

Medienmitteilung

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Zürich, 14. Oktober 2019

Hauptbefunde 2019: Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera

Globale Internet-Plattformen bedrängen Schweizer Informationsmedien

Facebook, Youtube & Co. nehmen im Mediennutzungsverhalten der SchweizerInnen einen immer wichtigeren Stellenwert ein. Die meisten Leute suchen auf diesen Plattformen jedoch den Austausch mit Freunden oder Unterhaltung und sind wenig an Nachrichten interessiert. Auch deshalb hat sich der Anteil der News-Deprivierten in den letzten zehn Jahren um 15 Prozentpunkte erhöht. Aktuell nutzen 36% der Schweizerinnen und Schweizer kaum Nachrichten. Schweizer Informationsmedien werden zwar immer weniger genutzt, aber sie werden als viel vertrauenswürdiger eingestuft als Social Media. Dies zeigt das «Jahrbuch Qualität der Medien», das dieses Jahr zum zehnten Mal veröffentlicht wird.

Im Nutzungsverhalten des Schweizer Medienpublikums verlieren Informationsmedien an Bedeutung. Die «News-Deprivierten» sind mittlerweile die grösste Nutzergruppe und haben ihren Anteil von 21% (2009) auf 36% (2019) erhöht. Diese Personen konsumieren kaum Nachrichten und informieren sich, wenn überhaupt, nur beiläufig in sozialen Medien. So geben die meisten Leute bei der Nutzung von sozialen Medien Unterhaltung und den Austausch mit Freunden als primäre Nutzungsmotive an. Nachrichten spielen eine nachgeordnete Rolle. Trotz der sinkenden Nutzung bleiben Schweizer Medien vertrauenswürdige Informationsquellen. Fast die Hälfte der SchweizerInnen vertraut den Informationsmedien (47%), während das Vertrauen in Nachrichten auf sozialen Medien (17%) deutlich tiefer ausfällt. Insgesamt belegt die Jubiläumsausgabe des Jahrbuchs mit verschiedenen Analysen, wie die «Plattformisierung» – der Aufstieg der grossen Internet-Plattformen – das Schweizer Mediensystem und die Öffentlichkeit verändert.

Privatpersonen und politische PR als wichtige Themensetzer auf Social Media

Eine Analyse sämtlicher Schweizer Twitter-NutzerInnen zeigt beispielhaft die Veränderung der digitalen Öffentlichkeit. JournalistInnen oder Medienorganisationen erhalten mit ihren Tweets deutlich weniger Beachtung als Privatpersonen und PolitikerInnen. Die Hierarchie der einflussreichsten Themensetzer wird im Vergleich zur früheren massenmedialen Öffentlichkeit also teilweise auf den Kopf gestellt. Sogenannte Alternativmedien – die mitunter Verschwörungstheorien oder Desinformation verbreiten – haben in der Schweizer Twitter-Sphäre hingegen fast keine Bedeutung. In der Schweizer Digitalöffentlichkeit sind also weniger gezielte Falschinformationen ein Problem als die politische PR.

Wachsende Privatisierung der Digitalöffentlichkeit

Die Bedeutung von Messenger-Diensten wie WhatsApp oder Facebook Messenger hat in der Schweiz stark zugenommen. WhatsApp ist heute die meistgenutzte Social Media App und wird von drei Viertel

der SchweizerInnen (74%) regelmässig verwendet. Solche Messenger-Dienste fördern die Privatisierung gesellschaftlicher Diskussionen. Dadurch nimmt die Gefahr zu, dass die Verbreitung problematischer Inhalte unerkant bleibt.

Qualität der Medien – Professionalität hoch, Relevanz, Vielfalt und Einordnungsleistung nehmen ab

Der Bedeutungsgewinn der globalen Internet-Plattformen entzieht dem Schweizer Informationsjournalismus Ressourcen. Diese Umwälzungen der Digitalisierung bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Qualität. Die Berichterstattungsqualität der 66 untersuchten Informationsmedien sinkt messbar, aber nur leicht und auch nicht in allen Qualitätsdimensionen. Die Orientierung an professionellen, journalistischen Standards bleibt in der Schweizer Medienarena hoch. Dagegen sinkt die Relevanz, das heisst die Softnews-Orientierung nimmt zu. Auch bei der Einordnungsleistung zeigen sich leichte Einbussen: Die Hintergrundberichterstattung verliert an Gewicht. Die grössten Qualitätsverluste zwischen 2015 und 2018 lassen sich bei der Berichterstattungsvielfalt beobachten.

Leitmedienstatus – Nur sehr wenige Medien werden oft zitiert

Gemessen an den Zitationen erreichen nur wenige Medien in der Schweiz einen Leitmedienstatus. Am meisten Zitationen entfallen auf SRF und den Blick, gefolgt von weiteren grossen Zürcher Print- und Onlinemedien. Die grossen Zürcher Abonnementstitel werden vor allem in der Politik- und Wirtschaftsberichterstattung häufig zitiert, SRF in der Politik- und in der Kultur-Berichterstattung. Der Boulevardtitel Blick erhält in der Sportberichterstattung und zusammen mit 20 Minuten auch im Human-Interessbereich die meisten Zitationen. Medien aus der Suisse romande und der Svizzera italiana werden relativ selten zitiert.

