

---

# Jahrbuch Qualität der Medien Studie 1/2022

---

Die Qualität der Berichterstattung  
über den Ukrainekrieg

---



# Die Qualität der Berichterstattung über den Ukrainekrieg

Linards Udris, Daniel Vogler, Mark Eisenegger, Dario Siegen, Morley Weston, Sophie Schäfer

## Zusammenfassung

Die vorliegende Studie untersucht die Berichterstattung über den Ukrainekrieg in Schweizer Medien hinsichtlich verschiedener Qualitätsmerkmale. Dazu wurden 13 Medientitel mittels einer Kombination aus manueller ( $n = 1'950$ ) und automatisierter Inhaltsanalyse ( $n = 25'825$ ) untersucht. Die Resultate zeigen, dass der Ukrainekrieg ein Ereignis mit einer sehr starken Medienresonanz ist und Ende Februar 2022 die Coronapandemie als das meistbeachtete Thema abgelöst hat. Die Berichterstattung über den Krieg ist thematisch relativ vielfältig und durch eine überdurchschnittlich hohe Einordnungsleistung von 25% geprägt. Dies ist deutlich höher als der Referenzwert von 14% für die themenunabhängige Gesamtberichterstattung im Jahr 2021. Die Berichterstattung enthält auch ein gewisses Mass an Selbstreflexion über die Rolle der Medien im Krieg. 4% aller Beiträge weisen eine solche Perspektive auf. Positiv zu erwähnen ist zudem der vorsichtige Umgang mit Bildern aus einer medienethischen Perspektive. In der untersuchten Berichterstattung sind kaum problematische Darstellungen von Toten und Verletzten zu finden. Die Studie bestätigt gleichzeitig die unterschiedlichen Leistungen der Medientypen. Abonnementsmedien und der öffentliche Rundfunk leisten eher eine Einordnung des Kriegsgeschehens, während Boulevard- und Pendlermedien stärker auf die tagesaktuellen Kriegereignisse fokussieren. Allerdings besteht bei allen Medientypen eine hohe Abhängigkeit von Nachrichtenagenturen und von bestimmten externen Quellen. Die Auslandsberichterstattung von Boulevard- und Pendlermedien beruht zu 62% auf Agenturmeldungen. Diese Medien haben in der Regel auch kein eigenes Korrespondenten-Netzwerk, anders als Angebote der Abonnementsmedien und des öffentlichen Rundfunks, in denen 32% bzw. 18% der Beiträge von Korrespondent:innen stammen. Besonders nzz.ch und letemps.ch veröffentlichen Korrespondentenberichte aus verschiedenen Ländern. Neben Nachrichtenagenturen sind journalistische Medien (21%) und Social Media (16%), allen voran Twitter, wichtige externe Quellen für Beiträge. Zentral sind ebenfalls staatlich-militärische Quellen, die in 31% der Beiträge verwendet werden. Gerade durch die Abhängigkeit von solchen externen Quellen besteht das Risiko, dass Narrative von Kriegsparteien unkritisch übernommen werden. Ganz generell sind in der Kriegsberichterstattung im engen Sinn staatlich-militärische Quellen aus der Ukraine (21%) deutlich präsenter als russische (12%) und ukrainischen Quellen wird seltener widersprochen als russischen. Dies ist bis zu einem gewissen Grad verständlich, da Russland der Aggressor ist und seit Jahren mit Desinformationskampagnen in Verbindung gebracht wird. Des Weiteren fokussiert die Berichterstattung sehr stark auf die beiden Konfliktparteien Ukraine (20%) und Russland (13%) und vernachlässigt indirekt betroffene Regionen, etwa Länder des globalen Südens, die vor einer drohenden Hungersnot stehen.

## 1 Einleitung

Der seit 2014 andauernde russisch-ukrainische Krieg gipfelte am 24. Februar 2022 in einer Eskalation, als Präsident Wladimir Putin die Invasion des Staatsgebiets der Ukraine anordnete und russische Truppen in die Ukraine einmarschierten. Am 2. März 2022 wurde die Invasion der Ukraine von der Generalversammlung der Vereinten Nationen mit grosser Mehrheit verurteilt. Viele Staaten demonstrierten ihre Unterstützung der Ukraine in Form von Solidaritätsbekundungen oder konkreten Leistungen, wie der Verhängung umfangreicher Wirtschaftssanktionen gegen Russland und humanitärer und militäri-

scher Hilfe für die Ukraine. In vielen Ländern wurde diese Konflikteskalation als Zäsur und als erster grosser Krieg in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg wahrgenommen.

Solche grossen Kriege führen auch in nicht direkt am Krieg beteiligten Ländern zu einem stark ansteigenden Bedürfnis nach Informationen und nach Orientierung. Medien spielen als Informationsvermittler eine zentrale Rolle. Die grosse Aufmerksamkeit, welche die Ereignisse in der Ukraine weltweit generieren, schlägt sich auch in einer extensiven Medienberichterstattung über das Kriegsgeschehen nieder. Journalist:innen fokussieren in ihrer Berichterstattung auf den Krieg als bedeutendes Schlüssel-

ereignis, das rasch andere Themen in den Hintergrund drängt (Fengler et al., 2020).

Kriege sind nicht nur für Politik und Gesellschaft besondere Ereignisse, sondern auch für Journalist:innen (Gleich, 2003; Prinzing, 2021). Während Kriegen ist der Zugang zu Informationen oftmals erschwert, sei es, weil Regierung und Militär bestimmte Informationen zurückhalten, sei es, weil Recherchen vor Ort zu gefährlich sind (Christensen & Khalil, 2021). Auch werden Berichtersteller zuweilen der Zensur unterworfen und machthaltige Akteur:innen, insbesondere die Kriegsparteien, betreiben Propaganda bzw. militärisches Informationsmanagement (Brüggemann & Wessler, 2009). Schliesslich sperrt sich der Krieg ein Stück weit gegen journalistische Qualitätskriterien wie Sachgerechtigkeit und Objektivität (Imhof, 1995). Denn Kriege reduzieren gesellschaftliche Spannungen auf eine Konfliktlinie, weisen die verschiedenen Beteiligten entweder als Aggressoren oder Verteidiger aus und verlangen nach polarisierten moralischen Urteilen (Gleich, 2003). In diesen Situationen operieren Medien in einem Land noch stärker als sonst vor dem Hintergrund von gesellschaftlichen Normen und Werten und (politischen) Interessen, die das jeweilige Land prägen.

Angesichts dieser Herausforderungen stellt sich die Frage nach der Qualität der Berichterstattung über Kriege umso mehr. Im Prinzip gelten auch bei der Kriegsberichterstattung die bekannten journalistischen Standards und Anforderungen an die Medien (Hanitzsch, 2007): Ereignisse durch Hintergrundberichterstattung einordnen, allen Kriegs beteiligten Resonanz schenken, Lügen aufdecken und Missstände und verantwortliche Personen auf allen Seiten benennen sowie Stimmen aus der Zivilgesellschaft integrieren, die möglicherweise schlimm vom Krieg betroffen sind.

Zum schon länger bestehenden Konflikt zwischen Russland und der Ukraine liegen noch keine Studien vor, die umfassender die Qualität untersuchen. Studien, die sich zentral mit der Medienberichterstattung auseinandersetzen, fokussieren meist auf einzelne Aspekte von Qualität, etwa Themen-, Akteurs- oder Framevielfalt (Gackowski & Brylska, 2022; Nygren et al., 2018; Ojala & Pantti, 2017). Kaum eine Rolle bei diesen Studien spielt die Frage nach journalistischen Eigenleistungen, bei-

spielsweise Korrespondentenberichten und Einordnungsleistungen wie dem Vorhandensein einer Hintergrundberichterstattung. Zu Schweizer Medien lässt sich nur wenig sagen. In ihrer vergleichenden Studie untersuchen Fengler et al. (2020) auch zwei Schweizer Zeitungen (NZZ und Tages-Anzeiger), gehen aber nur am Rand auf Schweiz-spezifische Ergebnisse ein. Aktuell gibt es noch keine Studie, die umfassender und mit einem breiteren Mediensample die Qualität der Medienberichterstattung über den im Februar 2022 eskalierten Ukrainekrieg untersucht. Hier setzt unsere Studie an. Sie untersucht die Darstellung des Ukraine-Kriegs in Schweizer Medien anhand ausgewählter Qualitätsmerkmale in den ersten drei Monaten nach Ausbruch des Krieges.

## 2 Methode

Die vorliegende Studie kombiniert automatisierte und manuelle Inhaltsanalysen von Medienbeiträgen, die sich zentral mit dem Krieg in der Ukraine beschäftigen. Wir konzentrieren uns auf Onlinemedien (n = 13) von drei verschiedenen Medientypen aus der Deutschschweiz und der Suisse romande. Zum ersten Typ gehören Abonnementsmedien, d.h. Newssites, die sich zu einem wichtigen Teil von Abonnement-Einnahmen finanzieren; hier erfassen wir [24heures.ch](http://24heures.ch), [aargauerzeitung.ch](http://aargauerzeitung.ch), [letemps.ch](http://letemps.ch), [nzz.ch](http://nzz.ch) und [tagesanzeiger.ch](http://tagesanzeiger.ch). Der zweite Typ umfasst den Newsbereich auf den Websites des öffentlich finanzierten Rundfunkanbieters SRG SSR, konkret [srf.ch](http://srf.ch) und [rts.ch](http://rts.ch). Beim dritten Typ Boulevard/Pendler untersuchen wir Onlinemedien, die sich in erster Linie durch Werbeeinnahmen finanzieren. Dazu gehören die klassischen Boulevardangebote [blick.ch](http://blick.ch) und [lematin.ch](http://lematin.ch), die Newssites der Pendlerzeitungen [20minuten.ch](http://20minuten.ch) und [20minutes.ch](http://20minutes.ch), der Online-Pure-Player [watson.ch](http://watson.ch) und der Newsbereich des Mailanbieters [bluewin.ch](http://bluewin.ch) bzw. [blue News](http://blue.news). Alle untersuchten Medientitel gehören in ihren Sprachregionen zu den reichweitestärksten Angeboten (vgl. Reuters Institute, 2022).

