



Sub-Projekt 1 (Otfried Jarren, Matthias Künzler, Samuel Studer, Universität Zürich)

## Krisen und Wandel der schweizerischen Leitmedien

### Problemstellung/Ausgangspunkt

Die traditionellen Strukturen der schweizerischen Medienlandschaft befinden sich im Umbruch: Einerseits brachte die Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008/2009 insbesondere die Tageszeitungen in Schwierigkeiten. Dies führte zu einem Stellenabbau auf den Redaktionen und verstärkte den Konzentrationsprozess weiter. Andererseits stellt die zunehmende Verbreitung neuer Technologien (Smartphones, Tablet-PCs etc.) und damit einhergehend ein verändertes Nutzungsverhalten bestehende Finanzierungsmodelle journalistischer Medien in Frage.

Die langfristigen Folgen dieses strukturellen Wandels sind noch unklar. Es verdichten sich allerdings die Anzeichen, dass die traditionellen Leitmedien der Gesellschaft Nutzer, Nutzungszeit und Werbegelder an nicht-journalistische Internetdienstleistungen wie Suchmaschinen oder soziale Netzwerke verlieren. Als gesellschaftliche Leitmedien werden hier solche Medien bezeichnet, die journalistische General-Interest-Inhalte herstellen, periodisch publiziert werden, sich an ein breites Publikum wenden und in vielfacher Hinsicht mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft verbunden sind (also v.a. Presse, Radio, TV, Onlinenachrichtenportale).

Die Folgen dieses Transformationsprozesses werden in Wissenschaft und Politik kontrovers diskutiert: Die *pessimistische Sichtweise* befürchtet, dass die traditionellen Leitmedien der Gesellschaft geschwächt werden und es deshalb Politiker, Vertreter von Verbänden, Vereinen, Bürger, Zivilgesellschaft etc. in Zukunft schwieriger haben, Zugang zu den Medien zu erhalten. Weitere Gefahren werden darin gesehen, dass der Medienwandel zu Verschiebungen innerhalb des Sektors der Leitmedien führte, etwa indem Qualitätsmedien zu Gunsten stark kommerzialisierter Gratismedien an Reichweite verlieren. Die *optimistische Sichtweise* hingegen sieht neue Chancen, indem mit neu entstandenen Onlineportalen die Medienvielfalt vergrößert werden kann und sich die Bürger ohne den Umweg über Leitmedien direkt über Politiker etc. informieren können (z.B. über Wahltools wie Smartvote).

### Forschungsfragen

In Anbetracht dieser unterschiedlichen Einschätzungen der Folgen des Strukturwandels ist eine umfassende Analyse der Transformation des Wandels schweizerischer Leitmedien vonnöten. Obwohl Studien zu einzelnen Aspekten existieren, fehlt bislang eine Untersuchung, welche diese Frage für einen längeren Zeitraum analysiert. Eine solche Langzeitstudie ist in der Diskussion um die Auswirkungen von Medienkrisen von besonderem Interesse, da sich bereits in vergangenen Krisen (z.B. anfangs der 1970er- und 1990er-Jahre) die Struktur der schweizerischen Leitmedien stark verändert hat. Bestimmte Typen von Leitmedien haben an Bedeutung verloren (z.B. parteinahe Gesinnungspresse), andere dazu gewonnen (z.B. Forumspresse).

Das Forschungsprojekt analysiert den Strukturwandel der schweizerischen Leitmedien für die Phase von 1970-2010 und basiert auf zwei Hauptfragen: 1.) Welche Typen von Leitmedien haben innerhalb der Medienstruktur in den letzten 40 Jahren an Bedeutung gewonnen, welche haben an Bedeutung verloren? 2.) Wie hat der Strukturwandel der Leitmedien sich auf deren Beziehungen zu Politik, Wirtschaft und anderen intermediären Akteuren (z.B. Parteien, Verbände, Vereine) ausgewirkt? Diese Fragestellungen werden über die Analyse von vier Thesen beantwortet:

– *These 1:* Jene Leitmedien, die besonders stark mit den Pfeilern der Demokratie verbunden sind (Parteien, Verbände, zivilgesellschaftliche Akteure etc.) haben an Bedeutung verloren, während Leitmedien, die stärker kommerzielle Zielsetzungen aufweisen, an Bedeutung gewonnen haben.

