

Factsheet

Thema: Journalismus in der Krise

Im Zuge des ökonomischen Wettbewerbs zwischen den Medienunternehmen wurde im Informationsbereich verstärkt auf Formate gesetzt, die eine erhöhte Massenakzeptanz erwarten liessen: Vermehrt wurden seit den 1980er Jahren Boulevard- und Gratisformate auf den Markt gebracht. Diese „Boulevardisierung“ der Medien, die durch die Verlagerung des Informationsjournalismus ins Internet noch intensiviert wurde, hat gravierende Auswirkungen auf das Informationsangebot. Wir haben es heute insgesamt mit einer vermehrten moralisch-emotionalen Aufladung der Berichterstattung, einer Zunahme der Personalisierung (personenzentrierte Berichterstattung), Privatisierung (vermehrte Berichterstattung aus dem privaten Bereich politischer oder gesellschaftlicher Akteure), Konfliktstilisierung und Skandalisierung, einer Zunahme von Softnews (Unglücke, Celebrity News, Sex & Crime, Sport) sowie einem Rückgang journalistischer Einordnungsleistungen zu tun (Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2012, S. 293–315 und Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2013, S. 35-56). Im Nachrichten- und Informationsbereich haben die Thematisierung des Privaten (sog. Human Interest) massiv zugenommen, ebenso Kurznews, die vermehrt dem Agenturticker entstammen; ausserdem schrumpft die Auslandsberichterstattung (Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2010, S. 57-59).

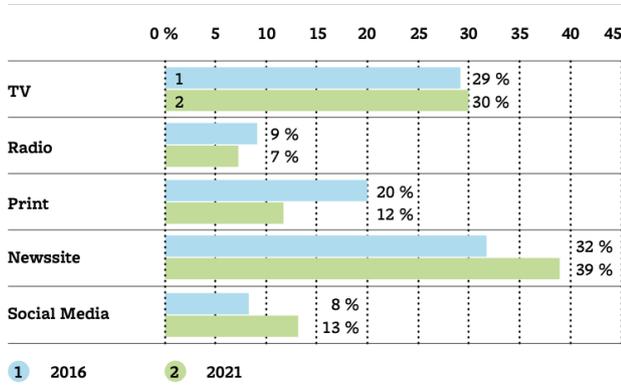
Eine weitere Entwicklung, die den Informationsjournalismus beeinträchtigt, ist die Gratiskultur. Diese setzte in der Schweiz in den 1990er Jahren ein und wurde durch die zunehmende Digitalisierung beschleunigt. Zunächst wurden im Pressebereich vermehrt boulevardeske Gratisblätter lanciert (sog. Pendlerzeitungen), die sich rein über Werbung finanzierten. Diese Blätter hatten auf dem Zeitungsmarkt grossen Erfolg und setzten die etablierten (Kauf-) Zeitungen so unter Druck, dass deren Finanzierungsmodell problematisch wurde. Verstärkt wurde diese Finanzierungskrise des Informationsjournalismus durch den Wegfall von

Werbegeldern aufgrund der zunehmenden Digitalisierung der Medien. Das primäre Geschäftsmodell der Medien, mit Werbung redaktionelle Inhalte zu finanzieren, funktioniert heute immer weniger. Die Werbung, wie auch ein Teil der Inhalte, wird zudem neuerdings im Online-Bereich immer mehr durch branchenfremde Akteure abgezogen (Suchmaschinen, Onlinerubriken, Onlineportale der E-Mail-Provider und Social Networks), weil diese Unternehmen über detaillierte Nutzerdaten verfügen, sog. Big Data (Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2017, S. 101-102; Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2018, S. 8-9). Die Gratisnews im Internet und in den Pendlerzeitungen schädigen die Finanzierung des professionellen Journalismus dadurch in zweierlei Hinsicht: durch den Verlust von Verkaufserlösen wie auch von Werbeeinnahmen. Hinzu kommt, dass auf Seiten der Konsument:innen dadurch das Preisbewusstsein für professionellen Journalismus beeinträchtigt wird.

Vor diesem Hintergrund lassen sich in den letzten Jahren folgende Entwicklungen zusammenfassen, die den Informationsjournalismus und seine Leistungsfunktionen für die Demokratie beeinträchtigen:

1. Die klassischen Informationsmedien der Gattungen Presse, Radio und Fernsehen haben einen anhaltenden Nutzungsrückgang zu verzeichnen, während die Nutzung der Onlinemedien weiter gewinnt. Akzentuiert wird diese Entwicklung dadurch, dass die mobile Informationsnutzung über Tablets und Smartphones weiter zunimmt (vgl. Jahrbücher Qualität der Medien Schweiz 2010 - 2018).
2. In den letzten Jahren nimmt die Bedeutung von Social Media-Kanälen wie Facebook, Instagram oder YouTube auch für den Informationsbereich deutlich zu. Ein wachsender Prozentsatz der Bevölkerung informiert sich

hauptsächlich über diese Kanäle. Die Social Media-Nutzung im Informationsbereich hat die Nutzung des Radios in dieser Hinsicht bereits überholt, wie folgende Darstellung zeigt:



Darstellung: Mediennutzung im Zeitvergleich von 2016 zu 2021

Die Darstellung zeigt, wie sich die Kanäle als Hauptinformationsquelle für die Newsnutzung («Main Source of News») innerhalb von fünf Jahren verändert haben. Es sind die Anteile der News-Nutzer:innen pro Jahr aufgeführt (Quelle: Reuters Institute, 2021; Jahrbuch 2021). Lesebeispiel: 2021 beträgt der Anteil der Befragten, die Newssites als Hauptnachrichtenquelle nutzen, 39%. Damit ist er gegenüber 2016 (32%) um 7 Prozentpunkte gestiegen.

Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene nutzen Social Media, hauptsächlich zur Unterhaltung. So sind heute 93% aller Jugendlichen in der Schweiz Mitglied bei Instagram und 91% bei Snapchat (JAMES-Studie 2020, S. 35). Gerade bei dieser Nutzergruppe werden Social Media Kanäle auch zu Informationszwecken genutzt. 36% der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, dass Social Media ihre wichtigsten Informationslieferanten sind (Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2021, S. 113). Damit sind Social Media bei dieser Nutzergruppe bereits der zweitwichtigste Informationskanal nach der „klassischen“ Nutzung von Online-Newssites. Problematisch dabei ist, dass über Social Media vor allem episodische Inhalte und Softnews (Unglücke, Celebrity News, Sex&Crime, Sport) von qualitätsschwächeren Informationsmedien verlinkt werden. Damit gehen dem klassischen Qualitäts- Informationsjournalismus immer mehr junge Nutzerinnen und Nutzer verloren. Ausserdem wächst durch die verstärkte Nutzung von Social Media bei den Jugendlichen die Gruppe der Nutzer:innen, die wenig bis überhaupt keine Informationsmedien mehr konsultieren (s. ausführlich unter „Thema: Social Media“).

3. Die Digitalisierung des Mediensystems schwächt die Informationsmedien finanziell: Die Zahlungsbereitschaft für Online-Informationsmedien ist schwach, die Werbeeinnahmen im Onlinebereich sind geringer als erwartet und die nationalen Medienanbieter geraten unter verstärkten internationalen Konkurrenzdruck. Dadurch wird die (Re-)Finanzierung des (nationalen) Informationsjournalismus weiter erschwert (Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2018, S. 8-9).

4. Diese strukturellen Probleme im Informationsjournalismus wirken sich messbar negativ auf die Medieninhalte aus. Unter dem finanziellen, personellen und zeitlichen Ressourcenmangel im Informationsjournalismus leidet die Einordnungsleistung am stärksten, d. h. das Aufzeigen von Ursache- und Wirkungszusammenhängen oder z. B. die historische Einordnung eines politischen Konflikts werden häufig nicht mehr vorgenommen. Aufgrund der Verkürzung der Berichterstattung gewinnen episodische News an Bedeutung, und die Bürgerinnen und Bürger werden bei der Interpretation komplexer politischer, sozialer und ökonomischer Zusammenhänge immer häufiger alleine gelassen. Die Titel mit tieferer Qualität gewinnen an Nutzer:innen, während die Titel mit höherer Qualität Nutzer:innen verlieren. Dabei zeigt sich, dass die neueren Angebote, d. h. Gratiszeitungen und Onlineangebote, eine geringere Qualität aufweisen als die traditionellen Informationsmedien (vgl. Jahrbücher Qualität der Medien Schweiz 2019, 2020, 2021).

Links:

JAMES Studie:

<https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/mediennutzung/james/>

Jahrbücher Qualität der Medien (2018-2021):

<https://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch-qualität-der-medien/gesamtausgabe.html>

Infografiken Leistungswerte der Presse (Verband Schweizer Medien):

<https://www.argumente-fuer-die-presse.ch/infografiken#Mediennutzung>

Reichweite Onlineangebote CH Medien (Netreport Mediapulse):

<https://netreport.mediapulse.ch/profile/index.php>

Auflage- & Leser:innenzahlen ausgewählter Sonntags- und Tageszeitungen (Bundesamt für Statistik): <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken.assetdetail.17744149.html>