

29.10.2025 – 08:00 Uhr

Medien-Trendmonitor 2025: Wirtschaftlicher Druck bleibt grösste Herausforderung im Journalismus



HERAUSFORDERUNGEN IM JOURNALISMUS

Zürich (ots) -

Wirtschaftlicher Druck, das Spannungsfeld zwischen Qualität und Tempo sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus. Den Alltag der Medienschaffenden belasten vor allem zu viele irrelevante PR-Mails und zu wenig Zeit für tiefergehende Recherche. Zu diesen Ergebnissen kommt der Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Umfrage der dpa-Tochter gibt Einblicke in die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Medienstellen und PR-Agenturen sowie in die Herausforderungen und Trends im Journalismus. Am Medien-Trendmonitor 2025 haben mehr als 1'000 Journalistinnen und Journalisten aus der Schweiz, Deutschland und Österreich teilgenommen.

Wirtschaftlicher Druck ist grösste Herausforderung

An der Spitze der Herausforderungen im Journalismus steht der wirtschaftliche Druck: 65 Prozent der Befragten nennen sinkende Einnahmen, rückläufige Auflagenzahlen und fehlende alternative Geschäftsmodelle als aktuell grösste Herausforderung für den Journalismus. Auch der Spagat zwischen Qualität und Geschwindigkeit (61 Prozent) – also der Balance zwischen schnellen News und einer gründlichen Recherche – sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien durch veränderte Mediennutzung (60 Prozent) werden als zentrale Probleme benannt.

Zunehmender Zeit- und Personalmangel belastet ebenfalls viele Redaktionen: Über die Hälfte (53 Prozent) der Befragten sieht den gestiegenen Zeit- und Arbeitsdruck durch Fusionen, Personalabbau und höhere Anforderungen als drängendes Problem.

Medien kämpfen mit Desinformation und schwindendem Vertrauen

Neben wirtschaftlichen und strukturellen Faktoren wiegen auch gesellschaftliche Entwicklungen schwer. Fast die Hälfte der Befragten (49 Prozent) sieht die Zunahme an Desinformation als Gefahr. Auch der Vertrauensverlust in Medien (44 Prozent) sowie politischer und gesellschaftlicher Druck – etwa durch Polarisierung, Einflussnahme oder direkte Angriffe auf Medien – werden von 43 Prozent der Journalistinnen und Journalisten als gravierende Probleme genannt.

Auch das Aufkommen neuer Technologien und Plattformen verändert die redaktionelle Arbeit. Während 41 Prozent den Einzug von Künstlicher Intelligenz als Herausforderung einstufen, sehen 38 Prozent in der Konkurrenz durch Social Media und Messenger-Dienste eine Bedrohung für den klassischen Journalismus. Ein knappes Drittel (28 Prozent) der befragten Journalistinnen und Journalisten beklagt die Zunahme an multimedialen und crossmedialen Anforderungen in ihrer redaktionellen Arbeit und ein weiteres Fünftel (21 Prozent) sieht den Mangel an Nachwuchs- und Fachkräften als eine der grössten Herausforderungen im heutigen Journalismus.

Persönliche Belastung: Reizüberflutung, Zeitmangel und Arbeitsdruck

Auf die Frage, welche Herausforderungen sie persönlich in ihrem redaktionellen Alltag am stärksten belasten, geben 56 Prozent der Medienschaffenden die Überflutung mit irrelevanten PR-Mails oder Themenvorschlägen an. Ebenso viele kämpfen mit einem generellen Zeitmangel für tiefgehende Recherche (56 Prozent). Jeden zweiten Befragten macht der hohe Arbeitsdruck durch Multitasking und knappe Personalressourcen zu schaffen (51 Prozent).

Die zunehmende technische Komplexität spielt ebenfalls eine Rolle: 35 Prozent empfinden den stetig wachsenden Bedarf an digitalen Kompetenzen - etwa im Bereich Multimedia, SEO oder KI - als persönliche Herausforderung. 32 Prozent belastet die Auseinandersetzung mit zunehmender Desinformation. Auch der Druck, sich ständig an neue Plattformen und Formate anzupassen, wird von 31 Prozent als eine persönliche Herausforderung genannt. Auch ganz praktische Dinge, wie relevante Ansprechpartner in Unternehmen zu erreichen, sind für ein Viertel der Befragten (26 Prozent) häufig mit Schwierigkeiten verbunden.

Weiterbildungslücken und psychische Belastung

Ein Fünftel der Medienschaffenden (21 Prozent) empfindet außerdem den zunehmenden Erwartungsdruck, sich selbst als Markenbotschafter zu präsentieren - etwa durch gezielte Eigenvermarktung über Social Media - als belastend. Für 15 Prozent spielt auch die psychische Belastung durch äusseren Druck und Hatespeech eine Rolle. 14 Prozent geben an, dass fehlende oder unzureichende Weiterbildungsmöglichkeiten ihre Arbeit erschweren.

Ergebnisse im Detail

Was sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus?

