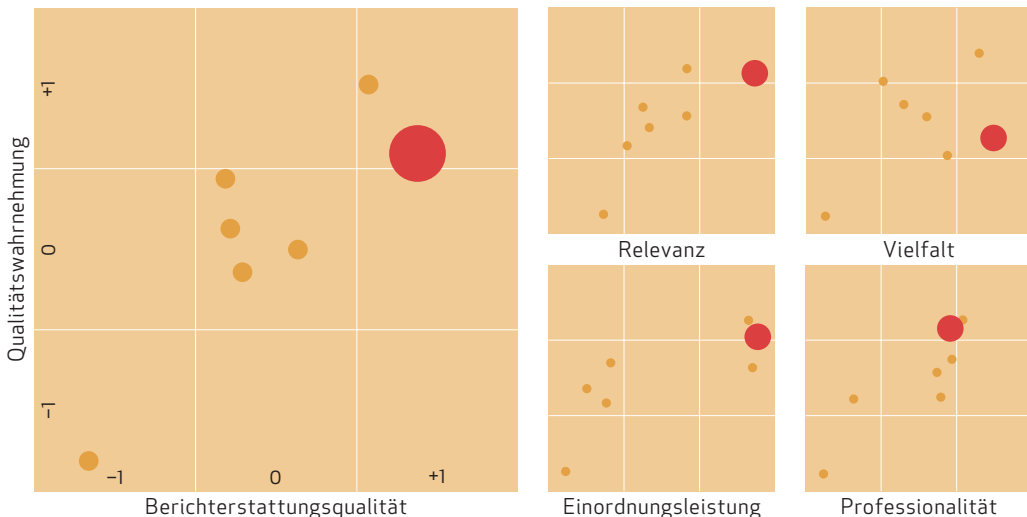
- Die WOZ ist als einzige der hier untersuchten Zeitungen der Schweiz genossenschaftlich organisiert. Mitbestimmung und Lohngleichheit zählen zu den Grundprinzipien der wöchentlich erscheinenden Zeitung. Dieser ungewöhnliche Weg trägt Früchte: In der Gruppe der Sonntagszeitungen und Magazine erreicht die WOZ insgesamt 76.6 Qualitätspunkte, und liegt damit ganz knapp hinter der NZZ am Sonntag.
- In der Inhaltsanalyse ist die WOZ sogar unangefochten an der Spitze, insbesondere bei Relevanz der Inhalte lässt sie die Konkurrenz hinter sich. Der einzige Schwachpunkt: Die Befragten stufen die Themen- und Meinungsvielfalt der WOZ als unterdurchschnittlich ein – vielleicht gilt sie einigen Leserinnen und Lesern als zu links und entsprechend unausgewogen.
- Ein Vergleich zur vorherigen Messperiode ist nicht möglich, da der Titel im vorherigen MQR nicht berücksichtigt wurde.

Rating



Lesebeispiel: WOZ Die Wochenzeitung erreicht 76.6 von 100 Qualitätspunkten und nimmt somit – fast gleichauf mit der NZZ am Sonntag, die auf exakt 77.2 Punkte kommt – einen Spitzenplatz ein.

Qualität im Vergleich



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

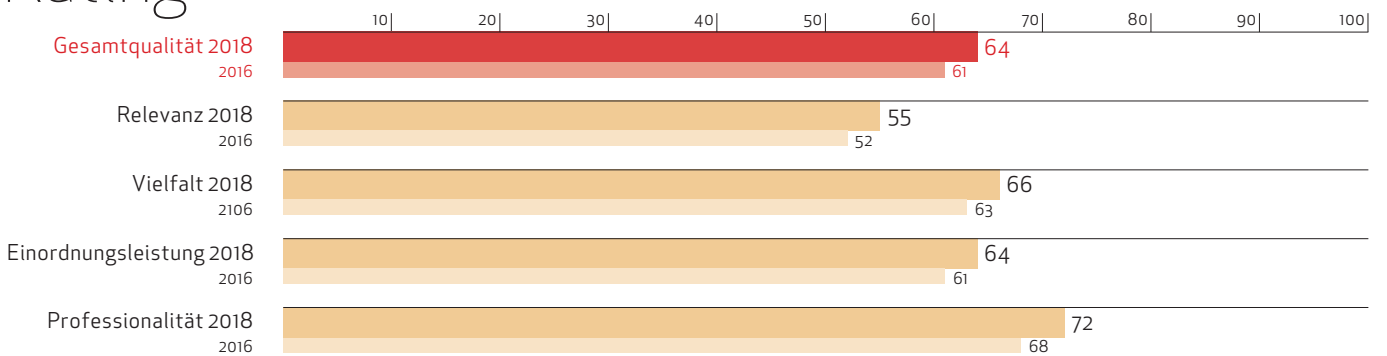
Le Matin Dimanche

Betreibergesellschaft	Tamedia Publications romandes SA	Politik	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Chefredaktorin	Ariane Dayer	Sport	20%	<div style="width: 20%;"></div>
Reichweite 2017	383 000	Human Interest	23%	<div style="width: 23%;"></div>
Profil	Recherche, Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft. Dabei achtet sie immer darauf, ihren Lesern zusammen mit Information auch grosses Lesevergnügen zu bieten.			

Stabil trotz Turbulenzen

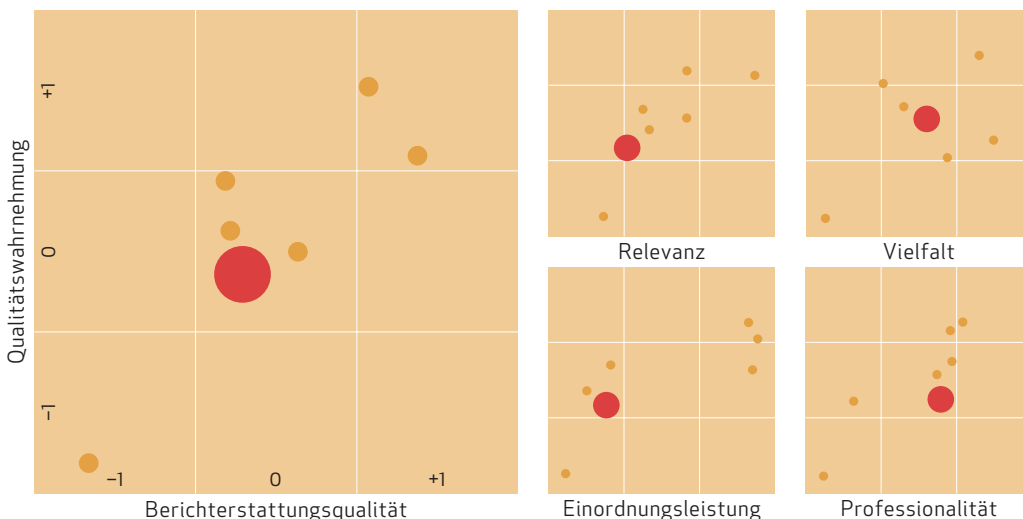
- Tamedia gab im Juni 2018 bekannt, die Printausgabe von Le Matin einzustellen, Le Matin Dimanche sei von der Einstellung hingegen nicht betroffen. Dies wäre zu hoffen, denn die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und der Befragung zeigen, dass es der Sonntagszeitung der Suisse romandie nach wie vor gelingt, Boulevardjournalismus mit publizistischer Qualität zu vereinbaren. Le Matin Dimanche kann – im Gegensatz zum ebenfalls boulevardesken SonntagsBlick – in der Vergleichsgruppe zum Mittelfeld aufschliessen.
- Das Publikum schätzt insbesondere die Vielfalt an Themen und Meinungen, während die Inhaltsanalyse hohe Werte in der Dimension Professionalität misst.
- Im Zeitverlauf kann Le Matin Dimanche – befragungsgetrieben – in allen Dimensionen zulegen. Nicht zuletzt deshalb bleibt zu wünschen, dass sich zumindest Le Matin Dimanche als Printausgabe in der Suisse romande als marktgängig erweist.

Rating



Lesebeispiel: Le Matin Dimanche erreicht 64 von 100 Qualitätspunkten. Ein Zugewinn von 3 Punkten gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich

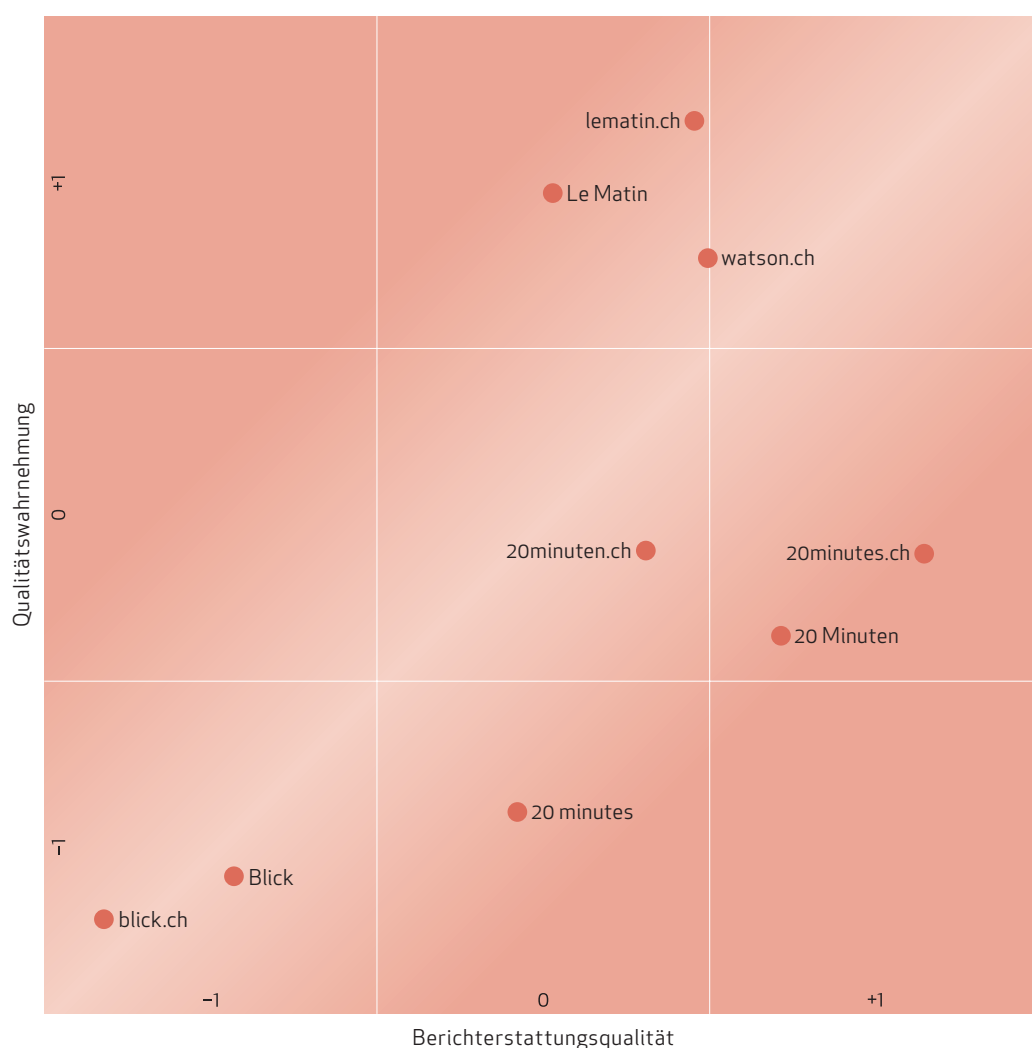


Lesebeispiel: Le Matin Dimanche positioniert sich wie die Befunde der Inhaltsanalyse und der Befragung im unteren Mittelfeld.

Boulevard- und Pendlerzeitungen

Die Schweiz erhielt ihre erste Boulevardzeitung 1959. Der Blick avancierte innert kurzer Zeit zur meistgelesenen Zeitung. Durch den Marktzutritt der Pendlerzeitungen ab der Jahrtausendwende ist den klassischen, bezahlpflichtigen Boulevardmedien starke Konkurrenz erwachsen. Auch die Pendlerzeitung 20 Minuten mit ihren sprachregionalen Pendanten und der Blick am Abend (nicht Bestandteil der Analyse) setzen auf rasch konsumierbare Softnews. Im Zuge der Digitalisierung hat sich der Trend zur Boulevardisierung nochmals weiter verstärkt. Sowohl der klassische Boulevard als auch die Pendlerzeitungen haben in den 2000er Jahren erfolgreiche Webangebote lanciert, die einen grossen Verbreitungsgrad haben. Mit watson.ch wurde 2014 ein neues, rein digitales Format geschaffen, das Hardnews mit unterhaltenden Storys anreichert und damit die bisherigen Angebote wie 20 Minuten und Blick zusätzlich unter Druck setzt. Im Zuge der Digitalisierung hat sich eine neue «Währung» etabliert:

über Klick- und Viralitatsraten generierte Reichweite. Softnews, emotionsgeladene, empörungstiftende Storys und auf prominente Personen abzielende Darstellungen werden besonders häufig angeklickt. Dies beeinflusst die publizistischen Strategien und pragt das vergleichsweise geringe Qualitätsprofil der Boulevard- und Pendlerzeitungen. Das hohe Publikumsinteresse weckt im Gegenzug das Interesse der werbetreibenden Wirtschaft. Trotz möglicher Vorbehalte kann der Boulevard für demokratische Gesellschaften einen wichtigen Beitrag liefern: Diese Art des Journalismus kann eine wichtige Kontroll- bzw. Watchdog-Funktion übernehmen und ist prädestiniert, komplexe Themen durch einen lebensweltlich nahen Zugriff zu vermitteln. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass er sich auch tatsächlich in ausreichendem Mass mit gesellschaftspolitisch relevanten Themen beschäftigt.



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 20 minutes mit den übrigen Boulevard- und Pendlerzeitungen, erweist sich die inhaltsanalytisch gemessene Qualität als durchschnittlich. Bei der Befragung erzielt der Titel in dieser Vergleichsgruppe jedoch nur unterdurchschnittliche Werte. Obwohl häufig genutzt, fällt der Titel bei den Befragten durch.

lematin.ch neu auf dem Siegerpodest

Während die deutschsprachige Newssite von 20 Minuten 2016 noch mit lematin.ch konkurrenzieren konnte, rutscht der Titel nun ins Mittelfeld und überlässt dem Onlineangebot von Le Matin das Siegerpodest. Das gemeinsame Schlusslicht bilden nach wie vor die beiden Titel aus dem Hause Ringier, der Blick und blick.ch. Während bei den Abonnementszeitungen weiterhin die Printausgaben das Onlineangebot qualitativ überflügeln, zeigt sich bei den Boulevard- und Pendlervertretern ein ambivalenteres Bild. Hier schaffen lematin.ch und 20minutes.ch einen Mehrwert; und auch 20minuten.ch und blick.ch erzielen jeweils Punktegleichstand mit ihren gedruckten Pendanten. Bei sechs von neun untersuchten Titeln weichen die beiden Analyseverfahren – Inhaltsanalyse und Befragung – in ihren Befunden voneinander ab. Inhaltlich weisen die Berichterstattungen von 20 minutes – off- wie online – sowie die gedruckte Ausgabe von 20 Minuten in der Gruppe zwar passable Qualitätswerte auf, jedoch werden diese Titel vom Publikum als tendenziell unterdurchschnittlich eingestuft.

Der französischsprachige Boulevard sowie das rein digital agierende watson.ch (das neu in diese Vergleichsgruppe aufgenommen wurde) werden von den Befragten überproportional hochwertig eingeschätzt, während die Inhaltsanalyse hier lediglich Durchschnittswerte ausweist.

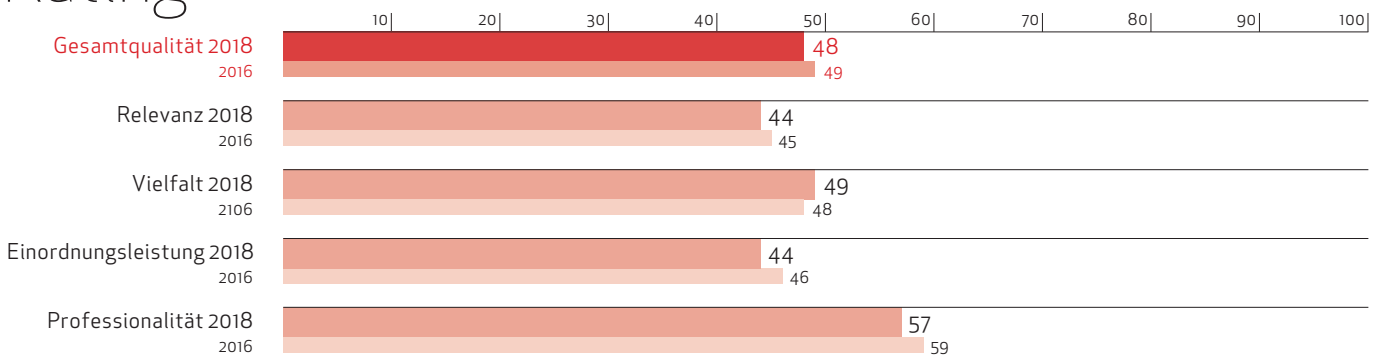
20 Minuten

Betreibergesellschaft	20 Minuten AG	Politik	18%	<div style="width: 18%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Chefredaktor	Marco Boselli	Sport	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Reichweite 2017	1357000	Human Interest	45%	<div style="width: 45%;"></div>
Profil	Die 1999 in der Deutschschweiz lancierte Pendlerzeitung 20 Minuten sorgt mit Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Sport, Unterhaltung und Service täglich für Gesprächsstoff.			