Die Beiträge wurden mittels Suchwörter ermittelt (\*ukrain\*). Daraus resultierte für die 13 untersuchten Medien eine Grundgesamtheit von 25'825 Beiträgen für den Zeitraum vom 1. Januar 2022 bis 31. Mai 2022. Für den Zeitraum vom 24. Februar 2022 bis 24. Mai 2022 wurde eine geschichtete Stichprobe

mit jeweils 150 Beiträgen pro Medium ( $n = 1'950$ ) gezogen und mittels manueller Inhaltsanalyse untersucht. Es wurden nur Beiträge analysiert, in denen der Krieg in der Ukraine oder dessen Auswirkungen zentral thematisiert wurden. Live-Ticker und andere Ticker wurden nicht erfasst. Für die Codierung wurden Titel, Lead und die ersten Abschnitte (bis zum Zwischentitel) berücksichtigt. Dabei wurden von geschulten Codierer:innen fünf Variablen erfasst. Erstens wurde das Themenfeld erfasst. Zweitens wurde der thematische Schwerpunkt der Bilder codiert. Dabei wurde jeweils das erste Bild im Artikel untersucht. Zusätzlich wurde festgehalten, ob auf dem Bild Verletzte oder Tote dargestellt waren und ob dies in anonymisierter Form geschah. Drittens wurde die redaktionelle Eigenleistung im Vergleich zu Fremdleistungen (z.B. Agenturbeiträgen) erfasst. Viertens wurde das Vorhandensein von drei Arten von externen Quellen codiert: Social Media, journalistische Medien und staatliche und/oder militärische Quellen. Fünftens wurde die Einordnungsleistung erfasst und zwischen einordnenden und episodischen Beiträgen unterschieden. Die Intercoorderreliabilität war für alle Variablen zufriedenstellend (Krippendorffs Alpha mindestens grösser als 0,75).

Neben der manuellen Inhaltsanalyse wurden automatisierte Verfahren für diese Studie angewandt. Erstens wurde eine automatisierte Resonanzanalyse durchgeführt. Dazu wurde der Anteil der Beiträge mit Referenz zum Ukrainekrieg an der Gesamtberichterstattung der untersuchten Medien ermittelt. Als Referenzwert wurde der Anteil der Berichterstattung über die Coronapandemie verwendet (Eisenegger et al., 2021). Zweitens haben wir eine automatisierte Identifikation von Ortsnamen durchgeführt, um die Resonanz der Länder in der Berichterstattung zu ermitteln. Dabei wurde auf die öffentlich zugängliche Datenbank [geonames.org](https://www.geonames.org) zurückgegriffen. Für diese Analyse wurden alle Orts- und Ländernamen mit mehr als 10'000 Einwohner:innen verwendet. In Python wurden mittels sogenannter Named-Entity Recognition (NER) mit der Software-Bibliothek SpaCy (Honnibal und Montani, 2017) alle Ortsnamen in den Medienbeiträgen ermittelt. Alle extrahierten Ortsnennungen ( $n = 116'288$ ) wurden zum Schluss auf Länderebene aggregiert und die Gesamtzahl der Erwähnungen pro Land ausge-

wiesen. Zur Kontrolle wurden die Ortsnamen in Datensätzen von jeweils 200 Artikeln in Deutsch und Französisch manuell überprüft. Die automatisierte Analyseerzeugung erzielte 93 Prozent Präzision und 84 Prozent Recall in Deutsch und 94 Prozent Präzision und 87 Prozent Recall in Französisch, was ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis ist.

### 3 Resultate

Im folgenden Kapitel werden die Resultate aus der automatisierten und manuellen Inhaltsanalyse präsentiert.

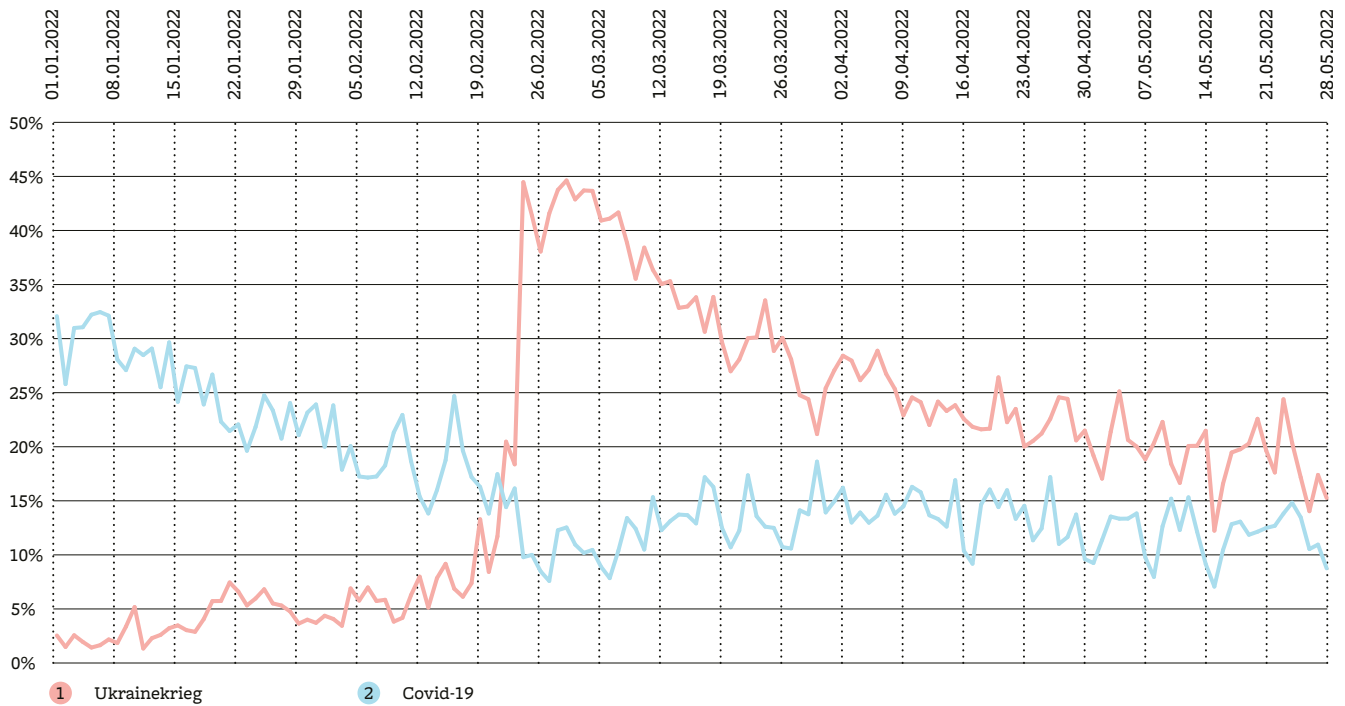
#### 3.1 Resonanz

Kriege sind Ereignisse von hohem Nachrichtenwert und erhalten regelmässig viel Beachtung in den Medien. Besonders dann, wenn daraus negative Folgen für das Land, aus dem über den Krieg berichtet wird, entstehen können. Auf den Krieg in der Ukraine, als einem der ersten grösseren bewaffneten Konflikte in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg, trifft dies zu. Wie die automatisierte Inhaltsanalyse zeigt, führte der Aufmarsch russischer Truppen an der Grenze zur Ukraine in Schweizer Medien bereits vor dem Angriff am 24. Februar 2022 zu einer erhöhten Beachtung des seit 2014 schwelenden Konflikts (vgl. Darstellung 1). Sie nahm aber nach der Invasion

In den ersten Tagen nach der Invasion enthielten bis zu 45% aller Medienbeiträge eine Referenz an den Ukrainekrieg.

durch russische Truppen sprunghaft zu. In den ersten Tagen nach der Invasion enthielten bis zu 45% aller Medienbeiträge eine Referenz an den Ukrainekrieg. Die Beachtung nimmt aber über die Zeit kontinuierlich ab und pendelt sich um 20% der Gesamtberichterstattung ein – ein immer noch sehr hoher Wert.

