

**année
politique
suisse**

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Sélection d'article sur la politique suisse

processus

Jahrbuch «Qualität der Medien» 2018

Imprimer

Éditeur

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Contributions de

Gerber, Marlène

Citations préféré

Gerber, Marlène 2024. *Sélection d'article sur la politique suisse: Jahrbuch «Qualität der Medien» 2018, 2018*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 23.04.2024.

Sommaire

Chronique générale	1
Enseignement, culture et médias	1
Médias	1
Presse	1

Abréviations

fög Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
WEKO Wettbewerbskommission

fög Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de
recherche)
COMCO Commission de la concurrence

Chronique générale

Enseignement, culture et médias

Médias

Presse

ÉTUDES / STATISTIQUES
DATE: 23.10.2018
MARLÈNE GERBER

Die Bilanz des Fög im **Jahrbuch «Qualität der Medien» 2018** beginnt mit positiven Befunden: Das Vertrauen der Schweizer Bevölkerung in die Informationsmedien sei auch im internationalen Vergleich extrem hoch und die hiesige Medienqualität sei «überwiegend noch gut». In der Folge präsentierten die Autorinnen und Autoren jedoch ein in verschiedener Hinsicht besorgniserregendes Bild der aktuellen Medienlandschaft, was sie dem digitalen Strukturwandel attestierten. Zum einen erreichten die klassischen Medien immer weniger Leute. Der Anteil Personen, der sich vom Informationsjournalismus abwendet und News nur oder überwiegend via Social Media konsumiert, war weiter zunehmend und kam bei 36 Prozent zu liegen. Unter den 16- bis 29-Jährigen gehörte erstmals eine Mehrheit zu diesen sogenannten News-Deprivierten. Das Fög betrachtete diesen Umstand unter anderem als problematisch, da sich Beiträge mit verschwörungstheoretischem Charakter auf sozialen Plattformen teilweise rasant verbreiteten, und rief die professionellen Medienschaffenden dazu auf, dem verstärkt aufklärend entgegenzuwirken.

Im Fokus des benannten Jahrbuchs standen hingegen die durch den digitalen Strukturwandel bedingten finanziellen Schwierigkeiten der traditionellen Medien und deren Folgen für die Schweizer Medienlandschaft. Eine Ursache für diese Schwierigkeiten ortete das Fög zum einen bei der geringen Zahlungsbereitschaft für Onlinenews und zum anderen beim Umstand, dass die aus dem Printwerbemarkt abfliessenden Gelder – vor 10 Jahren hätten die Einnahmen durch Printwerbung in Zeitungen um CHF 1.4 Mrd. höher gelegen – nur zu einem kleinen Teil bei den Schweizer Medienhäusern verblieben. Während zwar CHF 2.1 Mrd. jährlich in Onlinewerbung investiert würden, gingen bereits zwei Drittel davon über Suchmaschinenwerbung direkt an Google. Auf gerade einmal CHF 265 Mio. belaufe sich der Ertrag aus Displaywerbung, der primären Onlinewerbeform des Informationsjournalismus.

Als Konsequenz davon beobachtete das Fög eine fortgesetzte Medienkonzentration, die es als «besorgniserregend hoch» einstufte. In der Deutschschweiz besaßen die drei grössten Verlage Tamedia (40%), Ringier (22%) und die NZZ-Mediengruppe (20%) zum gegebenen Zeitpunkt 82 Prozent des Pressemarktes, in der französischsprachigen Schweiz belief sich die entsprechende Zahl gar auf 90 Prozent (Tamedia 72%; Edition Suisse Holding: 11%; Imprimerie Saint-Paul: 7%). Im Jahrbuch kritisch beleuchtet wurde in diesem Zusammenhang das Verschwinden der Zehnder Regionalmedien aufgrund der Übernahme durch die Zeitungshaus AG, wie die vormalige BaZ Holding AG neuerdings heisst. Die strukturellen Schwierigkeiten der Branche mache diese auch anfälliger für eine Einflussnahme durch «finanzstarke Investoren mit politischen Interessen, vornehmlich aus dem rechtskonservativen politischen Spektrum», gab die Autorenschaft zu bedenken. Im Hinblick auf publizistische Verbundsysteme bezeichnete das Fög das Jahr 2018 als Schlüsseljahr für die zunehmende Medienkonzentration und bezog sich dabei auf das im Berichtsjahr von der WEKO bewilligte Joint Venture der NZZ-Regionalmedien und der AZ Medien, die ab Januar 2018 erfolgte Zusammenlegung der gesamten Mantelberichterstattung von Tamedia sowie die Schaffung einer Zentralredaktion für die beiden Bündner Tageszeitungen. So liege etwa der Anteil geteilter Beiträge sowohl bei der redaktionellen Berichterstattung (55%) als auch bei den meinungsbetonten Artikeln (68%) beim Tages-Anzeiger, dem «Bund» und der Berner Zeitung seit der Einführung der Tamedia-Zentralredaktionen beträchtlich höher als zuvor (vorher: 38%, resp. 40%). Insbesondere problematisch sei dies während Abstimmungskämpfen, da die Presse nach wie vor als zentrale Informationsquelle fungiere. Nicht zuletzt kritisierte das Jahrbuch auch die Konzentration bei den Werbeverbänden nach dem Konkurs von Publicitas, womit sich mit Admeira und Tamedia/Goldbach nur noch zwei grosse Werbeverbände gegenüber stehen.

Aus demokratietheoretischer Sicht als problematisch erachtete das Fög überdies den durch Stellenabbau bedingten Braindrain im Informationsjournalismus, aktuell beobachtbar bei der SDA, der SRG und – so vermuteten die Verfasserinnen und Verfasser des Jahrbuchs – in naher Zukunft ebenfalls bei CH Media und Tamedia. Durch vergangene Arbeitsplatzreduktionen sei die Beschäftigung in den Medienhäusern zwischen 2011 und 2016 bereits um 19 Prozent eingebrochen. Das Fög ging in seinem Jahrbuch auch davon aus, dass der Abfluss finanzieller und personeller Ressourcen zu

einer Verschlechterung der Medienqualität führe. Bei einem Drittel der 66 untersuchten Medientitel habe die Qualität im Vergleich zum Vorjahr abgenommen. Die im Entwurf für ein Gesetz über elektronische Medien vorgeschlagenen medienpolitischen Massnahmen unterstützte das Fög, befand sie aber noch als zu wenig weitgehend. Das Forschungsinstitut erachtete es als Fehler, die direkte Medienförderung auf Onlineanbieter zu beschränken, die in erster Linie audiovisuelle Inhalte produzieren, da ein qualitativ hochstehender Informationsjournalismus mit solchen Inhalten nicht ausreichend gewährleistet werden könne. Ferner bedürfe es zusätzlicher finanzieller Mittel für die direkte Medienförderung. Nicht zuletzt solle auch die Einführung einer Steuer auf die Werbeeinnahmen der globalen Tech-Intermediäre geprüft und die Medienkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen verstärkt gefördert werden.¹

1) Fög (2018). Qualität der Medien: Jahrbuch 2018; AZ, NZZ, SGT, TA, 23.10.18