

Das Problem der Nachrichten-Abstinenz



Immer mehr Menschen in der Schweiz konsumieren keinerlei Nachrichten mehr. Zu diesem Schluss kommt das neuste Jahrbuch «Qualität der Medien». Mehr als ein Drittel der Schweizer insgesamt und sogar mehr als die Hälfte der jungen Erwachsenen gehört heute zu den so genannten «News-Deprivierten». Kein Wunder sehen die Verkaufs- und Nutzungszahlen der Schweizer Zeitungen zappen-duster aus. Warum interessieren sich immer mehr Menschen immer weniger für die Welt? Was bedeutet das für die Zukunft der Medien – und was für die Demokratie? Ein Antwortversuch.

«News-Deprivierte» nennt das Jahrbuch «Qualität der Medien» Menschen, die «nicht ausreichend mit qualitativ hochwertigen News versorgt» sind.¹ In englischsprachigen Studien heissen sie «News Avoider». Diese Gruppe nutzt zwar intensiv das Internet, aber nicht zur Information, sondern zur Unterhaltung und um Kontakte zu pflegen. Klassische Tageszeitungen werden fast nicht mehr genutzt und auch das klassische Fernsehen spielt eine immer kleinere Rolle. Bloss das Radio behauptet sich noch einigermaßen. Der Anteil der Menschen in der Schweiz, die diesem Profil entsprechen, hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Galten 2009 noch 21% der Schweizerinnen und Schweizer als «News-Deprivierte», sind es laut Jahrbuch «Qualität der Medien» heute bereits 36%. Der Anteil der jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 29 Jahren, die diesem Nutzungsmuster entspricht, liegt sogar bei 56%.

Vor zehn Jahren waren noch Pendlerzeitungen die wichtigste Informationsquelle der «News-Deprivierten». Heute lesen sie auch «20 Minuten»

nicht mehr. Höchstens auf den sozialen Medien kommen sie noch mit Nachrichten in Kontakt und das naturgemäss eher zufällig. «Klassische Printmedien fallen als Newsquellen vollständig weg. Die geringe Nachfrage nach News wird in diesem Repertoiretyp durch die Gratislieferungen abgedeckt, die online und via Social Media auf den Bildschirm gespült werden», schreiben Jörg Schneider und Mark Eisenegger im Jahrbuch «Qualität der Medien».² Die Folge: Der Blick dieser Menschen auf Nachrichten ist sehr subjektiv. Sie nehmen Einzelereignisse wahr, aber kaum Zusammenhänge. Die Wahrnehmung ist zudem oft stark emotionalisiert. Thematisch drehen sich die wahrgenommenen Nachrichten um «Skandale und Krisen, Unfälle, Katastrophen und Anschläge»³ – mit entsprechenden Folgen für das Weltbild.

Sind die Medien selber schuld?

Diese Befunde sind nicht neu, sie haben sich aber zugespitzt. In meinem wöchentlichen Fragebogeninterview mit Medienmenschen frage ich jeweils, was es für die Medien (und die Gesellschaft) bedeutet, dass so viele junge Menschen zu den «News-Deprivierten» gehören. Die Antworten lassen sich in drei Gruppen teilen. Die erste Gruppe ist die der Optimisten. So sagt etwa Katrin Hug, Leiterin Regionaljournal Zürich Schaffhausen von Radio SRF 1: «Die Jugendlichen gehen zu Hunderttausenden fürs Klima auf die Strasse – sie sind bestens im Bild über den Zustand des Planeten; ich glaube nicht, dass man sich allzu viele Sorgen um die Jugend machen muss.»⁴ Die zweite Gruppe ist die der Pessimisten. So sagt Susan Boos von der Wochenzeitung «WoZ», das sei «eine bittere Erkenntnis, die eine demokratische Gesellschaft beschäftigen muss. Aber vielleicht war es nie anders und akzentuiert sich immer in Zeiten des Umbruchs.»⁵ Zwischen Optimisten, die sagen, die Jugendlichen seien eigentlich nicht depriviert, und Pessimisten, die sagen, es sei nie anders gewesen, gibt es noch die, sagen wir, Moralisten, die die Medien in die Pflicht nehmen. So sagt etwa Simon Jacoby, Verleger und Chefredaktor von Tsüri.ch: «Es bedeutet ganz einfach, dass sich die Medien überlegen müssen, wie sie die Jungen erreichen wollen und können. Gratis-Tipp: Sie ernst nehmen.»⁶ Anders gesagt: Die Medien sind selber schuld, wenn sie die Jungen nicht mehr erreichen.

