



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2022

Medienforscher: «Der freie Markt versagt im Journalismus»

Hann, Vanessa ; Eisenegger, Mark

Abstract: Guter Journalismus brauche Personal, Geld und Zeit, sagt der Kommunikations-Professor Mark Eisenegger. Doch diese Ressourcen fielen weg. Im Gespräch über das Mediengesetz erklärt er, warum es der freie Markt nicht mehr richten kann.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-215334>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Hann, Vanessa; Eisenegger, Mark. Medienforscher: «Der freie Markt versagt im Journalismus». In: watson, 31 January 2022, online.



Das Mediengesetz fördert besonders Online-Medien, bei denen die Leserschaft für Artikel zahlen müssen. Medienforscher Mark Eisenegger findet das gut. *bild: shutterstock*

INTERVIEW

Medienforscher: «Der freie Markt versagt im Journalismus»

Guter Journalismus brauche Personal, Geld und Zeit, sagt der Kommunikations-Professor Mark Eisenegger. Doch diese Ressourcen fielen weg. Im Gespräch über das Mediengesetz erklärt er, warum es der freie Markt nicht mehr richten kann.



31.01.2022, 05:42

01.02.2022, 06:26

Herr Eisenegger, wie schneiden die Schweizer Medien im internationalen Vergleich ab?

Mark Eisenegger: Die Qualität der Schweizer Medien ist noch relativ gut. Jedoch sehen wir in der Forschung Einbussen bei der Vielfalt. Die Medienlandschaft wird immer gleichförmiger.

Gleichzeitig hat die Schweiz eine der grössten Dichte an regionaler Berichterstattung pro Kopf.

Wir haben noch einige regionale Zeitungen. Viele gehören aber zu einer grossen Zentralredaktion, wie die von TX Group oder von CH Media. In der nationalen und internationalen Berichterstattung werden gleiche Inhalte in unterschiedlichen Titeln abgefüllt. Darunter leidet die Vielfalt auf überregionaler Ebene. Zudem wird es im Lokalen sowohl für die grossen Medienhäuser als auch für die kleinen unabhängigen Regionalmedien schwierig, den Journalismus zu refinanzieren.

«Nur wenn der Journalismus sein Publikum im Fokus behält, wird er akzeptiert, bleibt glaubwürdig und kann überleben.»

Wird das Mediengesetz, das am 13. Februar an die Urne kommt, dieses Problem lösen?

Klar ist: Guter Journalismus braucht Personal, Geld und Zeit. Diese Ressourcen brechen weg. Die Zahlungsbereitschaft der Schweizer Bevölkerung ist tief, besonders bei den Jungen. Man denkt, die Informationen sind frei verfügbar im Netz. In der Schweiz zahlen nur 17 Prozent der Mediennutzerinnen und -nutzer für Online-Journalismus. Gleichzeitig sinken die Werbeumsätze, weil Private lieber bei Google oder Facebook inserieren, die anhand der Nutzerdaten ein hocheffizientes Marketing betreiben können. Das Medienpaket würde die Ressourcenproblematik angehen.

watson und das Mediengesetz

Das Mediengesetz will zukünftig auch Online-Medien mit 30 Millionen Franken jährlich unterstützen. Online-Plattformen mit

Medien würden durch die staatliche Förderung ihre Glaubwürdigkeit verlieren: Das ist gemäss der neusten Abstimmungs-Umfrage der Tamedia-Titel der häufigste Grund für ein Nein zum Medienpaket. Zu Recht?

Nein, dieser Einwand ist nicht gerechtfertigt. Wir haben in der Schweiz bereits viel Erfahrung mit direkter Medienförderung im Bereich privater TV- und Radiosender. Kaum jemand würde behaupten, dass diese Medien gegenüber dem Staat unkritisch sind. Zudem sind die Kriterien der Gesetzesvorlage, nach denen die Medien Geld erhalten würden, allgemein gehalten und nur formaler Natur. Die Gefahr ist gering, dass die geförderten Medien ihre Kritikfähigkeit gegenüber dem Staat verlieren würden. Auch mit direkter Medienförderung muss der Journalismus sein Publikum im Fokus haben, nur so wird er akzeptiert, bleibt er glaubwürdig und kann überleben. Das setzt auch einen kritischen Umgang mit Behörden voraus.

Wird es auch die Lokalmedien retten, denen zusehends der Schnauf ausgeht?

Ich bin überzeugt, dass dieses Paket den Lokalmedien helfen wird. Der Trend, dass die Zahlungsbereitschaft abnimmt und Werbeeinnahmen wegfallen, wird sich fortsetzen und die nächste Abbaurunde im Lokalbereich stattfinden. Was man kritisieren kann, ist der Verteilschlüssel und ob der die Lokalmedien ausserhalb der grossen Verbundsysteme mehr begünstigen sollte.



Mark Eisenegger ist Professor für Kommunikationswissenschaft und leitet das Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög) der Universität Zürich. Das Fög gibt das «Jahrbuch Qualität der Medien» heraus. *bild: zvg*

Warum wettern eigentlich alle Bürgerlichen gegen das Gesetz?

