23.10.2017 – 12:00 Uhr

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft: «Plattformisierung» und Scheinvielfalt in der Netzöffentlichkeit

Zürich (ots) -

Der Newskonsum erfolgt auch in der Schweiz immer stärker über digitale Kanäle. Statt mit den tatsächlichen Produzenten wird Information allerdings zunehmend mit den Plattformen von Tech-Intermediären wie Facebook und Google verbunden. Diese «Plattformisierung» setzt den professionellen Informationsjournalismus qualitativ wie finanziell stark unter Druck. Gleichzeitig entpuppt sich die Vorstellung einer unbegrenzten Netzöffentlichkeit, die eine neue Vielfalt an relevanten Informationsmedien hervorbringt, als Trugschluss. Zwar existieren neben den marktdominanten Newssites zahlreiche Webpublikationen mit Informationsanspruch. Deren Nutzerkreis ist aber gering und lange nicht alle diese Anbieter orientieren sich an journalistischen Qualitätsstandards.

Der Schweizer Markt für digitale News ist hoch konzentriert. In der Deutschschweiz kontrollieren die drei Medienhäuser Tamedia AG, Ringier AG und die SRG SSR bereits 71% des Online-Lesermarktes. In der Suisse romande und in der Svizzera italiana verfügen die jeweils «grössten Drei» über einen Marktanteil von gar 88%. Nur wenige Informationsanbieter können sich den Aufbau und den Unterhalt einer digitalen Informationsplattform leisten, die das Potenzial hat, ein Massenpublikum zu erreichen. Zu diesen und weiteren Befunden kommt das fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich in seiner achten Ausgabe des Jahrbuchs Qualität der Medien.

Alternative Medien profitieren von Tech-Giganten

Die oft beschworene neue Vielfalt im Netz erweist sich als Scheinvielfalt. Im Schatten der marktdominierenden Newssites entstand zwar eine Reihe neuer digitaler Angebote mit Informationsanspruch. Deren Reichweite bleibt aber gering und nur wenige Anbieter weisen ein qualitätsorientiertes Profil auf. Beispiele dafür sind infosperber.ch, tsri.ch oder zentralplus.ch. Neue alternative Medien wie uncut-news.ch, alles-schallundrauch.blogspot.ch oder legitim.ch richten sich hingegen direkt gegen einen angeblichen «Mainstream» in Gesellschaft und Medien und halten nur bedingt journalistische Qualitätsregeln ein. Die Nutzung dieser Websites ist in der Schweiz noch beschränkt. Partiell erreichen diese alternativen Medien aber immerhin Reichweiten, die an jene der oben genannten Informationsangebote mit Qualitätsanspruch heranreichen. Durch die Nutzung von Plattformen wie Youtube und Facebook gelingt es den alternativen Medien zudem fallweise, sich mit einzelnen Beiträgen breit Gehör zu verschaffen. So erzielte der reichweitenstärkste Beitrag auf der Facebook-Seite von legitim.ch beinahe 4'000 Nutzerreaktionen - ein Wert, den selbst professionelle Schweizer Informationsmedien nicht oft erreichen. Das Angebot uncut-news.ch setzt auf Youtube und ist mit gesamthaft 33 Mio. Aufrufen ähnlich stark frequentiert wie der meistgenutzte Youtube-Informationskanal von SRF (37 Mio. Aufrufe).

«Plattformisierung» setzt den professionellen Informationsjournalismus unter Druck

Der Newskonsum findet auch in der Schweiz immer mehr über digitale Kanäle statt. Newssites oder Social Media sind bereits heute für 41% der Schweizerinnen und Schweizer die Hauptquelle für Information. Je jünger das Publikum, desto grössere Bedeutung haben Plattformen wie Facebook oder Google. Bereits 40% der 18- 24-Jährigen steuert für den Newskonsum hauptsächlich Social-Media-Plattformen oder Suchmaschinen an und verzichtet auf den direkten Zugriffsweg über die Newssite. So verbinden Nutzer konsumierte News immer mehr mit den Plattformen der Tech-Intermediäre anstatt mit den tatsächlichen Produzenten der Inhalte. Diese Entwicklung führt erstens zu einer Schwächung der etablierten Medienmarken. Zweitens fliesst der Grossteil der Werbeerträge zu den globalen Tech-Intermediären und schwächt damit zusätzlich die ohnehin schon prekäre Finanzierungsbasis der Schweizer Informationsmedien.

