



Autor

Res Strehle Projektleiter Qualitätsmonitoring Tamedia

Mitarbeit

Anita Bissig/Alessandro Saporiti Digital Analysts Tamedia

Ignaz Staub/Denis Etienne Ombudsmänner

Impressum

Tamedia Qualitätsreport 2021

Herausgeber Tamedia, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich

Gestaltung MADE Identity AG, Zürich

Layout Urs Dudli Design, Zürich

Einleitung

2021 wurden mit Ausnahme von Bund und Berner Zeitung alle Redaktionen der Tamedia zum fünften Mal einem vertieften Qualitätsmonitoring unterzogen. Da die beiden Berner Redaktionen in einem Fusionsprozess standen, werden sie erst 2022 wieder untersucht. Erneut betrug die Untersuchungsperiode bei den Newsmedien eine Woche, die den Redaktionen nicht im Voraus bekanntgegeben wurde. Dabei wurde ein Fokus auf das Digitalangebot gelegt. Bei den untersuchten Wirtschaftsmedien (Finanz und Wirtschaft, Bilan) wurden Digital- und Printangebot gleichgewichtig untersucht. Bei den übrigen Zeitschriften und Magazinen stand das Digitalangebot nicht im Vordergrund; es wurden jeweils 2–3 Printausgaben untersucht.

Schweizer Familie: Colin Porlezza, Professor, Institut für Medien und Journalismus an der Università della Svizzera italiana, Lugano

Zürichsee-Zeitung: Vinzenz Wyss, Professor, Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaft, Winterthur

Das Monitoring orientierte sich erneut an den handwerklichen Regeln und den Wertschöpfungskriterien des Handbuchs «Qualität in den Medien» (Tamedia 2017/de; 2018/fr). Erstmals wurden in diesem Jahr auch die 2020/21 formulierten Mission Statements der einzelnen Redaktionen einbezogen.

3

Folgende Expert/innen waren 2021 am Monitoring der einzelnen Medien beteiligt

Basler Zeitung: Roger Blum, emerit. Professor, Medienwissenschaftler, Köln

Das Magazin: Otfried Jarren, emerit. Professor, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Universität Zürich (IKMZ)

Tages-Anzeiger: Felix Müller, Dr. phil., Germanist, Ex-Chefredaktor der NZZ am Sonntag

Tamedia Redaktion Deutschschweiz/SonntagsZeitung: Miriam Meckel, Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Universität St. Gallen

Rédaction Tamedia Suisse romande/Le Matin Dimanche, Tribune de Genève: Philippe Amez-Droz, Dr. oec., AZconsulting, Lehrbeauftragter am Medi@lab der Universität Genf

24 heures: Géraldine Falbriard, Medienbeauftragte, Université de Lausanne

Bilan: Vincent Kaufmann, emerit. Professor, MCM, Universität St. Gallen, Genf

Finanz und Wirtschaft: Konrad Hummler, Dr. iur., Unternehmer und Publizist, St. Gallen

1 Handwerkliche Regeln

Das Monitoring 2021 zeigte sehr wenig handwerkliche Mängel in den Tamedia-Redaktionen. Bei den einzelnen Punkten gemäss dem Handbuch Qualität ergab sich zusammenfassend folgendes Bild:

11 Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung

Das Trennungsgebot zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung wurde gut eingehalten. Redaktionelle Beiträge und Werbeinhalte waren jederzeit unterscheidbar, Vermischungen wurden nicht festgestellt. Fragezeichen stellten sich einzig bei empfehlenden redaktionellen Beiträgen über neue Produkte (z. B. Autos) und Ladeneröffnungen, bei denen die Auswahl wenig transparent war und kritische Elemente im Text fehlten. Es bestand allerdings kein Zusammenhang mit Werbeinhalten.

12 Fehlerfreiheit/Wahrheit

An den Stichtagen des Monitorings liessen sich von Expertenseite nur wenige Faktenfehler finden, was grundsätzlich für ein sorgfältiges Gegenlesen und Korrektorat spricht. Vorbildlich ist das Fact Checking insbesondere in Zeitschriften mit längerer Produktionszeit wie Schweizer Familie und Das Magazin. Gefallen hat uns auch, wie die Schweizer Familie in einem historischen Beitrag in der Januarausgabe über Fake News ihre Leserschaft ausdrücklich auf das Sechs-Augen-Prinzip ihrer Redaktion aufmerksam machte.

Vorbildlich ist aus unserer Sicht ausserdem der auf den Newssites neu geschaffene Link «Fehler gefunden? Jetzt melden», wo Leserinnen und Leser Hinweise auf falsche Fakten direkt an die Redaktionen senden können. Eine Auswertung dieser Hinweise im Rahmen des Qualitätsmonitorings für die dritte Aprilwoche (19. – 24.4.) ergab neben zahlreichen abweichenden Meinungen (die oft auch über diesen Link mitgeteilt werden) 131 Hinweise von Leserinnen und Lesern auf faktische, orthografische und grammatikalische Fehler. Rund die Hälfte davon betraf die Rechtschreibung, die andere Hälfte Inhaltliches. In rund 80 Prozent dieser Fälle wurde nach den Fehlerhinweisen die digitale Fassung korrigiert, nur ganz selten allerdings transparent (mit einem Hinweis auf den Fehler in der ursprünglichen Version am Textende). In einzelnen Fällen zeigte sich, dass die Autorinnen und Autoren keinerlei Kenntnis vom Fehlerhinweis hatten.

Das Qualitätsmonitoring schlägt einen klareren internen Ablauf bei Hinweisen auf faktische Fehler von Leserinnen und Lesern vor: Weiterleitung des Hinweises an die Autorin oder den Autor, Überprüfung dieses Faktums, Rückmeldung mit Dank an die hinweisgebenden Leserinnen und Leser und transparente Korrektur der Fehler. Im Weiteren empfehlen wir auch den Zeitschriften, diesen Link ihren Beiträgen anzufügen; er bringt wichtige Hinweise und ist ein Indiz dafür, dass die Redaktion die Faktenüberprüfung ernst nimmt.

13 Fairness

Die Fairness stand 2021 gegenüber Akteurinnen und Akteuren und Institutionen von Expertenseite nirgends grundsätzlich in Zweifel. Abweichende Einschätzungen von Leserinnen und Lesern, die sich an unsere Ombudsmänner wandten, werden in Kapitel 3 gesondert besprochen.