Was sagt die Wissenschaft dazu? Das fög schreibt in seinem Jahrbuch: «Es ist zu erwarten, dass der Anteil der «News-Deprivierten» weiter steigen wird.» Das fög gibt dafür zwei Gründe an. Einerseits fallen immer mehr Nutzer aus der alten Medienwelt heraus, weil die ritualisierten Nutzungen der klassischen Newsmedien verschwinden. Die Gewohnheiten der Menschen ändern sich also zu Ungunsten der Medien. «Andererseits wachsen neue Mediennutzer heran, denen die klassischen Newsmedien fremd sind.» Junge Menschen werden also erst gar nicht mehr an klassische Medien herangeführt. Dass in der Gruppe der 16- bis 29-Jährigen die «News-Deprivierten» rund die Hälfte ausmachen, ist übrigens kein reines Schweizer Phänomen, es deckt sich mit den Ergebnissen internationaler Studien.⁷

Keine Verweigerung von Nachrichten

Interessant ist die Feststellung der Wissenschaftler, dass diese Unterversorgung mit Nachrichten «nur bei einem Teil das Ergebnis einer

bewussten Vermeidungsstrategie» ist. Nur eine kleine Minderheit verweigert sich Nachrichten bewusst. «News-Deprivierte» zeigten sehr wohl Interesse an Nachrichten: «Wir stellen bei den «News-Deprivierten» keine systematische Strategie der Newsverweigerung fest, sodass grundsätzlich die Möglichkeit besteht, sie zukünftig wieder stärker an News heranzuführen, wenn sie auf Newsangebote zugreifen können, die zu ihrem Medienverhalten passen», schreiben Jörg Schneider und Mark Eisenegger im Jahrbuch «Qualität der Medien». ⁸ Das Grundinteresse wäre also da, es liegt daran, dass die Menschen den Medien in ihrem Alltag nicht mehr begegnen – und wenn sie ihnen begegnen, dann schmecken sie ihnen nicht.

Wie stark die klassischen Medien am Alltag der Menschen vorbeiziehen, zeigt sich am Beispiel der Gratiszeitung «20 Minuten»: Sie gehört laut der neusten Leserschaftsstudie der Wemf zu den grössten Verlierern. Die Pendlerzeitung hat im vergangenen Jahr fast jeden zehnten Leser verloren (-9%). In absoluten Zahlen: 118'000 Leserinnen und Leser. ⁹ Die klassischen, gedruckten Zeitungen in der Schweiz verlieren schon viel länger Leser und deshalb Auflage. So hat die «Basler Zeitung» seit 2009 ihre Auflage mehr als halbiert (2009: 88'187 Auflage, 2019 40'422 Auflage), Konkurrentin «Nordwestschweiz», zu deren Verbund die «bzBasel» gehört, hat im selben Zeitraum die Auflage von 193'011 (2009) auf 139'483 (2019) reduziert – ein Auflagenverlust von rund 28%. ¹⁰

Mehr Unterhaltung – und mehr Bildung

Wäre es ein anderes Produkt, das dermassen an der Käuferschaft vorbeizieht, könnte man mit den Schultern zucken und sagen: Das ist der Markt, dann müssen sie halt ihr Geschäft aufgeben. Aber wir reden von Medien, die in der Demokratie, in der direkten zumal, eine zentrale Rolle spielen. «Ohne Journalismus keine Demokratie. Und ohne Demokratie keine Freiheit», schreibt die «Republik» in ihrem Manifest. ¹¹ Das ist zwar etwas pathetisch formuliert, ändert aber nichts daran, dass es zutrifft. Wie also können die Menschen dazu gebracht werden, dass sie sich für Nachrichten interessieren? «Watson»-Chefredaktor Maurice Thiriet sagt in meinem Fragebogeninterview, es sei die Mission von «Watson», «der Generation Social Media ein journalistisches Vollprogramm anzubieten, in einer Umgebung, einer Form und auf Distributionskanälen, die sie kennt und in der sie sich zu Hause fühlt.» ¹² Simone Meier, Autorin bei «Watson» ergänzt: «Bei «Watson» ist es so, dass unsere Userinnen und User nie nur einen rein journalistischen, sondern oft auch einen sehr spielerischen Zugang zu unseren Inhalten finden.» «Watson» lockt sie quasi über die «Mausefalle des Entertainments» zu den klassischen News-Stoffen. Für sie als Journalistin sei diese Art zu Beginn befremdlich gewesen, mit der Zeit aber «sehr erfrischend und kreativitätsfördernd». ¹³