Das Publikum verteilt weniger Qualitätspunkte

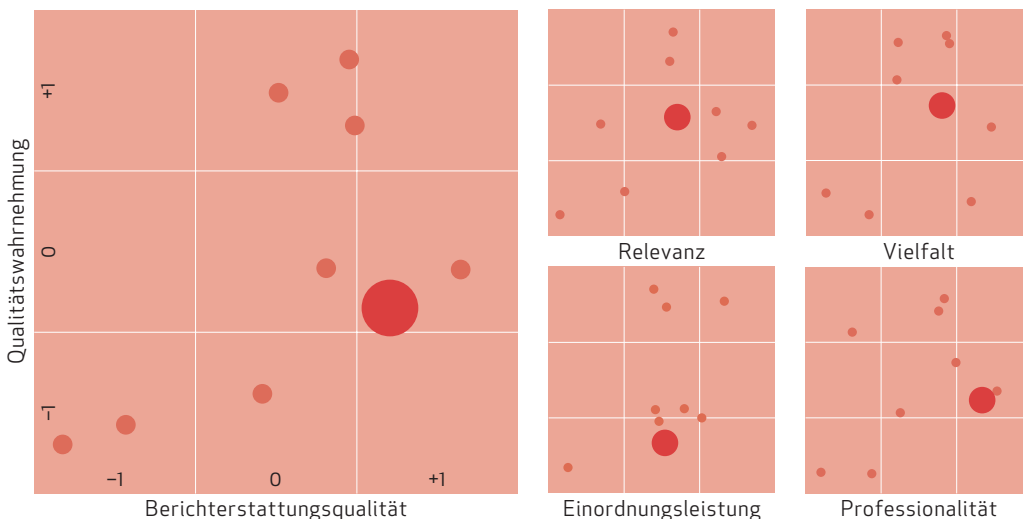
- 20 Minuten kann mit den übrigen Boulevard- und Pendlerangeboten mithalten.
- Die Pendlerzeitung bleibt sich inhaltlich treu. Das Profil ist unverändert von kurzen und knappen Storys geprägt, die das Bedürfnis nach Human Interest stillen. Positiv fallen der – im Vergleich zum Boulevard – sachlichere Ton und der höhere Grad an Quellentransparenz auf.
- Beim Publikum kommt 20 Minuten nicht so gut an wie noch zwei Jahre zuvor. Vor allem die geringe Einordnungsleistung wird von den Befragten wahrgenommen.

Rating



Lesebeispiel: 20 Minuten erzielt 2018 48 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 1 Qualitätspunkt ein.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten stufen die Qualität von 20 Minuten niedriger ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Besonders in den Qualitätsdimensionen Einordnungsleistung und Professionalität sind die Werte in der Inhaltsanalyse klar besser.

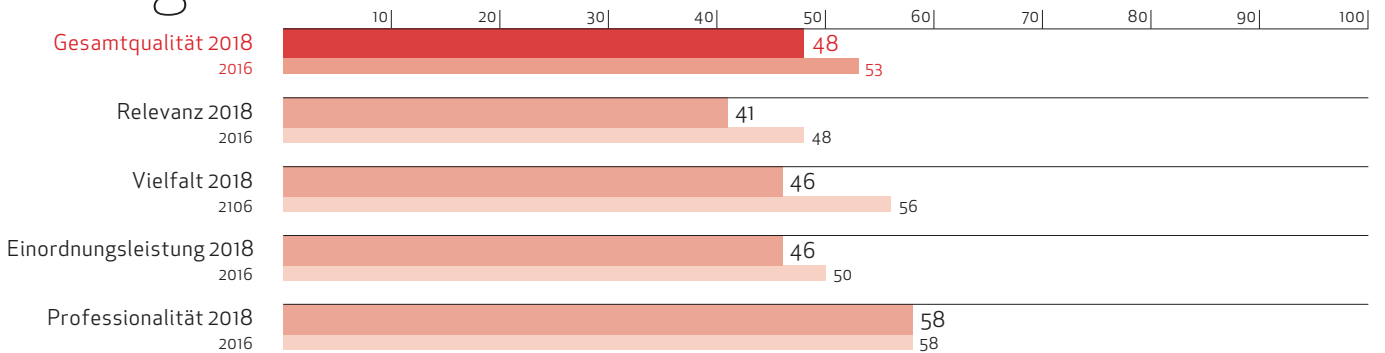
20minuten.ch

Betreibergesellschaft	20 Minuten AG	Politik	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	6%	<div style="width: 6%;"></div>
Chefredaktor	Marco Boselli	Sport	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Reichweite 2017	987000	Human Interest	61%	<div style="width: 61%;"></div>
Profil	Das schnellste Newsportal berichtet täglich während 24 Stunden über alle News und Hintergründe aus Politik, Wirtschaft, Sport, Digital, Wissen und Unterhaltung.			

Titelverteidiger im Sinkflug

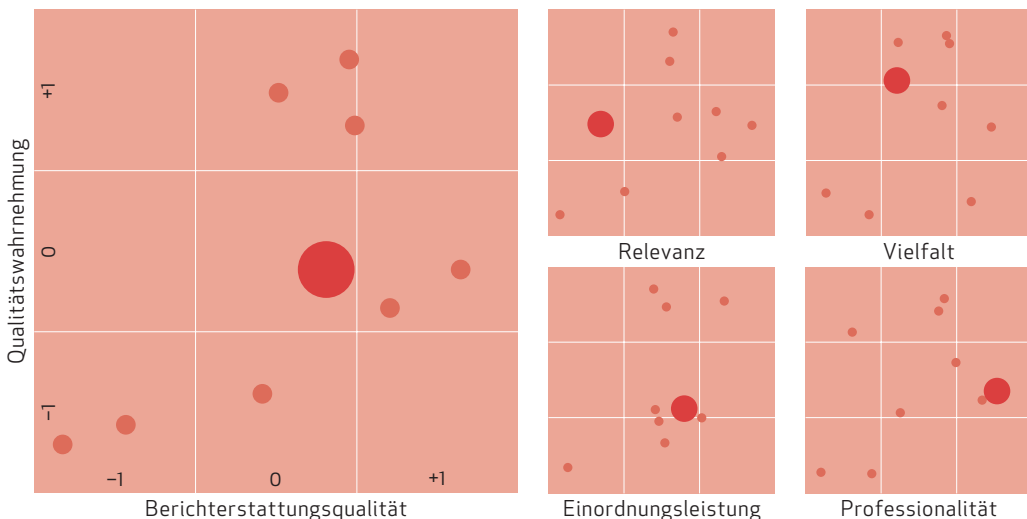
- Der Sieger der Gruppe Boulevard- und Pendlermedien aus dem MQR-16 muss seinen ersten Rang neu zwar an lematin.ch abtreten, die aktuelle Inhaltsanalyse bescheinigt der Newssite 20minuten.ch jedoch solide Werte, die einzig von blick.ch und watson.ch übertroffen werden.
- In der Vergleichsgruppe kann 20minuten.ch bei der Einordnungsleistung nicht mithalten.
- Während zwei Jahre zuvor die Angebotsqualität von 20minuten.ch deutlich höher war als jene der Printausgabe, liefert die Newssite neuerdings einen weniger vielfältigen Themenmix, der Hardnews über Politik, Wirtschaft und Kultur ebenso einschliesst wie Softnews. Der Qualitätsrückgang, den die Inhaltsanalyse ausweist, wird auch vom Publikum bemerkt und entsprechend quittiert. In allen Qualitätsdimensionen sind die Befragungswerte rückläufig.

Rating



Lesebeispiel: 20minuten.ch erzielt 2018 48 von 100 Qualitätspunkten und büsst gegenüber der letzten Messperiode 5 Qualitätspunkte ein.

Qualität im Vergleich



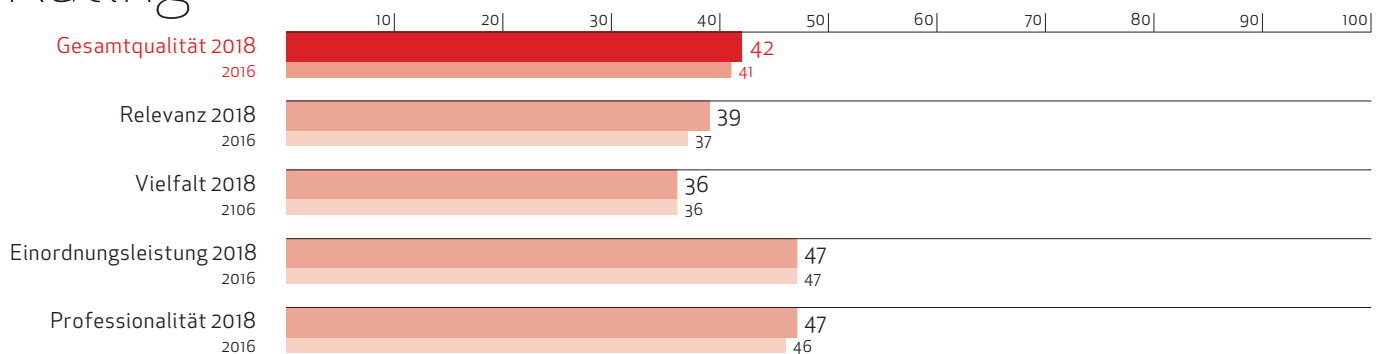
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von 20minuten.ch insgesamt ähnlich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. In den einzelnen Qualitätsdimensionen ergeben sich Unterschiede: Bei der Relevanz und der Vielfalt schneidet das Portal in den Umfragen besser ab, bei der Einordnungsleistung und der Professionalität ist es umgekehrt.

Betreibergesellschaft	Ringier AG	Politik	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Kontrolleur	Ringier AG	Wirtschaft	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Verleger	Michael Ringier	Kultur	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Chefredaktor	Andreas Dietrich	Sport	33%	<div style="width: 33%;"></div>
Reichweite 2017	479 000	Human Interest	37%	<div style="width: 37%;"></div>
Profil	Das Leitmedium der Schweiz setzt täglich Themen, über die gesprochen wird. Gross inszenierte und exklusive Storys, emotional, unbequem und provozierend. Wirtschaftsfreundlich, unabhängig – nicht links und nicht rechts.			

Kaum Wertschätzung für die Einordnungsleistungen

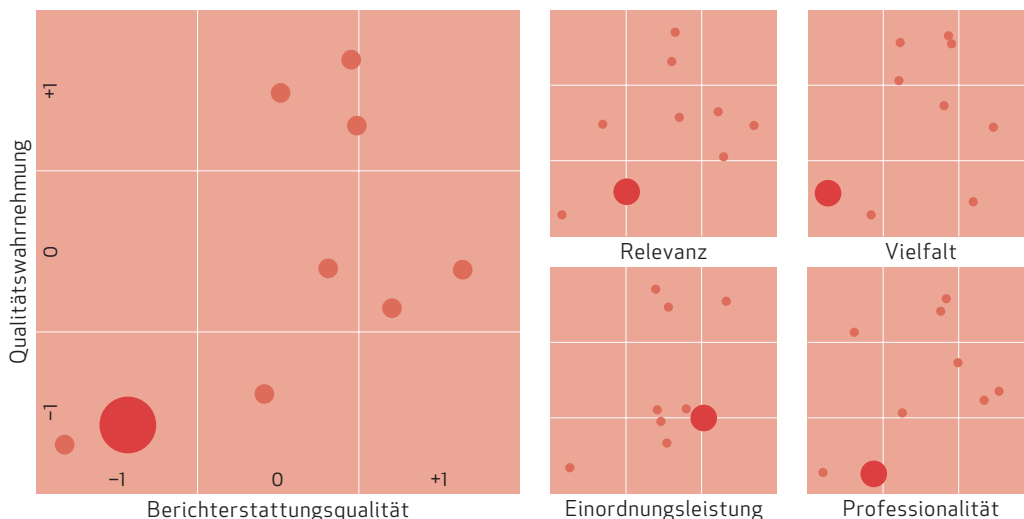
- Das Traditionsblatt aus dem Hause Ringier offenbart den Facettenreichtum des Boulevardjournalismus. Einerseits bleibt der Blick aktuell aufgrund seiner klar verfolgten Softnews-Strategie unter dem Qualitätsdurchschnitt.
- Andererseits hält der Blick für seine Leserschaft im Vergleich zu den Pendlerzeitungen einen echten Mehrwert bereit: eine gute Einordnungsleistung. In dieser Qualitätsdimension steht der Blick nicht nur auf einer Qualitätsstufe mit watson.ch, sondern auch mit Regionalzeitungen wie der Berner Zeitung oder dem St. Galler Tagblatt. Dies zeigt zumindest die Inhaltsanalyse. Die Befragten sind jedoch skeptisch und bewerten die Einordnungsleistung als unterdurchschnittlich.
- Im Zeitvergleich kann der Blick seine Qualitätswerte zwar halten, doch reicht dies erneut nur zum vorletzten Platz im Gesamtrating.

Rating



Lesebeispiel: Der Blick erzielt 2018 42 von 100 Qualitätspunkten, 1 Punkt mehr als in der Messperiode zuvor.

Qualität im Vergleich



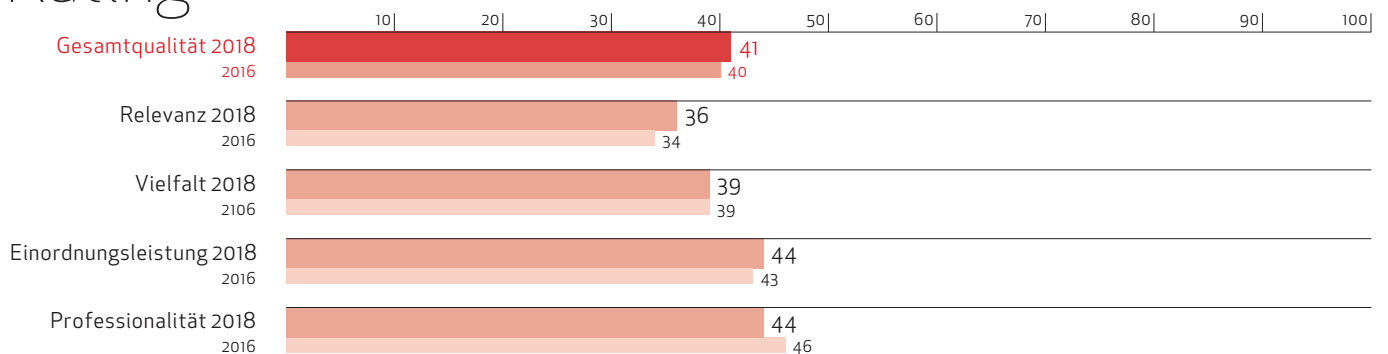
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität des Blicks tendenziell schlechter ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Einzig bei der Vielfalt stimmen die Werte überein.

Betreibergesellschaft	Ringier AG	Politik	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Kontrolleur	Ringier AG	Wirtschaft	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Verleger	Michael Ringier	Kultur	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Chefredaktorin	Katia Murmann	Sport	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Reichweite 2017	731000	Human Interest	58%	<div style="width: 58%;"></div>
Profil	Die grösste Schweizer Newssite bringt aktuelle Onlinenews und die neuesten Meldungen und Nachrichten aus der Schweiz und der ganzen Welt, aus Sport, People, Wirtschaft und Lifestyle.			

blick.ch muss sich erneut mit dem letzten Rankingplatz begnügen

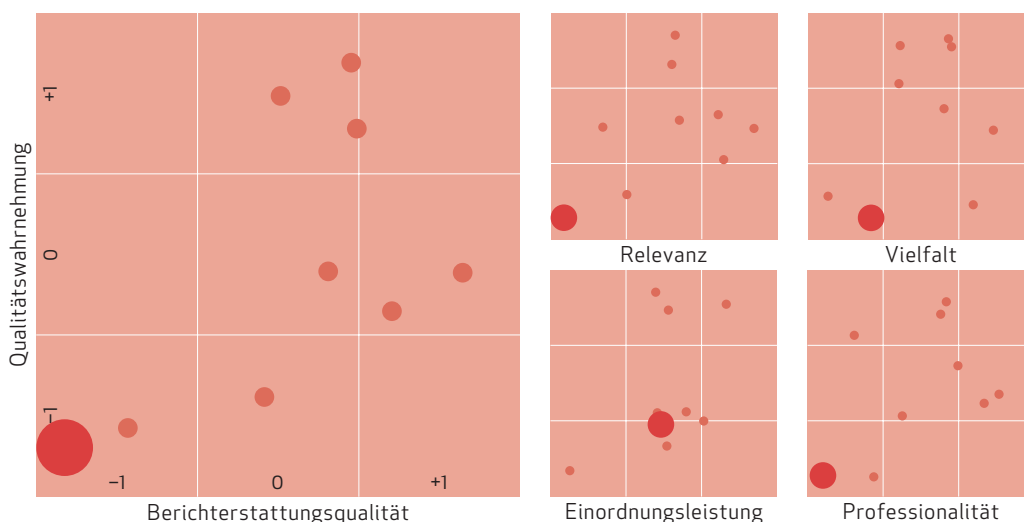
- Die Newssite fällt qualitativ klar hinter die übrigen Pendler- und Boulevardmedien zurück. Unverändert bildet sie das Schlusslicht unter den 50 analysierten Informationsangeboten.
- Im Vergleich zu dessen Printpendant findet sich auf blick.ch zwar ein etwas vielfältigeres Newsangebot, doch kommen die übrigen Qualitätswerte nicht an den Blick heran – und dies obwohl die Inhalte aus ein und demselben Newsroom kommen. Somit könnte die Newssite im Grunde leicht von der vergleichsweise soliden Einordnungsleistung des gedruckten Blicks profitieren.
- Die Newssite konnte ihre Leistung gegenüber der letzten Qualitätsmessung nicht steigern, wie die die Ergebnisse der Inhaltsanalyse und die Befragung gleichermassen zeigen.

Rating



Lesebeispiel: blick.ch erzielt 2018 41 von 100 Qualitätspunkten und gewinnt gegenüber der letzten Messperiode 1 Punkt dazu.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von blick.ch ähnlich ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Hinsichtlich der Vielfalt und der Einordnungsleistung sind die Umfragewerte tiefer als diejenigen der Inhaltsanalyse.

