Vermessen?

Journalistische Qualität zwischen Demokratieerwartung und Quantifizierung

Acht Tische für die Vierte Gewalt
Die Klausur zur Zukunft der Medienförderung in Österreich

Dr. Leonard Novy
mail@leonard-novy.de

Donnerstag, 12. November 2026

03 / VIER STUFEN

Qualität lässt sich operationalisieren, an vier Orten

01 INPUT
Systemqualität

- ○ **Unabhängigkeit**
  von Politik und Wirtschaft
- ○ **Ressourcen**
  Personal, Zeit, Know-how
- ○ **Anbietervielfalt**
  Eigentum, Marktstruktur

›

02 THROUGHPUT
Prozessqualität

- ● **Richtigkeit**
  Faktentreue, Verifikation
- ● **Transparenz**
  Quellen, Verantwortung
- ● **Überparteilichkeit**
  Verantwortungsvoller Umgang mit Nachricht und Meinung, Ausgewogenheit

›

03 OUTPUT
Produktqualität

- ○ **Relevanz**
  gesellschaftliche Bedeutung
- ○ **Vielfalt**
  Themen, Akteure, Meinungen
- ○ **Einordnung**
  Hintergrund, Kontext
- ○ **Verständlichkeit**
  klar, nachvollziehbar

›

04 OUTCOME
Wirkungsqualität

- ○ **Vertrauen**
  Glaubwürdigkeit beim Publikum
- ○ **Wissen**
  informierte Meinungsbildung
- ○ **Beteiligung**
  öffentlicher Diskurs

● von NewsGuard erfasst ○ andere Verfahren, z. B. Inhaltsanalyse, Publikumsforschung

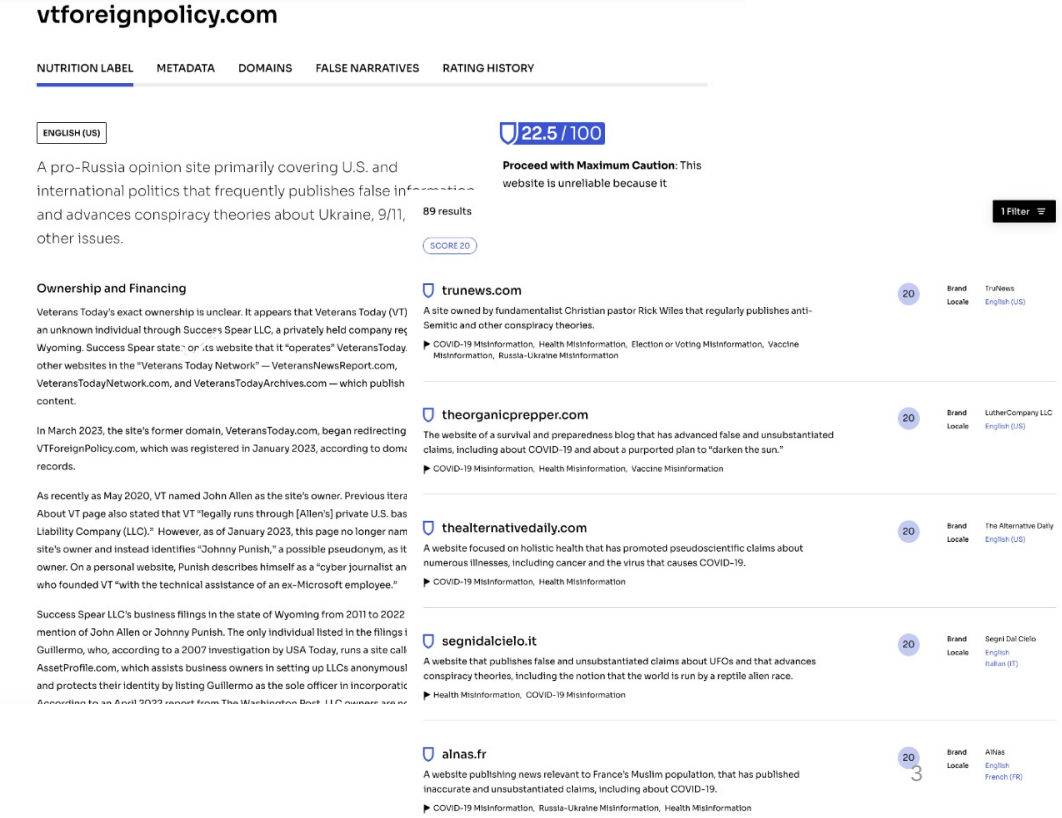
Vgl. Medienhaus Wien (2026), Journalismusförderung in Österreich

04 / NEWSGUARD

Source Reliability Ratings: über 30.000 Quellen bewertet

NewsGuard bewertet Glaubwürdigkeit und Transparenz von über 30.000 Quellen, auf die 95 % des Engagements entfallen. Die Ratings dienen als Signal für die Verlässlichkeit einer Quelle.

- Vertrauens-Score von 0 bis 100
- Ausführliches Profil („Nutrition Label“)
- Über 40 Metadatenfelder



05 / NEWSGUARD

Wie NewsGuard bewertet: neun Kriterien journalistischer Praxis

01 Journalist:innen bewerten Nachrichten- und Informationsseiten nach neun grundlegenden, unpolitischen Kriterien journalistischer Praxis.