Der Ukrainekrieg folgt auf eine Zeit, in der die Coronapandemie über fast zwei Jahre das klar dominierende Thema in den Medien war. Der Ukrainekrieg nimmt ab Ende Februar 2022 einen deutlich



**Darstellung 1: Anteil der Berichterstattung zum Ukrainekrieg an der Gesamtberichterstattung**

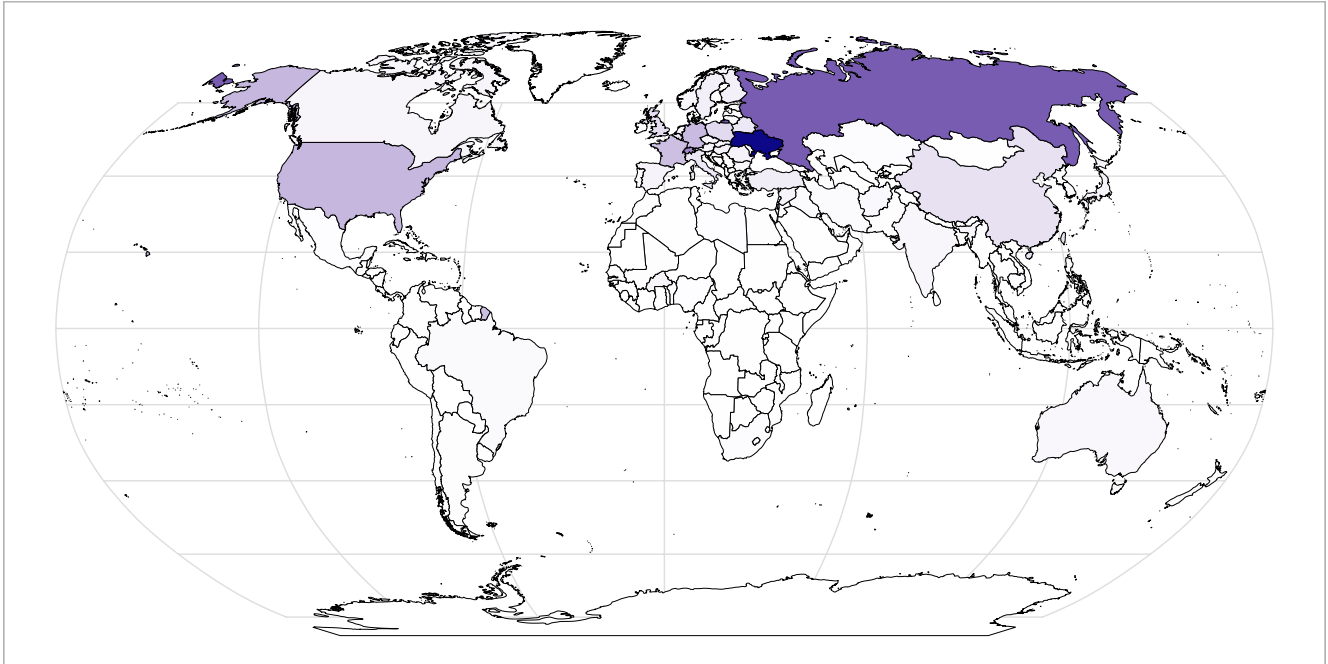
Die Darstellung zeigt die Anteile der Beiträge mit einer Referenz zum Ukrainekrieg an der Gesamtberichterstattung der Schweizer Medien (rote Linie). Als Referenzwert wurde der Anteil Berichterstattung mit Referenz an die Covid-19-Pandemie an der gesamten Berichterstattung verwendet (blaue Linie). *Lesebeispiel:* In den ersten Tagen nach dem Kriegsausbruch am 24. Februar 2022 enthielten bis zu 45% aller Beiträge in Schweizer Medien eine Referenz an den Ukrainekrieg. Ende Mai liegt dieser Anteil bei rund 18%.

höheren Stellenwert in den Medien ein als die Pandemie. Einerseits kann also festgestellt werden, dass der Krieg die Pandemie bis zu einem gewissen Grad aus den Nachrichten verdrängt. Zum anderen wurde mit der Aufhebung der Massnahmen und der zeitweiligen Entspannung der Pandemielage auch schon vor dem Ausbruch des Krieges weniger über die Pandemie berichtet. Allerdings war die Coronapandemie in ihrer Anfangsphase mit bis zu 70% der Berichterstattung deutlich stärker beachtet worden als der Krieg in der Ukraine (vgl. Eisenegger et al., 2021).

### 3.2 Geografische Räume

Die automatisierte Analyse zeigt, dass in der Berichterstattung zum Ukrainekrieg die beiden

Konfliktparteien am stärksten thematisiert werden (vgl. Darstellung 2). Insgesamt 19,5% aller Erwähnungen entfallen auf die Ukraine. Das sind deutlich mehr, als auf Russland entfallen (12,6%), was auch aufgrund der Tatsache erklärbar ist, dass der Krieg überwiegend auf ukrainischem Gebiet stattfindet. In der Berichterstattung der Schweizer Medien spielt auch die Schweiz eine zentrale Rolle. Fast jede zehnte Nennung (9,2%) bezieht sich auf die Schweiz. Die USA (5,4%), Deutschland (5,2%) und Frankreich (4,8%) erhalten jeweils ähnlich viel Beachtung in der Berichterstattung über den Konflikt. Polen, das vor allem im Kontext der Flüchtlingsthematik prominent thematisiert wurde, erhält mehr Resonanz als die geopolitischen Schwergewichte Grossbritannien (2,5%) und China (2,2%). Relativ viel Aufmerksamkeit erhalten auch Finnland (1,2%) und Schweden (1,1%), die als



Darstellung 2: Geografische Schwerpunkte in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg im Vergleich

Die Darstellung zeigt die Resonanzanteile der einzelnen Länder in der Berichterstattung zum Ukrainekrieg ( $n = 25'825$  Beiträge). Pro Beitrag wurden alle erwähnten Länder und deren Ortschaften automatisiert erfasst ( $n = 116'288$  Erwähnungen). Je dunkler ein Land eingefärbt ist, desto stärker wurde es in der Berichterstattung thematisiert (logarithmische Skalierung).

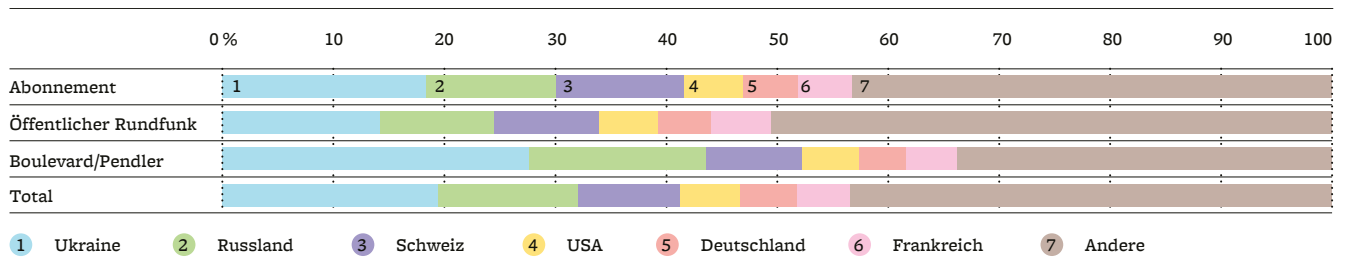
*Lesebeispiel:* Die Ukraine erhält am meisten Resonanz und ist deshalb sehr dunkel eingefärbt. Länder mit heller Farbe erhalten geringere Resonanz.

Folge des Krieges einen Antrag auf NATO-Beitritt gestellt haben, sowie Belarus (1,7%) als Bündnispartner von Russland. Substanzielle Beachtung, vor allem gemessen an ihrer Grösse, erhalten die baltischen Staa-

Ägypten (0,2%) und andere Länder des globalen Südens, die indirekt durch die Folgen des Krieges betroffen sind, etwa durch eine drohende Hungersnot aufgrund ausbleibender ukrainischer Getreidelieferungen. Generell erhalten Länder in Afrika und Südamerika sowie weite Teile Asiens wenig Beachtung in der Berichterstattung. Dies ist einerseits verständlich, weil sie weniger stark vom Konflikt betroffen sind. Allerdings zeigt das Beispiel der geringen Thematisierung der drohenden Hungersproblematik, dass durch die starke Fokussierung auf die Konfliktregion blinde Flecken in der Berichterstattung Schweizer Medien existieren. Afrika stellt einen solchen blinden Flecken dar. Allerdings geben Medien in der Suisse romande, unabhängig vom Medientyp, der Region Afrika mehr Gewicht als die Medien der Deutschschweiz. Die Summe der Resonanzanteile für afrikanische Länder liegt bei allen untersuchten Medien der Suisse romande, insbesondere bei rts.ch (8,5%) und letemps.ch (7,7%), über den Anteilen der

Das Beispiel der geringen Thematisierung der drohenden Hungersproblematik zeigt, dass durch die starke Fokussierung auf die Konfliktregion blinde Flecken in der Berichterstattung Schweizer Medien existieren.

ten Lettland (0,5%), Litauen (0,5%) und Estland (0,4%), aber auch Moldawien (0,6%). Sie erhalten somit ähnlich viel Resonanz wie die deutlich grösseren europäischen NATO-Staaten Norwegen (0,6%), Niederlande (0,6%), Dänemark (0,4%) oder die Slowakei (0,6%). Wenig Beachtung finden Schwellenländer wie



**Darstellung 3: Geografische Schwerpunkte in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg im Vergleich**

Die Darstellung zeigt pro Medientyp und für das Gesamtsample die Resonanzanteile der einzelnen Länder in der Berichterstattung zum Ukrainekrieg (n = 25'825 Beiträge). Pro Beitrag wurden alle erwähnten Länder und deren Ortschaften automatisiert erfasst (n = 116'288 Erwähnungen).

*Lesebeispiel:* Während in den Abonnementsmedien 18% aller Erwähnungen auf die Ukraine entfallen, sind es bei Boulevard- und Pendlermedien 28%.

Deutschscheizer Titel. In der Deutschscheiz berichtet die NZZ am meisten über Afrika (4,2%).

Die Medientypen unterscheiden sich vor allem darin, wie stark sie die beiden Konfliktparteien gewichten. In Boulevard- und Pendlermedien entfallen 28% der Erwähnungen auf die Ukraine und 15% auf Russland (vgl. Darstellung 3). In der Berichterstattung in Abonnementsmedien (Ukraine 18%; Russland 12%) und den Websites des öffentlichen Rundfunks (Ukraine 14%; Russland 10%) sind diese Anteile deutlich geringer. Ihre Berichterstattung ist bezüglich der geografischen Schwerpunkte somit vielfältiger. Die Schweiz, die USA, Deutschland und Frankreich werden hingegen in allen Medientypen ähnlich stark gewichtet. Die unterschiedliche Beachtung für die Konfliktparteien in Boulevard- und Pendlermedien ist auch eine Folge der unterschiedlichen Gewichtung der Themen. Wie im nächsten Abschnitt gezeigt wird, setzen Boulevard- und Pendlermedien stärker auf Kriegsberichterstattung im engeren Sinn, was ein Fokus auf die Konfliktparteien zur Folge hat.