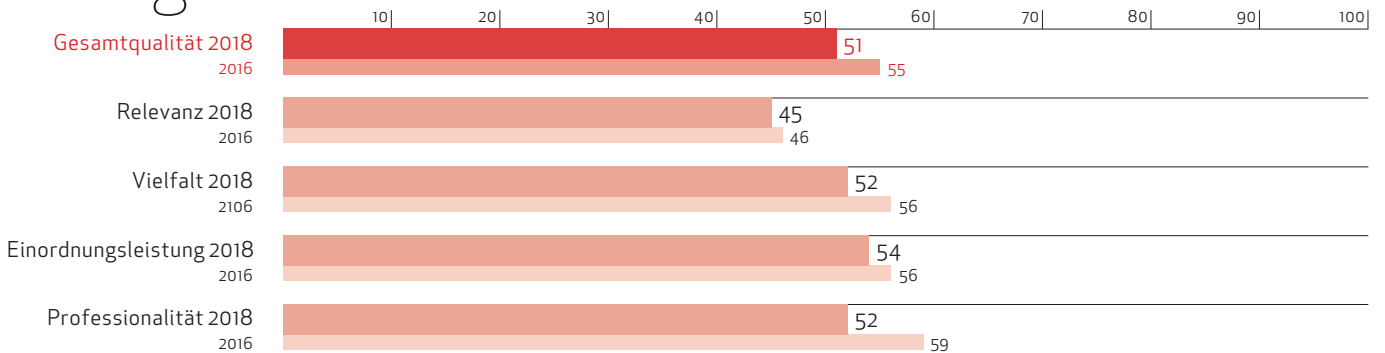
watson.ch

Betreibergesellschaft	FixxPunkt AG	Politik	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Kontrolleur	FixxPunkt AG	Wirtschaft	5%	<div style="width: 5%;"></div>
Verleger	Peter Wanner	Kultur	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Chefredaktor	Maurice Thiriet	Sport	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Reichweite 2017	138500	Human Interest	44%	<div style="width: 44%;"></div>
Profil	News unfucked – Mobiles Newsportal: responsive, multimedial, aktuell, interaktiv und individuell. Gekommen, um zu bleiben.			

watson.ch nicht mehr gleich überzeugend

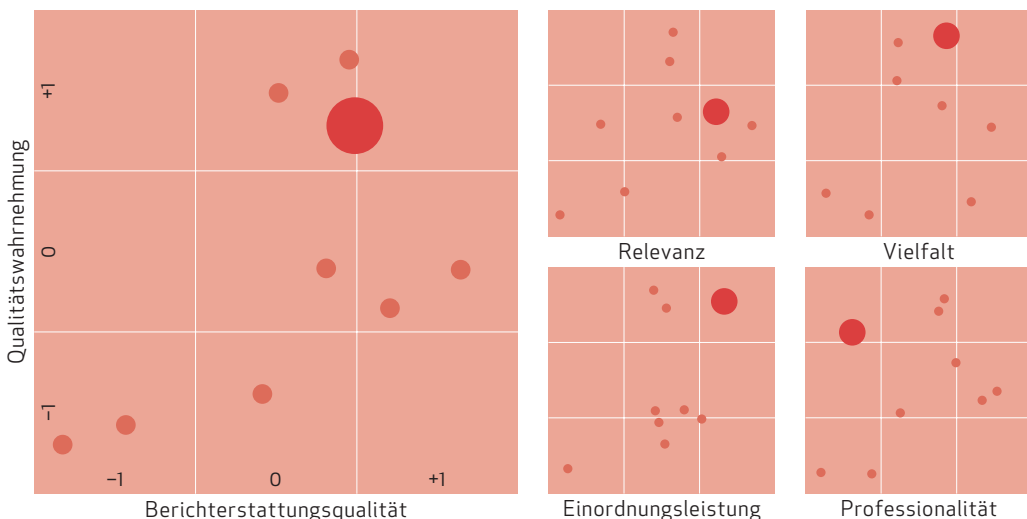
- An dieser Stelle wurde zwei Jahre zuvor getitelt: «watson.ch passt in keine Schublade». Der Mix an News, Hintergrund und ja, auch Katzenbildern führte zu einer durchmischten Qualitätsbilanz. Die Rede war von hohen Selbstansprüchen und noch nicht ganz erfüllten Erwartungen.
- Im aktuellen MQR wird watson.ch nicht länger den traditionellen Newssites und den Abonnementszeitungen zugeordnet, sondern wird nun mit den Boulevard- und Pendlerzeitungen verglichen. Hier reiht sich watson.ch knapp unterhalb von Spitzenreiter lematin.ch ein. In dieser Gruppe hält die Site also gut mit und trumpft insbesondere hinsichtlich ausgeprägteren Einordnungsleistungen, die auf dem Niveau von regionalen Abonnementszeitungen liegen.
- Ein Wermutstropfen: Im Zeitvergleich sind die Qualitätswerte in Befragung und Inhaltsanalyse in beinahe allen Qualitätsdimensionen leicht rückläufig. Ein stärkerer Fokus auf gesellschaftlich bedeutende Themen würde dieser Entwicklung entgegenwirken.

Rating



Lesebeispiel: watson.ch erzielt 2018 51 von 100 Qualitätspunkten und verliert somit gegenüber der letzten Messperiode 4 Punkte.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von watson.ch besser ein, als die Qualitätsmessung dies verzeichnet. Einzig in der Qualitätsdimension Relevanz ist die Bewertung der Befragten schlechter als die der Qualitätsmessung.

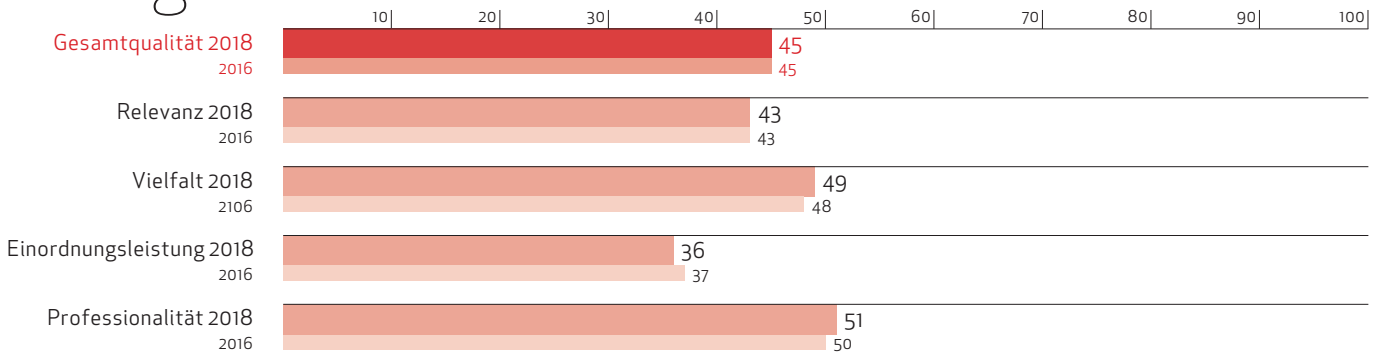
20 minutes

Betreibergesellschaft	20 minutes SA	Politik	18%	<div style="width: 18%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Chefredaktor	Philippe Favre	Sport	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Reichweite 2017	486 000	Human Interest	39%	<div style="width: 39%;"></div>
Profil	Die 2006 in der Suisse romande lancierte Pendlerzeitung 20 minutes sorgt mit Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Sport, Unterhaltung und Service täglich für Gesprächsstoff.			

Weiterhin schwerer Stand beim Publikum

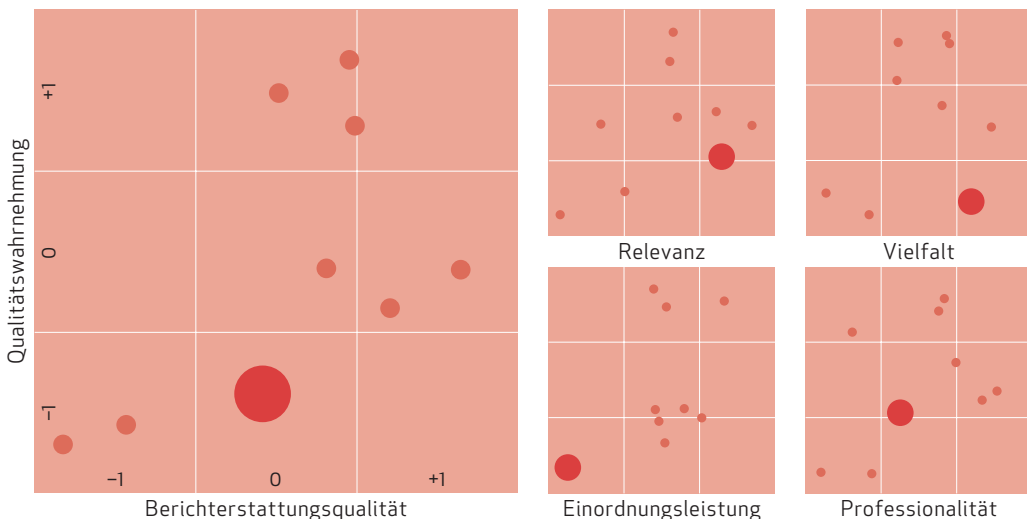
- 20 minutes siedelt sich am untersten Rand des Qualitätsspektrums an, die Newssite erzielt erneut tiefere Werte als ihr Deutschschweizer Pendant 20 Minuten.
- Die grösste Schwäche des Titels ist klar dessen geringe Einordnungsleistung. Ordentlich schneidet die französischsprachige Pendlerzeitung hingegen ab, was die Relevanz der Beiträge anbelangt. Trotzdem weiss 20 minutes das Publikum nicht zu überzeugen, bewertet dieses doch die Pendlerzeitung negativer, als die Befunde der Inhaltsanalyse vermuten liessen.
- Auch in der aktuellen Messperiode stuft das Publikum die Qualität als unterdurchschnittlich ein. Die Leserinnen und Leser vermissen eine ausführlichere Hintergrundberichterstattung und die Einbettung von Ereignissen in grössere Zusammenhänge.

Rating



Lesebeispiel: 20 minutes erzielt 2018 45 von 100 Qualitätspunkten, gleich viel wie in der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von 20 minutes schlechter ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Insbesondere hinsichtlich der Relevanz und der Vielfalt erzielt der Titel in der Befragung deutlich tiefere Werte als in der Inhaltsanalyse.

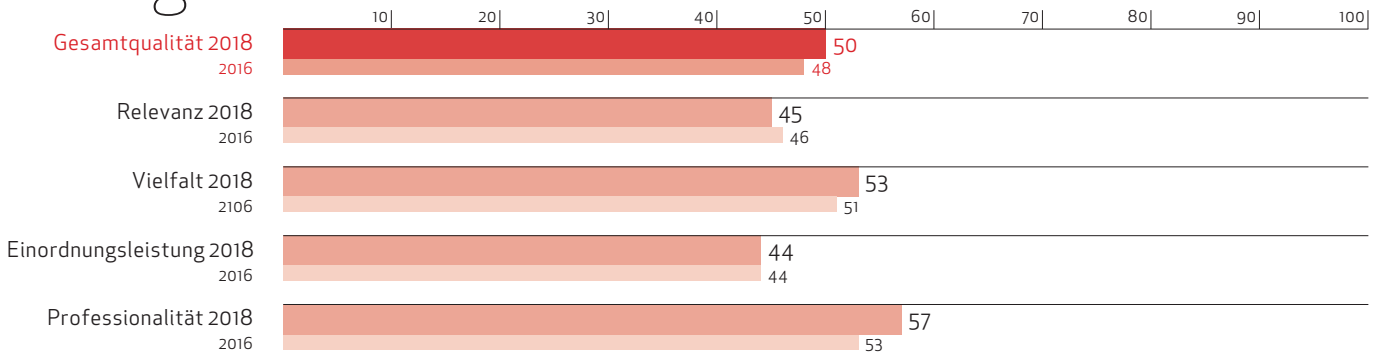
20minutes.ch

Betreibergesellschaft	20 minutes SA	Politik	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	13%	<div style="width: 13%;"></div>
Chefredaktor	Philippe Favre	Sport	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Reichweite 2017	312500	Human Interest	45%	<div style="width: 45%;"></div>
Profil	Davon werden Sie sprechen.			

Online liefert klaren Mehrwert gegenüber Print

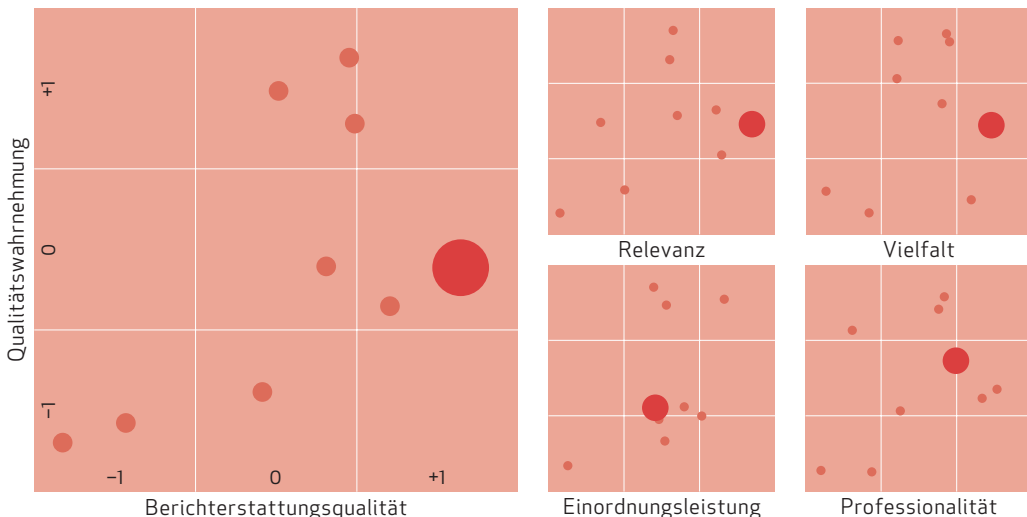
- Was der gedruckten 20 minutes nicht gelingt, schafft ihr Onlinependant. Die Newssite punktet beim Publikum, und auch die Inhaltsanalyse bescheinigt ihr vergleichsweise hohe Qualitätswerte.
- Lässt man die Befragungsergebnisse ausser Acht, hätte 20minutes.ch den Spitzenplatz inne. Verglichen mit den übrigen Pendler- und Boulevardformaten liegen die Stärken der Newssite darin, vielfältig über die für die Gesellschaft wichtigen Ereignisse zu berichten. Was die Relevanz der Themen angeht, liegt die Qualität von 20minutes.ch fast auf Augenhöhe mit der Newssite des Tages-Anzeigers.
- Gegenüber 2016 ist die Berichterstattungsqualität von 20minutes.ch gestiegen. Das Nachrichtenangebot ist vielfältiger und sachlicher als zuvor.

Rating



Lesebeispiel: 20minutes.ch erzielt 2018 50 von 100 Qualitätspunkten, 2 Punkte mehr als in der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



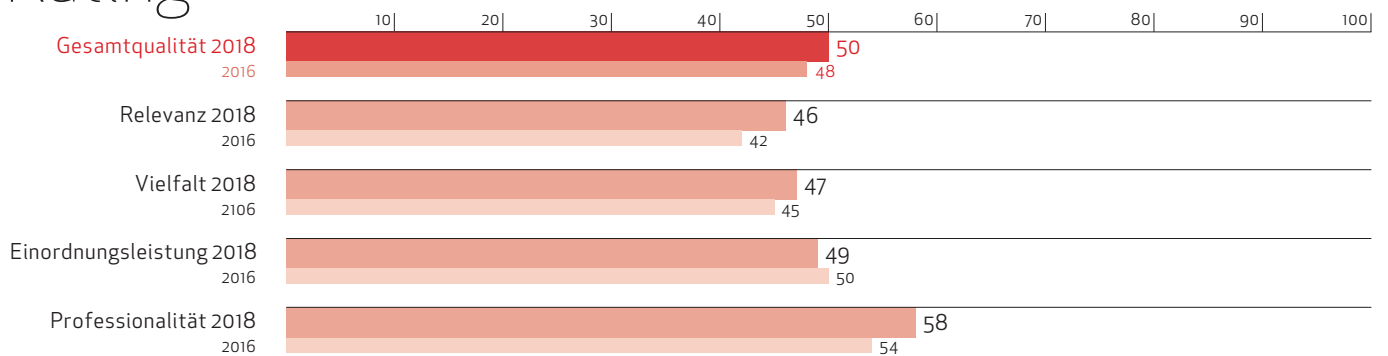
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von 20minutes.ch niedriger ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. Besonders hinsichtlich Relevanz und Vielfalt erzielt der Titel in der Befragung schlechtere Werte als in der Inhaltsanalyse.

Betreibergesellschaft	Tamedia Publications romandes SA	Politik	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Verleger	Pietro Supino	Kultur	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Chefredaktor	Grégoire Nappey	Sport	35%	<div style="width: 35%;"></div>
Reichweite 2017	234 000	Human Interest	34%	<div style="width: 34%;"></div>
Profil	Die führende kostenpflichtige Tageszeitung der Suisse romande ist auf Nachrichten, Menschen und Sport ausgerichtet und informiert, erklärt und kommentiert in origineller Form und originellem Ton.			

Boulevardzeitung aus der Romandie wird eingestellt

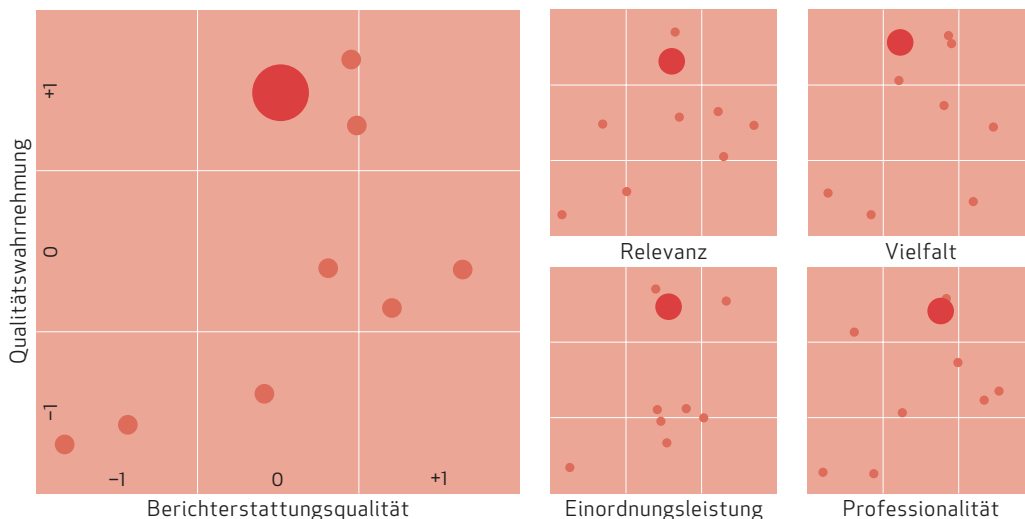
- Le Matin mischt in der Gruppe der Boulevard- und Pendlerzeitungen weit oben mit.
- Insbesondere mit seiner Einordnungsleistung kann sich das Blatt sehen lassen. Die Leserschaft weiss zu schätzen, dass die Zeitung gesellschaftlich relevante Themen aufgreift und in Zusammenhänge einordnet. Der Titel erbringt damit den Beweis, dass auch boulevardeske Medien eine hohe Qualität bieten können. Umso bedauernswerter ist die Entscheidung von Tamedia, Le Matin im Juli 2018 einzustellen. Der Suisse romande geht damit neben L'Express und zuvor L'Hébdô eine weitere Kaufzeitung verloren.
- Seit der letzten Qualitätsmessung hat der Titel befragungsseitig klar zugelegt, was die Blattmacherinnen und -macher und deren Leserschaft kaum trösten wird.

