



**University of
Zurich** ^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

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

Year: 2011

Qualitätsjournalismus unter Druck

Leonarz, M ; Meier, W ; Siegert, G

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-53424>
Newspaper Article
Published Version

Originally published at:
Leonarz, M; Meier, W; Siegert, G. Qualitätsjournalismus unter Druck. In: Neue Zürcher Zeitung, 21
June 2011, p.54.

Qualitätsjournalismus unter Druck

Ein Überblick über wissenschaftliche Analysen

Die ökonomischen Probleme der Presse beschäftigen auch die Politik. Zur Diskussion steht die Frage, ob und wie die Medien ihre demokratiepolitischen Funktionen noch wahrzunehmen vermögen. Der Bundesrat wird sich demnächst dazu äussern.

Martina Leonarz, Werner A. Meier und Gabriele Siebert

Im April 2010 hat das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) fünf Studien zur Lage der Medien in der Schweiz in Auftrag gegeben. Der Bundesrat reagierte auf ein Postulat von Nationalrat Hans-Jürg Fehr, der von der Regierung einen Bericht über die Zukunftschancen namentlich der Presse verlangte.

Die zur Vernehmlassung veröffentlichten Studien haben eine Diskussion initiiert, die sich jedoch sehr auf Details einzelner Studien bezog. Nachfolgend werden die wichtigsten Ergebnisse aus den Studien zusammengefasst, um in der gegenwärtigen medienpolitischen Debatte auf die Kernaspekte zur Sicherstellung demokratierelevanter Leitmedien hinzuweisen.

Wichtige Integrationsleistung

Jede Region hat unterschiedliche Befindlichkeiten und Erwartungen an eine demokratiegerechte Information der Öffentlichkeit. Die Regionalzeitungen tragen der föderalistischen Struktur der Schweiz Rechnung und sind für die regionale Identität zentral. Durch ihre Berichterstattung erfüllen sie nicht nur eine demokratiepolitische Funktion, sondern auch eine integrative.

Die Berichterstattung in den traditionellen Tages- und Regionalzeitungen ist auf aktuelle Ereignisse, Konflikte und Erfolge ausgerichtet. Sie thematisiert politische und alltägliche Tatbestände, favorisiert eine populäre Aufmachung von Themen oft auf Kosten der institutionellen Sachpolitik. Inhaltsanalysen zeigen zudem, dass die Tages- und Regionalzeitungen kaum Kritik- und Kontrollfunktionen wahrnehmen. Es wird selten kritisiert; die Regionalberichterstattung ist in neutralem und fallweise leicht positivem Ton gehalten.

Weniger Sachkompetenz

Politiker sowie Medienschaffende selbst

stellen einen Verlust der publizistischen Qualität bei den Regionalmedien fest. Die Verlage bemühen sich zwar, möglichst umfassende Regionalberichterstattung zu leisten und ihr «Herzstück» wenn immer möglich vor Personalabbau zu verschonen. Dennoch: Die Regionalberichterstattung ist umfangsmässig geschrumpft, was vor allem die Chronistenpflicht tangiert. Regionaljournalismus ist anspruchsvoll und verlangt sowohl vielfältige Themenkompetenz wie auch intime Ortskenntnisse.

Demgegenüber werden Leistung und Kompetenz der Medienschaffenden in Frage gestellt. Besonders Politiker und Politikerinnen bemängeln, dass Medienschaffende offenbar nicht über genug Sachwissen und Themenkompetenz verfügen und dass junge Medienschaffende zudem immer weniger vertraut mit derjenigen Region sind, über welche sie berichten.

Ungleicher Zugang

Die Zeitungen verstehen sich als Forum und sind formal für alle etablierten Interessen offen. Da die Medienschaffenden immer weniger aktiv recherchieren, haben gut organisierte Gruppierungen einen offenen Zugang zu den Medien. Lose organisierte Gruppen bekunden hingegen Mühe, in die Medien zu gelangen. Zudem zeigt sich, dass Mitglieder von Exekutiven gut vertreten sind, nicht aber die Parlamentarier.