Mediale Kohäsion – Sport am wichtigsten beim Blick über die Sprachgrenzen hinaus

Eine zusätzliche Inhaltsanalyse im Jahrbuch zeigt, dass Schweizer Medien über Schweizer Ortschaften und Sprachregionen sehr unterschiedlich oft berichten. Deutschschweizer Medien thematisieren hauptsächlich die eigene Sprachregion (81%) und weniger die anderen beiden Landesteile (19%), während die Medien der Suisse romande die anderen Sprachregionen etwas häufiger in den Blick nehmen (37%). Am meisten über die anderen Landesteile berichten Medien der Svizzera italiana (51%). Beim Blick auf die anderen Sprachregionen berichten die Medien am meisten über Sport. Auch Agenturmeldungen übernehmen eine wichtige Funktion für die sprachregionale Kohäsion. Boulevardmedien wie der SonntagsBlick und die Portale der SRG SSR berichten überdurchschnittlich häufig über andere Sprachregionen.

Für eine mutigere Medienpolitik

Die Befunde im Jahrbuch belegen, dass globale Internet-Plattformen den Schweizer Informationsjournalismus unter Druck setzen. Die Leistungen, die von Informationsmedien für die demokratische Gesellschaft erbracht werden, sind dadurch gefährdet. Die Autorinnen und Autoren fordern deshalb eine mutigere Medienpolitik mit stärkerer indirekter und direkter Medienförderung und intensivierte Kooperationen beim Aufbau einer gemeinsamen digitalen Infrastruktur für Informationsjournalismus.

Angaben zu den Methoden

Inhaltsanalysen

Die Bewertung der Berichterstattungsqualität basiert auf einer Zufallsstichprobe aus dem Jahr 2018. Insgesamt wurden 23'961 Beiträge aus 64 reichweitenstarken Informationsangeboten aus der Deutschschweiz, der Suisse romande und der Svizzera italiana untersucht. Leitend für die Qualitätsanalyse sind die Dimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität.

Die Zitationen von Medien wurden innerhalb der Zufallsstichproben aus den Jahren 2018 und 2017 analysiert. In 2141 von insgesamt 39'237 Beiträgen aus 48 reichweitenstarken Print- und Online-medien wurde mindestens ein Schweizer Informationsmedium zitiert.

Die Thematisierung von Schweizer Ortschaften wurden innerhalb der Zufallsstichproben aus den Jahren 2016, 2017 und 2018 untersucht. Insgesamt wurden 48'257 Beiträge aus 47 reichweitenstarken Print- und Onlinemedien analysiert, in denen mindestens eine der 189 ausgewählten Schweizer Gemeinden genannt wurde.

Die Verbreitung von Tweets in der Schweizer Twitter-Sphäre basiert auf einer Erfassung aller Schweizer Twitter-Nutzer. Im Zeitraum April 2019 bis Juni 2019 wurden rund 16,6 Millionen Tweets dieser 302'954 Nutzer erfasst und mit automatisierten und manuellen Verfahren analysiert.

Publikumsbefragungen

Erstens wurden in diesem Jahr erneut die Daten des «Reuters Digital News Report» berücksichtigt. Der globale Bericht enthält repräsentative Umfragedaten zum digitalen Newsnutzungsverhalten (über 74'000 Interviews) der Bevölkerung in 38 Ländern, inklusive der Schweiz. Das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich ist die Schweizer Partnerorganisation dieser Grossstudie, die vom Reuters Institute for the Study of Journalism an der University of Oxford durchgeführt wird. Befragt wurden Anfang 2019 rund 2000 Internetnutzer in der Deutschschweiz und der Suisse romande. Auf der Basis von Onlinepanels wurden Stichproben gezogen, die für Internetnutzer ab 18 Jahren repräsentativ sind.

Zweitens flossen Umfragedaten aus einer alljährlich durchgeführten, repräsentativen Mediennutzungsstudie des fög in Zusammenarbeit mit GfK Switzerland in die Analysen ein. Im Rahmen dieser Studie werden seit 2009 rund 3400 Onlineinterviews jeweils zum Jahresbeginn durchgeführt. Der Kern der Befragung ist seit 2009 unverändert, sodass die Datenreihe inzwischen über zehn Jahre reicht.

Kennwerte aus der Medienbranche

Um die Veränderung der Nutzung, der Finanzierung und der Besitzverhältnisse von Informationsmedien analysieren zu können, werden Sekundärdaten verwendet. Quellen sind unter anderem: WEMF, Net-Matrix und Stiftung Webstatistik Schweiz.

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 2019 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). Acht wissenschaftliche und drei 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-Obrist, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Fabio Lo Verso, Oswald Sigg und Peter Studer.

Die Stiftung verdankt die Mittel für das Projekt folgenden Donatoren: Adolf und Mary Mil-Stiftung, CH Media, Bundesamt für Kommunikation BAKOM, Die Schweizerische Post AG, Brunner Daniel doku-zug.ch, Fondazione per il Corriere del Ticino, Gottfried und Ursula Schäppi-Jecklin Stiftung, NZZ-Mediengruppe, Paul Schiller Stiftung, Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, Somedia AG, SRG SSR, Ringier AG, Verband Medien mit Zukunft, Zürcher Kantonalbank und verschiedene 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, Bankenclearing-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 und weiterführende Informationen erhältlich?

Das Jahrbuch ist in gedruckter Form (ISBN 978-3- 7965-4089-9) beim Schwabe Verlag (www.schwabe-verlag.ch) erhältlich und erscheint jeweils im Herbst. Zusätzlich steht ein frei zugängliches PDF des Jahrbuchs Qualität der Medien auf www.qualitaet-der-medien.ch zur Verfügung. Die Studien Qualität der Medien, die begleitend zum Jahrbuch erscheinen und thematische Schwerpunkte rund um das Thema Medienqualität behandeln, werden als separate PDFs publiziert und sind ebenfalls kostenlos auf www.qualitaet-der-medien.ch erhältlich.