Verstösse gegen das Fairnessgebot zu entdecken und verhindern, ist vordringliche Aufgabe beim Gegenlesen, was vereinzelt nicht geschah.

Auffällig war aus unserer Sicht, dass die Gegenseite auf Vorwürfe und Kritik in der Regel fair zu Wort kommt, ohne dass diese Stellungnahmen mit «behauptet» oder «streitet ab» disqualifiziert werden. Ein gutes Zeichen scheint uns auch, dass die Floskel «Es gilt die Unschuldsvermutung» durch eine im Bericht praktizierte Unschuldsvermutung zunehmend unnötig wird.

14 Transparenz und kritische Distanz zu den Quellen

Transparenz und kritische Distanz zu den Quellen erwiesen sich in nahezu allen untersuchten Beiträgen als gegeben. Aus unserer Sicht Vorbildlich ist in diesem Zusammenhang auch die neu geschaffene Autorinnen- und Autorenbox die Transparenz über die Autorin oder den Autor, schafft.

15 Trennung von Fakten und Meinung

Der Trennungsgrundsatz zwischen Fakten und Wertung/Meinung wurde 2021 weitgehend eingehalten, gab aber – wie schon in den Vorjahren – Stoff für eine vertiefte Auseinandersetzung. Aufgeweicht wird er meist in Autorinnen- und Autorentexten, was zulässig ist, solange sie als besondere Form gekennzeichnet sind (Reportage, Essay etc.). Aufgeweicht wird er auch dort, wo Journalistinnen und Journalisten aus Überzeugung selber zu Aktivistinnen oder Aktivisten für eine (meist) gute Sache werden und danach die kritische Distanz zu den Akteurinnen und Akteuren vermissen lassen.

Die Frage von Haltung vs. politischen Aktivismus wurde an einer Vierteljahreskonferenz der Chefredaktorinnen und Chefredaktoren ausführlich besprochen. Es bestand Konsens

darüber, dass sich die gemeinsame Haltung der Tamedia-Redaktionen auf die Einhaltung der Regeln des journalistischen Handwerks beschränken sollte, das Medium selber aber nicht zum politischen Akteur oder gar Verbündeten einer Kampagne werden darf.

16 Sprache

Die Sprache war in den untersuchten Wochen in allen Tamedia-Medien verständlich, «unaufgeregt, sachdienlich und wenig maniert», wie es Felix E. Müller als beigezogener Experte für den Tages-Anzeiger formulierte. Aber auch «selten brillant», wie Experte Konrad Hummler bei der Finanz und Wirtschaft monierte. Abstrakt-bürokratische Wendungen sind in den Regionalmedien nicht gänzlich verschwunden, vor allem dann nicht, wenn ein Beitrag auf einem Entscheid oder einer Mitteilung der Behörden beruht. Hier sind die Gegenleserinnen und Gegenleser gefordert: Sperrige Substantivierungen von Verben, drei- oder vierfach zusammengesetzte Hauptwörter und komplizierte Umschreibungen einfacher Sachverhalte sollten sie hellhörig machen. Moniert wurde ausserdem, dass in unseren deutschsprachigen Medien der Genitiv inzwischen einen schweren Stand hat und oft durch einen wenig eleganten Dativ ersetzt wird.

Das Bemühen, das generische Maskulinum als Standard zumindest in Laufertexten zu vermeiden, war im vergangenen Jahr in allen Redaktionen spürbar – diese Form wird allerdings noch nicht konsequent vermieden. Der seit September für Tamedia-Medien verbindliche interne Leitfaden «Gendergerechte Sprache» zeigt verschiedene Alternativen einer diskriminierungsfreien Sprache, die keine sperrigen Wortmonster schafft.

17 Produktionsfehler

Die im vergangenen Jahr monierten Produktionsfehler waren in diesem Jahr kaum mehr zu finden und hatten damit offenkundig mit den damaligen Unsicherheiten nach der Einführung von «Mobile first» zu tun. Inzwischen sind sie viel seltener geworden, die Berichterstattung auf den verschiedenen Kanälen greift deutlich besser ineinander als im Vorjahr, wie die Expertin Miriam Meckel festhielt.

2 Wertschöpfung gemäss Mehrwertdiagramm

Wie in den früheren Jahren orientierte sich das Qualitätsmonitoring an der spezifischen Gewichtung der einzelnen Wertschöpfungskriterien durch die Chefredaktionen (Abbildungen 1 – 3). Erstmals einbezogen wurden dazu auch die Mission Statements, die die Redaktionen 2020/21 formuliert haben.

21 Newsauswahl/-aufbereitung

22 Tempo

23 Recherche

24 Einordnung

25 Service

26 Unterhaltung

27 Visualisierung

28 Storytelling

29 Interaktion mit der Leserschaft

Laut dem Handbuch «Mobile first» soll ein Beitrag in der Regel mindestens zwei Mehrwertkriterien erfüllen und ausserdem Zusatzelemente wie Links und Social-Media-Teaser enthalten. Oft ist dies eine Ressourcenfrage, weil nebenbei ja auch noch die Printausgabe mit hoher Sorgfalt erstellt werden muss und insgesamt die Ressourcen nicht steigen.

Bei den einzelnen Kriterien ergab das Monitoring folgenden Befund:

21 Newsauswahl/-aufbereitung

Erneut dominierte die Berichterstattung zur Covid-19-Pandemie den Newsfluss. Laut übereinstimmender Einschätzung der Expertinnen und Experten haben die Tamedia-Medien diese Aufgabe 2021 professionell und gut wahrgenommen – mit kritischer Distanz gegenüber allen Akteurinnen und Akteuren, auch gegenüber den Behörden. Zu reden gab bei einzelnen Monitorings, wie ausführlich die Gegnerinnen und Gegner staatlicher Massnahmen in den Tamedia-Medien zu Wort kommen sollen, insbesondere wie breit auch abstruse Vorwürfe der Massnahmengegnerinnen und -gegner in Text und Bild dokumentiert werden sollen, etwa die Unterstellung, der Bundesrat (speziell Innenminister Alain Berset) agiere im Stile Adolf Hitlers. Der Qualitätsbeauftragte vertrat dabei die Meinung, dass es zur

publizistischen Verantwortung gehört, ehrverletzende und durch keinerlei Fakten belegte Kritik in unseren Medien nicht kommentarlos zu multiplizieren.