Regionalberichterstattung ist durch die Nähe und Vernetzung von verschiedenen Akteuren gekennzeichnet. Etablierten Akteuren ist die Medienaufmerksamkeit sicher; marginale Akteure bleiben fallweise unsichtbar.

Weitere Medienkonzentration

Im Jahr 2000 gab es noch 45 redaktionelle und wirtschaftlich eigenständige Zeitungen in der Schweiz. 2009 waren es lediglich deren 32. Diese Zahlen belegen, dass die meisten Regionen «Ein-Zeitungs-Regionen» sind. Publizistische Konkurrenz fehlt weitgehend. Die fünf grössten Verlage decken 91 Prozent des Abonnements- und Gratis-Tageszeitungsmarkts ab. Allerdings sind in den letzten zehn Jahren sowohl die Zahl der Medienunternehmen wie auch ihr Umsatz geschrumpft. Ebenfalls abnehmend sind die Reichweiten von Abonnement-Tageszeitungen.

Die andauernden Konzentrationsprozesse und die Bildung von publizisti-

schen Monopolen werden von einigen Medienschaffenden und der Politik kritisiert und als schädlich für die Demokratie betrachtet, da sie den Ansprüchen publizistischer Vielfalt widersprechen. Die im Zuge der Konzentrationsprozesse implementierten Konvergenzstrategien bergen für sie die Gefahr, dass unternehmerische Überlegungen kontinuierlich vor publizistische gestellt werden. Andere Medienvertreter sehen in der Konzentration keine zentrale Entwicklungskomponente.

Qualitätsprobleme

Die Redaktionsstrukturen haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Tendenziell lösen sich die traditionellen Ressortenteilungen auf, und es etablieren sich integrierte Nachrichtenredaktionen. Durch solche redaktionellen Umstrukturierungen können die Medienbetriebe Personal einsparen.

Solcherart organisierte Zeitungsredaktionen können aber nicht in vergleichbarer Weise eine kontinuierliche, umfangreiche Themenbildung hervorbringen wie Zeitungen, die nach wie vor die klassischen Ressorts bedienen. Zudem setzen die neuen Redaktionsformen die Medienschaffenden einem höheren Produktionsdruck aus. Diese müssen in kurzer Zeit verschiedene Medienkanäle bedienen, was unter anderem mit einer Mehrfachverwertung einhergeht. Zugleich sind beim zunehmend auf aktuelle Ereignisse und Konflikte fixierten Journalismus eine Entprofessionalisierung und Qualitätsprobleme zu beobachten.

Boulevardisierung

Die Regionalzeitungen werden sowohl vonseiten der Politik als auch der Medienschaffenden selbst als immer boulevardesker eingeschätzt. Sie fokussieren auf vermutete Leserwünsche und bewerten in der Folge publizistische Inhalte um: Unterhaltung und Soft-News werden wichtiger. Aus einer wirtschaftlichen Warte wird Boulevardisierung mit der Sicherung der Leserschaft verbunden.

Die Auflösung der klassischen Ressorts treibt die Boulevardisierung zusätzlich voran. Allerdings führt die zunehmende Boulevardisierung der Medien zur Entpolitisierung der politischen Kommunikation. Politikerinnen und Politiker betreiben Populismus, indem sie unter anderem den «boulevard-

desken Spielregeln» der Abonnements-Zeitungen folgen, oder sie weichen nach eigenen Angaben verstärkt auf die ohnehin schon boulevardeskeren Medien wie Gratiszeitungen, Online-Medien und kommerzielle Radio- und Fernsehprogramme aus.