### 3.3 Themenschwerpunkte

Internationale Konflikte sind vielschichtige Ereignisse, aber nicht bei allen Konflikten und Kriegen werden verschiedene Themenschwerpunkte vielfältig dargestellt. In ihrer Berichterstattung über den Ukrainekrieg beleuchten Schweizer Medien jedenfalls ganz unterschiedliche Schwerpunkte. In rund einem Drittel der Beiträge (31%) steht die engere

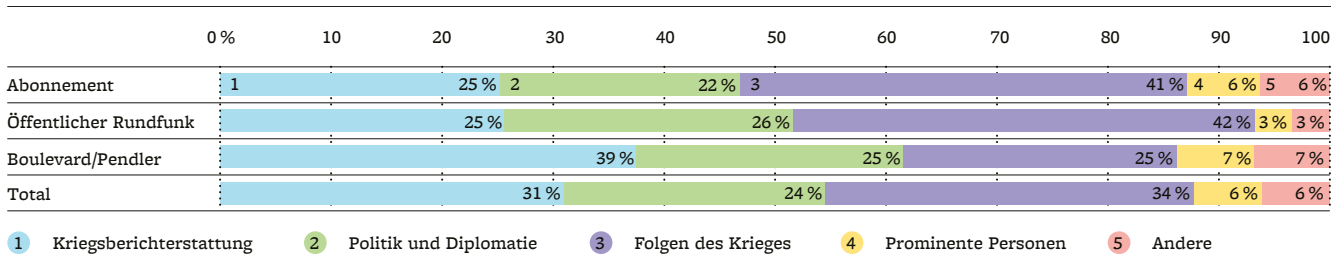
Kriegsberichterstattung, das heisst die Kriegshandlungen und deren Folgen für die Zivilbevölkerung, im Zentrum (vgl. Darstellung 4). 24% der Beiträge fokussieren auf politische und diplomatische Massnahmen sowie den institutionellen Prozess, etwa Friedensbemühungen, aber auch Sanktionen und Unterstützungsleistungen in Form von Waffen oder Geldern für den Wiederaufbau. Die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen des Krieges werden in 34% der Berichterstattung erwähnt. In 6% der

Abonnementsmedien und der öffentliche Rundfunk leisten also eher eine Einordnung des Kriegsgeschehens, während Boulevard- und Pendlermedien stärker auf die tagesaktuellen Kriegsereignisse fokussieren.

Fälle liegt der Fokus auf prominenten Personen, allen voran auf dem ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj und dem russischen Präsidenten Vladimir Putin.

Wie die unterschiedlichen Themen gewichtet werden, hängt auch vom Medientyp ab. In Boulevard- und Pendlermedien macht die Kriegsberichterstattung (39%) den grössten Anteil aus. Dieser Anteil ist deutlich höher als in Abonnementsmedien oder dem öffentlichen Rundfunk (jeweils 25%). In Abonnementsmedien (41%) und dem öffentlichen Rundfunk (42%) stehen hingegen die Folgen des Krieges stärker im Zentrum als in Boulevard- und Pendler-





Darstellung 4: Themenschwerpunkte in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg im Vergleich

Die Darstellung zeigt pro Medientyp und für das Gesamtsample die Themenschwerpunkte in der Berichterstattung zum Ukrainekrieg (n = 1950).

*Lesebeispiel:* Während in den Abonnementsmedien 41% aller Beiträge die Folgen des Krieges schwerpunktmässig behandeln, sind es bei Boulevard- und Pendlermedien 25%.

medien (25%). Abonnementsmedien und der öffentliche Rundfunk leisten also eher eine Einordnung des Kriegsgeschehens, während Boulevard- und Pendlermedien stärker auf die tagesaktuellen Kriegsereignisse fokussieren. Die diplomatischen und politischen Massnahmen werden in den drei Medientypen ähnlich stark gewichtet, am stärksten in der Berichterstattung des öffentlichen Rundfunks (26%). Beiträge, die auf prominente Personen fokussieren, finden sich eher in Boulevard- und Pendlermedien (7%) oder in Abonnementsmedien (6%), mehr als im öffentlichen Rundfunk (3%).

### 3.4 Umgang mit Bildern

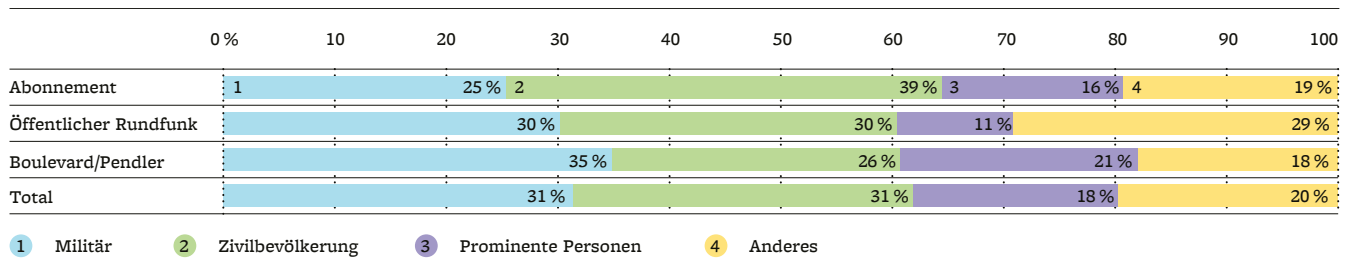
Bilder übernehmen eine zentrale Funktion in der Darstellung von Krieg in den Medien. Ikonische journalistische Bilder, etwa das Foto von einem Mädchen während eines Napalm-Angriffs durch die US-Luftwaffe im Vietnamkrieg oder das inszenierte Foto der Errichtung der US-Flagge auf der Pazifikinsel Iwo Jima im Zweiten Weltkrieg, prägen die Wahrnehmung der Kriege bis heute mit. Auch im Ukrainekrieg übernehmen Bilder eine zentrale Rolle. Gerade über Social Media und Messengerdienste wie Telegram können Bilder und Videos direkt an ein grosses Publikum verbreitet werden. Dies wird einerseits von den Kriegsparteien bewusst für Inszenierungen genutzt. Beispiele dafür sind die stark beachteten Social-Media-Auftritte des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj. Andererseits können auch Soldaten und Zivilpersonen Bilder und Videos vom Kriegsge-

schehen unmittelbar über Social Media verbreiten. Die Gatekeeping- und Filterfunktionen von journalistischen Medien entfallen dadurch.

Für die Analyse der Bilder in der Berichterstattung Schweizer Medien fokussieren wir auf die Kriegsberichterstattung im engeren Sinn (vgl. Darstellung 5). Wir unterscheiden zwischen Darstellungen von militärischem Personal und Material (31%), Bildern von der Zivilbevölkerung (31%), Bildern von prominenten Personen (18%) und anderen Bildern (20%). Die Bebilderung der Kriegsberichterstattung in Schweizer Medien unterscheidet sich nach Medientypen. Mehr als ein Drittel der Bilder in Boulevard- und Pendlermedien (35%) zeigt Soldat:innen oder militärisches Material wie Panzer oder Flugzeuge. Im Typenvergleich weisen diese Medien eher weniger Darstellungen der Zivilbevölkerung (26%) auf. Prominente Personen dienen hingegen vergleichsweise oft als visueller Aufhänger für ihre Beiträge (21%). In Abonnementsmedien stehen Bilder der Zivilbevölkerung deutlich stärker im Zentrum (39%), während militärisches Personal oder Material (25%) weniger stark gewichtet wird. Im öffentlichen Rundfunk werden am wenigsten Bilder von prominenten Personen verwendet (11%), Darstellungen von Zivilbevölkerung und Militär werden ausgeglichen berücksichtigt (jeweils 30%). Zudem werden in 29% der Fälle andere Bilder, etwa Symbolbilder von Regierungsgebäuden oder Fotos von Expert:innen, die im Beitrag zu Wort kommen, verwendet.

Aus medienethischer Perspektive ist es eine kontrovers diskutierte Frage, wie stark das Grauen des Krieges vermittelt werden soll. Auf der einen Sei-





**Darstellung 5: Schwerpunkte in der Bebilderung der Kriegsberichterstattung im Vergleich**

Die Darstellung zeigt pro Medientyp und für das Gesamtsample die Anteile der Schwerpunkte in den Bildern, die als visueller Aufhänger für die Artikel dienen. Berücksichtigt wurden alle Beiträge, die dem Themenfeld der Kriegsberichterstattung zugewiesen wurden (n = 612).

*Lesebeispiel:* Während in den Abonnementsmedien 25% aller Bilder Soldat:innen oder militärische Ausrüstung zeigen, sind es bei Boulevard- und Pendlermedien 35%.

te stehen der Schutz der Nutzer:innen vor möglicherweise verstörenden Inhalten und der Schutz der dargestellten Personen. Andererseits soll Krieg durch eine sterile Darstellung auch nicht verharmlost werden. Gerade weil viele Nutzer:innen auf Social Media und Messengerdiensten wie Telegram auf ethisch problematische Darstellungen des Krieges treffen, ist es bis zu einem gewissen Grad legitim und wünschenswert, dass auch journalistische Medien eine Einordnung dieser Bilder vornehmen. In der untersuchten Berichterstattung sind aber kaum problematische Darstellungen von Toten und Verletzten zu finden. Nur 4% der Kriegsberichterstattung weist

Trigger-Warnung als Hauptbild verwendet, um vor nachfolgenden Bildern mit möglicherweise verstörender Wirkung zu warnen.