Die Bürgerlichen sind verankert im Liberalismus und fürchten eine zu starke Einfluss-

stört an der ganzen Debatte: Sie wird sehr ideologisch und einseitig geführt.

«Journalismus muss die Mächtigen kontrollieren, egal ob beim Staat oder bei Unternehmen.»

MAZ-Direktorin und Journalistin Martina Fehr sagte in der SRF «Arena», sie fürchte sich nicht vor dem Staat, sondern viel mehr davor, dass die Werbekunden und Inserenten die Medien immer stärker beeinflussen. Ist ihre Angst begründet?

Ich sage es so: Wir brauchen unabhängigen Journalismus, der die Mächtigen kontrolliert, egal ob beim Staat oder bei Unternehmen. Bei der globalen Finanzkrise im Jahr 2008 zum Beispiel war es unabdingbar, dass der Journalismus dem Finanzsystem kritisch auf die Finger geschaut hat. Wir müssen die Debatte von unabhängigem Journalismus viel breiter führen, auch gegenüber dem wachsenden Einfluss von Werbekunden oder privaten Investoren mit politischen Motiven.

«Sie spielen hier den weissen Ritter der Medienvielfalt»: «Arena»-Moderator teilt aus

Warum kann man die Medien nicht einfach dem freien Markt überlassen?

Es wäre super, wenn der freie Markt den Journalismus ausreichend finanzieren würde. Jedoch versagt er im Bereich Journalismus. Der Markt ist immer weniger fähig, die Schweiz mit ihrem komplexen, föderalistischen und direktdemokratischen System mit den nötigen Informationen zu versorgen. Denken Sie an die Berichterstattung auf Gemeinde- oder Kantonebene sowie in den unterschiedlichen Sprachregionen. Deshalb muss die öffentliche Hand hier unterstützend einwirken. Zumindest, solange wir alle davon überzeugt sind, dass guter Journalismus für eine funktionierende Demokratie auf allen Ebenen des föderalen Systems unabdingbar ist. Und da habe ich bis jetzt keine gegenteilige Meinung gehört.

hig, die Schweiz mit ihrem komplexen, föderalistischen und direkt-demokratischen System mit den nötigen Informationen zu versorgen.»

Subvention hin oder her: In erster Linie wären die Verlegerinnen gehalten, ein gutes Geschäftsmodell für den Journalismus zu kreieren, das modern und zukunftssicher ist. Haben das die grossen Schweizer Verlage verpasst?

Die Schweizer Verlagshäuser hätten sicherlich früher auf die Digitalisierung reagieren und andere Geschäftsmodelle andenken können. Fakt ist aber, dass wir in einer schwierigen Übergangsphase zur Digitalisierung stecken. Die ältere Bevölkerung liest immer noch Print, die jüngere online. Die Redaktionen müssen jetzt viele, unterschiedliche Kanäle auch online und im sozialen Netz bedienen, gleichzeitig brechen die Ressourcen weg.

Was ist mit innovativen Online-Medien? Das Mediengesetz fördert sie nicht grundsätzlich, sondern diskriminiert sie nach ihrem Geschäftsmodell.

Das ist ein Punkt, den man kritisch diskutieren kann. Das Mediengesetz fördert besonders Online-Medien, bei denen die Leserschaft für Artikel zahlen müssen. Ich persönlich finde das richtig, weil die Gratis-Kultur einer der Faktoren ist, der dem Journalismus stark zusetzt. Aber das kann man durchaus anders sehen und ist vielleicht auch ein Punkt, den man anpassen sollte, wenn man die Förderinstrumente für die Medien weiter justiert.

«Die Hürde in den Medienmarkt ist für junge Unternehmerinnen und Unternehmer derart hoch, man muss ein Idealist sein und Selbstausbeutung voraussetzen.»

Wie könnte man dem Marktversagen sonst noch Gegensteuer geben?

Die Eintrittsschwelle in den Medienmarkt soll für junge, innovative Unternehmerinnen und Unternehmer so tief wie möglich sein. Die Hürde ist momentan derart hoch, man muss ein Idealist sein und Selbstausbeutung voraussetzen, wie man bei Projekten wie tsüri.ch beobachten kann. Startup-Unternehmen sollen dezidiert gefördert

[Umfrage zeigt deutliche Nein-Mehrheit](#)

[Das Tabakland Schweiz – die letzte Bastion der Qualmer droht in Rauch aufzugehen](#)

[Was du vor der Abstimmung im Februar zur Stempelsteuer wissen musst](#)

Medienagenda 2017 – die Top-20-Themen



1 / 22

Medienagenda 2017 – die Top-20-Themen

Rang 20: Die Debatte über die **No-Billag-Initiative** begann ungewöhnlich früh – und schaffte es so bereits im Jahr vor der Abstimmung auf die Liste der meistbeachteten Themen.

quelle: keystone / marcel bieri



Das Mediengesetz in 130 Sekunden erklärt – und was watson damit zu tun hat