Qualität professioneller, journalistischer Newssites steigt

Die Berichterstattungsqualität professioneller Schweizer Informationsmedien bleibt vergleichsweise hoch und nimmt tendenziell sogar zu. Die Newssites der Abonnementspresse, aber auch der Pendlerpresse können ihre Qualitätswerte seit 2014 kontinuierlich verbessern. Mit 6,3 von maximal 10 Scorepunkten liefern die Newssites der Abonnementspresse im Jahr 2016 im Schnitt nur mehr geringfügig niedrigere Qualität als die gedruckten Pendants mit 6,6 Scorepunkten. Die Pendlerangebote erzielen Online (5,0) signifikant höhere Qualitätsscores als Offline (4,7 Scorepunkte).

Facebook drückt die Qualität

Neu sind auch die Facebook-Seiten von reichweitenstarken Medienanbietern Teil der Qualitätsanalyse. Das Qualitätsniveau einer Medienmarke kann auf Facebook im Regelfall nicht gehalten werden. Lediglich bei der NZZ ist die Qualität des Facebook-Angebots höher als jenes auf der Newssite (+0,4 Scorepunkte). Die übrigen 13 untersuchten Informationsanbieter kreieren ein Facebook-Angebot, das in der Regel qualitativ niedriger ist als jenes auf der korrespondierenden Newssite. Facebook ist ein Emotionsmedium. Entsprechend sind Softnews und Infotainment hier deutlich übervertreten. Plattformen wie Facebook begünstigen demzufolge Beiträge niedriger Qualität.

Untersuchungsanlage, Methodik und weiterführende Informationen

Die Analysen des Jahrbuchs basieren auf folgenden Daten:

Inhaltsanalyse:

Die Bewertung der Berichterstattungsqualität basiert auf einer Zufallsstichprobe aus dem Jahr 2016. Insgesamt wurden 28'214 Beiträge aus 79 reichweitenstarken Informationsangeboten aus der Deutschschweiz, der Suisse romande und der Svizzera italiana untersucht. Neu wurden auch die Facebook-Seiten reichweitenstarker Informationsangebote berücksichtigt. Leitend für die Qualitätsanalyse sind die Dimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität.

Publikumsbefragungen:

Das fög ist Schweizer Partnerorganisation der internationalen Studie «Reuters Digital News Report». Der jährlich erscheinende Bericht umfasst Umfragedaten zum Mediennutzungsverhalten des Publikums in 36 Ländern (über 70'000 Interviews). In der Deutschschweiz und in der Suisse romande wurden Internetnutzer ab 18 Jahren befragt.

Kennwerte aus der Medienbranche:

Um die Veränderung der Nutzung, der Finanzierung und der Besitzverhältnisse von Informationsmedien analysieren zu können, werden Sekundärdaten verwendet. Quellen sind WEMF, Net-Metrix, Mediapulse, Media Focus, Stiftung Webestatistik Schweiz, Netvizz sowie Similarweb.

Jahrbuch 2017 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-Obrist, 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, AZ Medien AG, BAKOM Bundesamt für Kommunikation, Die Schweizerische Post AG, Fondazione per il Corriere del Ticino, Verband Interpharma, Paul Schiller Stiftung, NZZ-Mediengruppe, Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, Ringier AG, Somedia AG, Verband Medien mit Zukunft, 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, Bankenclearing-Nr. 700, SWIFT: ZKBKCHZZ80A.

Wo ist das Jahrbuch erhältlich?

Das Jahrbuch ist in gedruckter Form (ISBN 978-3-7965-3695-3) und zusätzlich als E-Book (ISBN 978-3-7965-3712-2) beim Schwabe Verlag (www.schwabeverlag.ch) erhältlich und erscheint jeweils im Herbst.

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

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100009036/100808290 abgerufen werden.