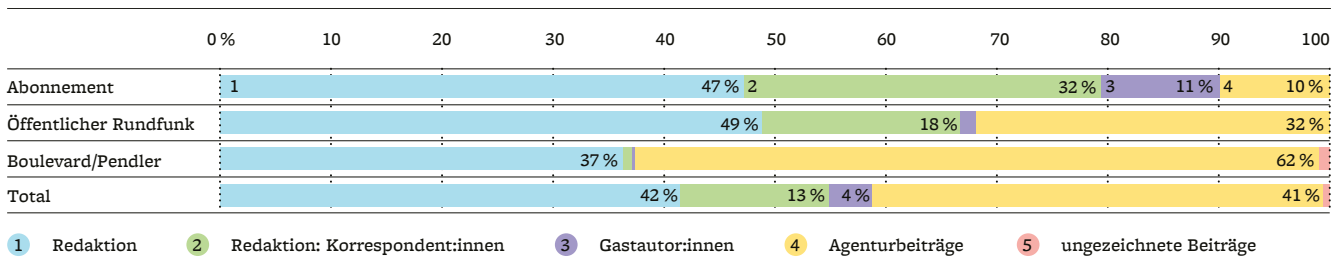
### 3.5 Eigenleistungen

Die Produktion von Eigenleistungen ist ein zentrales Qualitätskriterium. Sie zeigt zudem an, ob und wie stark Medien bereit sind, Ressourcen in ihre eigenen Redaktionen und Korrespondenten-Netzwerke zu investieren. Diese Frage lässt sich besonders gut an der Auslandsberichterstattung überprüfen, denn bei Themen und Ereignissen im Ausland können Schweizer Medien weniger auf eigenes Vorwissen und eigene Netzwerke zurückgreifen, wie das bei einer nationalen oder regionalen Berichterstattung der Fall ist. Wir untersuchen deshalb nun diejenigen Beiträge genauer, bei denen der Schweizbezug nicht im Zentrum steht, also die im engeren Sinn als Auslandsberichterstattung zum Ukrainekrieg bezeichnet werden können.

Etwas mehr als die Hälfte der Beiträge lässt sich auf redaktionelle Eigenleistungen zurückführen (55%), d.h. Beiträge von Redaktionsmitgliedern (42%) und eigenen Korrespondent:innen (13%), 41% auf Agenturbeiträge und 4% auf Beiträge von Gastautor:innen (vgl. Darstellung 6). Der hohe Anteil von Agenturbeiträgen belegt die grosse Bedeutung von Nachrichtenagenturen, die für viele Medienhäuser die einzige Möglichkeit sind, kontinuierlich Themen und Ereignisse im Ausland abzudecken.

Insgesamt war der Umgang mit Bildern von Verletzten und Toten in der Umsetzung aus medienethischer Perspektive korrekt.

Bilder von Verletzten oder gar Toten auf. Alle Darstellungen von Toten waren dabei anonymisiert, das heisst die Gesichter waren nicht zu sehen, sie waren verpixelt oder die Körper waren abgedeckt oder ebenfalls verpixelt. Bei der Darstellung von Verletzten waren einige wenige Darstellungen nicht anonymisiert. Alle Personen auf diesen Fotos wiesen jedoch nur leichte sichtbare Blessuren auf. Insgesamt war der Umgang mit Bildern von Verletzten und Toten in der Umsetzung aus medienethischer Perspektive korrekt. Als positives Beispiel ist watson.ch zu nennen. Bei einzelnen Artikeln wurde eine sogenannte



Darstellung 6: Eigen- und Fremdleistungen in der Auslandsberichterstattung

Die Darstellung zeigt pro Medientyp und für das Gesamtsample die Anteile von Beiträgen, die auf verschiedenen Formen von Eigen- und Fremdleistungen beruhen. Berücksichtigt wurden alle Beiträge ohne Schweizbezug (= Auslandsberichterstattung) (n = 1198).  
*Lesebeispiel:* Während in den Abonnementsmedien 32% aller Beiträge von Korrespondent:innen verfasst sind, sind es bei Boulevard- und Pendlermedien 1%.

Die Auswertung zeigt ebenfalls grosse Unterschiede zwischen den Medientypen, teilweise aber auch innerhalb der Medientypen. Während bei den Abonnementsmedien (79%) und dem öffentlichen Rundfunk (67%) der Grossteil der Beiträge aus redaktionellen Eigenleistungen besteht, sind es bei den Boulevard- und Pendlermedien im Durchschnitt nur 37% – besonders wenige bei bluewin.ch (5%), lematin.ch (8%) und 20minutes.ch (14%), deutlich mehr allerdings bei watson.ch (69%) und blick.ch (71%). Insgesamt dominieren bei Boulevard- und Pendlermedien Agenturbeiträge (62%), die teilweise redaktionell bearbeitet oder ganz übernommen werden.

Ein wichtiger Grund für diese Unterschiede ist, dass Boulevard- und Pendlermedien gar keine oder fast keine Korrespondent:innen haben, die aus dem Ausland berichten (1%). In den untersuchten Beiträgen fanden sich nur bei watson.ch und 20minuten.ch ganz vereinzelt Korrespondentenberichte – bei watson.ch primär wegen Übernahmen von Korrespondentenbeiträgen von CH Media, bei 20minuten.ch wegen einer Auslandskorrespondentin, die bei Kriegsausbruch noch aus der ukrainischen Hauptstadt Kyiv berichtete. Beim öffentlichen Rundfunk stammt immerhin fast jeder fünfte Beitrag (18%) und bei Abonnementsmedien fast jeder dritte Beitrag (32%) von einer Korrespondentin bzw. einem Korrespondenten. Besonders nzz.ch und letemps.ch veröffentlichen in absoluten Zahlen am meisten Korrespondentenberichte aus verschiedenen Ländern. Sie gehören zusammen mit tagesanzeiger.ch, der sich Auslandskorrespondent:innen mit dem Partnerme-

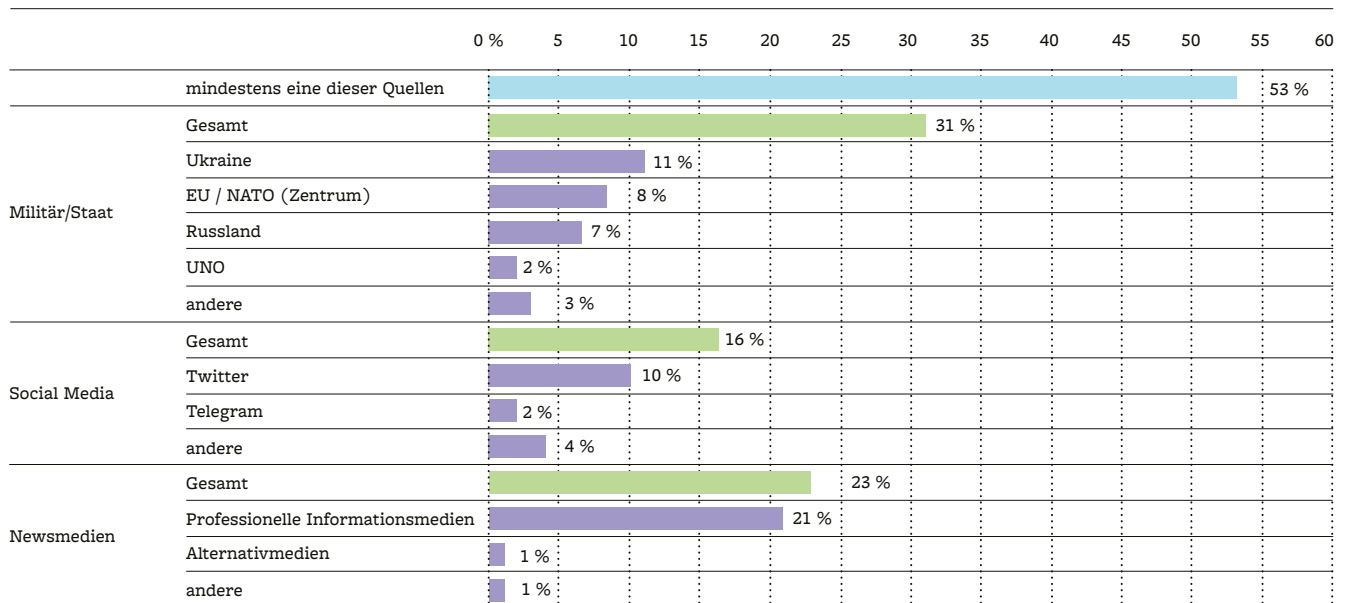
dium Süddeutsche Zeitung teilt, 24heures.ch, aargauerzeitung.ch, rts.ch und srf.ch zu denjenigen Medien, die vor Ort immer wieder unter teils schwierigen Bedingungen aus der Ukraine oder aus Russland berichten.

