

Anfällig für unkritische Berichterstattung

Die grossen Sonntagszeitungen sind einseitig abhängig von Grossverteilern und Autoindustrie. Das hat Folgen für den redaktionellen Inhalt.

Tageszeitungen werden immer dünner, die Inserate immer weniger. Hauptgrund: Die meisten Rubrikinserate sind ins Internet gewandert. Unter dem chronischen Anzeigenschwund leiden aber auch die Sonntagsblätter. Besonders auffallend: Die Zahl der Anzeigenkunden nimmt laufend ab. Eine Erhebung von *saldo* zeigt: Bester Anzeigekunde der «Sonntags-Zeitung» war letztes Jahr die Autoindustrie mit 130 Inseraten, gefolgt von der Migros mit 92 sowie Coop und Banken mit je rund 60. Bei der «NZZ am Sonntag» ein ähnli-

ches Bild: Die Autoindustrie schaltete 111 Anzeigen, Coop 58, Banken und Versicherungen je gut 50 und die Migros 44 Anzeigen. Gut vertreten in der NZZaS war noch die Luxusgüterindustrie mit 85 Seiten.

Die Sonntagszeitungen sind zu weit über 50 Prozent durch Anzeigen finanziert. Die einseitige Abhängigkeit von den drei Branchen Autohandel, Lebensmittel-Grossverteiler und Banken macht sie anfällig für unkritische Berichterstattung zu diesen Themen.

Würdigungen statt Auto-Kritiken

In der «Sonntags-Zeitung» ist zum Beispiel zu lesen: «Der neue S1 ist die Krönung von Audis Kleinwagen» – «Schon die Form macht das Coupé zur überzeugenderen Version des Jaguar F-Type.» Solche Sätze findet der Leser zuhauf. Die Schilderungen der neuen Modelle sind keine Auto-

Kritiken, sondern Würdigungen.

Kein Wort davon, dass die Jour-

nalisten häufig für Probefahrten in Feriendestinationen eingeladen werden.

Migros-Chef Herbert Boliger konnte in der «Sonntags-Zeitung» sein Unternehmen durchwegs in ein gutes Licht stellen. Migros sei «Swissness», diktiert er am 9. Februar dem Journalisten ins Aufnahmegerät. Titel des Artikels: «Migros stärkt ihre Wurzeln».

Am 7. Juli durfte Andrea Broggini, Verwaltungspräsident des Migros-Genossenschaftsbundes, das Auslandsgeschäft der Migros rechtfertigen. Der Schweizer Konsument werde von einer «stabilen, konkurrenzfähigen Migros-Industrie profitieren», sagt er. Kein Wort zum hohen Kaufpreis und dem finanziellen Risiko durch die Übernahme einer defizitären deutschen Firma.

Auch bei der «NZZ am Sonntag» gibt es die «Autotests». Die Nähe der redaktionellen Tester zu den Produkten ist weniger offensichtlich. Anders bei der Luxusgüterbranche: Die Zeitung druckte mehrere unkritische Interviews mit den Chefs von Swatch und den Luxusuhrenherstellern IWC und Zenith ab.

Ebenso stutzig macht die Rubrik «Sieben Fragen an...». Hier bekommen Investmentbanker eine Plattform für oberflächliche Marktanalysen und Anlegertipps. Zur Erinnerung: Banken sind die drittbesten Werbekunden der «NZZ am Sonntag». Denise Bucher

ROTE KARTE



Billigjournalismus

Als Ende Jahr ein Airbus der malaysischen Fluggesellschaft Air Asia ins Meer abstürzte, erfuhren Medienkonsumenten lange nicht, was passiert war. Von der ersten Nachricht an war für die Medien aber klar: Bei Air Asia handelt es sich um eine «Billig-Airline» – fast alle Journalisten erwähnten diesen Begriff. Vom Airbus der «malaysischen Billigairline Air Asia» fehle jede Spur, schrieb etwa die «Zürichsee-Zeitung». Ein Flugzeug der «malaysischen Billigfluglinie Air Asia» sei spurlos vom Radar verschwunden, stand in der NZZ. Der «Tages-Anzeiger» schrieb von Air Asia als einem «der grössten Billigflieger der Welt». Die Reihe liesse sich beliebig fortsetzen.

Umgekehrt fiel es im Frühling 2014 keinem Journalisten ein, nach dem mysteriösen Verschwinden einer Maschine der Malaysian Airlines von einer «Teuer-Airline» zu schreiben. Denn jeder weiss aus eigener Erfahrung: Es gibt keine billigen oder teuren Airlines mehr, nur noch billige und teure Sitze. Je nach Destination und Buchungszeitraum verkaufen vermeintlich teure Airlines wie Swiss, British Airways oder Air France günstigere Tickets als vermeintliche Billig-Airlines wie Easyjet oder Air Berlin. Und umgekehrt.

Die Frage stellt sich, was die Journalisten mit dem Begriff «Billigflieger» sagen wollten. Alles halb so schlimm – wer billig fliegt, muss halt mit einem Absturz rechnen? Das wäre nicht nur pietätlos, sondern auch ein Fehlschluss. Denn ein Blick in die Sicherheitsstatistik 2013 des deutschen Unfalluntersuchungsbüros JADEC zeigt: Air Asia schneidet im weltweiten Vergleich punkto Sicherheit gut ab. 2013 lag das Unternehmen unter anderem vor der Swiss oder vor der Air France.

Roland Gysin



Sonntagspresse:

Vor allem Inserate von Autoherstellern, Grossverteilern und Banken