Brauchen wir also mehr Unterhaltung? Müssen die Zeitungen, die Radiosender und die Fernsehstationen mehr «Mausefallen des Entertainments» aufstellen, damit die LeserInnen und UserInnen sich auf spielerische Weise mit wichtigen Informationen beschäftigen können? Vermutlich. Normale Tageszeitungen sind von Unterhaltung weit weg. Sich durch all die Politstoffe durchzuackern, ist oft schwere Lesearbeit. Etwas mehr unterhaltender Zuckerguss über dem Schwarzbrot der Information

dürfte sicher nicht schaden. Aber es reicht nicht. Ich glaube, gerade in der Schweiz kommen wir nicht daran vorbei, mehr in die Bildung zu investieren. Ich denke da nicht an wolkige Medienkompetenz-Konzepte. Ich denke an etwas einfacheres: ans Lesen. Auch die «Mausefallen des Entertainments» bei «Watson» bestehen sehr oft aus Buchstaben – auch «Watson» ist ein weitgehend literales Medium. Wer sich informieren will, braucht Lesekompetenz – und um die ist es in der Schweiz nicht zum Besten bestellt.¹⁴ Anders gesagt: Unsere Schülerinnen und Schüler brauchen vielleicht nicht mehr Computer, sondern wieder mehr Bücher. Auf Lesen komm raus.

Basel, 18. Oktober 2019, Matthias Zehnder mz@matthiaszehnder.ch

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Kostet nichts, bringt jede Woche ein Mail mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar und einen Buchtipp. Einfach [hier klicken](#).

Quellen

- 1 Vgl. fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hrsg.): «Qualität der Medien»; Schwabe Verlag: Basel 2019; S. 29 – PDF: <https://www.qualitaet-der-medien.ch/downloads>
- 2 Ebenda S. 36
- 3 Ebenda S. 11
- 4 Fragebogeninterview mit Katrin Hug: <https://www.matthiaszehnder.ch/menschenmedien/katrin-hug/>
- 5 Fragebogeninterview mit Susan Boos: <https://www.matthiaszehnder.ch/menschenmedien/susan-boos/>
- 6 Fragebogeninterview mit Simon Jacoby: <https://www.matthiaszehnder.ch/menschenmedien/simon-jacoby/>
- 7 Vgl. Jahrbuch «Qualität der Medien» 2019, S. 37
- 8 Ebenda
- 9 Vgl. Persoenlich.com, «Wemf Mach Basic: Welche Zeitungen Leser verlieren, welche zulegen», 8.10.2019: <https://www.persoenlich.com/medien/welche-zeitungen-leser-verlieren-welche-zulegen>
- 10 Vgl. Newsroom.de: «Print in der Schweiz: Eine Statistik des Grauens», 17.9.2019: <https://www.newsroom.de/news/aktuelle-meldungen/vermischtes-3/print-in-der-schweiz-eine-statistik-des-grauens-898781/>
- 11 Manifest der «Republik»: <https://www.republik.ch/manifest>
- 12 Fragebogeninterview mit Maurice Thiriet: <https://www.matthiaszehnder.ch/menschenmedien/maurice-thiriet/>
- 13 Fragebogeninterview mit Simone Meier: Simone Meier <https://www.matthiaszehnder.ch/menschenmedien/simone-meier/>
- 14 Laut Pisastudie sind die Schweizer SchülerInnen zwar gut in Mathematik, ihre Lesekompetenz liegt aber knapp unter dem OECD-Durchschnitt: <https://www.nzz.ch/schweiz/pisa-studie-2015-schweizer-15-jaehrige-rechnen-europaweit-am-besten-ld.132847>