Die Orientierung der Newsauswahl und Vertiefung am Interesse der Leserinnen und Leser (Nutzung, Umwandlung zu Digitalabos) entspricht der Orientierung daran, was für die Leserinnen und Leser eines Titels subjektiv relevant ist. Sie ist damit einerseits Qualitätsmerkmal. Sie bedarf allerdings dort der Korrektur, wo die objektive Relevanz in Frage steht. Die Ausleuchtung des Leserinnen- und Leserinteresses soll auf der Reise der Nachrichtenschefinnen und -chefs durch den Newsfluss als Scheinwerfer, nicht als Steuer dienen.

Vorbildlich ist – auch aus Sicht des Experten Otfried Jarren – die Themenauswahl des Magazins, das Recherchen mit gesellschaftlichen Debatten und sinnlichen Beiträgen in perfekter Halbdistanz zur Aktualität kombiniert. Erstmals haben die Magazin-Beiträge nun auch genügend Sichtbarkeit im Netz; damit stieg ihre Interaktivität markant.

22 Tempo

In Sachen Tempo gibt es aus unserer Sicht 2021 wenig Anlass zur Kritik, das Tempo war in der Regel kanalgerecht. Wenn auf den Newssites rasche, aktuelle Aufmacher fehlten, dann ressourcenbedingt jeweils zu Wochenbeginn oder am Wochenende.

Insgesamt zeigte sich im zweiten Jahr, wie rasch sich die Produktionsweise «Mobile first» etabliert hat und wie stark sich dadurch die unterschiedlichen Rhythmen und Formen der Berichterstattung auf den digitalen Kanälen und im Print akzentuiert haben. Géraldine Falbriard, Expertin beim Monitoring von 24 heures, fiel insbesondere diese konstante Weiterentwicklung des Newsflusses positiv auf. Leserin und Leser haben so nie den Eindruck, statisch informiert zu werden.

23 Recherche

Erneut fiel das Tamedia-Recherchedesk durch zahlreiche Recherchen im schwierigen Umfeld auf und setzte – teils wiederum im internationalen Verbund – die Schwerpunkte. Zu reden gaben insbesondere die Pandora Papers zu Steuerflucht und Geldwäsche, eine Berichterstattung mit verschiedenen, auch interaktiven Formen. Lokal waren die Recherche zur Dioxinbelastung im Boden («Sie haben unsere Existenz kaputtgemacht», 22.8.) und zu Kunstfehlern in der Medizin («Vorwürfe gegen Klinikdirektor», 17.11.) besonders bedeutsam.

Auch zu Corona gehörten unsere Medien mit ihrer Breite und Tiefe der Berichterstattung zu den Themenführern (Emix-Maskenskandal; St. Gallen verschleppte Corona-Massnahmen; Berset stoppte brisantes Papier zu den Corona-Massnahmen; Betrug bei Corona-Kredit).

Nicht immer hielt die Recherchetiefe in den Regionalmedien mit diesem Anspruch Schritt. So fiel hin und wieder auf, dass bei einzelnen lokalen Themen der zentrale Punkt ungeklärt blieb. Vincent Kaufmann, Experte beim Qualitätsmonitoring von Bilan, wünschte sich ausserdem bei Wirtschaftsrecherchen eine grössere Vielfalt der Quellen.

Die Tatsache, dass wichtige Klagen vor Gericht in diesem Jahr gewonnen wurden und die Tamedia-Medien auch nur wenige Gegendarstellungen abdrucken mussten, spricht für eine handwerklich professionelle Recherche.

Medienwissenschaftler Roger Blum untersuchte in seinem Mandat als Experte fürs Qualitätsmonitoring der Basler Zeitung auf Eigeninitiative hin die für die Demokratie und Gewaltenteilung wichtige Gerichtsberichterstattung während eines halben Jahres (wer berichtet? wie? in welcher Form?). Dabei zeigte sich der Experte zufrieden über die Vielzahl der Gerichtsbeiträge (insgesamt 85 bzw. 3.3 pro Woche), was auch mit einzelnen spektakulären Fällen in der Region zusammenhing (Schwarzarbeit-Affäre in BL, mordverdächtige Pflegerinnen in Laufen, Vergewaltigungsfall Elsässerstrasse). Voyeurismus und kampagnenmässige Berichterstattung stellte er nicht fest. Der Medienwissenschaftler bemängelte aber den allzu starken Fokus auf das Strafrecht, die Vielzahl der Autorinnen und Autoren statt weniger mit besonderer Kompetenz und – damit wohl zusammenhängend – die geringe Zahl selbstbewusster Kommentare.

24 Einordnung

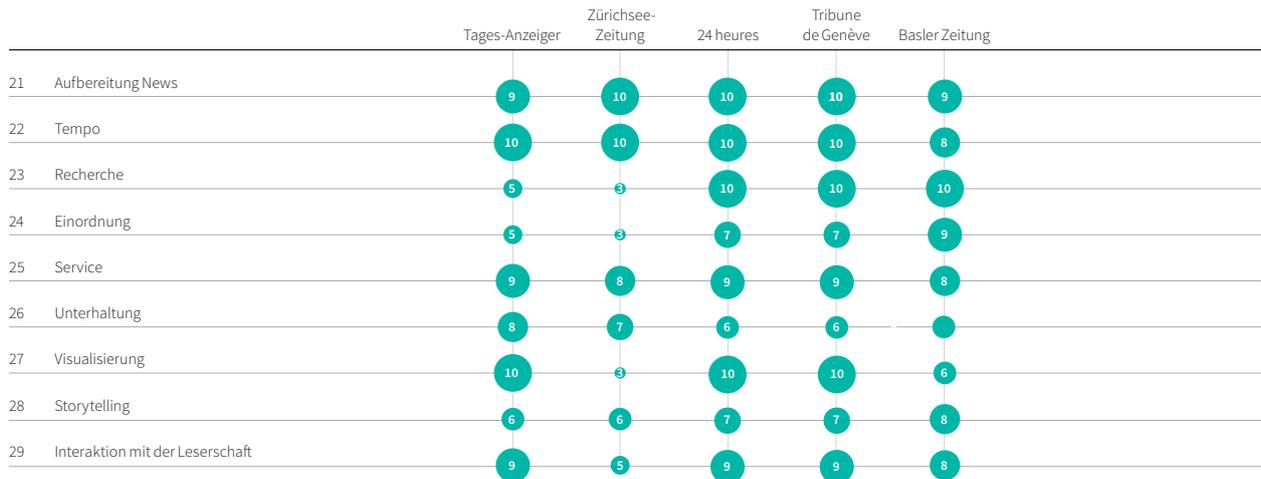
Nach wie vor wünschen sich die Expertinnen und Experten des Qualitätsmonitorings mehr Kommentare und Analysen, auch als Merkmale einer eigenen Identität eines Mediums. Wünschenswert wäre auch die Unterscheidung zwischen Kommentaren (mit hohem Meinungsanteil) und Analysen (Problemauslegung, tiefer Meinungsanteil). Eher selten sind auch nach wie vor überraschende Meinungen, häufiger sind jene Kommentare, die offene Türen einrennen.

25 Service

Die Erfüllung dieses Wertschöpfungskriteriums lässt aus Sicht des Qualitätsmonitorings keine Wünsche offen. Beispielsweise sind in dieser Dimension unsere Zeitschriften

Mehrwert Newsmedien Digital

Abb. 1



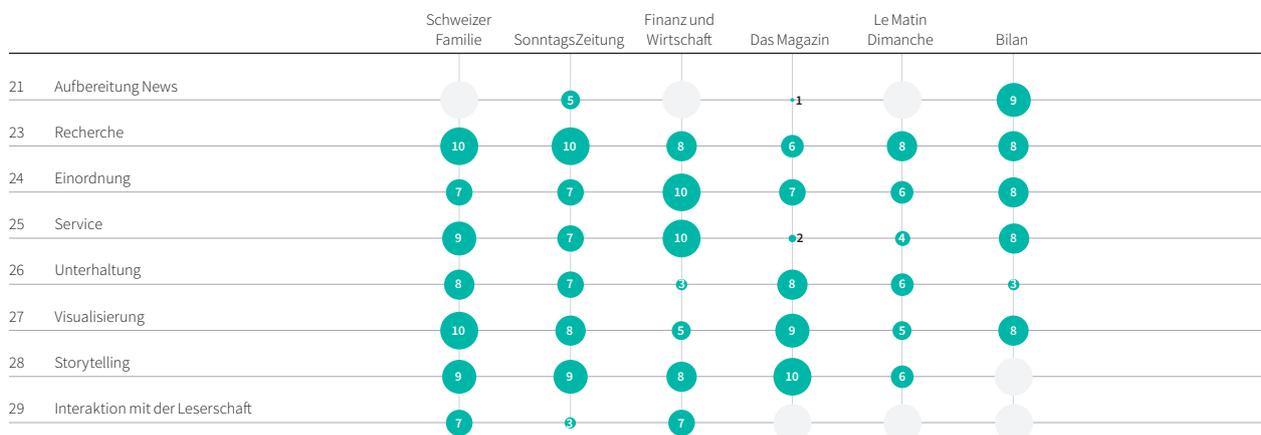
Mehrwert Newsmedien Print

Abb. 2



Mehrwert Zeitschriften Print

Abb. 3



Schweizer Familie, Finanz und Wirtschaft sowie Bilan für ihr jeweiliges Lesepublikum. Grosses Thema in dieser Dimension ist die Hilfe zur Orientierung bei der Transformation der Gesellschaft weg von der fossilen Energie und bei der digitalen Transformation.

Beim Monitoring der Schweizer Familie fiel insbesondere in der untersuchten Januarausgabe (Nr. 2, 14.1.) sehr positiv auf, wie präsent das Thema der Transformation der Gesellschaft in Bezug auf Energie, Ernährung, Natur in den behandelten Alltagsthemen ist. Wie in den vergangenen drei Jahren gab der Experte Colin Porlezza der Schweizer Familie in dieser Dimension die Bestnote, beeindruckt von der konsequenten Orientierung auf die Zielgruppe, der Integration mit der Website und den nachvollziehbaren Handlungsempfehlungen.

26 Unterhaltung

Alle Tamedia-Medien haben insbesondere mit ihren Rubriken gute Unterhaltungsformate. Sie sind eine schöne Ergänzung und Auflockerung zu den überwiegend schweren Themen im aktuellen Teil (Pandemie, Konflikte etc). Insgesamt dürfte aber der Unterhaltungsfaktor aus Sicht unserer Experten auch im aktuellen Teil etwas höher sein. Die Satire gehört allerdings zu den schwierigsten Formaten im Journalismus, wie 2021 auch einzelne aus unserer Sicht missratene Beispiele zeigten.

27 Visualisierung

Die Pflicht, zu jedem Beitrag digital ein Aufmacherbild zu stellen, führt mitunter dazu, dass auch nichtssagende Bilder aufgeschaltet werden, vorab dort, wo das Thema sehr abstrakt ist, nicht fotografiert werden darf und die Infografik mit dem Corona-Thema ausgelastet ist. Wo fotografiert werden kann, überzeugen die Bilder unserer hauseigenen Fotografinnen und Fotografen aber häufig durch einen eigenen Zugang.

Probleme mit der Verpflichtung zum Bild haben unsere kleineren Lokalredaktionen, die nur wenige Themen selber fotografieren können und deren Newsportale zeitweilig wenig attraktiv sind. Ursachen sind die Notwendigkeit, oft auf eingesandte Bilder zugreifen zu müssen (die meist gestellt und ohne gestalterischen Fokus sind), bei Verwaltungs- und Gerichtsentscheiden Gebäude oder Logo zeigen zu müssen und in Schulhäusern, wo viel Leben wäre, keine Schülerinnen und Schüler ohne Einwilligung der Eltern zeigen zu dürfen.

Eine niederschwellige Weiterbildung unserer Redaktorinnen und Redaktoren zur Handy-Fotografie könnte das Bildangebot reichhaltiger machen. Videoformate sind seltener geworden, vermögen aber dort, wo sie eingesetzt werden, häufig einen Zusatznutzen zu bringen.

28 Storytelling

Das Storytelling ist nach wie vor stark berichtlastig und dürfte aus unserer Sicht vielfältiger sein. Vorab die Mantelredaktionen (Deutschschweiz/Suisse romande) produzieren aber erfolgreich andere Formate (Listicles, Fact Checking, Umfragen etc.). Als speziell originell und zugleich didaktisch wertvoll fiel dabei die Gruppierung der Akteurinnen und Akteure in den Pandora Papers als Quartett auf.

Experte Vinzenz Wyss wies erneut auf die Hauptschwäche des Storytellings in den Lokalredaktionen hin. Zwar wird inzwischen über Gemeindeversammlungen mehrheitlich nicht mehr protokollhaft berichtet, sondern meist ein Thema herausgegriffen und vertieft. Aber allzu oft bleibt der Aussagewunsch unklar; Wyss empfiehlt eine vertiefte Klärung von Fokus und Aussagewunsch mit einem Gegenpart auf der Redaktion jeweils vor dem Schreiben.