### 3.6 Externe Quellen

Unabhängig davon, ob sich Medien auf Agenturen als Zulieferer verlassen oder ob sie Beiträge in der Redaktion und mit Korrespondent:innen selber produzieren, stellt sich die Frage nach den externen Quellen, die in einem Nachrichtenbeitrag Informationen liefern und manchmal sogar den Anlass der Berichterstattung ausmachen. Mit Blick auf die Transparenz und die Akteursvielfalt ist es wünschenswert, wenn die Medien verschiedene externe Quellen in der Berichterstattung einbauen und klar kennzeichnen. Umgekehrt wäre mit Blick auf die Un-

Beim öffentlichen Rundfunk stammt fast jeder fünfte Beitrag (18%) und bei Abonnementsmedien fast jeder dritte Beitrag (32%) von einer Korrespondentin bzw. einem Korrespondenten.

abhängigkeit der Medien und die Akteursvielfalt eine starke Abhängigkeit von einigen wenigen externen Quellen problematisch. Gleichzeitig kommt es auf



**Darstellung 7: Externe Quellen in der Auslandsberichterstattung**

Die Darstellung zeigt die Anteile von Beiträgen, bei denen externe Quellen eine zentrale Rolle spielen. Untersucht wurden drei Typen von externen Quellen sowie bestimmte Merkmale dieser Quellen: Militär/Staat (sowie Herkunft dieser Quellen), Newsmedien (sowie Art der Newsmedien) und Social Media (sowie konkrete Plattformen). In einem Beitrag konnten alle drei Typen vorkommen, d. h. die Prozentwerte der grünen Balken könnten aufaddiert theoretisch 300% betragen. Berücksichtigt wurden alle Beiträge ohne Schweizbezug (= Auslandsberichterstattung) (n = 1198).

*Lesebeispiel:* In 31% aller Beiträge ohne Schweizbezug spielen staatliche bzw. militärische Quellen eine zentrale Rolle. In 11% aller Beiträge ohne Schweizbezug spielen staatliche bzw. militärische Quellen aus der Ukraine eine zentrale Rolle.

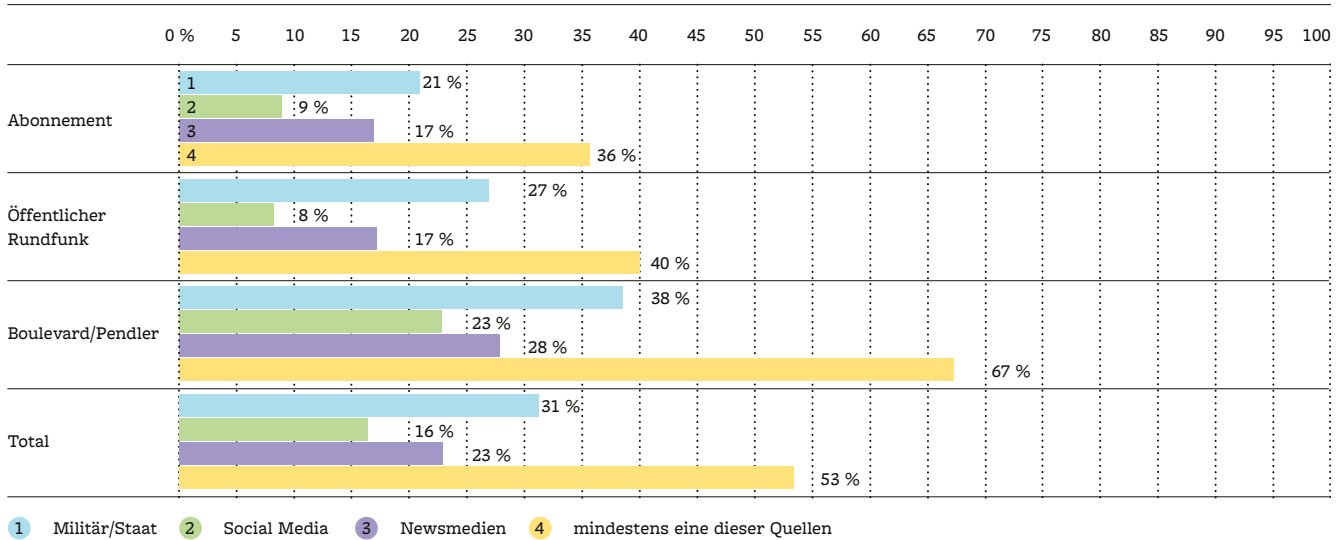
den Typ der externen Quellen an. In der Auslandsberichterstattung generell und in der Kriegsberichterstattung im Speziellen gelten drei Typen von externen Quellen als besonders wichtig: Akteur:innen aus Regierung und Militär, weil sie über oftmals exklusive Informationen und über die grösste Macht verfügen, den Krieg zu beeinflussen, und hier für die Medien gleichzeitig die Gefahr einseitiger Kriegspropaganda besteht; Newsmedien, weil sie zum Nachrichtenfluss besonders in unsicheren Zeiten beitragen und mit dem Rückgriff auf journalistische Standards zur Glaubwürdigkeit von Informationen beitragen können; und Social Media, weil sich auf diesen Plattformen ebenfalls Informationen verbreiten lassen, sowohl von machthaltigen Akteur:innen als auch von weniger machthaltigen Akteur:innen wie Augenzeug:innen, in solchen Fällen in der Regel nicht auf der Basis von journalistischen Standards. Deshalb prüfen wir, ob und in welchem Mass diese drei Quellentypen in der Berichterstattung vorkommen. An-

dere Quellentypen, zum Beispiel NGOs oder Unternehmen, haben wir nicht erfasst.

Die Auswertungen zeigen, dass Schweizer Medien relativ häufig auf solche externen Quellen zurückgreifen. In 53% aller Beiträge ohne Schweizbezug spielen diese Quellen eine zentrale Rolle (vgl. Darstellung 7). Am wichtigsten sind Quellen aus den

In der Kriegsberichterstattung im engeren Sinn spielen staatlich-militärische Quellen aus der Ukraine in 21% der Beiträge eine zentrale Rolle, deutlich häufiger also als russische Quellen (12%).

Bereichen Staat und Militär (31%); aber auch Newsmedien (23%) und Social Media (16%) sind häufig verwendete Quellen.



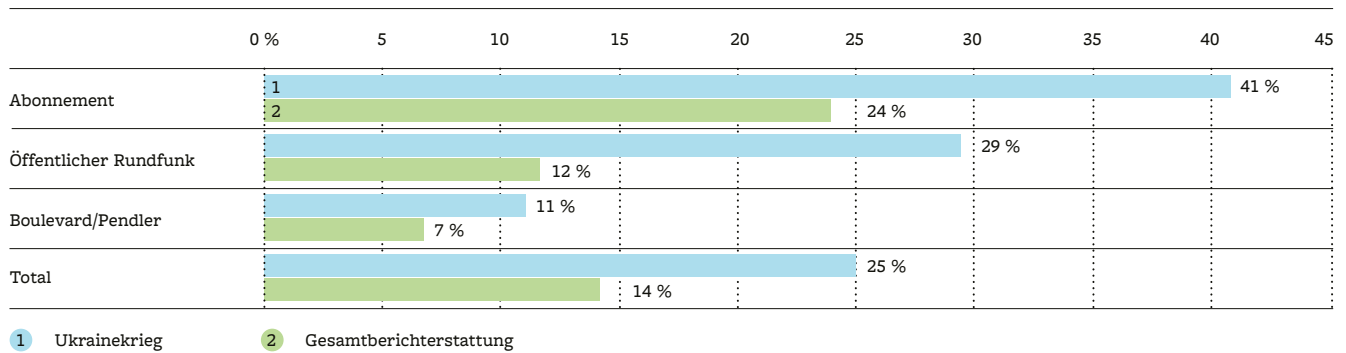
**Darstellung 8: Externe Quellen in der Auslandsberichterstattung der Medientypen**

Die Darstellung zeigt pro Medientyp die Anteile von Beiträgen, bei denen externe Quellen eine zentrale Rolle spielen. Untersucht wurden drei Typen von externen Quellen sowie bestimmte Merkmale dieser Quellen: Militär/Staat (sowie Herkunft dieser Quellen), Newsmedien (sowie Art der Newsmedien) und Social Media (sowie konkrete Plattformen). In einem Beitrag konnten alle drei Typen vorkommen, d. h. die Prozentwerte der drei Typen könnten aufaddiert theoretisch 300% betragen. Berücksichtigt wurden alle Beiträge ohne Schweizbezug (= Auslandsberichterstattung) (n = 1198).

*Lesebeispiel:* Bei Boulevard- und Pendlermedien spielt in 67% aller Beiträge ohne Schweizbezug mindestens einer der drei Quellentypen eine zentrale Rolle, konkret in 38% staatlich-militärische Quellen, in 28% Newsmedien und in 23% Social Media.

Bei den staatlich-militärischen Quellen sind Quellen der Ukraine (11%) präsenter als Quellen aus Russland (7%), vor allem in der Kriegsberichterstattung im engeren Sinn. Eine Rolle spielen ebenfalls staatlich-militärische Quellen der EU (2%), der NATO (1%) oder der grossen NATO-Länder USA (4%), Frankreich (1%) und Deutschland (1%) (zusammen 8%), nicht zuletzt wegen der viel diskutierten Massnahmen wie Waffenlieferungen für die Ukraine und wirtschaftlichen Sanktionen gegen Russland. Weist man die staatlich-militärischen Quellen zwei Lagern zu, ergibt sich gegenüber Russland eine deutlich höhere Präsenz des «Pro-Ukraine»-Lagers. Dieser Befund akzentuiert sich nochmals in der Kriegsberichterstattung im engeren Sinn: Dort spielen staatlich-militärische Quellen aus der Ukraine in 21% der Beiträge eine zentrale Rolle (zusammen mit EU und NATO in 27%), deutlich häufiger also als russische Quellen (12%). Tendenziell ist es zudem so, dass den ukrainischen Quellen selten widersprochen wird. Insofern gelingt es den ukrainischen Behörden und dem ukrainischen Militär, in der

Kriegsberichterstattung einen wichtigen Teil des Informationsflusses zu bestimmen. Russischen Quellen hingegen wird öfter widersprochen. Es gibt zwar durchaus Beiträge, in der Regel Agenturbeiträge, bei denen russische Quellen ihre Positionen vermitteln können, zum Beispiel russische Offizielle, die der Ukraine die Bombardierung eines russischen Treibstofflagers vorwerfen (20minutes.ch, 1.4.22), oder Aussenminister Lawrow, der den USA vorwirft, in der Ukraine heimlich Biowaffen-Labors zu betreiben (bluewin.ch, 10.3.22). Doch bei einem substanziellen Teil der Beiträge werden Aussagen offizieller russischer Quellen eingeordnet und kritisch kommentiert, so die «Wut-Rede» des russischen Präsidenten Wladimir Putin, in der er dem Westen vorwirft, Russland «zerstückeln» zu wollen (blick.ch, 17.3.22), und in der er Kritiker im eigenen Land als Fliegen bezeichnet, die man ausspucken müsse (letemps.ch, 18.3.22). Zudem greifen Medien auch (quasi-)offizielle russische Quellen auf, zum Beispiel Geheimdienstmitarbeiter oder ehemalige Armeeangehörige, die mit der offiziellen Position nicht übereinstimmen.



**Darstellung 9: Einordnungsleistungen in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg im Vergleich**

Die Darstellung zeigt pro Medientyp die Anteile von Beiträgen mit einer Themenorientierung, also einer messbaren Einordnungsleistung. Datengrundlage sind alle analysierten Beiträge zum Ukrainekrieg (n = 1950; blaue Balken). Zum Vergleich werden die jeweiligen Anteile in der Gesamtberichterstattung auf der Grundlage künstlicher Wochen im Jahr 2021 dargestellt (n = 4634; grüne Balken).

*Lesebeispiel:* In der Berichterstattung über den Ukrainekrieg weisen bei Abonnementsmedien im Durchschnitt 41% der Beiträge eine Themenorientierung bzw. Einordnungsleistung auf. Die Einordnungsleistung ist 17 Prozentpunkte höher als in der themenunabhängigen Gesamtberichterstattung im Jahr 2021 (24%).

Wenn Newsmedien eine zentrale Quelle darstellen (23%), dann handelt es sich in den allermeisten Fällen um professionelle, unabhängige Informationsmedien (21%). So thematisiert zum Beispiel blick.ch die Recherche der Washington Post über eine grosse Waffenlieferung der USA für die Ukraine, die bereits im Dezember 2021 erfolgte. 1% aller Beiträge gehen zentral auf Alternativmedien als Quelle ein, darunter vom russischen Staat abhängige TV-Sender. In der Regel werden Alternativmedien als Quellen kritisch reflektiert. Auch Social Media (16%) werden regelmässig als Quellen verwendet, am häufigsten Twitter (10%) und Telegram (2%). Einerseits wenn sich dort machthaltige Akteur:innen aus Militär und Regierung äussern, andererseits aber auch, um weniger bekannte Stimmen einzuholen.

Der Umgang mit solchen externen Quellen unterscheidet sich zwischen den Medientypen erheblich. Boulevard- und Penderlmedien sind diejenigen, die am häufigsten auf diese externen Quellen zurückgreifen (67%), viel mehr, als dies die Angebote des öffentlichen Rundfunks (40%) und der Abonnementsmedien (36%) tun (vgl. Darstellung 8). In Boulevard- und Penderlmedien spielen staatlich-militärische Quellen in 38% der Beiträge eine zentrale Rolle, Newsmedien in 28% und Social Media in 23%. Zusammengenommen ergibt sich also ein Muster, dass Boulevard- und Penderlmedien vermutlich aus

Ressourcenmangel und dem generellen Mangel an Korrespondent:innen stärker auf solche externen Quellen zurückgreifen.

Doch auch für die tendenziell qualitätsstärkeren Typen von Abonnementsmedien und den öffentlichen Rundfunk gilt: Solche externen Quellen sind ein wesentlicher Bestandteil der Auslandsberichterstattung im Ukrainekrieg. Dass dort rund jeder vierte

Jeder vierte Beitrag ist von einer Themenorientierung geprägt, weist also eine messbare Einordnungsleistung auf (25%).

Beitrag sich auf offizielle staatliche und/oder militärische Quellen stützt, weist darauf hin, dass im Krieg der Zugang zu anderen Quellentypen eingeschränkt zu sein scheint. Wiederum scheint eine Rolle zu spielen, ob ein Medientitel auf ein grosses Korrespondentennetzwerk zugreifen kann. Denn am wenigsten auf staatliche und/oder militärische Quellen stützt sich neben tagesanzeiger.ch (21%) und srf.ch (19%) die nzz.ch (8%).

### 3.7 Einordnungsleistungen und Reflexionen

Auch das Vermitteln von Hintergründen, also die Einordnungsleistung, gehört zu den Qualitätskriterien. Mit der manuellen Inhaltsanalyse wurde die Themenorientierung eines Beitrags geprüft, d.h. ob ein Beitrag eine thematische Einordnung der berichteten Geschehnisse vornimmt. Weil die Methodik dieselbe ist wie bei der Qualitätsanalyse im Jahrbuch Qualität der Medien, kann die Themenorientierung in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg verglichen werden mit der Gesamtberichterstattung im Jahr 2021.

Die untersuchten Schweizer Medien bemühen sich in der Berichterstattung über den Ukrainekrieg deutlich um Einordnungen (vgl. Darstellung 9). Jeder vierte Beitrag ist von einer Themenorientierung geprägt, weist also eine messbare Einordnungsleistung auf (25%). Dazu gehören beispielsweise Hintergrundberichte über die erfolgreichen Inszenierungen des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj im «guerre des images» (letemps.ch, 06.03.2022), über die Stimmung in der russischen Gesellschaft (nzz.ch, 04.04.2022) oder den Zustand der ukrainischen Armee (tagesanzeiger.ch, 18.03.2022). Auch in der Kriegsberichterstattung im engeren Sinn, bei der Kampfhandlungen, Kriegsstrategien und die Auswirkungen auf die Zivilbevölkerung im Zentrum steht, liegt der Anteil an Einordnungen bei 22%.

Die Einordnungsleistungen sind klar höher als in der themenunabhängigen Gesamtberichterstattung im Jahr 2021 (14%). Einen besonders hohen Beitrag zur Einordnung liefern die Abonnementsmedien (41%), allen voran letemps.ch (53%) und nzz.ch (55%), deren Themenorientierung im Vergleich zur Gesamtberichterstattung sogar 17 Prozentpunkte

---

4% aller Beiträge weisen eine Metaberichterstattung auf.

---

höher ist. Auch der öffentliche Rundfunk (29%), srf.ch (38%) mehr als rts.ch (21%), weist höhere Einordnungsleistungen als sonst auf (12%). Schliesslich sind auch bei Boulevard- und Pendlermedien die Einordnungsleistungen beim Thema Ukrainekrieg hö-

her (11%), doch nur um 4 Prozentpunkte. Positiv hebt sich allerdings watson.ch ab (31%).

Neben Einordnungsleistungen interessieren mit Blick auf die besonderen Herausforderungen in Kriegszeiten die Reflexionen der Medien über sich selbst. Eine Metaberichterstattung (Esser et al., 2005) macht zum Thema, unter welchen Bedingungen Informationen im Krieg produziert werden und welche Rolle die Medien dabei spielen. Pro Beitrag haben wir erfasst, ob eine solche Metaberichterstattung vorliegt oder nicht. 4% aller Beiträge weisen eine Metaberichterstattung auf. Dieser auf den ersten Blick geringe Anteil sollte nicht unterschätzt werden. Der Anteil ist einiges höher als in der Berichterstattung über die Coronapandemie (1,5%; vgl. Eisenegger et al., 2021). Auch Fengler et al. (2020) kommen in ihrer Analyse des Ukraine Konflikts nach 2014 auf einen Anteil der Metaberichterstattung von rund 3 Prozent und halten fest, dass die Metaberichterstattung auf diese Weise zu einem relevanten Element der aktuellen Kriegs- und Konfliktberichterstattung geworden ist. Besonders hoch in unseren Auswertungen ist der Anteil der Metaberichterstattung bei watson.ch (9%) und beim tagesanzeiger.ch (9%), der darüber hinaus zwischendurch einen eigenen Ticker («Ukraine-Blog») mit Faktenchecks verschiedener Quellen betrieb und Erklärungen anbot, aus welchen Gründen welche Quellen und welche Informationen zuverlässiger sind. Auf den Angeboten von 20minutes.ch (1%), bluewin.ch (0%) und lematin.ch (0%) aber lässt sich (fast) keine Metaberichterstattung beobachten.

## 4 Fazit

Mit dieser Studie haben wir die Qualität der Berichterstattung zum Ukrainekrieg anhand verschiedener Qualitätsmerkmale untersucht. Übergeordnet lässt sich eine positive Leistung der Medien bilanzieren. Der Krieg erhält als relevantes Thema eine breite Resonanz und die Berichterstattung weist eine relativ hohe Themenvielfalt auf. Die Berichterstattung zum Krieg ist auch durch die hohen Einordnungsleistungen charakterisiert und enthält ein gewisses Mass an Selbstreflexion über die Rolle der Medien im Krieg. Positiv zu erwähnen ist zudem der vorsichtige Umgang mit Bildern. Gleichzeitig beste-



hen auch blinde Flecken. Die Berichterstattung fokussiert sehr stark auf die beiden Konfliktparteien und vernachlässigt indirekt betroffene Regionen, etwa Länder des globalen Südens.

Die Studie bestätigt gleichzeitig die unterschiedlichen Leistungen der Medientypen, vor allem zwischen Abonnementsmedien und dem öffentlichen Rundfunk einerseits und den Boulevard- und Pendlermedien andererseits. Die Boulevard- und Pendlermedien weisen für ihre Verhältnisse aber überdurchschnittliche Einordnungsleistungen auf und fallen bei keinem Qualitätsindikator übermässig ab. Bei einigen Boulevard- und Pendlermedien zeigt sich aber in aller Deutlichkeit die starke Abhängigkeit von Agenturbeiträgen. Sie verfügen, anders als die Abonnements- und SRG-Angebote, nicht über Korrespondent:innen und sind zum Teil besonders abhängig von externen Quellen aus Militär und Staat, von anderen Newsmedien oder Stimmen aus Social Media. Eine solche Berichterstattung des Ukrainekriegs lässt sich insofern als «Berichterstattung vom Schreibtisch aus» bezeichnen, die möglicherweise mit weniger Aufwand betrieben werden kann. Allerdings bestehen diesbezüglich innerhalb der Boulevard- und Pendlermedien grössere Unterschiede. Watson.ch und blick.ch weisen zum Beispiel gleich hohe Anteile an redaktionellen Eigenleistungen auf wie der öffentliche Rundfunk, wenn auch nicht von Korrespondent:innen.

Im Gesamtblick zeigt unsere Studie bei allen Medientypen eine relativ hohe Abhängigkeit von bestimmten externen Quellen. Dazu gehören einerseits Nachrichtenagenturen als etablierte Zulieferer. Andererseits gehören dazu bestimmte externe Quellen, besonders staatlich-militärische Quellen, Newsmedien und Social Media. Social-Media-Quellen wie Tweets oder Posts auf Telegram sind nur etwas weniger wichtig als Newsmedien. Dies unterstreicht die zunehmende Bedeutung von Social Media als Quelle für den Journalismus. Gerade hier droht auch Einfluss von externen Akteuren, wenn unkritisch Inhalte auf Social Media von vermeintlich authentischen und unabhängigen Absender:innen übernommen werden. Insbesondere die positive Inszenierung der ukrainischen Armee wird in Verbindung mit einer gezielten Social-Media-Kampagne gebracht (Trouillard, 2022). Darüber hinaus zeigt sich generell, dass staatlich-militärische Quellen aus der Ukraine deutlich präsenter sind als russische.

Die Verwendung vor allem von militärisch-staatlichen Quellen kann auch zu einer Form von Horse-Race-Journalismus im Krieg führen, sprich einer unkritischen, nicht einordnenden und kleinteiligen Darstellung des Kriegsverlaufs mit einem starken Framing von Gewinner versus Verlierer. Diese Form des Journalismus birgt das Risiko, dass Narrative der Kriegsparteien unkritisch übernommen werden. Die Frage nach der Oberflächlichkeit der Berichterstattung, «die sich auf die Episodisch-technisch-strategische Aspekte des Kampfgeschehens konzentriert und komplexe thematische Zusammenhänge aus dem politischen und kulturellen Feld ausblendet», ist in der Berichterstattung für viele Kriege typisch (Eilders & Hagen, 2005, S. 208). Unsere Analyse zeigt aber, dass sich die Berichterstattung zum Ukrainekrieg nicht in einem Horse-Race-Journalismus erschöpft, sondern viele verschiedene Themenbereiche abdeckt. Zudem hat rund jeder vierte Beitrag einen einordnenden Charakter, sogar in der Kriegsberichterstattung im engeren Sinn.

Unsere Studie hat nicht den Anspruch, alle Aspekte der Kriegsberichterstattung zu erfassen. In weiterführenden Studien wären Analysen zur Bewertung der involvierten Akteur:innen, zur politischen Positionierung und der Legitimität von adäquaten Massnahmen lohnenswert. Solche Muster der Berichterstattung reflektieren oftmals das generelle politische Klima und die politische Kultur eines Landes; entsprechend wären hier ländervergleichende Analysen sinnvoll. Auch den Umgang mit Desinformation, die von manchen Medien sogar mit forensischen Methoden enthüllt und widerlegt wird, konnten wir nicht erfassen. Dies würde eine sehr detaillierte und zeitaufwendige Rekonstruktion der Beweisführung erfordern. Des Weiteren wäre mit Blick auf ein mögliches Ende des Kriegs eine genauere Untersuchung möglich, welchen Stellenwert ein konfliktsensitiver Journalismus (Bilke, 2008) bzw. Friedensjournalismus (Kempf, 2021) einnimmt, also inwieweit Medien zum Beispiel stärker lösungs- statt konfliktorientiert berichten. Trotz dieser Limitationen konnten wir mit dieser Studie ein gesamtheitliches Bild der Berichterstattung über den Ukrainekrieg in Schweizer Medien zeichnen, das als Startpunkt für weiterführende Studien dienen kann.



#### Literatur

---

Bilke, N. (2008). *Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein Modell für einen konflikt sensitiven Journalismus*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91137-3>

---

Brüggemann, M. & Wessler, H. (2009). Medien im Krieg: Das Verhältnis von Medien und Politik im Zeitalter transnationaler Konfliktkommunikation. In F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 635-657). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-91728-3\\_26](https://doi.org/10.1007/978-3-531-91728-3_26)

---

Christensen, B. & Khalil, A. (2021). Reporting Conflict from Afar: Journalists, Social Media, Communication Technologies, and War. *Journalism Practice*, 43(2), 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1908839>

---

Eilders, C. & Hagen, L. M. (2005). Kriegsberichterstattung als Thema kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Ein Überblick zum Forschungsstand und den Beiträgen in diesem Themenheft. *Medien und Kommunikationswissenschaft M&K*, 53(2-3), 205-221. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2005-2-3-205>

---

Eisenegger, M., Oehmer, F., Udris, L. & Vogler, D. (2021). Lessons Learned? Die Qualität der Medienberichterstattung in der ersten und zweiten Welle der Corona-Pandemie. In fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera* (S. 37-49). Schwabe.

---

Esser, F., Schwabe, C. & Wilke, J. (2005). Metaberichterstattung im Krieg. Wie Tageszeitungen die Rolle der Nachrichtenmedien und der Militär-PR in den Irakkonflikten 1991 und 2003 framen. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 53(2), 314-332. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2005-2-3-314>

---

Fengler, S., Kreutler, M., Alku, M., Barlovac, B., Bastian, M., Bodrunova, S. S., Brinkmann, J., Dingerkus, F., Hájek, R., Knopper, S., Kus, M., Láb, F., Lees, C., Litvinenko, A., Medeiros, D., Orlova, D., Ozolina, L., Paluch, A., Radu, R. N., Stefanikova, S., Veldhoen, H., Zguri, R. (2020). The Ukraine Conflict and the European Media: A Comparative Study of Newspapers in 13 European Countries. *Journalism*, 21(3), 399-422. <https://doi.org/10.1177/1464884918774311>

---

---

Gackowski, T. & Brylska, K. (2022). <Machiavellian Russia> in the Crimean Conflict: Clarification of Strategic Narratives Analysis Method. *Journalism*, 23(4), 773–788. <https://doi.org/10.1177/1464884920928157>

---

Gleich, U. (2003). Qualität im Journalismus am Beispiel der Kriegsberichterstattung. *Media Perspektiven*, (3), 139–148.

---

Hanitzsch, T. (2007). Situating Peace Journalism in Journalism Studies: A critical Appraisal. *conflict & communication online*, 6(2). [https://regeneronline.de/journalcco/2007\\_2/pdf/hanitzsch.pdf](https://regeneronline.de/journalcco/2007_2/pdf/hanitzsch.pdf)

---

Honnibal, M., & Montani, I. (2017). *spaCy 2: Natural language understanding with Bloom embeddings, convolutional neural networks and incremental parsing*.

---

Imhof, K. (1995). Kriegskommunikation im sozialen Wandel. In K. Imhof & P. Schulz (Hg.), *Medien und Krieg - Krieg in den Medien* (S. 123–136). Seismo.

---

Kempf, W. (2021). *Friedensjournalismus. Grundlagen, Forschungsergebnisse und Perspektiven*. Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748911937>

---

Nygren, G., Glowacki, M., Hök, J., Kiria, I., Orlova, D. & Taradai, D. (2018). Journalism in the Crossfire: Media Coverage of the War in Ukraine 2014. *Journalism Studies*, 19(7), 1059–1078. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1251332>

---

Ojala, M. & Pantti, M. (2017). Naturalising the New Cold War: The Geopolitics of Framing the Ukrainian Conflict in Four European Newspapers. *Global Media and Communication*, 13(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1742766517694472>

---

Prinzing, M. (2021). Kriegsberichterstattung: Fragen von Marlis Prinzing an Kurt Pelda. In M. Prinzing & R. Blum (Hg.), *Handbuch Politischer Journalismus* (S. 179–190). Halem.

---

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2022). *Digital News Report*. <http://www.digitalnewsreport.org>

---

Roman, N., Wanta, W. & Buniak, I. (2017). Information Wars: Eastern Ukraine Military Conflict Coverage in the Russian, Ukrainian and U. S. Newscasts. *International Communication Gazette*, 79(4), 357–378. <https://doi.org/10.1177/1748048516682138>

---

Trouillard, S. (2022). *Following the Ukraine war - and fighting it - on social media*. France 24. <https://www.france24.com/en/europe/20220308-following-the-war-in-ukraine-%E2%80%93-and-fighting-it-%E2%80%93-on-social-media>

---

---

**Copyright**

fög - Forschungszentrum  
Öffentlichkeit und  
Gesellschaft / Universität Zürich

---

**Kontakt**

fög / Universität Zürich  
Andreasstrasse 15  
CH-8050 Zürich

[kontakt@foeg.uzh.ch](mailto:kontakt@foeg.uzh.ch)  
+41 (0)44 635 21 11  
[www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)

---