

Medienmitteilung

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Zürich, 17. November 2016

Hauptbefunde 2016: Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera

Ein starker Service public fördert das Vertrauen ins Mediensystem

Wer häufig Nachrichten des öffentlichen Rundfunks nutzt, hat grösseres Vertrauen ins Mediensystem. Dieser Befund gilt sowohl im internationalen Vergleich, als auch für die Schweiz. Ein positives Mediensystemvertrauen erhöht bei den Nutzerinnen und Nutzern gleichzeitig die Bereitschaft, für News zu bezahlen und auch Werbung, beispielsweise in Form von Online-Bannern, zu akzeptieren. Ein starker medialer Service public stärkt also das Mediensystem insgesamt.

Im internationalen Ländervergleich ist das Vertrauen ins Schweizer Mediensystem weiterhin hoch. Bei der Zahlungsbereitschaft für News belegt die Schweiz von 26 untersuchten Ländern einen Platz im Mittelfeld. Zu diesen Befunden kommt das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich in einer ländervergleichenden Studie, die parallel zur siebten Ausgabe des Jahrbuchs Qualität der Medien publiziert wird.

Junge Erwachsene äussern grösseres Misstrauen

Einen entscheidenden Einfluss auf das Medienvertrauen hat das individuelle Newsnutzungsverhalten. Wer regelmässig traditionelle Informationsmedien nutzt, entwickelt ein grösseres Vertrauen ins Mediensystem. Umgekehrt geht Vertrauen verloren, wenn die ritualisierte Nutzung professioneller Informationsmedien an Bedeutung verliert oder News überwiegend bis ausschliesslich via Social Media konsumiert werden. Es erstaunt deshalb nicht, dass junge Erwachsene ein besonders grosses Misstrauen ins Mediensystem äussern. In dieser Altersgruppe ist der Anteil derjenigen, die dem News-Journalismus den Rücken kehren, besonders hoch.

Ausgeprägtes Misstrauen bei Sympathisanten politischer Flügelparteien

Über alle Länder hinweg hat vor allem die Nutzung des öffentlichen Rundfunks einen besonders positiven Einfluss auf das Mediensystemvertrauen. Auch die Nutzung der bezahlpflichtigen Abonnementspresse wirkt sich positiv aus. Ein ausschliesslicher Konsum von gedruckten Pendlerzeitungen reduziert dagegen das Medienvertrauen, wie auch ein News-Nutzungsverhalten, das stark auf Social Media (z.B. Facebook) basiert. Bedeutsam sind zudem die politischen Einstellungen: Je mehr die Nutzerinnen und Nutzer mit politischen Flügelparteien sympathisieren, desto grösser ist das Misstrauen – bei rechts Stehenden gegenwärtig noch stärker als bei links Stehenden.

«News-Deprivierte» bilden heute die grösste Nutzergruppe überhaupt

Immer weniger Personen nutzen ein breites Bündel an qualitativ hochwertigen Medien. Bereits ein Drittel der Schweizer Bevölkerung gehört zur Gruppe der so genannten «News-Deprivierten». Diese Nutzergruppe interessiert sich weit unterdurchschnittlich für professionelle Informationsangebote und wenn, dann greift sie auf qualitätsmindere Informationsangebote zurück oder konsumiert News via Social Media. Ihr Anteil stieg in den letzten Jahren um bemerkenswerte 10 Prozentpunkte von 21% (2009) auf 31% (2016). Zu dieser Gruppe zählen v.a. junge, weibliche Erwachsene im Alter von unter 30 Jahren. Dieser Medienkonsum hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Gesellschaft. «News-Deprivierte» schenken vor allem auf die Person zielenden oder moralisch-emotional aufgeladenen Ereignissen wie Katastrophen und Skandalen viel Aufmerksamkeit.

Social Media – Mehr Reichweite, aber auch Schwächung der Markenbindung

Social Media sind bereits für fast einen Viertel (22%) der jungen Erwachsenen in der Schweiz die Hauptquelle für News. Der traditionelle Fernsehkonsum ist dagegen mit einem Wert von 11% bereits deutlich abgeschlagen. Mit der steigenden Bedeutung von Social Media für den Newskonsum erhalten die traditionellen Medienanbieter auf der einen Seite die Chance auf zusätzliche Reichweite und neue zahlende Abonnenten, geben auf der anderen Seite aber partiell die Kontrolle über die Weiterverbreitung ihrer Inhalte aus der Hand. Ebenfalls werden im sozialen Netz die Medienmarken der traditionellen Newsanbieter geschwächt. Internationale Umfragedaten belegen, dass von den Befragten, die News via Social Media konsumieren, durchschnittlich weniger als die Hälfte die originären Medienmarken überhaupt noch wahrnimmt.

Normatives Qualitätsverständnis wird durch die Bevölkerung gestützt

Das Qualitätsscoring des fög bescheinigt den Informationsangeboten des öffentlichen Rundfunks und den überregionalen, gedruckten Abonnementszeitungen auch im aktuellen Untersuchungsjahr die beste Berichterstattungsqualität. Diese Qualitätseinstufung wird auch von den befragten Mediennutzerinnen und -nutzern geteilt. Das den Analysen des fög zugrunde gelegte demokratietheoretische Qualitätsverständnis wird also von der Bevölkerung gestützt. Das gilt für sämtliche Befragtengruppen, auch jene der jungen Erwachsenen, die gemäss der Untersuchung im Vergleich zu den anderen Altersgruppen mehr Informationsmedien von minderer Qualität nutzen. Nutzerinnen und Nutzer, die qualitätsmindere News konsumieren, sind sich also dessen zumindest bewusst.

