



Bild: iStockphoto

Das Smartphone kommt auch für Medieninhalte immer häufiger zum Einsatz. Mit verheerenden Konsequenzen, meinen Medienforscher.

Bedenkliche Entwicklung des News-Konsums

Wie die Soft-News den Qualitätsjournalismus verdrängen

Was hat die Art, wie wir unser Smartphone nutzen, mit Demokratie und der «No Billag»-Initiative zu tun? Möglicherweise mehr als uns lieb ist. Das Jahrbuch «Qualität der Medien» zeigt die Zusammenhänge auf.

Wer kennt die Situation nicht: Menschen sitzen im Zug, alle blicken auf ihr Smartphone, rufen E-Mails oder den Facebook-Account ab, schreiben SMS, chatten, lesen die neusten News oder schauen das entscheidende Goal des FC Basel. Bereits drei Viertel der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren nutzen ihr Smartphone so – und zwar immer häufiger.

Dieses Verhalten fördert aber eine Entwicklung, die für unsere Demokratie gefährlich werden könnte. Davor warnen Wissenschaftler der Uni Zürich in ihrem Jahrbuch «Qualität der Medien» (siehe Kasten). Sie beschreiben darin eine Abwärtsspirale: Unterwegs und auf den kleinen Bildschirmen werden primär Kurz-News und unterhaltende Inhalte bevorzugt, einord-

nende Analysen oder anspruchsvolle Hintergrundberichte sind weniger gefragt und werden über Social Media auch seltener geteilt. Zahlen zeigen denn auch: Kaufzeitungen, die auf Hintergrund setzen, oder SRF-Informationssendungen wie «Tagesschau», «10vor10», «Rundschau», «Echo der Zeit» und «Rendez-vous am Mittag» verlieren Leser, Zuschauer und Hörer, seit 2010 zwischen fünf Prozent und zehn Prozent. Wohl nehmen die Online-Zugriffe auf diese Inhalte insgesamt noch zu, nicht aber die der jungen Erwachsenen: Bei dieser Zielgruppe gehen sie zurück.

«Demokratiepolitisch alarmierend»

Hinzu kommt: Die rückläufige Nutzung der klassischen Medien führt dort zu

geringeren Abo- und Werbeeinnahmen. Online- und Mobile-Werbung können diese Ausfälle nicht kompensieren. Somit lässt sich hintergründiger Journalismus immer weniger finanzieren. «Unsere Zeitreihen zeigen bei vielen untersuchten Medientiteln seit 2010 eine insgesamt sinkende Qualität», heisst es im Jahrbuch. Am meisten leide das Einordnen von Informationen. «Die Bürgerinnen und Bürger werden bei der Interpretation komplexer politischer, sozialer und ökonomischer Zusammenhänge immer häufiger allein gelassen.» Dies, kombiniert mit dem sinkenden Interesse junger Erwachsener an vertiefenden Infos, bezeichnen die Wissenschaftler als «demokratiepolitisch alarmierende Entwicklung». Eine Entwicklung notabene, die gemäss

Mark Eisenegger, Professor und Mitherausgeber des Jahrbuchs, nun in der «No Billag»-Initiative politisch spürbar wird. Denn die Initianten nähmen bewusst weitere qualitative Abstriche im Journalismus in Kauf, da alle gebührenfinanzierten Medien, darunter auch Privat-TVs und -Radios, zusätzlich geschwächt werden würden.

«Damit wird die ehemals freisinnige Idee infrage gestellt, wonach eine funktionierende Demokratie starke private und öffentliche Medien braucht», sagt Eisenegger. Zustimmung finde die Initiative wohl vor allem bei der wachsenden Gruppe junger Menschen, die meinen, keinen Bedarf an Hintergrundinfos mehr zu haben.

«Die Bürgerinnen und Bürger werden bei der Interpretation komplexer Zusammenhänge immer häufiger alleingelassen.»