Verstärkte Selbstreferenz

Die Flut an Informationen im Internet, welche den Medienschaffenden zur Verfügung stehen, hat sowohl positive als auch negative Konsequenzen für die publizistische Vielfalt. Medienschaffende nutzen das Internet ausgiebig für ihre Arbeit. Zwar schätzen die Journalisten ihre Recherchekompetenz im Internet hoch ein, sie nutzen de facto aber nur wenige Online-Quellen, und ihre Recherchen sind eher oberflächlich.

Zudem stützen sich die Medienschaffenden immer stärker bei ihrer Arbeit auf andere Medienschaffende und Medien ab. Diese wachsende Selbstreferenz nimmt mit dem Internet nochmals zu. Sie kann der Vielfalt dienen, da via Internet der Zugang zu mehr Zeitungen leichter möglich ist. Sie kann aber auch die Vielfalt einschränken, da eine selbstreferenzielle Berichterstattung zu einem einseitigen Blick auf umstrittene Tatbestände führt.

Subventionen?

Die Werbeeinnahmen haben vor allem im Bereich der Presse abgenommen. Ebenfalls rückgängig sind die Abonnement-Einnahmen. Gratisangebote – auch der Tageszeitungen – fördern die Vorstellung, dass Information nichts kostet. Die entsprechende Gratismaterialität macht den Tageszeitungen zu schaffen. Denn die ganze Branche ist auf Erlöse aus dem Werbemarkt und auf Beiträge des Publikums angewiesen.

Die Medienorganisationen können sich Subventionen vorstellen, solange damit keine unternehmerischen Einschränkungen verbunden sind. Wird damit aber eine publizistische Gegenleistung verknüpft, die zudem kontrolliert werden soll, möchten sie sich nicht von staatlichen Zuschüssen abhängig machen. Der Konjunkturunbruch im Jahr 2009 und die knappen Mittel der Verlage führten zum Stellenabbau. Laut der Gewerkschaft Syndicom waren 2010 so viele Medienschaffende arbeitslos wie seit 40 Jahren nicht mehr.

Distanz der Jungen

Die Mediennutzung hat sich in den letzten zehn Jahren grundlegend verändert. Schweizerinnen und Schweizer geben einerseits immer mehr Geld für Unterhaltungsmedien aus, während andererseits die Bereitschaft, für Presseprodukte und politische Informationen zu bezahlen, sehr begrenzt ist. Die Mediennutzung ist insgesamt individueller, fragmentierter und situations-

bezogener geworden. Menschen wählen situativ und gezielt aus einem breiten Angebot an Medien und Verbreitungskanälen aus. Demokratierelevante Medien werden nur noch punktuell genutzt. Besonders die Jüngeren weichen diesen aus – sie wenden sich eher den Gratismedien zu.

Strukturwandel

Der Strukturwandel der Medien schwächt die Verlagsunternehmen und die Branche, wenn auch fallweise schleichend. Immer weniger Einnahmen sind an eine journalistische Leistung geknüpft. Immer weniger Medieninhalte sind an eine journalistische Leistung geknüpft. Damit verlieren die traditionellen Medien an Bedeutung, und zwar sowohl als Informationslieferanten wie auch als Instanzen der Orientierung. Die journalistische Kernkompetenz der Medien wird so dauerhaft unterhöhlt und öffnet einer PR-geleiteten, durch Partikularinteressen geprägten Berichterstattung die Tore.

Insgesamt machen die Forschungsergebnisse auf diese Kernprobleme aufmerksam, weil diese die traditionelle Presse daran hindern, die von modernen Demokratien benötigten publizistischen und politischen Leistungen in ausreichendem Masse den Bürgerinnen und Bürgern zur Verfügung zu stellen.

Für die fünf Studien gab das Bakom rund 390 000 Franken aus. Die Analysen können online abgerufen werden unter folgender Adresse:

www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=de

.....
Die Autorinnen und der Autor sind Mitglieder des Kompetenzzentrums SwissGIS und arbeiten am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ).