

Trotz redaktioneller Kooperation: Online- und Offline-Pendants unterscheiden sich signifikant

Dass die Kanäle Print und Online immer mehr zusammenwachsen, ist nur ein Teil der Wahrheit. Ein software-gestützter Vergleich ausgewählter Informationsangebote zur Eruierung gleicher/unterschiedlicher Berichterstattungsinhalte zeigt, dass sich die Konvergenz zwischen On- und Offlineausgaben eines Mediums zwar tendenziell erhöht hat. Allerdings weichen selbst bei kostenpflichtigen Online-Medien mit Paywall die Inhalte zwischen der Print- und Online-Version immer noch substantiell voneinander ab, d.h. beide Kanäle berücksichtigen einen wesentlichen Teil der Beiträge des anderen Kanals nicht. Zudem haben sich die Qualitätsunterschiede zwischen den Print- und den Onlineausgaben eines Mediums (gemessen über die Front- respektive Aufmacherbeiträge) weiter akzentuiert. Es macht für den Nutzer also im Moment noch einen Unterschied, ob er ein Medium über den Onlinekanal oder in der gedruckten Ausgabe liest.

Vor dem Hintergrund, dass Medienhäuser ihre «Kanäle» bewusst immer mehr zusammenführen (Konvergenz) stellt sich die Frage, wie sich die Off- und Online-«Kanäle» ein und desselben Medientitels verändern. So postuliert eine These, dass sich im Zuge der strukturellen Konvergenz (Zusammengehen der Presse- und Onlineredaktionen) auch die Inhalte dieser beiden Publikationskanäle zunehmend angleichen und sich somit die Qualität der beiden Produkte annähert. Dies gelte besonders für stark integrierte Medienprodukte wie nzz.ch oder tagesanzeiger.ch, die eine Paywall hochgezogen haben und deshalb auch nach aussen vermitteln, dass der Nutzer dasselbe erhält, unabhängig davon, über welchen Kanal er die Inhalte nutzt.

UNTERSCHIEDE ON-/OFFLINE TROTZ KONVERGENZ

Unsere Analyse belegt nun, dass sich trotz zunehmender Konvergenz noch immer (teilweise) deutliche Unterschiede zwischen den On- und Offline-Ausgaben eines Medientitels zeigen. Mit Hilfe einer

Software, die einen automatisierten Vergleich unterschiedlicher Grade der Deckungsgleichheit von Medienbeiträgen ermöglicht, wurde die Berichterstattung der Online- sowie Printausgaben eines Medientitels für drei Publikationstage (9. Dezember 2014 bis 11. Dezember 2014) systematisch mit der Berichterstattung des entsprechenden Pendants derselben Tage (plus/minus einen Publikationstag) verglichen (vgl. Abbildung 1; Basis bildet die Zeichenanzahl).

Am stärksten ist die Übereinstimmung bei der NZZ, allerdings unterscheiden sich auch hier die Ausgaben noch signifikant: Vom Gesamtangebot, das auf nzz.ch zur Verfügung steht, finden sich 21% nicht auch (in identischer oder in leicht veränderter Form) in der Printausgabe, und umgekehrt sind 17% der Printausgabe nicht auch online publiziert worden. Beim Tages-Anzeiger und bei 24 heures unterscheiden sich Print- und Onlineausgabe bereits deutlich stärker voneinander. Dort ist die Übereinstimmung aber immer noch höher als bei den Titeln der Boulevard- und Gratismedien.

ANMERKUNG UND KONTAKT

Diese Analyse ist ein Auszug aus der diesjährigen Ausgabe (2015) des Jahrbuchs Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera, das ab dem 26. Oktober erhältlich ist.



Kontakt:

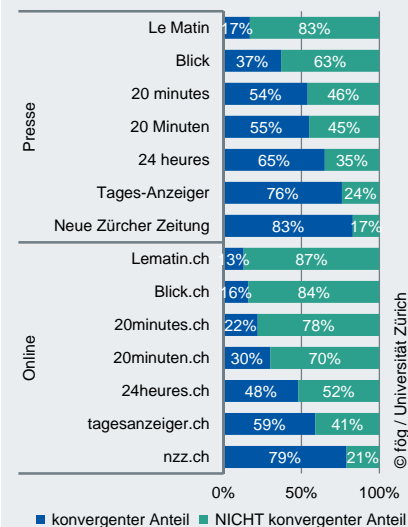
fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
Universität Zürich
+41 44 635 21 11
kontakt@foeg.uzh.ch

Informationen und Bestellung:

<http://www.foeg.uzh.ch/jahrbuch.html>
<http://www.schwabe.ch/schwabe-ag>

Dass sich auch unter Bedingungen zunehmender Konvergenz die Ausgaben noch voneinander unterscheiden, lässt sich insbesondere mit den unterschiedlich schnellen Produktionsrhythmen der Online- und Offlineausgaben erklären. Die Onlineausgaben sind sehr viel stärker am aktuellen Ereignisfluss und am Newsticker orientiert.

ABB. 1 | KONVERGENZ



Die Abonnementsmedien weisen einen deutlich höheren Konvergenzgrad auf als die Vertreter von Boulevard und Gratis.

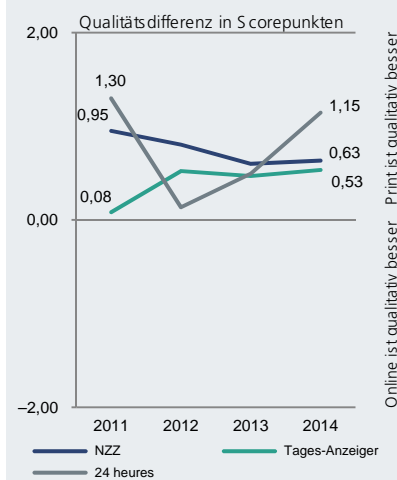
QUALITÄTSSCHERE BEI DEN ABONNEMENTSMEDIEN

Wie gross sind vor diesem Hintergrund (noch) die Unterschiede dieser beiden Kanäle, wenn wir die Angebote auf ihre Qualität hin untersuchen? Zur Beantwortung dieser Frage werden für die einzelnen Abonnementsmedien (für die Darstellung zu den Gratis- und Boulevardmedien vgl. das Jahrbuch) die Unterschiede zwischen der Online- und Printausgabe abgetragen, und zwar bezüglich Akteurs- und Beitragsrelevanz (Fokus auf Hardnews sowie gesamtgesellschaftliche und organisatorische Zusammenhänge; Abbildung 2) sowie bezüglich Sachlichkeit und Einordnungsleistung (Abbildung 3). Untersucht werden jeweils die Einstiegs- bzw. Frontseiten, weil dort diejenigen Beiträge stehen, die von den Redaktionen prominent hervorgehoben werden. Für die zwei Darstellungen gilt: Je höher ein Wert im positiven Bereich liegt, umso grösser fallen die Qualitätsunterschiede zugunsten der Printausgabe aus und je tiefer ein Wert im negativen Bereich liegt, desto grösser fallen die Qualitätsunterschiede zugunsten der Onlineausgabe aus.

In Bezug auf die Relevanz der Berichterstattung zeigt sich bei den untersuchten Abonnementsmedien seit 2011 eine sich

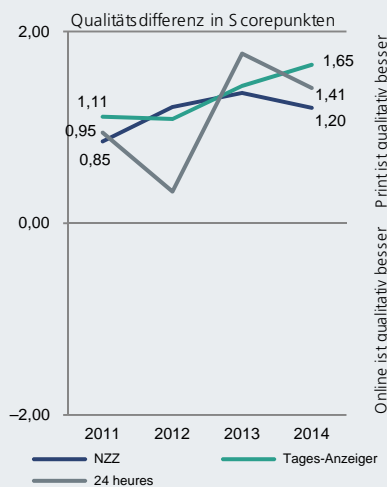
weiter öffnende Qualitätsschere (vgl. Abbildung 2). Auf den Frontseiten sind die Printausgaben bei den Abonnementsmitgliedern insgesamt relevanter als die entsprechenden Einstiegsseiten auf den Newssites: Sie berichten häufiger über relevante Hardnews aus den Sphären Politik, Wirtschaft und Kultur, und sie berichten auch häufiger über gesamtgesellschaftliche und organisatorische Zusammenhänge als über Partikuläres und Persönliches. Hinsichtlich der Qualitätsachse der Sachlichkeit und Einordnungsleistung zeigt sich eine ähnliche Entwicklung: Einzig bei der NZZ haben die Qualitätsunterschiede zwischen Online- und Printausgabe gegenüber 2011 leicht abgenommen, während es beim Tages Anzeiger und – seit 2012 – auch bei 24 heures die gedruckte Version ist, die sich bezüglich Sachlichkeit und Einordnungsleistung zunehmend stärker in positiver Weise von der Onlineausgabe zu unterscheiden vermag. Kurz: Obwohl Print und Online immer

ABB. 3 | SACHLICHKEIT & EINORDNUNGSLEISTUNG



Die Printausgaben weisen weiterhin betreffend Sachlichkeit und Einordnungsleistung der Berichterstattung die besseren Qualitätswerte auf.

ABB. 2 | RELEVANZ



Die Qualitätsunterschiede zwischen Online- und Printausgabe bezüglich Relevanz der Berichterstattung haben seit 2011 deutlich zugenommen.

mehr zusammenwachsen, nehmen die Qualitätsunterschiede in einem wesentlichen Teil der Berichterstattung, den Einstiegs- und Frontseiten, sogar zu. Dass sich die Qualitätsschere zwischen den Online- und Printausgaben in beiden Qualitätsdimensionen nicht weiter schliesst bzw. sich gar noch weiter öffnet,

liegt gesamthaft an den unterschiedlichen Produktionslogiken der Gattungen. Während sich relevante, einordnende und sachliche Beiträge bei den Printausgaben auch auf den Frontseiten behaupten können, erscheinen bei den Newssites solche Artikel aufgrund des hohen Aktualitätsdrucks und der Orientierung an Klickraten deutlich seltener prominent auf den Frontpages. Bei den Onlineausgaben hat der höhere Aktualitätsdruck zudem zur Folge, dass mehr Agenturmeldungen und Kurznews prominent platziert werden.