Rating



Lesebeispiel: Le Matin erzielt 2018 50 von 100 Qualitätspunkten, 2 Punkte mehr gegenüber der letzten Messperiode.

Qualität im Vergleich



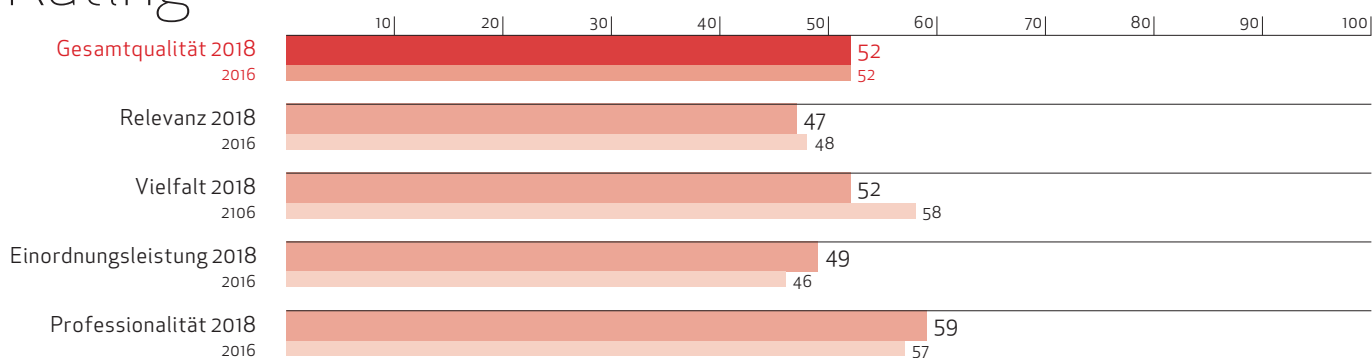
Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von Le Matin deutlich besser ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. In allen Kategorien erzielt der Titel in der Befragung höhere Werte als in der Inhaltsanalyse.

Betreiber-gesellschaft	Tamedia Publications romandes SA	Politik	13%
Kontrolleur	Tamedia AG	Wirtschaft	14%
Verleger	Pietro Supino	Kultur	12%
Chefredaktor	Grégoire Nappey	Sport	10%
Reichweite 2017	114500	Human Interest	50%
Profil	Onlineauftritt von Le Matin.		

Vielversprechendes Boulevardportal überlebt vorerst

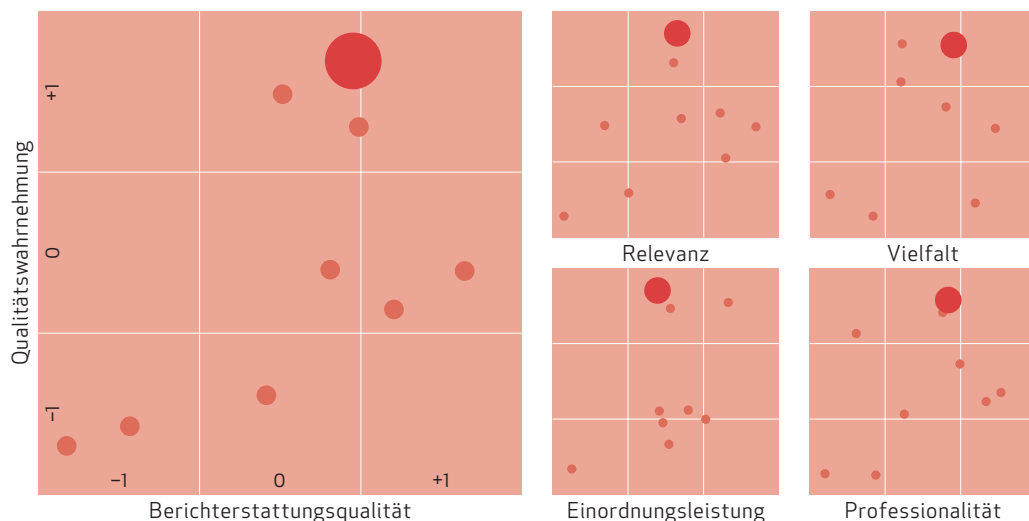
- lematin.ch schaffte es, die deutschsprachige Newssite von 20 Minuten vom Gruppenpodest zu verdrängen. Kein anderes der untersuchten Boulevard- und Pendlerformate verbucht so viele Qualitätspunkte.
- Positive Qualitätstreiber sind die vergleichsweise hohen Relevanz- und Vielfaltswerte, die das Publikum der Site attestiert. Der Onlineauftritt von Le Matin soll auch nach der Einstellung des Printprodukts im Juli 2018 bestehen bleiben. Jedoch muss sich weisen, ob sich dessen hohes Niveau auch mit schmalerem Ressourcenbudget aufrechterhalten lässt.
- Die Inhaltsanalyse bescheinigt der Newssite im Vergleich zur letzten Messreihe ähnliche Werte. Das Publikum hingegen nimmt tendenziell Qualitätsverbesserungen wahr und findet, die Site konzentrierte sich heute mehr auf wichtige Ereignisse, statt zu viel Buntes und Vermischtes zu bringen.

Rating



Lesebeispiel: lematin.ch erzielt 2018 52 von 100 Qualitätspunkten und hält seine Leistung stabil.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragten schätzen die Qualität von lematin.ch besser ein im Vergleich zur Inhaltsanalyse. In allen Qualitätsdimensionen erzielt der Titel in der Befragung höhere Werte als in der Inhaltsanalyse.

Radio- und Fernsehsendungen

Am 4. März 2018 wurde über die No-Billag-Initiative abgestimmt, deren Annahme nicht nur das Ende der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) bedeutet hätte, sondern auch private Sender, die auf Gebührengelder angewiesen sind, in die Bredouille gebracht hätte. Am Ende war das Ergebnis eindeutig: 71.6% der stimmberechtigten Bürgerinnen und Bürger haben die Initiative abgelehnt, trotz – oder gerade wegen – hitziger Debatte. Ganz offen-

bar hat die breite öffentliche Auseinandersetzung mit den Besonderheiten des Mediensystems Schweiz und medienökonomischen Zusammenhängen dazu geführt, dass die Befragten die Qualität der meisten SRG-Sendungen höher einschätzen. In der aktuellen Befragung hat jede Radio- und Fernsehsendung besser abgeschnitten als in der Messperiode zwei Jahre zuvor. Die SRG-Sendungen Rendez-vous und Echo der Zeit erzielten Spitzenwerte.



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.

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

Die SRG-Titel senden in einer eigenen Liga

13 Radio- und Fernsehsendungen umfasst die gleichnamige Gruppe. Hierzu zählen 8 Sendungen der SRG, darunter die beiden Newssites srf.ch und rts.ch, sowie 5 Sendungen von privaten Regionalsendern. Die Qualität der SRG-Sendungen kann durchwegs als hochwertig bezeichnet werden. An der Spitze fährt – wie in der Messperiode zuvor – die Radiosendung Echo der Zeit, die ihren Ruf als Flaggschiff des Schweizer Radios bestätigt. Die Befragten nehmen die Sendung sogar als noch besser wahr, als dies die Inhaltsanalyse konstatiert. Das gleiche Bild zeigt sich beim zweitplatzierten SRF - Rendez-vous, ebenfalls eine Radiosendung. Die übrigen SRG-Sendungen liegen nah beieinander. Das befragte Publikum macht nur Qualitätsunterschiede zwischen diesen Sendungen aus. Bei der Inhaltsanalyse erweisen sich

die beiden Newsportale rts.ch, gefolgt von srf.ch jedoch als qualitativ etwas schlechter. Die Nachrichtensendung 10vor10 erreicht gemäss Inhaltsanalyse ein ähnlich hohes Niveau wie Echo der Zeit und Rendez-vous, fällt in der Befragung aber leicht zurück gegenüber den Radiosendungen. Die fünf untersuchten Nachrichtensendungen privater TV-Anbieter können – auch aufgrund der deutlich geringeren Ressourcen – nicht mit den SRG-Programmen mithalten.

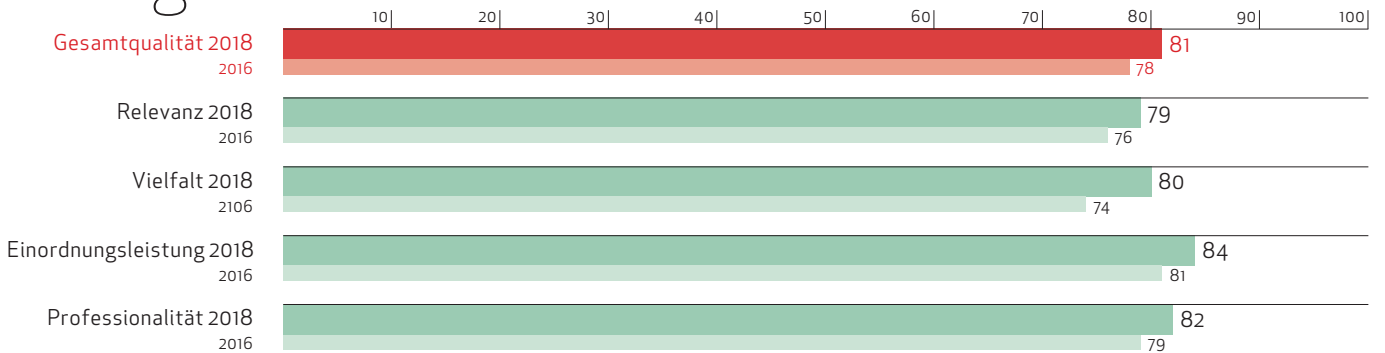
Laut Befragten hat Le Journal auf Léman Bleu einen echten Qualitätssprung gemacht: Gegenüber der vorherigen Messperiode legte die französischsprachige Nachrichtensendung ganze 11 Qualitätspunkte zu, obgleich die Inhaltsanalyse deutliche Verschlechterungen festzustellen vermag.

Betreibergesellschaft	SRF	Politik	67%	<div style="width: 67%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Redaktionsleiter	Christian Dütschler	Sport	2%	<div style="width: 2%;"></div>
Reichweite 2017	515570	Human Interest	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Profil	Hintergründe zu den Schlagzeilen des Tages aus dem In- und Ausland.			

10vor10 mit hohen Qualitätswerten

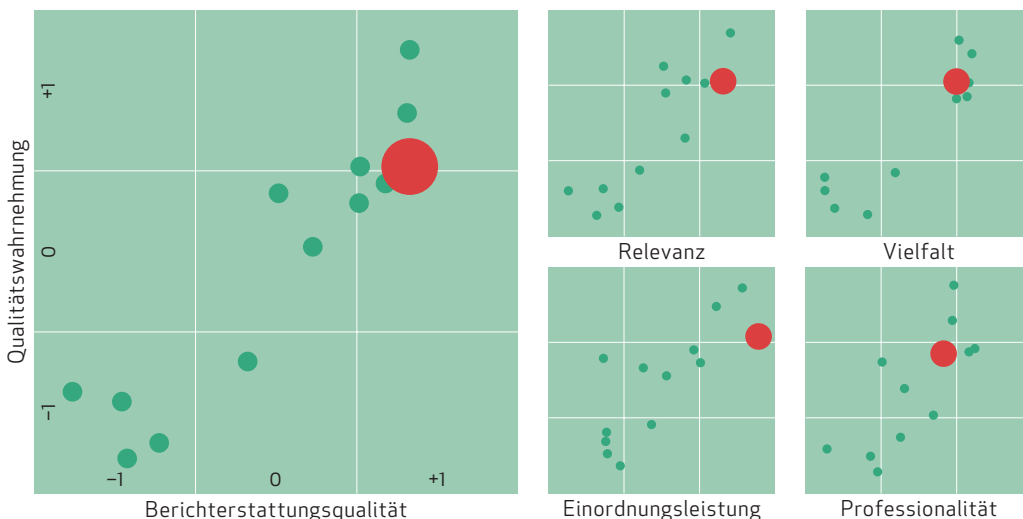
- Das Nachrichtenmagazin 10vor10 erzielt nicht nur in der Vergleichsgruppe der Radio- und Fernsehsendungen, sondern auch in der Gesamtgruppe einen vorderen Platz.
- Während die Tagesschau ihren Fokus darauf legt, einen umfassenden Überblick über aktuelle Ereignisse zu bieten, obliegt es dem Nachrichtenmagazin 10vor10, die Nachrichten mit vertiefenden Reportagen, Hintergrundberichten und Interviews in einen grösseren Kontext einzubetten. Die Unterschiede dieser Formate finden sich auch in den Befunden der Inhaltsanalyse wieder: 10vor10 erzielt in der Qualitätsdimension Einordnungsleistung den zweithöchsten Wert in der gesamten Messreihe. Das Publikum bewertet 10vor10 ebenso positiv, auch hier erzielt das Nachrichtenmagazin Spitzenwerte.
- In den letzten zwei Jahren konnte 10vor10 sogar an Qualität zulegen. Der Hauptgrund dafür liegt in der höheren Vielfalt. Der Titel bildet aktuell ein breites thematisches und geografisches Spektrum an.

Rating



Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung 10vor10 erzielt 81 von 100 Qualitätspunkten. In der Qualitätsdimension Vielfalt konnte sich die Nachrichtensendung – im Vergleich zur vorherigen Messung von 2016 – stark verbessern.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Bei der Inhaltsanalyse ist 10vor10 gleichauf mit den Spitzenreitern Echo der Zeit und Rendez-vous, fällt in der Befragung jedoch leicht hinter diese zurück.

SRF – Echo der Zeit

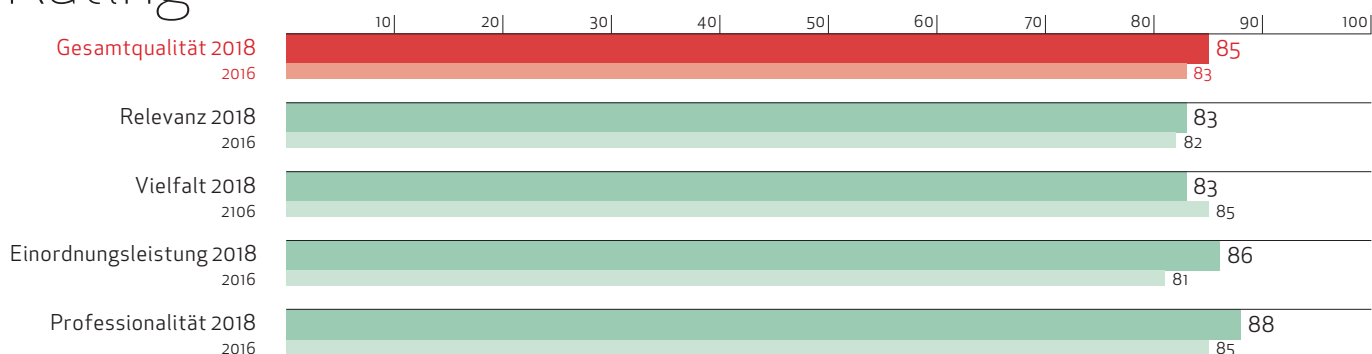


Betreibergesellschaft	SRF	Politik	66%	<div style="width: 66%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	15%	<div style="width: 15%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Redaktionsleiter	Beat Soltermann	Sport	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Reichweite 2017	260160	Human Interest	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Profil	Das Echo der Zeit vertieft als weltoffene politische Abendsendung täglich die wichtigsten Ereignisse im In- und Ausland – klug und pointiert.			

Echo der Zeit: Das Flaggschiff hält Kurs

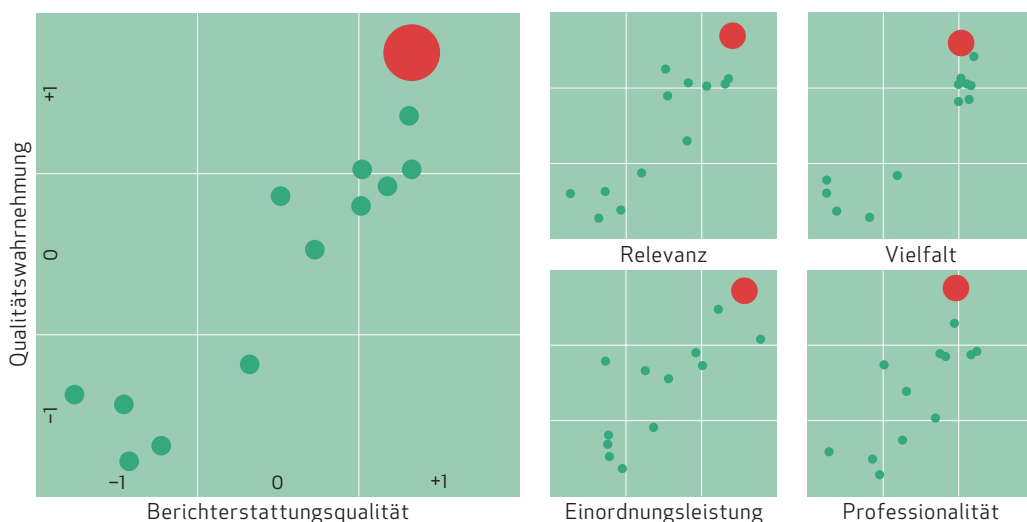
- Echo der Zeit gilt als das Flaggschiff des Deutschschweizer Radios. Dass es diese Bezeichnung zu Recht hat, zeigen die Ergebnisse von Befragung und Inhaltsanalyse. Das Publikum schätzt keine Radio- oder Fernsehsendung qualitativ hochwertiger ein – Echo der Zeit liegt in den vier Qualitätsdimensionen an der Spitze. Auch in der Inhaltsanalyse erzielt Echo der Zeit Spitzenwerte, hier allerdings auf Augenhöhe mit den SRG-Titeln Rendez-vous und 10vor10.
- Das Flaggschiff hält Kurs: Echo der Zeit erhält nicht nur erneut in der Gruppe Radio- und Fernsehsendungen das goldene Q, die Nachrichtensendung erzielt sogar über alle 50 gemessenen Medientitel den höchsten Qualitätswert.
- Im Zeitverlauf legt das Echo der Zeit sogar noch zu, was insbesondere auf die gesteigerte Einordnungsleistung zurückzuführen ist.