- Wirtschaftlicher Druck: sinkende Einnahmen & Auflagenzahlen, fehlende alternative Geschäftsmodelle 65 %
- Qualität vs. Geschwindigkeit: Balance zwischen schnellen News & gründlicher Recherche 61 %
- Bedeutungsverlust traditioneller Medien durch veränderte Mediennutzung 60 %
- Zeit- & Arbeitsdruck: Fusionen, weniger Personal, steigende Anforderungen 53 %
- Desinformation 49 %
- Vertrauensverlust 44 %
- Politischer & gesellschaftlicher Druck: Einflussnahme, Polarisierung & Angriffe auf Medien, Pressefreiheit 43 %
- Einzug von KI 41 %
- Konkurrenz durch neue Akteure & Plattformen: Social Media, Messenger-Dienste 38 %
- Zunahme an multimedialen und crossmedialen Anforderungen 28 %
- Nachwuchs- & Fachkräftemangel: Schwierigkeiten bei Rekrutierung & Ausbildung 21 %

Basis: Alle Befragten, N=786 (Mehrfachnennungen)

Was sind Ihre grössten persönlichen Herausforderungen bei der journalistischen Arbeit?

- Überflutung mit irrelevanten PR-Mails & Themenvorschlägen 56 %
- Zu wenig Zeit für tiefgehende Recherche 56 %
- Hoher Arbeitsdruck & Multitasking 51 %
- Immer mehr technische und digitale Skills nötig 35 %
- Auseinandersetzung mit zunehmender Desinformation 32 %
- Ständiger Anpassungsdruck an neue Plattformen & Formate 31 %
- Schwierigkeit, relevante Ansprechpartner in Unternehmen zu erreichen 26 %
- Erwartung, selbst Markenbotschafter zu sein 21 %
- Psychische Belastung durch Druck, aber auch durch Hatespeech 15 %
- Fehlende oder unzureichende Weiterbildungsmöglichkeiten 14 %

Basis: Alle Befragten, N=775 (Mehrfachnennungen)

Die hier vorgestellten Ergebnisse bilden den vierten Teil einer mehrteiligen Auswertungsreihe des Medien-

Trendmonitors 2025. In den kommenden Monaten folgen weitere Ergebnisse zum Einsatz Künstlicher Intelligenz in der journalistischen Arbeit.

Der Medien-Trendmonitor 2025 (Teil 4) kann hier <https://www.newsaktuell.de/pdf/medien-trendmonitor-2025-teil-4-ch.pdf> heruntergeladen werden.

Eine Einordnung der Ergebnisse gibt es auf dem news aktuell Blog: <https://ots.ch/Sp89bF>

Über den Medien-Trendmonitor

Der Medien-Trendmonitor von news aktuell ist eine Umfrage unter Journalistinnen und Journalisten zu ihren Arbeitsweisen, der Zusammenarbeit mit Medienstellen und PR-Agenturen sowie den Herausforderungen und Trends im Journalismus.

Am Medien-Trendmonitor 2025 haben 1'011 Journalistinnen und Journalisten aus der Schweiz, Deutschland und Österreich teilgenommen. Die Online-Befragung fand vom 6. Mai bis zum 10. Juni 2025 statt. Alle Angaben sind auf ganze Zahlen gerundet. Die Ergebnisse der Umfrage werden in mehreren Teilen - über das zweite Halbjahr 2025 verteilt - veröffentlicht.

Über news aktuell (Schweiz) AG:

news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der deutschen Presseagentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Die dpa-Tochter berät ihre Kunden persönlich auf Augenhöhe - und unterstützt sie dabei, ihr Pressematerial einfach und erfolgreich zu veröffentlichen. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der Plattform www.presseportal.ch. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten, sowie Native Ads in hochkarätigen Medien und Display Ads an hochfrequentierten Standorten runden das Angebot ab.

Pressekontakt:

news aktuell (Schweiz) AG
Janina von Jhering
Leiterin Kommunikation und Marketing
Telefon: +49 40/4113 - 32598
vonjhering@newsaktuell.de

Medieninhalte



Medien-Trendmonitor 2025: Wirtschaftlicher Druck, das Spannungsfeld zwischen Qualität und Tempo sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Medien-Trendmonitor 2025: Wirtschaftlicher Druck, das Spannungsfeld zwischen Qualität und Tempo sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



**WAS SIND
IHRÉ GRÖSSTEN
PERSÖNLICHEN
HERAUS-
FORDERUNGEN
BEI DER
JOURNALISTISCHEN
ARBEIT?**

www.electrum

KONTAKT

The infographic consists of a vertical stack of ten colored circles of decreasing size from top to bottom. Each circle contains a percentage value representing its importance in media relations.

Importance Level	Percentage	Description
Most Important	56%	MASS-MEDIEN PR-MARKETING
Second Most Important	56%	EDUCATION BILDUNG
Third Most Important	35%	INDUSTRIE INDUSTRIE UND WIRTSCHAFT
Fourth Most Important	31%	IMPRESARIAT KULTUR UND ERLEBNIS
Fifth Most Important	26%	PERSONALCOMMERZ SCHWERE INDUSTRIE
Sixth Most Important	21%	PERSONALCOMMERZ KONSUM SERVICES
Seventh Most Important	15%	PÖTENTIELLE RELATIONEN
Eighth Most Important	14%	FEHLende WERTESCHÄFTLICHKEIT
Ninth Most Important	13%	PERSONALCOMMERZ KONSUM SERVICES
Least Important	10%	PERSONALCOMMERZ KONSUM SERVICES

Medien-Trendmonitor 2025: Wirtschaftlicher Druck, das Spannungsfeld zwischen Qualität und Tempo sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/hr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Medien-Trendmonitor 2025: Wirtschaftlicher Druck, das Spannungsfeld zwischen Qualität und Tempo sowie der Bedeutungsverlust traditioneller Medien sind aktuell die grössten Herausforderungen für den Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/10000003/100936247> abgerufen werden.