

Wann reagiert die Politik?

ROMAN BERGER zum neuen «Jahrbuch Qualität der Medien»

«Alles nur Stuss und heisse Luft einiger Mediensoziologen.» Allergisch reagierten viele Medienleute auf die erste Bilanz zur Schweizer Medienlandschaft der Forschergruppe um den Zürcher Soziologen Kurt Imhof vor einem Jahr. In Wirklichkeit wurde an Tabus gerüttelt: Auch in der Schweiz sinkt die Qualität der Medien und mit ihr die Qualität der Demokratie. Der Verwaltungsratspräsident von Tamedia, Pietro Supino, verteidigte «die Qualität unserer Presse» im firmeneigenen «Magazin», sozusagen in eigener Sache. Denn das Jahrbuch kritisierte vor allem die von Tamedia herausgegebenen lukrativen Gratiszeitungen, welche die Fundamente des professionellen Journalismus zerstören. Von dieser «Kannibalisierung» betroffen ist das (einstige) Flaggschiff von Tamedia, der «Tages-Anzeiger», dessen Redaktion 2009 um ein Viertel gekürzt wurde.

Auch auf die zweite Ausgabe des Jahrbuchs hat der grösste Schweizer Medienkonzern gereizt reagiert. Für Peter Wälty, den Chef der Website «Tagesanzeiger.ch», ist das Jahrbuch «wissenschaftlicher Boulevard» («Tages-Anzeiger», 8. Oktober). Wälty ärgert sich – mit Recht – über falsche, inzwischen jedoch berich-

tigte Berechnungen im Zusammenhang mit der Entwicklung der Reichweiten von News-Websites. Der Chefredaktor stellt damit aber gleich die Glaubwürdigkeit der gesamten Studie infrage, ohne sich mit den Grundthesen der Kritik auseinanderzusetzen: zunehmende Boulevardisierung, Personalisierung, Moralisierung und episodische Berichterstattung.

In den Gratismedien, die heute vom jungen Publikum der 15- bis 34-Jährigen gelesen werden, tendiert laut Jahrbuch die für Qualität entscheidende «Einordnungsleistung» gegen null. Dort erscheine «die Welt als ein in Einzelereignisse zergliedertes Universum. Ursachen werden kaum noch aufgezeigt, Phänomene nicht mehr eingeordnet und erklärt.» Ein hoher Anteil an «Einordnung» hingegen ist bei der SVP-nahen «Weltwoche» (56 Prozent «thematische Berichterstattung») zu beobachten. Wert auf einordnende beziehungsweise thematische Berichterstattung legen auch das öffentliche Radio (26 Prozent), die Sonntagszeitungen (24 Prozent) sowie die überregionalen Abonnementszeitungen (23 Prozent). Die «Neue Zürcher Zeitung» und «Le Temps» seien die letzten Tageszeitungstitel, «die der Tendenz zur Regi-

onalisierung und Nationalisierung der Politik- und Wirtschaftsberichterstattung widerstehen».

Die Redaktionen schrumpfen, die PR-Industrie rüstet auf. Der PR-Einfluss hat in den Schweizer Medien massiv zugenommen. Eine Vertiefungsstudie stellt fest, dass 40 Prozent der Unternehmensberichterstattung durch PR-Aktivitäten ausgelöst werden. Und bei 56 Prozent der Unternehmensberichterstattung werde die Deutungsperspektive von Unternehmens-PR unkritisch übernommen. Der Wirtschaftsjournalismus wird seiner Kontrollfunktion nicht gerecht. Auch eine Studie über die Fehlerhäufigkeiten bei wichtigen Abonnementszeitungen widerlegt die Behauptung von VerlagsmanagerInnen, trotz weniger Mittel könne man gute Produkte machen.

Das fast 600 Seiten dicke Jahrbuch soll 2012 wieder schlanker werden. Zunehmen aber muss die Auseinandersetzung. Nicht nur zwischen Verlegern, Medienwissenschaft und Journalistinnenblogs: Zur Debatte steht die Information – der wichtigste Service public. Warum reagieren Politik und Öffentlichkeit nicht auf den sogar quantitativ messbaren Verfall?



Roman Berger ist Mitarbeiter der WOZ. fbg – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (Hrsg.): «Jahrbuch Qualität der Medien». Schwabe Verlag, Basel 2011. 98 Franken. www.qualitaet-der-medien.ch