Rating



Lesebeispiel: Die Radiosendung Echo der Zeit erzielt mit 85 von 100 Qualitätspunkten einen hervorragenden Wert. Dies sind sogar 2 Punkte mehr als zwei Jahre zuvor.

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

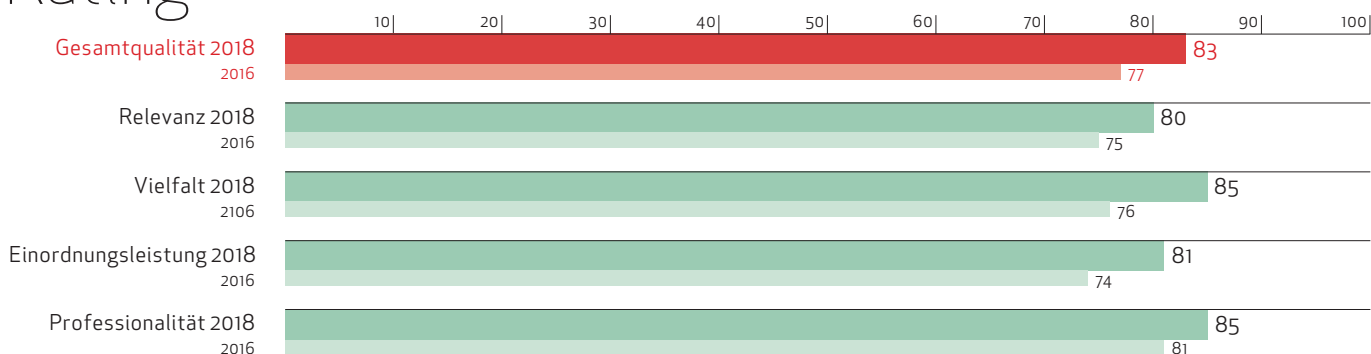


Betreibergesellschaft	SRF	Politik	58%	<div style="width: 58%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	18%	<div style="width: 18%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Redaktionsleiterin	Ivana Pribakovic	Sport	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Reichweite 2017	414 080	Human Interest	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Profil	Jeden Mittag die wichtigsten Nachrichten, Hintergründe und Analysen zu den aktuellen Ereignissen.			

Spitzenqualität und Spitzenimage

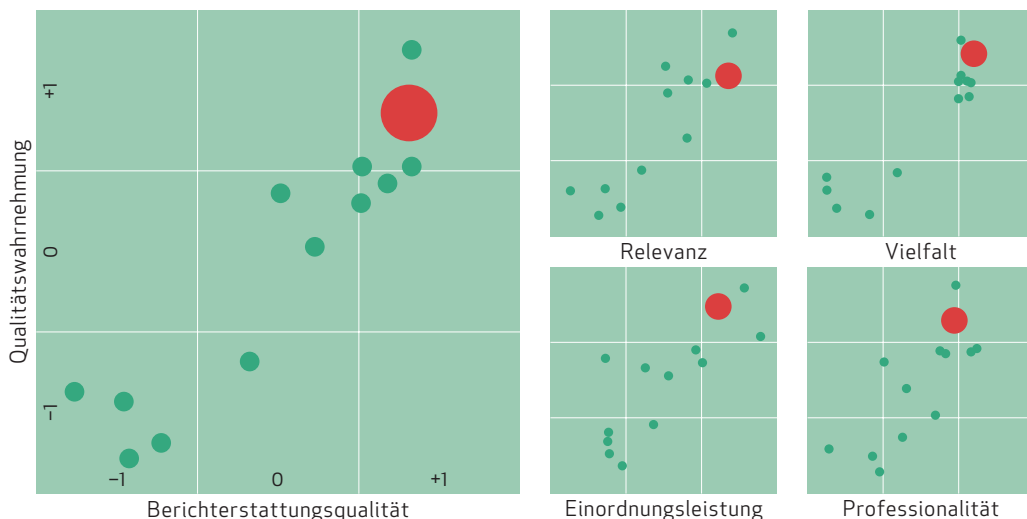
- Das Rendez-vous wird auf Radio SRF 1, SRF 2 – Kultur, SRF 4 – News und SRF – Musikkwelt gesendet. Nicht nur in der Vergleichsgruppe, sondern auch im Gesamtvergleich belegt die Informationssendung einen Spitzenplatz, nur knapp hinter dem erstplatzierten Echo der Zeit.
- Der eigene Anspruch ist, nicht nur Fakten zu liefern, sondern auch die Bedeutung von Ereignissen aufzuzeigen. Diesem Anspruch ist Rendez-vous in den vergangenen beiden Jahren noch stärker gerecht geworden: Die Informationssendung hat seit der letzten Messperiode 6 Qualitätspunkte hinzugewonnen.
- Zu verdanken sind die Zugewinne zum einen der vielfältigeren Berichterstattung, zum anderen wird Rendez-vous inzwischen mehr Publikumswertschätzung zuteil. Während es 2016 an dieser Stelle noch hiess: «Spitzenqualität, doch kein Spitzenimage», konnte der Titel seither bei den Befragten stark zulegen und dadurch zur Spitzengruppe vorstossen.

Rating



Lesebeispiel: Die Radiosendung Rendez-vous erzielt mit 83 von 100 Qualitätspunkten einen hervorragenden Wert – ganze 6 Qualitätspunkte mehr als zwei Jahre zuvor. Dies vor allem durch einen starken Sprung nach vorne in der Publikumsbefragung.

Qualität im Vergleich



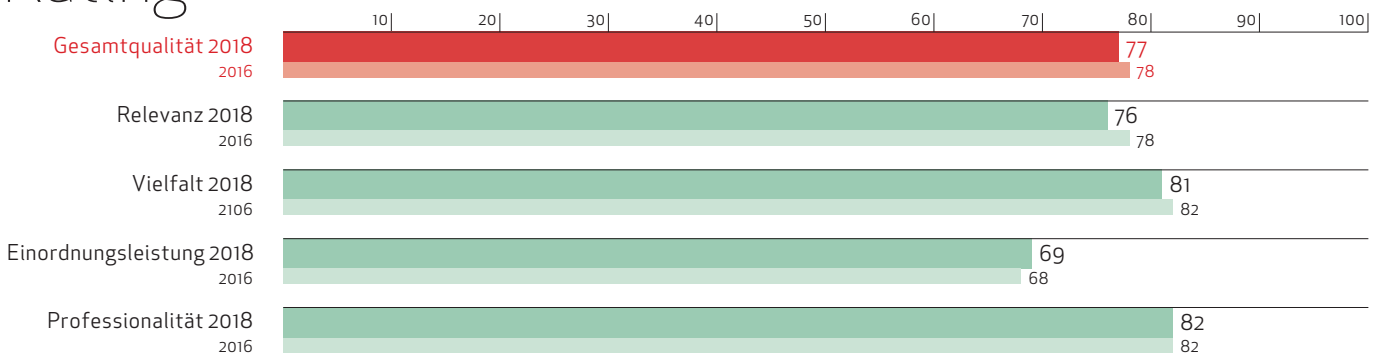
Lesebeispiel: Die Befragung und die Inhaltsanalyse kommen zum selben Ergebnis: Die Informationssendung erreicht in allen Qualitätsdimensionen und somit auch insgesamt hervorragende Qualitätswerte.

Betreibergesellschaft	SRF	Politik	64%	<div style="width: 64%;"></div>
Kontrollleur	SRG SSR	Wirtschaft	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	7%	<div style="width: 7%;"></div>
Redaktionsleiter	Urs Leuthard	Sport	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Reichweite 2017	676 950	Human Interest	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Profil	Sehen und verstehen, was die Welt bewegt: Überblick über die wichtigen Ereignisse des Tages.			

Tagesschau kann Qualitätsniveau halten

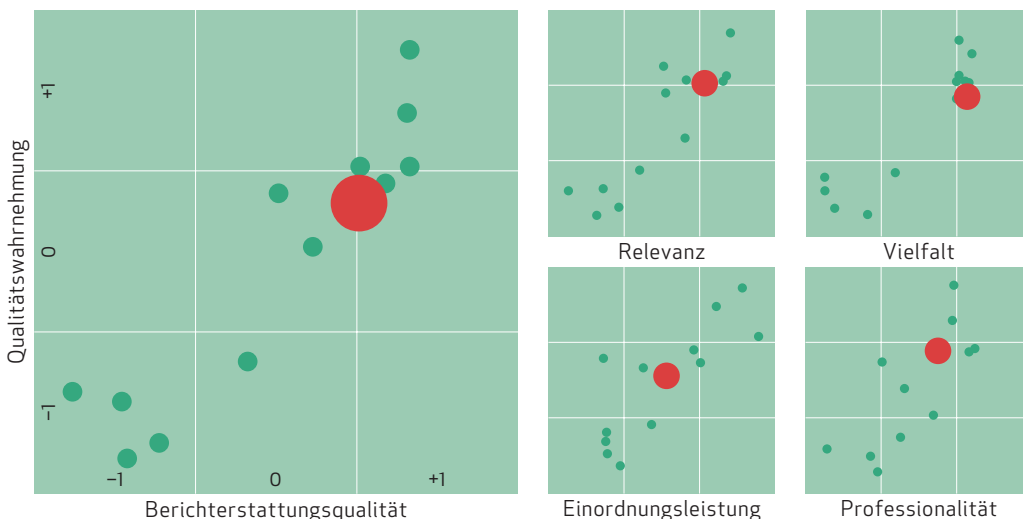
- Auch im Jahr 2018 wird die Nachrichtensendung ihrem Ruf, «die» Nachrichtensendung der Schweiz zu sein, gerecht. Ihre Qualitätswerte liegen allesamt im positiven Bereich.
- Die Tagesschau kann zwar bei der Einordnungsleistung nicht mit anderen SRG-Formaten (Echo der Zeit, Rendez-vous, 10vor10) mithalten, doch profiliert sie sich durch ihre Berichterstattung über gesellschaftlich relevante, tagesaktuelle Themen.
- Im Zeitverlauf erweisen sich die Qualitätswerte der Tagesschau als stabil. Es gibt keine nennenswerten Veränderungen gegenüber der letzten Messperiode.

Rating



Lesebeispiel: Die Tagesschau erzielt 77 von 100 Qualitätspunkten, der gleiche Wert wie in der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



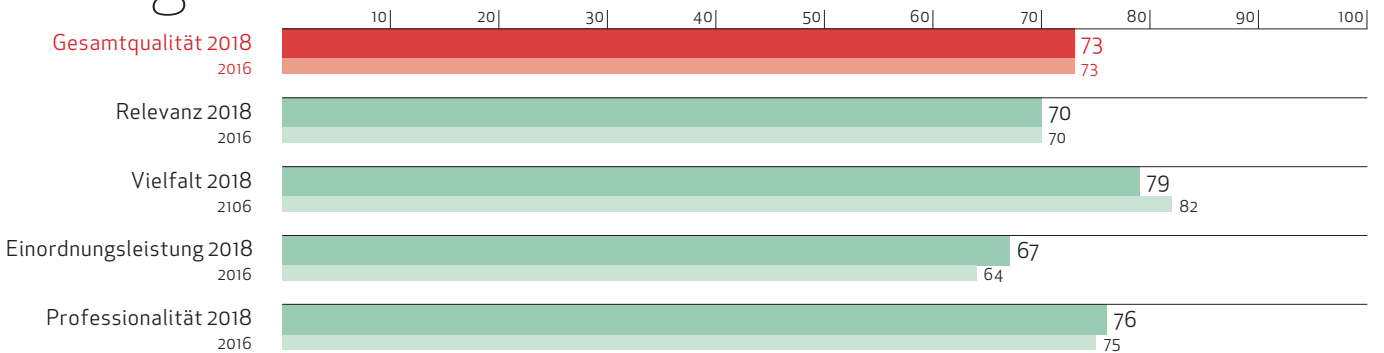
Lesebeispiel: Insbesondere hinsichtlich der Qualitätsdimension Relevanz erzielt die Tagesschau im Vergleich der Radio- und Fernsehmittel hohe Qualitätswerte.

Betreibergesellschaft	SRF	Politik	50%	<div style="width: 50%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Programmleiter	Beat Witschi	Sport	1%	<div style="width: 1%;"></div>
Reichweite 2017	515000	Human Interest	24%	<div style="width: 24%;"></div>
Profil	srf.ch/news liefert Aktualitäten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Gesellschaft und Wissenschaft – mit Blick auf die Schweiz und die Welt.			

Vielfältiger Nachrichtenüberblick, der wenig Einordnung erfährt

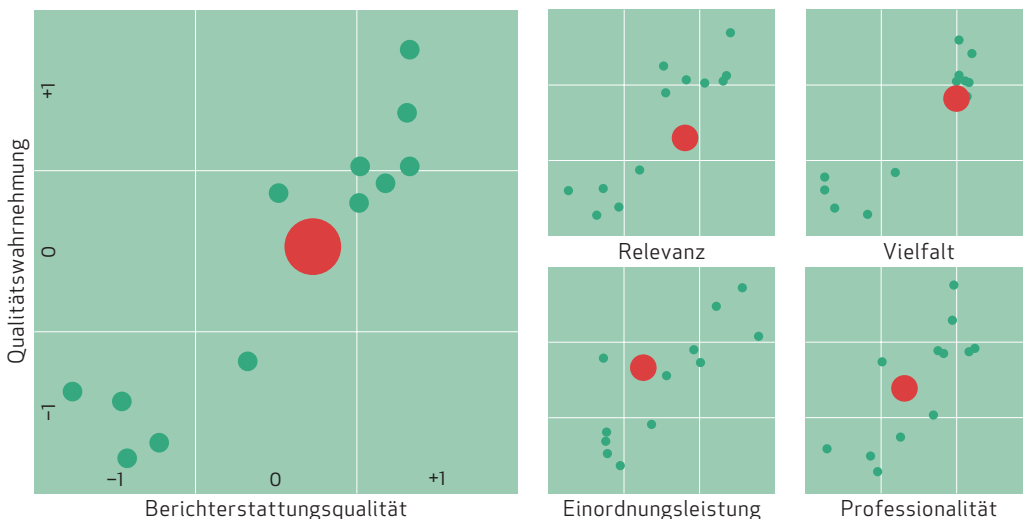
- Die Qualitätswerte von srf.ch/news reichen nicht an jene der Radio- und Fernsehsendungen der SRG heran. Dennoch kann, gestützt auf die Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung, der Newssite des SRF über alle vier Qualitätsdimensionen eine gute Qualität attestiert werden.
- Während das Publikum insbesondere die Themenvielfalt schätzt, offenbart die Inhaltsanalyse – wie in der letzten Messperiode – Schwächen, wenn es darum geht, Ereignisse einzuordnen.
- Die Gründe sind dieselben wie zwei Jahre zuvor: Zum einen wird die Newssite mit viel bearbeiteten Agenturmeldungen gefüllt, zum anderen drücken wohl regulatorische Vorgaben, wonach Newssites der SRG bei nicht sendungsnahen Inhalten ein Längenlimit zu beachten haben, auf die Einordnungsleistung.

Rating



Lesebeispiel: Mit erneut 73 von 100 Qualitätspunkten kann die Newssite des SRF, srf.ch/news, ihren guten Wert halten.

Qualität im Vergleich



Lesebeispiel: Die Befragung und die Inhaltsanalyse kommen zum selben Ergebnis: Die Informationssendung erreicht in allen Qualitätsdimensionen und somit auch insgesamt hervorragende Qualitätswerte.

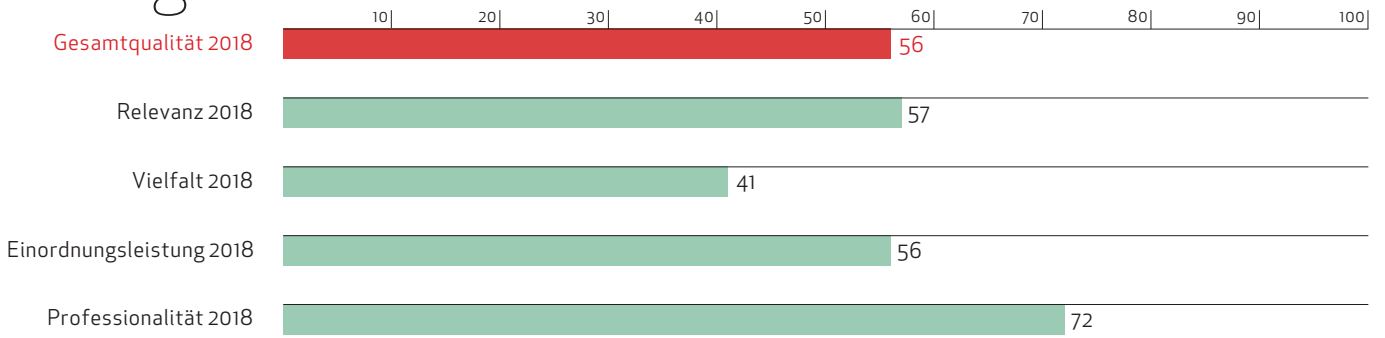
Tele 1 – Nachrichten

Betreibergesellschaft	LZ Medien Holding AG	Politik	28%	<div style="width: 28%;"></div>
Kontrollleur	NZZ-Mediengruppe	Wirtschaft	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Direktor	Joachim Freiberg	Kultur	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Redaktionsleiter	Werner Kurmann	Sport	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Reichweite 2017	15340	Human Interest	48%	<div style="width: 48%;"></div>
Profil	Die Tagesschau der Zentralschweiz! Lokales, das die Region beschäftigt, liefert die Schlagzeilen und Beiträge für das Flaggschiff der Tele-1-Sendungen.			

Regionalnachrichten mit solider Qualität

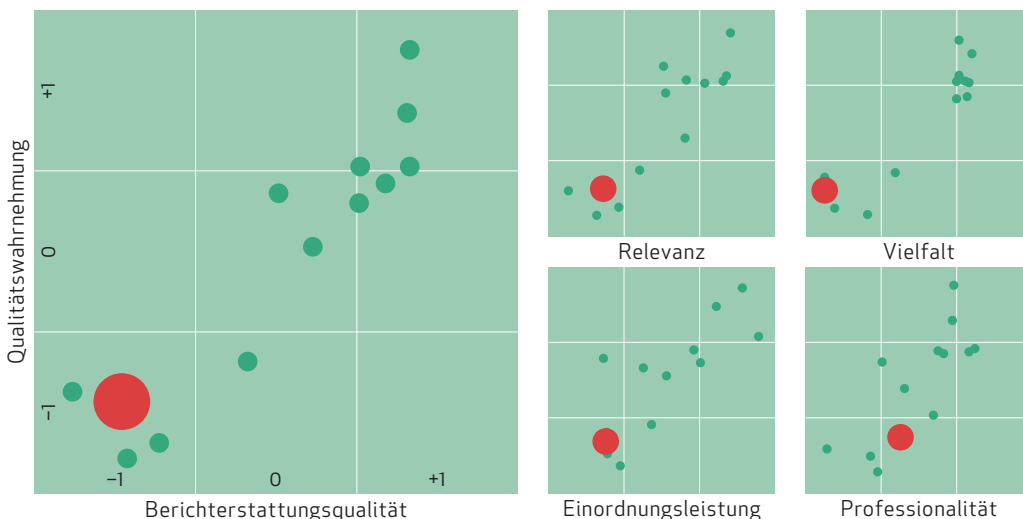
- Die Tele 1 – Nachrichten wurden erstmals in die Untersuchung aufgenommen. Die Nachrichtensendung landet auf einem der hinteren Plätze. Der Qualitätsabstand zu den viel ressourcenstärkeren SRG-Sendungen ist deutlich. Allerdings schlägt sich die Nachrichtensendung wacker im direkten Vergleich mit jenen der übrigen regionalen TV-Stationen.
- Das Publikum attestiert der Nachrichtensendung über die Zentralschweiz eine ordentliche Qualität in allen Dimensionen.
- Die Inhaltsanalyse weist ein ambivalenteres Bild aus: einerseits einen geringen Wert bei Vielfalt, andererseits eine hohe Professionalität, die sich in den selbst produzierten Beiträgen zeigt, die zudem transparent ausgewiesen werden. In puncto Professionalität schneiden die Tele 1 – Nachrichten besser ab als jene auf TeleZüri, Tele M1 und TeleBärn.

Rating



Lesebeispiel: Die Tele 1 – Nachrichten erzielen 56 von 100 Qualitätspunkten. Die Nachrichtensendung wurde neu in die Untersuchung aufgenommen.

Qualität im Vergleich



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

Betreibergesellschaft	AZ Medien AG	Politik	33%	<div style="width: 33%;"></div>
Kontrolleur	AZ Medien AG	Wirtschaft	14%	<div style="width: 14%;"></div>
Direktor	Peter Wanner	Kultur	6%	<div style="width: 6%;"></div>
Redaktionsleiter	Adrian Grob	Sport	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Reichweite 2017	22 030	Human Interest	37%	<div style="width: 37%;"></div>
Profil	News – das journalistische Flaggschiff von TeleBärn. Täglich aktuelle Nachrichten aus der Region und immer informiert über: Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft. Unsere Redaktion informiert schnell, direkt und aus nächster Nähe.			

Die besten privaten Regionalnachrichten in der Deutschschweiz

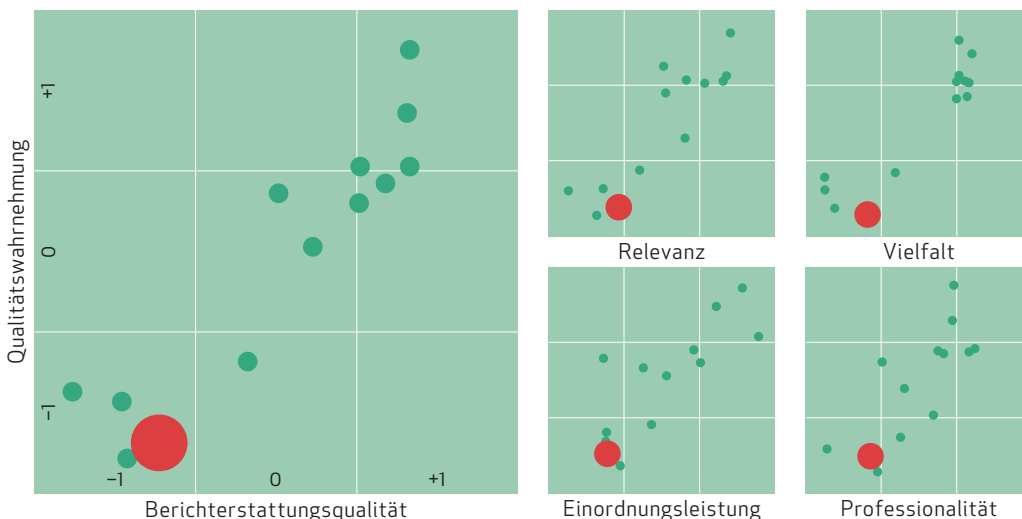
- Die TeleBärn – News wurden erstmalig in die Untersuchung aufgenommen und schneiden im Vergleich zu den übrigen regionalen Nachrichten Anbietern in der Deutschschweiz sogleich am besten ab. Mit den viel ressourcenstärkeren SRG-Sendungen, die in einer eigenen Liga senden, kann TeleBärn allerdings nicht mithalten.
- Die Befragten attestieren den Regionalnachrichten von TeleBärn durchweg positive Qualitätswerte, wenngleich die Nachrichtensendungen auf Tele 1 und Tele M1 höher in der Gunst des Publikums stehen.
- Stattdessen punkten die TeleBärn – News in der Inhaltsanalyse: Hier ist die Nachrichtensendung vergleichsweise stark in den Dimensionen Relevanz und Vielfalt.

Rating



Lesebeispiel: TeleBärn erzielt mit seinen News 58 von 100 Qualitätspunkten. Die Nachrichtensendung wurde neu in die Untersuchung aufgenommen.

Qualität im Vergleich



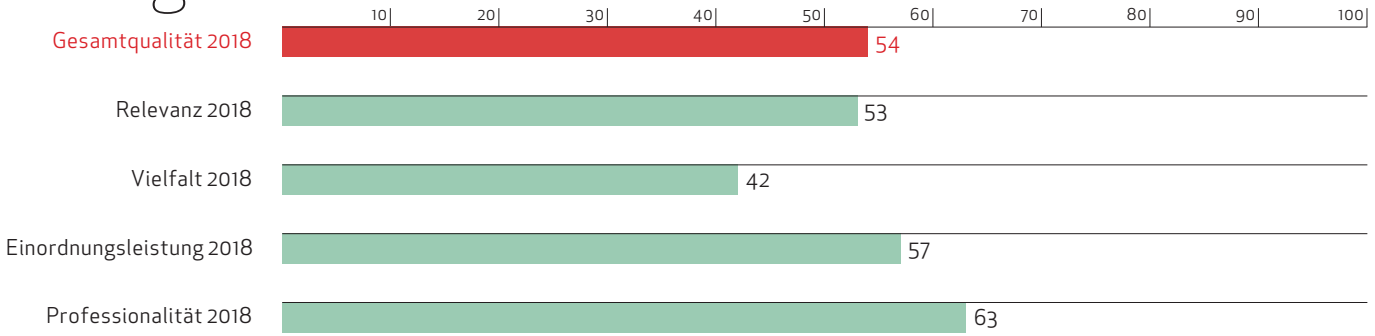
Lesebeispiel: Die Nachrichten auf TeleBärn liegen knapp vor jenen der übrigen regionalen Nachrichtenanbieter in der Deutschschweiz. Mit der westschweizerischen Nachrichtensendung Le Journal auf Léman Bleu oder gar den SRG-Sendungen kann die Sendung allerdings nicht mithalten.

Betreibergesellschaft	AZ Regionalfernsehen AG	Politik	32%	<div style="width: 32%;"></div>
Kontrollleur	AZ Medien AG	Wirtschaft	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Direktor	Peter Wanner	Kultur	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Redaktionsleiter	Stephan Gassner	Sport	4%	<div style="width: 4%;"></div>
Reichweite 2017	30 990	Human Interest	54%	<div style="width: 54%;"></div>
Profil	Die Ereignisse, die das Mittelland bewegen – täglich um 18:00 Uhr mit stündlichen Wiederholungen.			

Professionelle Regionalnachrichten, die vielfältiger sein könnten

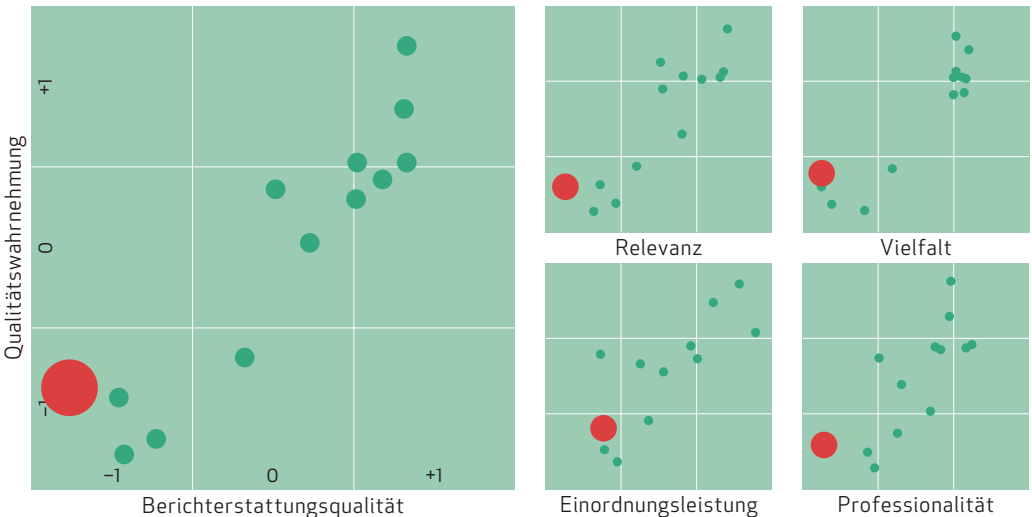
- Die Nachrichtensendung Aktuell auf Tele M1 wurde erstmalig in der Untersuchung berücksichtigt. In der Vergleichsgruppe landet die Nachrichtensendung für das Mittelland auf dem hintersten Platz, doch wird sie auch in Konkurrenz gesetzt zu den Sendungen der SRG, denen mehr Ressourcen zur Verfügung stehen.
- Der Qualitätsabstand zu den übrigen privaten TV-Stationen ist hingegen gering. Das Publikum attestiert Aktuell über alle Dimensionen hinweg eine ordentliche Qualität.
- Die Inhaltsanalyse offenbart Defizite in Bezug auf die Vielfalt an Themen und Meinungen, doch attestiert sie der Sendungen auch eine vergleichsweise hohe Professionalität. Diese zeigt sich in den selbst produzierten Beiträgen, die zudem transparent ausgewiesen werden.

Rating



Lesebeispiel: Aktuell auf Tele M1 erzielt 54 von 100 Qualitätspunkten. Die Nachrichtensendung wurde neu in die Untersuchung aufgenommen.

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.

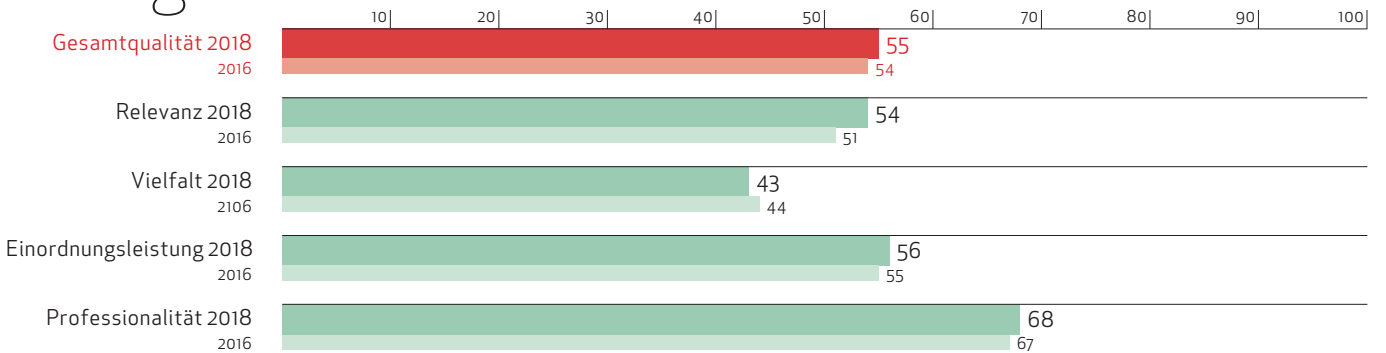
TeleZüri – ZüriNews

Betreibergesellschaft	TeleZüri	Politik	36%	<div style="width: 36%;"></div>
Kontrolleur	AZ Medien AG	Wirtschaft	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Direktor	Peter Wanner	Kultur	2%	<div style="width: 2%;"></div>
Redaktionsleiter	Claude Winet	Sport	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Reichweite 2017	61 680	Human Interest	45%	<div style="width: 45%;"></div>
Profil	Wissen, was in der Nachbarschaft passiert, was die Region bewegt, was in der Schweiz und weltweit Schlagzeilen macht. Relevante Themen aus Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft und Aufzeigen der Hintergründe.			

Ordentliche Qualität trotz begrenzter Mittel

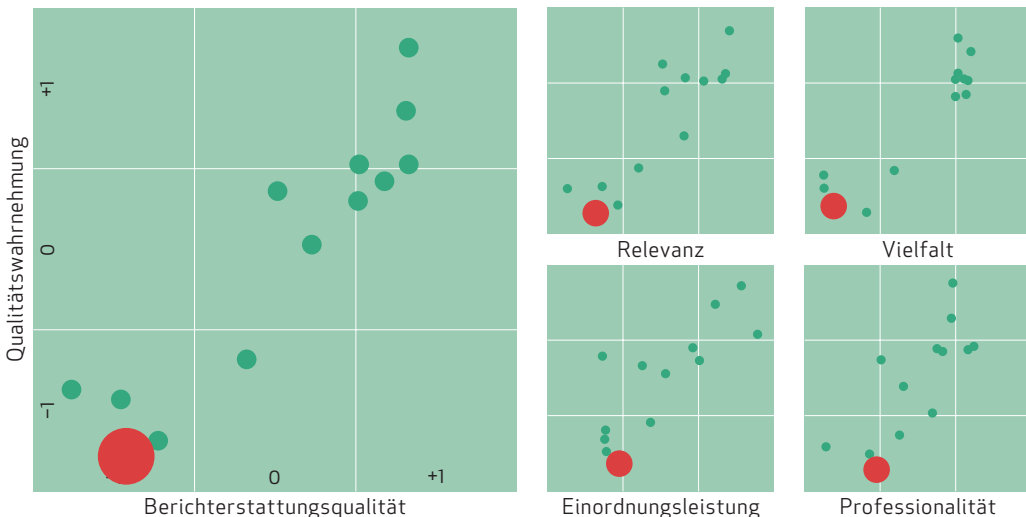
- Zwar landet TeleZüri – ZüriNews in der Vergleichsgruppe auf einem hinteren Platz, allerdings wird die Nachrichtensendung des Regionalsenders aus dem Hause AZ Medien hier mit überregional ausgestrahlten SRG-Sendungen verglichen, denen weit mehr Ressourcen zur Verfügung stehen.
- Wenngleich ZüriNews nicht «die klare Nummer 1» ist, wie im Profil angegeben, weiss das Publikum die Qualität der Nachrichtensendung durchaus zu schätzen. Die Befragungswerte liegen allesamt im positiven Bereich, gleichauf mit den News auf TeleBärn. Die Inhaltsanalyse zeigt, dass ZüriNews im Vergleich mit den anderen Privatfernsehsendungen in der Qualitätsdimension Einordnungsleistung punkten kann, sich bei der Vielfalt allerdings noch verbessern könnte.
- Im Zeitverlauf erweist sich die Qualität von ZüriNews als stabil. In der Dimension Relevanz kann sie sogar etwas zulegen, weshalb sich die Nachrichtensendung insgesamt um 1 Qualitätspunkt gegenüber der letzten Messperiode steigern kann.

Rating



Lesebeispiel: Mit 55 von 100 Qualitätspunkten, 1 Punkt mehr als in der vorherigen Messperiode, erreicht der Regionalsender TeleZüri einen hinteren Rang.

Qualität im Vergleich



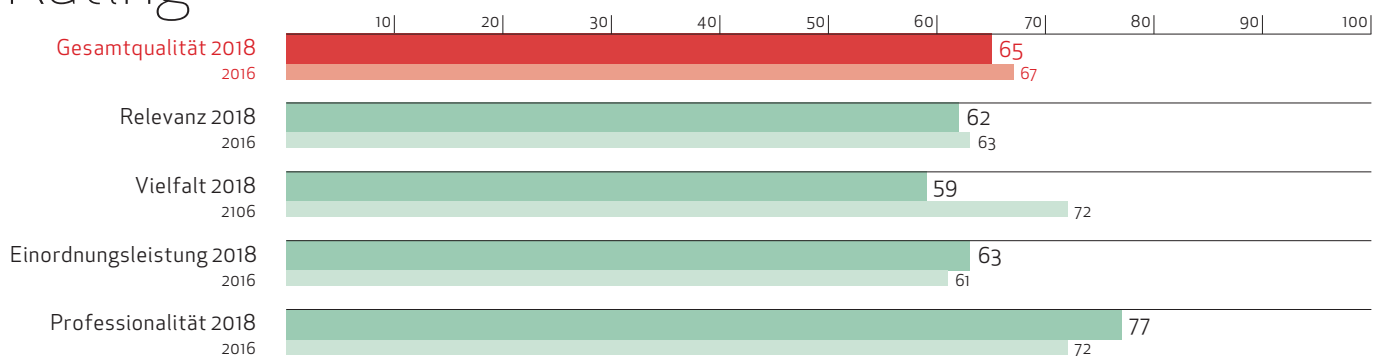
Lesebeispiel: Die Befragung und die Inhaltsanalyse kommen zum selben Ergebnis: ZüriNews erreicht in allen Qualitätsdimensionen und somit auch insgesamt unterdurchschnittliche Qualitätswerte.