Stark weiterentwickelt wurden die Podcasts in den Mantelressorts und den einzelnen Redaktionen. Sie sind inzwischen fast überall State of the Art und teilweise auch Branchenleader («Apropos»). Der Qualitätsbeauftragte ist nach wie vor vom Fussball-Podcast «Dritte Halbzeit» sehr angetan, weil hier verschiedene Kulturen, Fachwissen und Leidenschaften aufeinandertreffen und sich auf witzige Art gegenseitig herausfordern.

Wenn bei den Podcasts ein Wunsch offenbleibt, dann der, dass das Format «Journalist interviewt Journalist» etwas sparsamer eingesetzt wird und stattdessen vermehrt Akteurinnen und Akteure und Expertinnen und Experten von aussen einbezogen werden. Und auch die Möglichkeiten zur stimmlichen und moderierenden Weiterbildung scheinen noch nicht ausgeschöpft, schliesslich kommen unsere Podcast-Macherinnen und -Macher überwiegend aus dem Printjournalismus.

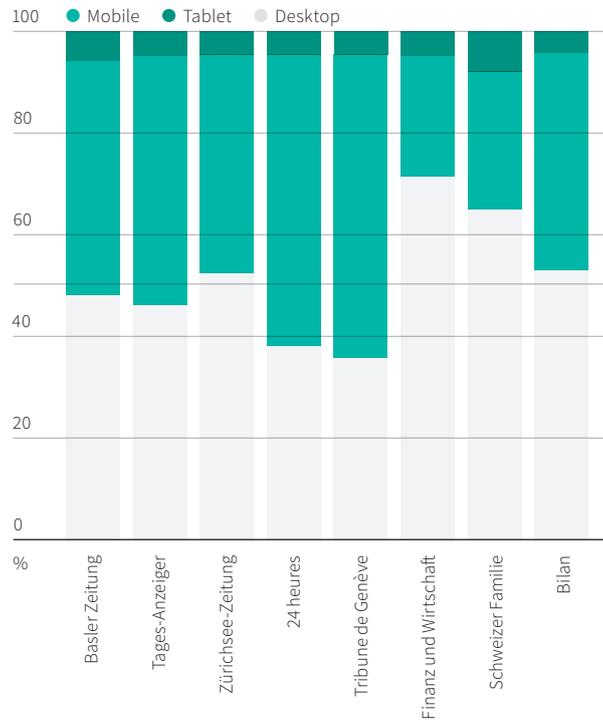
29 Interaktion mit der Leserschaft

Die Kommentarforen werden nach wie vor nur in den grossen Newsmedien gut genutzt, dort häufig aber sehr rege, speziell auch zum C-Thema. Positiv aufgefallen ist, dass sich nun die Autorinnen und Autoren vereinzelt in die Kommentarforen einbringen, was sehr erwünscht ist – speziell, wenn sie in Kommentaren direkt angesprochen werden. Für störend und oft auch niveausenkend hält der Qualitätsbeauftragte die Möglichkeit, anonym oder unter Pseudonym kommentieren zu dürfen – was die Verantwortlichen aber anders sehen (und offenbar empirisch auch nicht zu belegen ist).

Der Anspruch verschiedener Lokalmedien in ihren Mission Statements, Debatten anzustossen, wird noch zu selten erfüllt. Und die interaktiven Umfragen im Leserinnen- und Leser-Kreis sind teilweise banal und grafisch wenig attraktiv gestaltet.

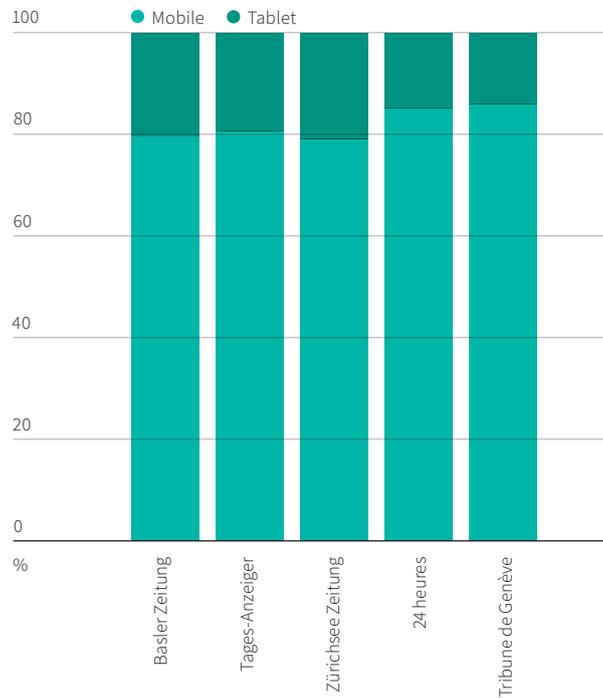
Web — Pageviews pro Device

Abb. 4: Hoher Anteil der Mobilgerätenutzung bei Nachrichtentiteln, bei Magazinen dominiert die Computernutzung