Untersuchungsanlage, Methodik und weiterführende Informationen

Die Analysen des Jahrbuchs und der Studien Qualität der Medien basieren auf folgenden Daten:

Inhaltsanalyse:

Die Bewertung der Berichterstattungsqualität basiert auf einer Zufallsstichprobe aus dem Jahr 2015. Insgesamt wurden 25'389 Beiträge aus 64 reichweitenstarken Informationsangeboten aus der Deutschschweiz, der Suisse romande und der Svizzera italiana untersucht. Leitend sind dabei die Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität.

Publikumsbefragungen:

Das fög ist neu Schweizer Partnerorganisation der internationalen Studie «Reuters Digital News Report». Der jährlich erscheinende Bericht umfasst Umfragedaten zum Mediennutzungsverhalten des Publikums in 26 Ländern (über 50'000 Interviews). Zudem liefert eine seit 2009 vom fög und von GfK Switzerland durchgeführte repräsentative Befragung Erkenntnisse über die Mediennutzung in der Schweiz und die Wahrnehmung der Befragten von Themen und Ereignissen. Schliesslich wurde im Auftrag des Stiftervereins Medienqualität Schweiz, dem Herausgeber des Berichts «Medienqualitätsrating» (MQR-16), eine Befragung durchgeführt, die zeigt, wie Mediennutzer die Qualität von Informationsmedien wahrnehmen. Das fög ist wissenschaftlicher Partner dieses Projekts.

Kennwerte aus der Medienbranche:

Um die Veränderung der Nutzung, der Finanzierung und der Besitzverhältnisse von Informationsmedien analysieren zu können, werden Sekundärdaten wie bspw. Reichweitenmasse und Auflagen verwendet. Quellen sind WEMF, Net-Matrix, Mediapulse, Media Focus, die Publikation «Medienbudget» des Verbands Schweizer Medien. Die Daten zur Viralität auf den Facebook-Seiten der Medienanbieter wurden mit Hilfe von Netvizz – einer Anwendung zur Datenerfassung und -gewinnung der University of Amsterdam – erhoben. Weitere Daten zur Bedeutung des Social-Media-Kanals für Newsmedien (Zuleitungsaspekt) stammen von similarweb.com.

Weiterführende Angaben zur Methodik, zum Qualitätsverständnis, dem Qualitätsscoring und zur Finanzierung des Jahrbuchs finden sich auf www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch.

Kontakt

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15

CH-8050 Zürich

Tel. +41 (0)44 635 21 11

E-Mail kontakt@foeg.uzh.ch

Jahrbuch 2016 Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera

Seit seinem erstmaligen Erscheinen im Jahr 2010 ist das Ziel des Jahrbuchs, die Diskussion über die Qualität der Medien zu vertiefen und zu einer Verbesserung ihrer Qualität beizutragen. Es bildet eine Quelle für Medienschaffende, Akteure aus Politik und Wirtschaft, für die Wissenschaft und alle Interessierten, die sich mit der Entwicklung der Medien und ihren Inhalten auseinandersetzen. Anstoss für das Jahrbuch ist die Einsicht, dass die Qualität der Demokratie von der Qualität medienvermittelter Öffentlichkeit abhängt. Durch das Jahrbuch erhält das Publikum einen Massstab, welchem Journalismus es sich aussetzen will, die Medienmacher erhalten einen Massstab, welchen Journalismus sie produzieren und verantworten wollen, und die Politik erhält Einsicht in die Entwicklung des Medienwesens und in die Ressourcen, die dem Informationsjournalismus in der Schweiz zur Verfügung stehen.

Wer zeichnet für dieses Jahrbuch verantwortlich?

Das Jahrbuch wird erarbeitet und herausgegeben durch das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (www.foeg.uzh.ch). Neun wissenschaftliche und sieben studentische Mitarbeitende sind an der Forschung beteiligt und garantieren die Qualität der Analysen.

Wer finanziert und unterstützt dieses Jahrbuch?

Die Finanzierung des Jahrbuchs wird durch die gemeinnützige Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität (www.kurt-imhof-stiftung.ch) und die Universität Zürich eingebracht. Der Stiftungsrat setzt sich zusammen aus: Christine Egerszegi-Obriet, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Fabio Lo Verso, Dick Marty, Oswald Sigg und Peter Studer.

Die Stiftung verdankt die Mittel für das Projekt folgenden Donatoren: Adolf und Mary Mil-Stiftung, BAKOM Bundesamt für Kommunikation, Die Schweizerische Post AG, Verband Interpharma, Paul Schiller Stiftung, Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, Zürcher Kantonalbank und verschiedenen Einzeldonatoren.

Beiträge für die Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität können überwiesen werden auf die Bankverbindung: ZKB Zürich-Oerlikon – Kontonummer: 1100-1997.531 – Postkonto Bank: 80-151-4, IBAN: CH28 0070 0110 0019 9753 1, Bankclearing-Nr. 700, SWIFT: ZKBKCHZZ80A.

Kontakt: fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, Andreasstrasse 15, CH-8050 Zürich, Telefon: +41 44 635 21 11, E-Mail: kontakt@foeg.uzh.ch.

Wo sind das Jahrbuch, die Studien und weiterführende Informationen erhältlich?

Das Jahrbuch ist in gedruckter Form (ISBN 978-3-7965-3550-5) und zusätzlich als E-Book (ISBN 978-3-7965-3551-2) beim Schwabe Verlag (www.schwabeverlag.ch) erhältlich und erscheint jeweils im Herbst. Die Studien werden als separate E-Publikationen publiziert und sind ebenfalls beim Schwabe Verlag erhältlich. Pro Jahr werden ca. 2–3 solcher Studien veröffentlicht.

Auf der Website des fög (www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch) findet sich zudem eine ausführliche Zusammenfassung sowie Exzerpte zu den einzelnen Studien und der Jahrbuch-Kapitel.