Betreibergesellschaft	TV Léman Bleu SA	Politik	26%	<div style="width: 26%;"></div>
Kontrolleur	TV Léman Bleu SA	Wirtschaft	16%	<div style="width: 16%;"></div>
Direktor	Laurent Keller	Kultur	17%	<div style="width: 17%;"></div>
Redaktionsleiter	Laurent Keller	Sport	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Reichweite 2017	2 440	Human Interest	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Profil	Léman Bleu ist ein regionaler Schweizer Fernsehsender mit Sitz in Genf. Zwei Stunden Programm pro Tag, das rund um die Uhr ausgestrahlt wird.			

Léman Bleu: Publikum beginnt die Qualität zu schätzen

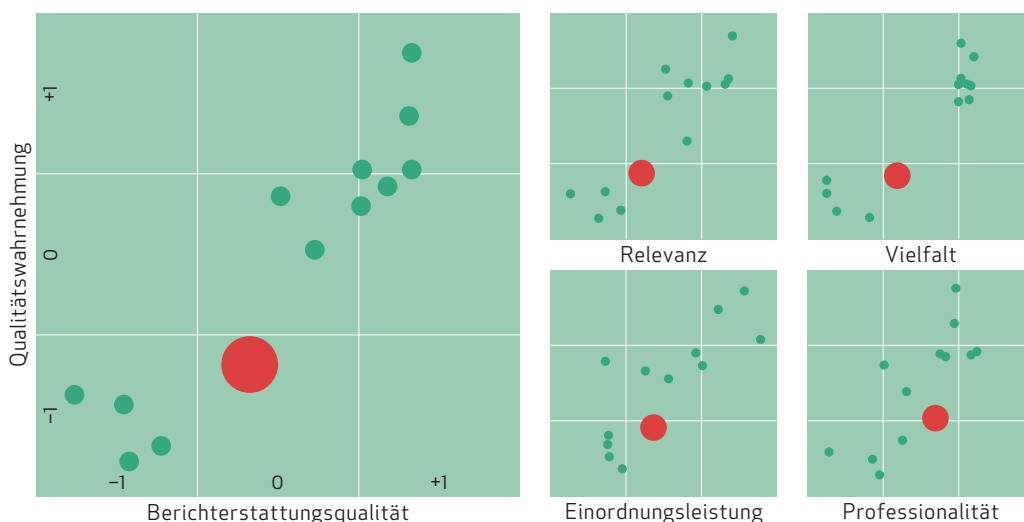
- Inhaltlich schneidet das Journal auf Léman Bleu in der Vergleichsgruppe leicht unterdurchschnittlich ab, doch stehen dem lokalen Privatsender auch deutlich weniger Ressourcen als den SRG-Sendungen zur Verfügung. Die Nachrichten auf Léman Bleu heben sich in ihrer Qualität klar von jenen übriger privater Anbieter ab.
- Dennoch ist die inhaltliche Qualität des Journals im Zeitvergleich rückläufig, weil die Themenauswahl markant verändert wurde. Während vor zwei Jahren 42% der Beiträge das Politikgeschehen reflektierten, sind es aktuell noch 26%. Die Anteile an Sport- und Human-Interest-Inhalten sind hingegen deutlich gestiegen.
- Der lebensweltlichere Fokus kommt beim Publikum gut an: Es bewertet die Sendung ganze 11 Qualitätspunkte besser als noch zwei Jahre zuvor. Die gegenläufigen Tendenzen von Inhaltsanalyse und Befragung heben sich in der Verrechnung nahezu auf.

Rating



Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung Le Journal auf Léman Bleu erzielt 65 von 100 Qualitätspunkten. Das bedeutet einen Verlust von 2 Punkten gegenüber der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



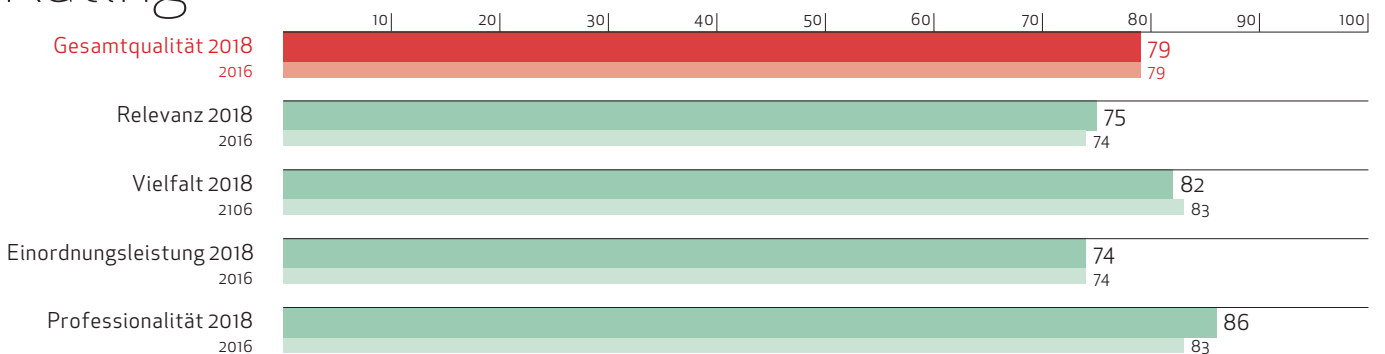
Lesebeispiel: Der Qualitätswert des Journals auf Léman Bleu liegt zwar hinter den SRG-Sendungen, doch deutlich vor den regionalen Nachrichtensendern der übrigen privaten Anbieter.

Betreibergesellschaft	RTS	Politik	56%	<div style="width: 56%;"></div>
Kontrollleur	SRG SSR	Wirtschaft	10%	<div style="width: 10%;"></div>
Direktor	Gilles Marchand	Kultur	19%	<div style="width: 19%;"></div>
Redaktionsleiter	Bernard Rappaz	Sport	9%	<div style="width: 9%;"></div>
Reichweite 2017	107220	Human Interest	6%	<div style="width: 6%;"></div>
Profil	Le 12h30 ist die grosse Informationssendung am Mittag. Es werden die wichtigsten Nachrichten aufbereitet, vor allem in Form von Reportagen und Erlebnisberichten, um die stärksten Momente festzuhalten. Le 12h30 behandelt auch gesellschaftliche Themen und Neues aus der Kultur: Ausstellungen, Literatur, Konzerte, neue Technologien, Mode, Sexualität, Gesundheit oder Kino.			

Starkes 12h30 auf RTS steigt in der Gunst des Publikums

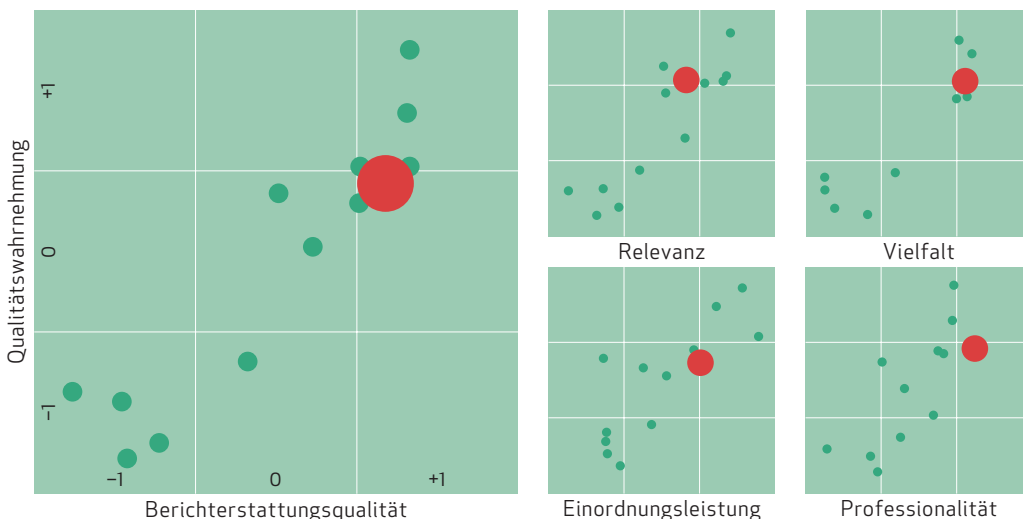
- Die französischsprachige Radiosendung Le 12h30 erreicht einen der vorderen Plätze in der starken Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen.
- Gemäss Inhaltsanalyse erreicht Le 12h30 von allen der 50 untersuchten Titeln den höchsten gemessenen Wert in der Dimension Professionalität. Das Publikum nimmt die Radiosendung vor allem in den Qualitätsdimensionen Relevanz und Vielfalt als positiv war.
- Im Zeitverlauf weisen die Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung in gegensätzliche Richtungen: Während die Nachrichtensendung in der Befragung um 4 Qualitätspunkte zulegt, weist die Inhaltsanalyse Qualitätseinbussen von 4 Punkten aus.

Rating



Lesebeispiel: Mit 79 von 100 Qualitätspunkten erreicht die Nachrichtensendung von RTS einen hohen Wert. Dies entspricht dem Qualitätsniveau der vorherigen Messperiode.

Qualität im Vergleich



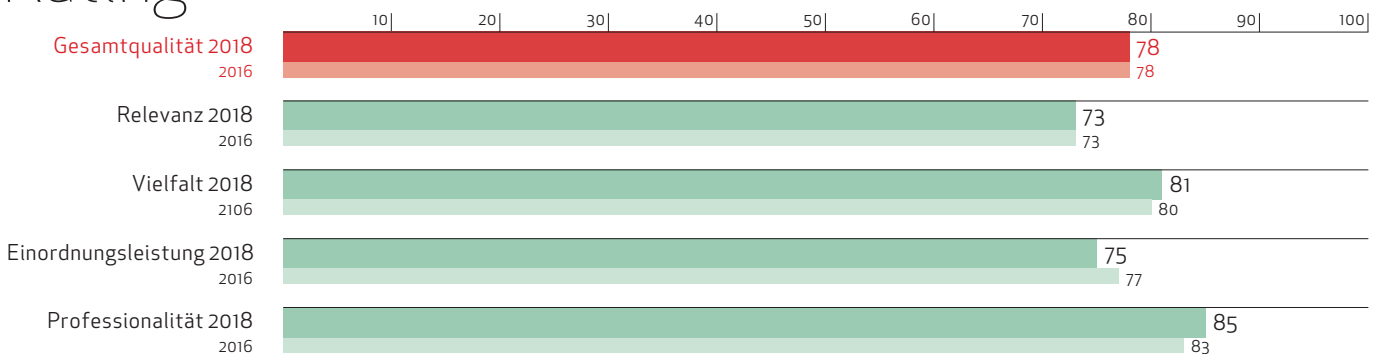
Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung des RTS erreicht 2 Qualitätspunkte mehr als die Tagesschau auf SRF.

Betreibergesellschaft	RTS	Politik	51%	<div style="width: 51%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	11%	<div style="width: 11%;"></div>
Direktor	Gilles Marchand	Kultur	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Redaktionsleiter	Bernard Rappaz	Sport	8%	<div style="width: 8%;"></div>
Reichweite 2017	293310	Human Interest	18%	<div style="width: 18%;"></div>
Profil	Die Tagesschau.			

Le Journal auf RTS hält hohes Qualitätsniveau

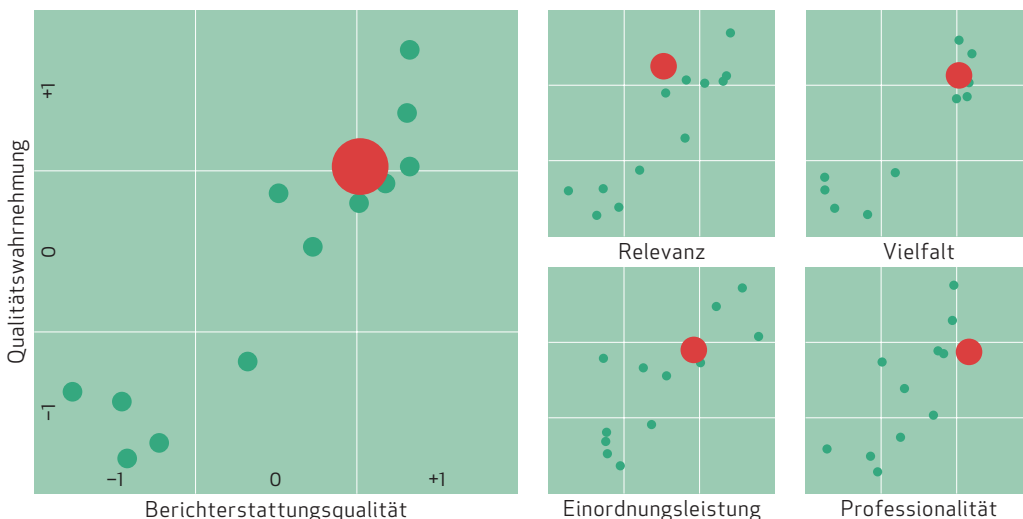
- Die Nachrichtensendung Le Journal belegt in der Gruppe der Radio- und Fernsehsendungen einen der vorderen Plätze. In der Befragung schneidet die halbstündige Nachrichtensendung auf RTS durchweg gut ab, sie kann sich hier sogar knapp vor ihrem deutschsprachigen Pendant, der Tagesschau auf SRF, platzieren.
- Bei diesem Titel ist der Vergleich mit der vergangenen Messperiode besonders aufschlussreich: Während Le Journal bei den Befragten in allen Qualitätsdimensionen noch zulegen konnte, weist die Inhaltsanalyse Qualitätseinbussen aus, bei der Einordnungsleistung kann sogar ein Einbruch festgestellt werden.
- Die Zugewinne bei der Publikumsbewertung und die Verluste bei der Inhaltsanalyse halten sich die Waage, weshalb Le Journal sein Qualitätsniveau insgesamt halten kann.

Rating



Lesebeispiel: Mit 78 von 100 Qualitätspunkten erreicht die Nachrichtensendung von RTS einen hohen Wert, den gleichen Wert wie in der Messperiode zwei Jahre zuvor.

Qualität im Vergleich



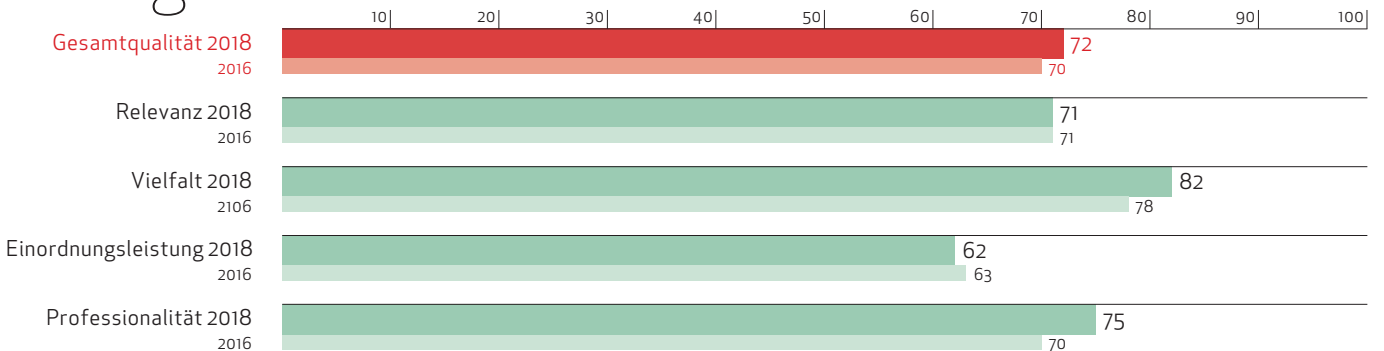
Lesebeispiel: Die Nachrichtensendung des RTS erreicht 1 Qualitätspunkt mehr als ihr deutschsprachiges Pendant, die Tagesschau auf SRF, und positioniert sich im oberen Mittelfeld.

Betreibergesellschaft	RTS	Politik	51%	<div style="width: 51%;"></div>
Kontrolleur	SRG SSR	Wirtschaft	12%	<div style="width: 12%;"></div>
Direktor	Rudolf Matter	Kultur	11%	<div style="width: 11%;"></div>
Programmleiter	Armelle Roulet	Sport	3%	<div style="width: 3%;"></div>
Reichweite 2017	124500	Human Interest	22%	<div style="width: 22%;"></div>
Profil	Die Website von RTS und die Mobil-Apps ermöglichen es, jederzeit und kostenlos auf die gesamten Radio- und Fernsehsendungen zuzugreifen, live oder à la carte. Diese digitalen Angebote erweitern das Universum der Sendungen und bieten exklusive Inhalte.			

Gute Publikumsbewertung trotz wenig Einordnungsleistung

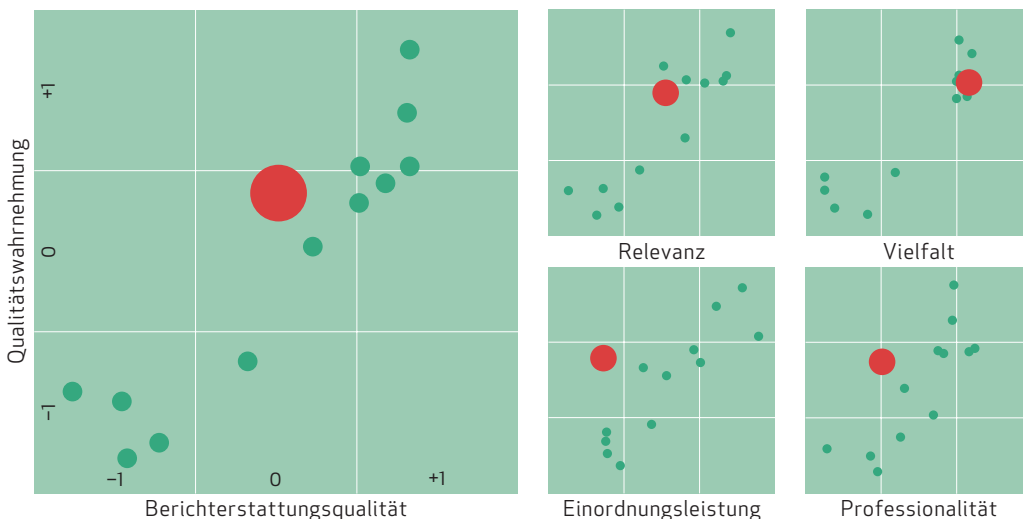
- Die Qualität der französischsprachige Newssite rts.ch reicht zwar nicht an jene der Radio- und Fernsehsendungen der SRG heran, doch nimmt sie einen Platz im oberen Mittelfeld in der Vergleichsgruppe ein.
- Die Inhaltsanalyse offenbart – analog zum deutschsprachigen srf.ch/news – eine geringe Einordnungsleistung, da das Portal häufig auf Agenturmeldungen zurückgreift. Die Befragten bewerten die Nachrichten auf rts.ch/info jedoch positiv: Nicht nur die Relevanz und Vielfalt werden durchschnittlich positiv eingeschätzt, sondern auch die Einordnungsleistung und die Professionalität, nach der die Beiträge sachlich und transparent aufbereitet werden.
- Obgleich die Inhaltsanalyse keine Qualitätsveränderung ausweist, kann die Newssite gesamthaft aufgrund der Publikumsbewertung um 2 Qualitätspunkte zugewinnen.

Rating



Lesebeispiel: Die Newssite von RTS erreicht mit 72 von 100 Qualitätspunkten einen guten Wert. Dieser Wert entspricht zugleich einem Zugewinn von 2 Punkten im Vergleich zur vorherigen Messperiode.

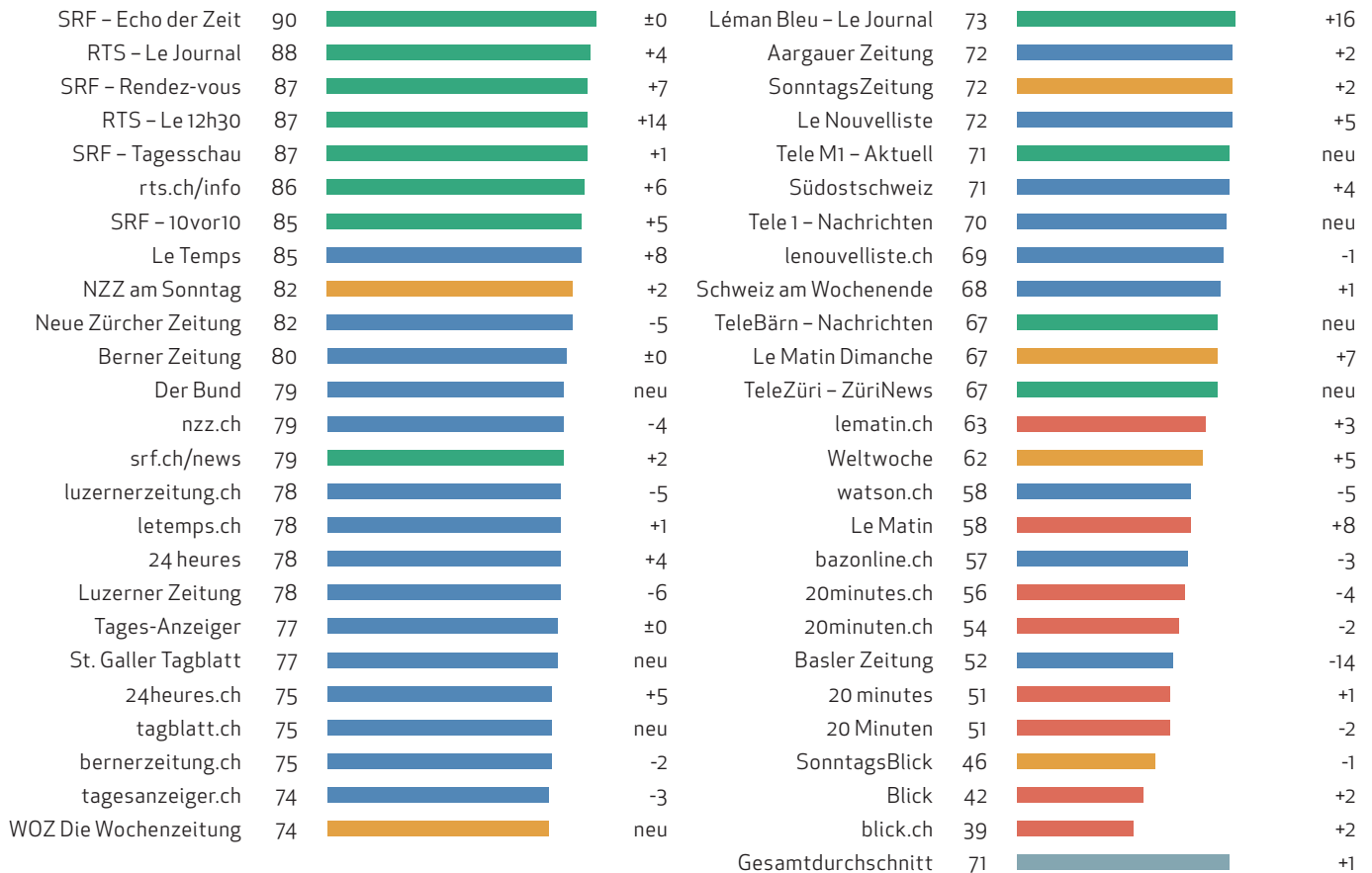
Qualität im Vergleich



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

Anhang: Auswertung – Vertrauen in Medientitel



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 (2169 Personen mit 13321 Bewertungen) in einzelne Medientitel wurde anhand zweier Aussagen («Items») gemessen. Die Befragten gaben hierzu an, wie sehr sie den Aussagen zustimmen, inwiefern 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 bis 100 reicht.

Die SRG-Titel geniessen hohes Vertrauen

Die repräsentative Onlinebefragung für die Deutschschweiz und die Suisse romande zeigt, dass die Befragten den ihnen bekannten Medientiteln mehr vertrauen als misstrauen. Bei 47 der untersuchten 50 Medientitel liegen die Vertrauenswerte im positiven Bereich, also über dem Schwellenwert von 50 Punkten. Dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen aus dem MQR-16. Auf den vorderen Positionen gibt es jedoch bemerkenswerte Verschiebungen: Zieht man die Vergleichsdaten heran, zeigt sich, dass die SRG-Titel in den vergangenen zwei Jahren an Vertrauen gewinnen konnten, insbesondere die Sendungen Le 12h30 und Rendez-vous konnten deutlich zulegen. Als Folge stammen die 6 vertrauenswürdigsten Titel ausschliesslich

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

Lesebeispiel: Am meisten Vertrauen hat das befragte Publikum in die Radiosendung des SRF «Echo der Zeit» und am wenigsten in die Onlineausgabe des «Blick».

von der SRG. Da die Befragung zwischen dem 2. Februar und dem 1. März 2018 durchgeführt wurde, ist ein Zusammenhang mit der Initiative für die Abschaffung der Rundfunkgebühren (No Billag) naheliegend, die am 4. März 2018 stattfand und letztlich von insgesamt 71.6% der Stimmbewölkerung abgelehnt wurde. Die intensiv geführte Debatte über die Zukunft (oder das Ende) der SRG, so könnten die Ergebnisse interpretiert werden, hat letztlich das Vertrauen in die SRG gestärkt. Deutlich an Vertrauen gewinnen konnte auch Le Temps, das Qualitätsblatt aus der Suisse romande.

Anhang: Methodik Analysesteckbrief

	Inhaltsanalyse	Befragung
Institut	fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich	DCM Departement für Kommunikationswissenschaft und Medien- forschung der Universität Fribourg
Methode	Quantitative Inhaltsanalyse	Onlinebefragung des Schweizer Publikums mit einem standardisier- ten Fragebogen (durchgeführt von der GfK Switzerland)
Grundgesamtheit	Alle publizierten Beiträge eines Jahres aus 50 Informationsmedien (vgl. Mediensample)	Sprachassimilierte Wohnbevölkerung mit Internetzugang in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz
Stichprobe	20 931 Beiträge der Gesamt- ausgaben der untersuchten Medientitel	2169 Interviews (1126 Männer, 1043 Frauen; 1571 Deutschschweiz, 598 Suisse romande) mit 13 321 Beurteilungen zu den 50 Medientiteln. Wiederbefragung 2016 und 2018: 721 von 2169 Personen (33.2%)
Erhebungszeitraum	Gesamtes Jahr 2017	2. Februar bis 1. März 2018

Anhang: Mediensample und Fallzahlen

Informationsmedium	Berichterstattungsanalyse 20931 Beiträge	Publikumsbefragung 13321 Beurteilungen (2169 Personen)
Tages- und Onlinezeitungen	10108	3855
Aargauer Zeitung	525	208
Basler Zeitung	620	132
bazonline.ch	524	113
Berner Zeitung	479	118
bernerzeitung.ch	469	104
Der Bund	560	106
Luzerner Zeitung	523	224
luzernerzeitung.ch	305	174
Neue Zürcher Zeitung	618	328
nzz.ch	984	368
St. Galler Tagblatt	528	110
tagblatt.ch	269	95
Südostschweiz	364	90
Tages-Anzeiger	573	326
tagesanzeiger.ch	535	310
24 heures	459	217
24heures.ch	545	191
Le Nouvelliste	415	131
lenouvelliste.ch	157	95
Le Temps	354	230
letemps.ch	302	185
Sonntagszeitungen und Magazine	2750	1781
NZZ am Sonntag	651	320
Schweiz am Wochenende	435	182
SonntagsBlick	430	347
SonntagsZeitung	385	330
Weltwoche	229	254
WOZ Die Wochenzeitung	166	128
Le Matin Dimanche	454	220
Boulevard- und Pendlerzeitungen	4352	2816
20 Minuten	455	416
20minuten.ch	548	410
Blick	403	347
blick.ch	556	347
watson.ch	381	245
20 minutes	485	227
20minutes.ch	482	388
Le Matin	425	221
lematin.ch	617	215
Radio- und Fernsehsendungen	3721	4869
SRF – 10vor10	170	870
SRF – Echo der Zeit	404	374
SRF – Rendez-vous	251	213
SFR – Tagesschau	339	422
srf.ch/news	237	789
Tele 1 – Nachrichten	279	245
TeleBärn – News	331	179
Tele M1 – Aktuell	399	245
TeleZüri – ZüriNews	363	379
Léman Bleu – Le Journal	121	119
RTS – Le 12h30	250	350
RTS – Le Journal	336	437
rts.ch/info	241	247

Anhang: 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 von 2016 mit 1613 Befragten wurde 2018 mit 2169 Befragten wiederholt. 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 erneut 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 Hergiswil beauftragt. Menschen mit Internetzugang machen laut GfK in der Schweiz rund 90% 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 2. Februar bis zum 1. März 2018. In diesem Zeitraum konnten 2169 Befragungen realisiert werden, davon 1571 in der Deutschschweiz und 598 in der Suisse romande. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 12 Minuten. 230 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 50 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 2169 Befragten insgesamt 13321 Beurteilungen erzielt werden. Zum Vergleich: In der Erhebung von 2016 wurden mit 1613 Befragten für insgesamt 43 Medientitel 8710 Beurteilungen erzielt. 721 Personen von den diesmal insgesamt 2169 haben bereits an der ersten Befragung teilgenommen. Diese hohe Wiederbefragungsquote lässt aussagekräftige Interpretationen bei Veränderungen über die Zeit zu.

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 (90.6%), wurde letztlich auf die Verwendung eines Gewichtungsfaktors verzichtet, um die Darstellung der Ergebnisse nicht unnötig zu verkomplizieren.

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 Vorgängerbefragung aus dem 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 Zuverlässig-

keit 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	Französisch
Relevanz Cronbach's $\alpha = 0.9$	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 $\alpha = 0.9$	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.
Einordnungsleistung Cronbach's $\alpha = 0.9$	gibt vielfältige Positionen und Meinungen wieder.	présente des avis et des points de vue très variés.
	greift gesellschaftlich relevante Themen frühzeitig auf.	s'empare très tôt des sujets importants de la société.
	informiert ausführlich über Hintergründe.	informe en profondeur.
Professionalität Cronbach's $\alpha = 0.9$	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.
	steht für eine unabhängige Berichterstattung.	représente une source d'information indépendante.
Vertrauen Cronbach's $\alpha = 0.9$	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 $\alpha = 0.9$	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:

$$\text{Wert transformiert} = (\text{Wert Ausgangsskala} - 1.5) * 100 / 3$$

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).

Anhang: Methodik

Inhaltsanalyse

Zusammenfassung

Die Qualitätsmessung erfolgt auf den 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 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, die 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 auf den vier Qualitätsdimensionen und 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 50 Medientiteln in der Deutschschweiz und der Suisse romande im Jahr 2017. 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 2017 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 Fehler toleranz von rund 5% bei einem Vertrauensniveau von 95% nicht zu überschreiten. Darüber hinaus werden Titel, 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 Fehler toleranz erforderlich ist, erreicht wird.

Insgesamt umfasst die Stichprobe für das Untersuchungsjahr 2017 20931 Beiträge (vgl. Tabelle Mediensample, Seite 79).

Sicherung der Codierungsqualität

Die Codierung der Medienqualität wird von rund zehn 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, das die wissenschaftlich abgeleiteten Konventionen festlegt und damit das massgebliche Regelwerk für die Codierer ist. Anhand dieses Codebuchs werden neue Codierer geschult.
- Im Wochenrhythmus werden zweistündige Sitzungen abgehalten, in denen die Codierer mit der Projektleitung offene Fragen und Problemfälle anhand von Beitragsbeispielen besprechen.
- In regelmässigen Abständen finden Doppelcodierungen statt, bei denen jeweils mehrere 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 Codierer. 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, die 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. Schwerpunkt mässig 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 («Alte», «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 Doris Leuthard 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 meinungs betonten 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 Gastautoren oder externen 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, die 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
Gastautor, Experte	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 Scorepunkt) 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 5000 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 86).

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 Titlebene

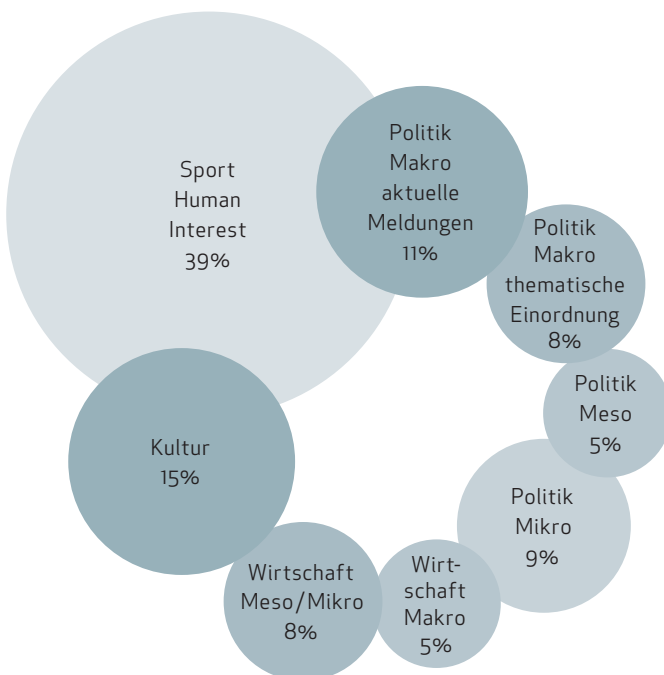
Vielfalt – Indikatoren: inhaltliche und geografische Vielfalt

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 Qualitätsanforderungsmerkmal.

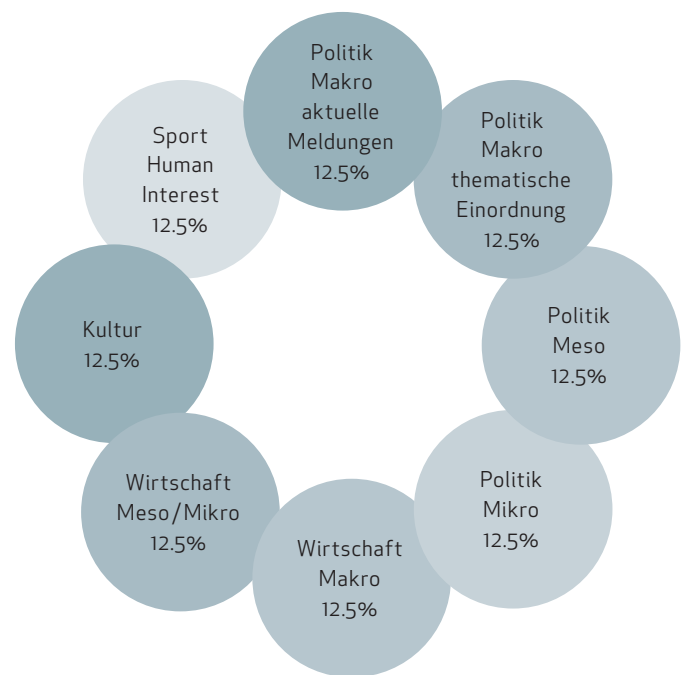
Im Gegensatz zu den drei Qualitätsdimensionen Relevanz, Einordnungsleistung und Professionalität, die sich anhand von Codierungen auf Beitragsebene erfassen lassen, ist Vielfalt ein Verteilungsmass, das als aggregierte Grösse auf der Medientitelebene bestimmt wird. Vielfalt ist somit eine Qualität, die 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-Interests der Medien erreichen können. Ausgehend von der empirischen Realverteilung (aller 20 931 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:

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

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 20931 Beiträge zu einem hohen Mass verwirklicht ist: 93.9, 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.

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

Wissenschaftliche Teams ^{MQR-18}

Modul: Berichterstattungsqualität

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

lic. phil. Lucie Hauser ist Geschäftsführerin des fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.

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



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Modul: Qualitätswahrnehmung

Prof. Dr. Diana Inghoff ist Ordinaria für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Organisationskommunikation und Kommunikationsmanagement, am DCM Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Fribourg.

Dr. Philipp Bachmann ist Oberassistent am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ), Abteilung «Medienökonomie und Management», der Universität Zürich.



**UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG**

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, Managing 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.

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 zwei 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 Donatoren unterstützen das zweite Qualitätsrating:

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



© 2018 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, 8001 Zürich

Lektorat:
Lektorama, 8045 Zürich

Druck:
Neidhart + Schön AG, 8037 Zürich

Papier: PlanoJet hochweiss FSC

www.mqr-schweiz.ch