Mark Eisenegger, Professor und Herausgeber Jahrbuch «Qualität der Medien»

Was ist dagegen zu tun? Für Eisenegger ist klar: Die Medien, insbesondere SRF, müssen zwingend auf den Social-Media-Kanälen präsent sein – noch stärker als heute. «SRF muss dort sein, wo sich seine potenziellen Nutzer aufhalten – auch mit hintergründigen Inhalten.» Eine «Tagesschau» beispielsweise sollte dort aber portioniert angeboten werden, meint er. Ferner sollten SRF-Moderatoren in diesen Kanälen mitdiskutieren und noch öfter das Publikum via diese Kanäle ins Programm einbeziehen. Ein zweiter Aspekt: «Wegen seines überalterten Publikums muss SRF unbedingt in Sendungen für Junge investieren – nicht bloss auf SRF Virus.» Hintergründige Informationen sollten zudem für Junge verständlich aufbereitet werden. «Und es braucht mehr junge Moderatoren als Identifikationsfiguren.» Als dritten Punkt nennt Eisenegger die Förderung der Medienkompetenz bei den Jungen. «Dazu sind Eltern, Schulen, Unis, die Medien selbst und auch die Wissenschaft aufgerufen», sagt er. Punkto

Publizistik fordert er SRF auf, dem «Tempodiktat» entgegenzutreten. Denn darunter litt Recherche und thematische Vielfalt. SRF sollte vielmehr Themen aufgreifen, «die nicht ohnehin schon überall auf der Agenda stehen».

Auch SRF in der Kritik

Zurück zur schwächelnden Einordnungsleistung der Medien: In diesem Punkt kritisiert das Jahrbuch auch SRF. Zwar seien Radio und Fernsehen SRF überdurchschnittlich gut, doch habe das Radio deutlich nachgelassen, während das Fernsehen sein Niveau knapp halten können, heisst es.

Bei Radio SRF hat man Mühe mit dieser Aussage. «Wir sind schon irritiert», sagt der stellvertretende Chefredaktor Fredy Gsteiger. Zum einen zeigten interne Auswertungen ein völlig anderes Bild. Zum anderen lege man seit Jahren das Gewicht sogar noch zunehmend auf thematische Einordnen. «Dieser Punkt wird nahezu in jeder Sendekritik angesprochen.» Zufrieden zeigt sich dagegen Tristan Brenn, Chefredaktor TV SRF. Tatsächlich bemühe sich seine Redaktion bei den tagesaktuellen News vermehrt um das Einordnen. «Wir greifen weniger Themen auf und gehen dafür mehr in die Tiefe.»

Keine Konzession an den Boulevard

Brenn und Gsteiger sehen aber auch Verbesserungspotenzial. So will Brenn thematisch vielfältiger werden – konkret weniger SVP, IS oder Flüchtlinge, mehr Bildung oder Demografie. Weiter biete das Fernsehen neu mehr Sendungen für ein eher spezialisiertes Publikum an, etwa das neue Auslandsmagazin «#SRFglobal», den «Medienclub» oder den «Eco-Talk». Radio SRF fokussiert dagegen auf die bimediale Ausbildung (Radio und Online). «Zudem wollen wir unsere Inhalte häufiger in verschiedenen Kanälen verwerten», sagt Gsteiger. So sollen künftig die Audio-Inhalte auch in schriftlicher Form genutzt werden können.

«Denn Newsthemen werden online eher gelesen als gehört.» Auch will SRF seine Beiträge vermehrt über Twitter und Facebook ankünden. Einig sind sich beide zudem, dass SRF im Hinblick auf die Service-public-Diskussion klare Akzente punkto Qualität setzen muss.

«Die hohe Glaubwürdigkeit, die uns in Umfragen attestiert wird, ist unser höchstes Gut. Wir dürfen die Tendenz zu Skandalisierung und Boulevardisierung nicht mitmachen.»

Fredy Gsteiger, stv. CR Radio SRF

«Die hohe Glaubwürdigkeit, die uns in Umfragen attestiert wird, ist unser höchstes Gut. Wir dürfen die Tendenz zu Skandalisierung und Boulevardisierung nicht mitmachen», sagt Gsteiger. Und Brenn ergänzt: «Es wäre ein Fehler, Konzessionen in Richtung Boulevard und seichterere Stoffe zu machen.»

Markus Knöpfli

Das Jahrbuch «Qualität der Medien»



Das Jahrbuch «Qualität der Medien» erschien Ende Oktober 2015 zum 6. Mal. Es wird vom fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft – und der Universität Zürich

herausgegeben und ist im Buchhandel sowie bei www.schwabeverlag.ch erhältlich. Auszüge aus dem Jahrbuch sind auf www.foeg.uzh.ch zu finden. Finanziert wird das Jahrbuch durch die Uni Zürich und die Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft. Präsident des Stiftungsrats ist Professor Mark Eisenegger (www.oeffentlichkeit.ch).