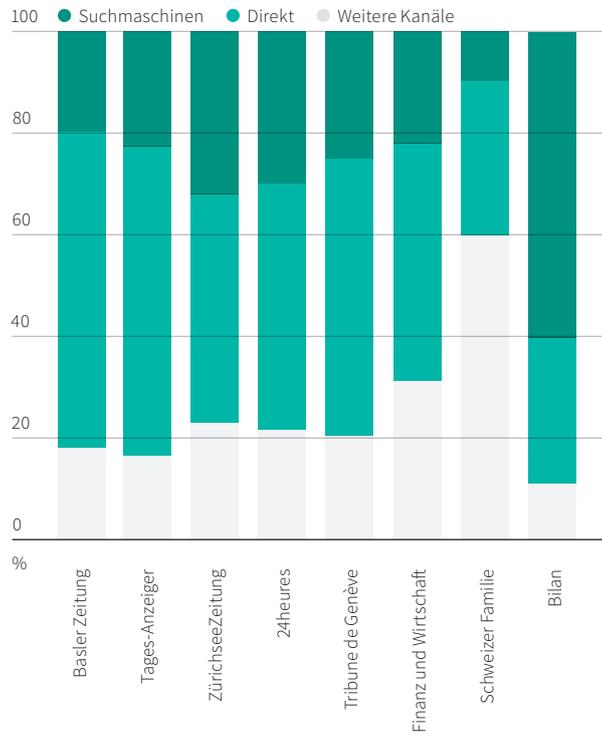
App — Pageviews pro Device

Abb. 5: Anwendung wird hauptsächlich über das Mobiltelefon genutzt



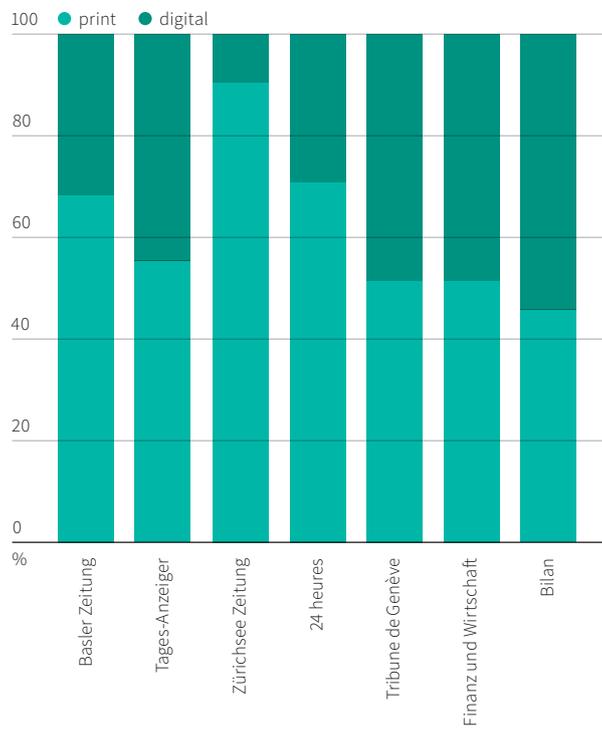
Quelle der Zugriffe auf Websites 2021

Abb. 6



Verhältnis zwischen Printleserinnen und Printlesern und Digitalusern

Abb. 7



Die Präsenz unserer Titel und unserer Autorinnen und Autoren in den sozialen Medien dürfte nach wie vor besser sein, ist aber oft ressourcenabhängig. Experte Philippe Amez-Droz empfahl den Redaktionen von Le Matin Dimanche und Tribune de Genève eine deutlich höhere Kadenz auf Instagram. Positiv fielen auf Instagram die originelle Präsenz der «Dritten Halbzeit» und die Bildstärke des Magazins auf.

3 Statistik Ombudsmänner

Deutschschweiz (Ignaz Staub)

11

2021 sind bei der Ombudsstelle Tamedia Deutschschweiz (exklusiv 20 Minuten) rund 200 Reaktionen eingegangen, was in etwa dem Niveau des Vorjahres entspricht. Auslöser der mitunter äusserst emotionalen Beschwerden war erneut vor allem die Berichterstattung über die Corona-Pandemie. Covid-19 drängte andere Themen wie die nationalen Abstimmungen über das umstrittene CO₂-Gesetz oder die Ehe für alle in den Hintergrund.

Bei den Bezahlmedien betrafen die Beschwerden der Leserschaft vor allem den Tages-Anzeiger (TA) sowie, weniger häufig, Sonntagszeitung (SoZ), Bund, Berner Zeitung (BZ), Basler Zeitung (BaZ), Landbote und Zürichsee-Zeitung (ZSZ). Die meisten der kritisierten Artikel und Kommentare stammten aus der Zentralredaktion. Erneut bezog sich rund ein Viertel aller Beanstandungen auf administrative Belange wie Abonnemente, Zeitungsvertrieb oder Umgang mit Digitalangeboten.

Rund drei Viertel der Beschwerden betrafen redaktionelle Inhalte, insbesondere die folgenden Punkte:

Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung

2021 war lediglich eine indirekte Reaktion zum Thema Bezahlwerbung zu verzeichnen. Ein SoZ-Leser wunderte sich, dass in derselben Ausgabe der Zeitung ein deutlich als «Sponsored Content» gekennzeichnetes Inserat der Fleischindustrie und eine «attraktive, (...) interessante Doppelseite über die vollständige Verwertung von Fleisch» erschienen.

Fehlerfreiheit/Wahrheit

Über ein Viertel aller Beschwerden richtete sich 2021 gegen die Corona-Berichterstattung der Tamedia-Titel. Die Kritik war sehr heftig, richtete sich meist gegen die Stossrichtung unserer Berichterstattung und entzündete sich oft an Kommentaren zur Pandemie und zu den von den Behörden ergriffenen Gegenmassnahmen. Es war von Diffamierung, Diskriminierung, Panikmache und Volksverhetzung die Rede.

Dem Verlag und dessen Mitarbeitenden wurden wiederholt unlautere Motive unterstellt wie jenes, nach den Subventionen des Bundes (Stichwort Mediengesetz) zu schielen, statt objektiv zu berichten. Tamedia, lautete eine Beschwerde, habe nur noch als abschreckendes Beispiel aufklärerischen Wert. Einzelne Beschwerdeführende bezweifelten die Kompetenz der Journalistinnen und Journalisten, die sich mit dem Thema Corona befassen.

Verschiedene Reaktionen lösten auch Beiträge über den Fall Jolanda Spiess-Hegglin und deren Rechtsstreit mit Tamedia wegen des geplanten Buches einer TA-Journalistin aus: Das Vorgehen von Tamedia, folgerte eine Leserin, müsse «jeden rechtschaffenen und demokratiefreundlichen Menschen entsetzen». Lediglich eine Beanstandung hingegen brachte das Vorgehen des Verlags im Fall des Protestbriefs von 78 Tamedia-Journalistinnen zum Thema Sexismus am Arbeitsplatz.

Kritik wurde zudem im Fall der Ausland-Berichterstattung über China, Polen und Russland laut, die je nach Standpunkt als hetzerisch, voreingenommen oder unsachgemäss taxiert wird. Für einen Leser fallen die Artikel über US-Präsident Joe Biden zu positiv aus, da er doch 2020 Donald Trump die Wahl «gestohlen» habe.

Fairness

Der Fairness zufolge haben Nachrichtenbeiträge «ausgewogen und redlich» zu sein. Teile der Leserschaft fanden, dieser Grundsatz werde insbesondere bei der Corona-Berichterstattung wiederholt missachtet. Sie monierten, Artikel und Kommentare über Covid-19 seien viel zu einseitig und würden mithelfen, die Gesellschaft zu verunsichern und zu spalten.