- *These 2:* Neue, internetbasierte Medienangebote gewinnen an Bedeutung und ersetzen für öffentliche Debatten zunehmend traditionelle Leitmedien.
- *These 3:* Da Onlinemedien es erlauben, die Bürger direkt anzusprechen, erwarten intermediäre Akteure, dass traditionelle Leitmedien an Bedeutung verlieren.
- *These 4:* Vergangene und gegenwärtige Medienkrisen haben die Medienkonzentration verstärkt und zu einer Reduktion von Leitmedien geführt, die eine lokale und regionale Öffentlichkeit schaffen.

### **Methoden/Durchführung**

Die Analyse erfolgt in drei Schritten:

1.) **Identifikation verschiedener Typen von Leitmedien**, z. B. Gesinnungspresse, Forumspresse, sprachregionale/nationale Elite-/Qualitätspresse, Sonntagszeitungen, Privatrado, öffentliches Radio etc. Diese Typen von Leitmedien werden anhand von Indikatoren, die noch zu bestimmen sind, charakterisiert und aus der Literatur abgeleitet.

2.) Es werden **fünf Dimensionen** untersucht, die zur Überprüfung der Thesen benötigt werden:

– *Analyse von Marktein- und austritten:* Es wird anhand von Branchenzeitschriften und weiteren Dokumenten untersucht, wann welche Typen von Leitmedien in den Markt eingetreten oder verschwunden sind.

– *Relevanz der verschiedenen Typen von Leitmedien im Zeitverlauf:* Die meisten Typen von Leitmedien existieren zeitlich nebeneinander, allerdings hat ihre Bedeutung in Bezug auf die Mediennutzung (Marktanteile, Auflage etc.) und den Erfolg auf dem Werbemarkt im Zeitverlauf zu- oder abgenommen. Anhand bestehender Medienstatistiken (z.B. WEMF-Studien) werden diese Veränderungen in Schritten von fünf Jahren zeitvergleichend untersucht.

– *Beziehung der verschiedenen Typen von Leitmedien zu Politik, Intermediären, Wirtschaft etc.:* Diese Beziehungen werden anhand verschiedener Indikatoren auf Grundlage der Analyse von Geschäftsberichten etc. untersucht: Zielsetzung des Medienunternehmens; im Unternehmen vorherrschendes, journalistisches Rollenverständnis (z.B. politischer Journalismus, neutraler Journalismus); Organisationsstrukturen.

– *Relevanz journalistischer Onlinemedien:* Chefredakteure journalistischer Onlinemedien (z.B. Newsnetz, Onlinereports) werden befragt, wie sie die Relevanz ihrer Onlinemedien innerhalb der Medienlandschaft und der Gesellschaft einschätzen.

– *Medienkonzentration:* Anhand einer Sekundäranalyse von Strukturdaten wird die Veränderung der Medienkonzentration untersucht.

3.) **Untersuchung der Bedeutung traditioneller Leitmedien und Onlinemedien innerhalb der Medienlandschaft:** Medienschaffende, Mediaplaner, Vertreter von Parteien etc. werden über ihre Einschätzung befragt, wie sie die Bedeutung traditioneller Medien im Vergleich zu unterschiedlichen Typen von journalistischen Onlinemedien und anderen nicht-journalistischen Internetdiensten jetzt und für die Zukunft einschätzen. Es wird auch abgefragt, welche Anforderungen ein Medium erfüllen muss, damit es die Funktion eines Leitmediums übernehmen kann.

### **Bedeutung der Ergebnisse für die Gesellschaft/Praxis**

Das Projekt liefert zum einen eine umfassende Datengrundlage zum Wandel der schweizerischen Medienlandschaft. Es gibt Auskunft über Marktein- und austritte bestimmter Medientypen, über die Veränderung ihrer Relevanz in Bezug auf Nutzung, Werbegelder, Medienkonzentration sowie vorherrschende journalistische und unternehmerische Zielsetzungen. Zum andern wird untersucht, wie Entscheider aus verschiedenen Medienbereichen und der Politik die Zukunft unterschiedlicher Leitmedien einschätzen und welche Anforderungen ein Medium braucht, um aus ihrer Sicht überhaupt Leitmedium zu sein. Dies soll es ermöglichen, Best Practices aufzuzeigen, die Medien in Zukunft benötigen, um als Leitmedien im Markt zu bestehen.