02 Aus den neun Kriterien ergibt sich ein Gesamt-Score von 0 bis 100.

03 Jedes Rating wird im „Nutrition Label“ begründet: Eigentum und Finanzierung, Inhalte, Glaubwürdigkeit, Transparenz und Geschichte der Quelle.



Weitgehend glaubwürdig: Die Website hält sich größtenteils an grundlegende Standards von Glaubwürdigkeit und Transparenz.



Vorsicht: Die Website ist unzuverlässig, weil sie mehrere grundlegende journalistische Standards nicht einhält.

DIE NEUN KRITERIEN

GLAUBWÜRDIGKEIT · 75 PKT.

Keine Falschinhalte in erheblichem Ausmaß
Verantwortungsvolle Recherche und Darstellung
Wirksame Fehlerkorrektur
Verantwortungsvoller Umgang mit Nachricht und Meinung
Keine irreführenden Überschriften

TRANSPARENZ · 25 PKT.

Eigentum und Finanzierung offengelegt
Werbung klar gekennzeichnet
Verantwortliche und Interessenkonflikte benannt
Autor:innen mit Kontakt oder Bio

06 / NEWSGUARD

Acht Schritte bis zum veröffentlichten Rating

01 › 02 › 03 › 04

Analyse

Ein:e Analyst:in prüft Inhalte, Eigentum, Finanzierung und Praxis und erstellt eine erste Bewertung samt Nutrition Label.

Stellungnahme

Scheint ein Kriterium verfehlt, wird die Website kontaktiert. Sie kann Stellung nehmen oder Mängel beheben.

Faktencheck

Ein:e zweite:r Analyst:in prüft Fairness und Richtigkeit. Strittige Punkte werden eskaliert.

Redaktionelle Prüfung

Ein:e leitende:r Redakteur:in überarbeitet die Bewertung und kann sie zur Klärung zurückgeben.

05 › 06 › 07 › 08

Schlusskontrolle

Die gesamte Redaktion einschließlich der Co-CEOs prüft die finale Bewertung.

Veröffentlichung

Sind alle Punkte geklärt, wird das Rating veröffentlicht und ist für Website und Nutzer:innen sichtbar.

Falschnarrative erfasst

Bei der Prüfung entdeckte Falschnarrative werden als „False Claim Fingerprints“ dokumentiert.

Aktualisierung

Jedes Rating wird regelmäßig überprüft, das Nutrition Label aktualisiert.

07 / NEWSGUARD

Erfüllt oder nicht: Wie der Score entsteht

NR.	KRITERIUM	PUNKTE	WEBSITE A	WEBSITE B
			fiktive Beispiele	
1	Keine Falschinhalte in erheblichem Ausmaß	22	✓	✕
2	Verantwortliche Recherche	18	✓	✕
3	Wirksame Fehlerkorrektur	12,5	✓	✕
4	Verantwortungsvoller Umgang mit Nachricht und Meinung	12,5	✓	✓
5	Keine irreführenden Überschriften	10	✓	✕
6	Eigentum, Finanzierung offengelegt	7,5	✕	✕
7	Werbung gekennzeichnet	7,5	✓	✓
8	Verantwortliche benannt	5	✓	✓
9	Autor:innen mit Bio	5	✕	✓
SCORE		100	87,5	30

1–5 Glaubwürdigkeit (75 Pkt.) **6–9** Transparenz (25 Pkt.)

NEWSGUARD-SKALA

100 Hohe Glaubwürdigkeit	
75–99 Weitgehend glaubwürdig	◀ A
60–74 Glaubwürdig mit Ausnahmen	
40–59 Vorsicht	
0–39 Höchste Vorsicht	◀ B

08 / GOODHART-PRINZIP

Wenn ein Maß zum Ziel wird …

× PAPIERQUALITÄT		✓ PRAXISQUALITÄT
Redaktionsstatut liegt vor	→	Innere Medienfreiheit wird gelebt
Korrekturrichtlinie veröffentlicht	→	Fehler werden sichtbar korrigiert
Verträge als „journalistisch“ eingestuft	→	Mehr tatsächliche Recherchearbeit
Reichweite über 300.000 Unique User	→	Relevanz und Eigenleistung

Gaming ist kein Problem, solange Indikator und Ziel zusammenfallen. Wer Werbung kennzeichnet, kennzeichnet Werbung.

09 / EMPFEHLUNGEN

Drei Empfehlungen im Geist der Studie

01

Mindeststandards als Voraussetzung

Ethikregeln mit unabhängiger Beschwerdestelle und Redaktionsstatut sind die Eintrittsschwelle, keine Zugabe.

02

Praxis prüfen, nicht nur Papier

Externe Praxisratings, mehrere statt eines, als Evidenz für die Kommission, etwa bei der Aberkennung.

03

Das System beobachten

Ein jährlicher Bericht zur Qualität der Öffentlichkeit macht Output und Outcome sichtbar. Kriterien evaluieren.