Transparenz und kritische Distanz

Gemäss «Handbuch der Qualität» ist im unabhängigen Journalismus zu allen beschriebenen Akteuren eine kritische Distanz zu wahren. Dieses Prinzip sahen mehrere Leserinnen und Leser im Fall der Corona-Berichterstattung verletzt. Sie argumentierten, Tamedia-Titel seien behörden- oder expertenhörig und würden alternative Erkenntnisse gezielt ausblenden. Auch würden wirtschaftliche Interessenverbindungen nicht transparent gemacht.

An Transparenz, so ein Leser, lasse es der TA auch im Fall der Kontroverse um die Kontakte des Bundes mit Lonza/Moderna und die allfällige Impfstoffherstellung durch die beiden Unternehmen mangeln. Zwar sei anfänglich kritisch über die Rolle des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) berichtet worden, später aber nicht über die Schlussfolgerung der Geschäftsprüfungskommission des Nationalrats (GPK-N), wonach sich die Bundesbehörden im fraglichen Dossier angemessen verhalten hätten.

Unabhängig von journalistischen Inhalten wurde seitens der Leserschaft erneut wiederholt der Vorwurf der Intransparenz laut, was die Kriterien für die Auswahl von Leserbriefen und die Aufschaltung von Online-Kommentaren betrifft. Auch hier wurden im Kontext von Corona «Anweisungen von oben» vermutet, nur politisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich opportune Reaktionen zuzulassen und alternative Meinungen zu unterdrücken.

Ein Leser vermutete, Nicht-Abonnenten von Tamedia-Titeln würden bei der Auswahl von Online-Kommentaren diskriminiert. Im Raum stand ferner der Vorwurf, linkslastige Kommentare würden gegenüber Reaktionen von rechts bevorzugt. Ein Leser, der wiederholt die Kulturberichterstattung des TA beanstandete, fragte, weshalb von seinen «ungefähr 45 Leserbriefen und unzähligen Kommentaren» bis dato kein einziger abgedruckt worden sei.

Trennung von Fakten und Kommentar/Meinungen

Dem Gebot der Trennung von Nachricht und Kommentar widersprechen Leserinnen und Leser im Prinzip nicht. Doch sie sind häufig nicht einig, was Fakten und was Meinungen sind, und halten Fakten mitunter für Meinungen und Meinungen für Fakten. Mehrere heftige Beschwerden lösten zwei Leitartikel in Basler Zeitung und SonntagsZeitung aus: jener der BaZ unter dem Titel «Die Arroganz der Ungeimpften ist unerträglich» und jener der SoZ unter der Überschrift «Jetzt muss Berset die Gegner zur Impfung zwingen». Beide Meinungsbeiträge wurden als repräsentativ für die angeblich unausgewogene Corona-Berichterstattung und als Ausdruck von Konzernjournalismus gesehen.

Die journalistische Sprache

2021 waren hauptsächlich die gendergerechte Sprache und Betrachtungen hierzu Steine des Anstosses. Ein TA-Leser fragt sich, warum auf den Kulturseiten «zum hundertsten Mal» eine Polemik gegen das Gendersternchen erscheinen müsse. Das Feuilleton sei seines Wissens für Kultur reserviert und nicht für einseitige politische Meinungsmache à la SVP, die nur zum Ziel habe, gegen die LGBTQIA-Community zu hetzen. Dagegen ärgerte sich ein anderer Leser, wie der TA «tagtäglich verbissen und mit pathologisch anmutender Obsession feministische und LGBTQIA-Anliegen» bewirtschafte.

Für einen BZ-Leser war die Verwendung des Begriffs «Impf-Ayatollah» in einem Kommentar unzulässig, da er religiöse Würdenträger einer fremden Kultur beleidige. Ein Bund-Leser beklagte sich über seiner Meinung nach auch mittels manipulierter Zitate aufgemotzte Titel. Für einen Leser des Landboten war in einem Artikel die Verwendung des Begriffs «Nazi» durch eine Pflegeperson «ein absoluter Wahnsinn». Zwei Leser empfanden das ironisch gemeinte Wort «Besserwisser» in einer an sie gerichteten Abo-Werbung des TA und der BaZ als Beleidigung oder Zumutung.

Kritisiert wurde auch jene monatliche Kolumne des Ombudsmanns, die sich mit der Wortwahl in den Berichten über den Krieg in Gaza vom Mai 2020 befasst. Ausserdem monierte der Kritiker, sei es historisch inkorrekt, in Artikeln von «palästinensischen Territorien» oder «israelisch besetzten Gebieten» zu sprechen, weil das Westjordanland und Ost-Jerusalem seit jeher zum jüdischen Staat gehörten. TA-Korrespondenten würden in der Region «Israel-bashing» betreiben, was geeignet sei, Hass gegen den Judenstaat zu schüren.

Presserat, Deutschschweizer Kammer

Unter den bis Jahresende publizierten 73 Stellungnahmen des Schweizer Presserats betrafen 17 Entscheide die Zeitungen von Tamedia Deutschschweiz. In drei Fällen hiess das Gremium Beschwerden vollumfänglich oder grösstenteils gut; in fünf Fällen stufte es Beanstandungen als teilweise berechtigt ein. Acht Eingaben wies der Presserat zurück; in einem Fall beschloss er Nichteintreten.

Die drei dieses Jahr vollumfänglich oder grösstenteils gutgeheissenen Klagen betrafen Verletzungen der Ziffern Wahrheit und Anhörung bei schweren Vorwürfen laut Pressekodex. Auffälligste Beschwerde mit 32 Anhängen ist jene eines Herzchirurgen des Universitätsspitals Zürich gegen TA und SoZ, die der Presserat allerdings lediglich im Punkt Ausnahme der Anhörungspflicht teilweise guthiess.

Westschweiz (Denis Etienne)

Im Jahr 2021 wurde der Ombudsmann von Tamedia für die Romandie 226-mal um Hilfe gebeten, was einer Zunahme von fast 90% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dieser Anstieg ist zweifellos auf die Spannungen zurückzuführen, die durch die Verlängerung der Pandemie verschärft wurden.

142 dieser Beschwerden (gegenüber 65 im Jahr 2020) betrafen die journalistische Arbeit, die restlichen Beschwerden und Anfragen betrafen vor allem Abläufe (z. B. wie Leserbriefe ausgewählt würden, wie weit ein Artikel eine spezifische Sichtweise haben darf usw.) oder baten um Weiterleitungen an verschiedene Abteilungen, von der Redaktion über die Werbung und das Marketing bis hin zur Aboverwaltung.

Fairness

Mit 118 Beschwerden (gegenüber 40 im Vorjahr) war dieser Punkt der wichtigste. Die überwiegende Mehrheit stand im Zusammenhang mit Kommentaren auf unseren Websites; ein Teil davon betraf auch die Auswahl der Leserbriefe. Leserinnen und Leser beschwerten sich, dass ihnen ein redaktioneller Beitrag verweigert worden sei und auch ihre Kommentare nicht aufgeschaltet worden seien – was sie als Diskriminierung und Verletzung der Interaktivität sahen.

Auch die Debatte zwischen einem grünen Abgeordneten aus der Peripherie von Lausanne (Warnungen vor der globalen Erwärmung, Impfbefürworter) und einem pensionierten Physiker («Klimaleugner»), der in einer anderen Waadtländer Gemeinde wohnt und genau das Gegenteil denkt, gab zu Beschwerden Anlass.

Einzelne Leserinnen und Leser beschwerten sich, dass ihnen das Recht auf Gegendarstellung verweigert worden sei. Diese Begehren haben sich in fast allen Fällen allerdings als unbegründet erwiesen – weil sie von den dafür erforderlichen Kriterien zu weit entfernt waren.

Unklar ist aus Sicht des Ombudsmannes, wer über die Publikation einer Gegendarstellung entscheidet, wenn ein Beitrag in verschiedenen Tamedia-Titeln veröffentlicht wurde (wie z. B. «Les Chutes d'Alep», 12.3. und 23.3.)? Korrekt wäre ein Entscheid der betroffenen Chefredaktionen nach Rücksprache mit dem Rechtsdienst.

Fehlerfreiheit/Wahrheit

Zu diesem Kriterium gab es 2021 insgesamt 15 Beschwerden (gegenüber 17 im Vorjahr). Einige, die z. B. den Nahostkonflikt betrafen, passen allerdings eher in die Kategorie Fairness, da sie Meinungsunterschiede betrafen und nicht ausreichend begründet waren.

Zwei Beschwerden betrafen datenjournalistisch aufbereitete Themen von Tribune de Genève und 24 heures. Die erste betraf eine interaktive Karte der 5G-Antennen in der Schweiz. Die Darstellung erwies sich als unvollständig, da der Google-Maps-Layer nicht mehr als 2000 Einträge unterstützt. Die Zahl der 5G-Antennen wurde auf dieser Karte in der Folge korrigiert. Die zweite betraf die Skalen der Grafiken, die die Auswirkungen auf die Spitalbelastung zwischen der 2. und dem Beginn der 4. Welle darstellten. Ein akzeptables Verfahren, da die Proportionen gut angegeben waren, aber ein äusserst heikles Thema. Die Chefredaktion von 24 heures und der Datenjournalist erklärten sich bereit, die Skalen neu zu präsentieren, allerdings in Prozent statt in absoluten Werten. Damit liessen sich die Gemüter beruhigen.

Insgesamt erwiesen sich redaktionelle Ungenauigkeiten aber als selten. Als kleine Randnotiz sei ein Druckfehler erwähnt, der aus dem Fussballclub SLO (FC Stade Lausanne Ouchy) irrtümlich das LSO (London Symphony Orchestra) machte.

Transparenz und kritische Distanz

8 (4 im Jahr 2020) Beanstandungen betrafen dieses Thema. Doch keine davon war überzeugend. Die Bandbreite reichte von der Kritik an einer (nicht gesponserten) SUV-Seite (Le Matin Dimanche) bis hin zu einem Angriff auf die Themen der Pandora Papers, deren Ziel es sei, den Finanzplatz Schweiz zu schädigen.

Ein Leser von Le Matin Dimanche empörte sich vor der Abstimmung vom 13. Juni über ein grosses Interview mit einem Wissenschaftler über die Gefahren von Pestiziden – eine Woche nach einem Brief von Ärzten, der in die gleiche Richtung zielte. Der Ombudsmann leitete den Brief an die Chefredaktion weiter, die ihm gegenüber ihren Willen bekundete, zu diesem Thema ausgewogen zu berichten.

Journalistische Sprache

Wie im Vorjahr gab es nur eine Beanstandung. In der Zeitung 24 heures protestierte eine Leserin gegen die allzu freundlichen oder saloppen Worte, die in der Berichterstattung über den Prozess gegen einen inzestuösen Grossvater verwendet wurden: «Un papy profite de trois fillettes aux jardins familiaux». Die Redaktion stimmt der Leserin zu und korrigierte in der Online-Version den Titel umgehend: «Un grand-père abuse ...» (27.9.).

Trennung von Fakten und Meinung

Zu diesem Punkt gab es wie im Vorjahr keine stichhaltigen Beschwerden.

Trennung zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung

Dieses Kriterium hatte 2018/2019 in mehreren Fällen von Native Advertising und gesponserten Artikeln zu Beanstandungen geführt. 2021 war es kein Thema mehr für Beanstandungen. Es bleibt aber aktuell, der Westschweizer Ombudsmann wurde im vergangenen Jahr zu zwei Debatten über diese Thematik eingeladen.

Es bleibt abzuwarten, ob es die Klarstellung der Auszeichnung – die Mitte 2019 auf höchster Ebene beschlossen wurde – ausreichte, um in den Köpfen der Leser verankert zu sein. Oder ob es 2021 deutlich weniger Themen in dieser Form gab.

Presserat, Westschweizer Kammer

2021 gab es nur drei formelle Entscheide, die die Westschweizer Tamedia-Medien betrafen. Eine Beschwerde gegen 24 heures wurde gutgeheissen, je eine Beschwerde gegen die Tribune de Genève wurde abgewiesen bzw. teilweise gutgeheissen.

Abschliessend möchte ich allen Chefredaktionen, Journalistinnen und Journalisten dafür danken, dass sie den Tendenzen zur Spaltung der Gesellschaft entgegenwirken, indem sie den gesellschaftlichen Dialog beispielsweise zwischen den Massnahmegegnerinnen und -gegnern aller Art und den Verantwortungsträgern sowie Befürwortern aufrechterhalten. Grenzen soll es einzig dort geben, wo Medienschaffende beschimpft werden.

«Wir müssen einen strengen Massstab an unsere Arbeit legen.
Nur so sind wir glaubwürdig und können unsere
zentrale Rolle in der Demokratie wahrnehmen.»

Pietro Supino,
Präsident und Verleger von Tamedia (2021)