

Der Untergang des Lokaljournalismus



Heute müssen wir über Lokaljournalismus reden, das Aschenputtel des Journalismus: Oft gepriesen und doch verachtet – und immer stärker dem Untergang geweiht. Ökonomisch ist der Lokaljournalismus die Hölle, vor allem in der digitalen Medienwelt, die ganz auf Skaleneffekte ausgelegt ist. Dabei ist die föderale Schweiz auf guten Lokal- und Regionaljournalismus angewiesen. «Kein Problem», sagen die Verleger. «Das Lokale ist bei uns immer noch Thema». Das ist entweder naiv – oder hinterhältig. Denn es ist nicht das Lokale als Thema, das den Lokaljournalismus ausmacht. Warum das so ist und warum der Lokaljournalismus untergeht.

Diese Woche hat der Nationalrat einen für die Schweiz erstaunlichen Entscheid gefällt: Onlinemedien sollen mit bis zu 30 Millionen Franken pro Jahr unterstützt werden. Sie erhalten dabei vom Bund künftig maximal 60 Prozent des anrechenbaren Umsatzes. Bundesrat und Ständerat wollen diese Schwelle bei 80 Prozent setzen. Das Gesetz soll vorerst für fünf Jahre gelten.¹ Erstaunlich ist das deshalb, weil die bürgerlichen Nationalräte sich lange gegen eine solche direkte Medienförderung gewehrt haben. Mittlerweile hat sich in der Schweiz aber die Erkenntnis durchgesetzt, dass ohne Unterstützung lokal und regional eine ganze Journalismus-Ebene wegbrechen könnte. Doch die Schweiz ist auf einen kleinteiligen Journalismus angewiesen, sonst funktioniert die direkte Demokratie auf kommunaler und kantonaler Ebene nicht mehr.

Warum aber kommt der Lokaljournalismus im ganzen Land unter Druck? Ein Grund ist die Digitalisierung der Medien. In der digitalen Welt sind die Erträge, die ein Medium pro Leserin oder Leser erwirtschaften kann, geringer. Als grobe Faustregel kann gelten: Der Werbe-Er-

trag pro Nutzer ist online etwa Faktor zehn kleiner als im Print – und auf dem Handy etwa Faktor zehn kleiner als online. Das bedeutet: Ein Verlag braucht im Internet viel mehr Nutzerinnen und Nutzer, um auf denselben Werbe-Ertrag zu kommen wie im Print – und auf dem Handy noch mehr als online.² Das ist übrigens der Grund, warum Verlage auch in der Onlinewelt ihre Inhalte nur zahlenden Kundinnen und Kunden anzeigen möchten – aber es ist nicht so einfach, die Menschen, die seit Jahren an Gratisinhalte gewöhnt worden sind, über Nacht zum Zahlen zu bringen.

Digitaler heisst grösser

Zurück zum Ertrag: Weil eine Zeitung in der digitalen Welt viel mehr Nutzer braucht als in der analogen Printwelt, um denselben Werbe-Ertrag zu erwirtschaften, bespielen digitale Publikationen lieber grössere Regionen oder besser gleich die ganze Schweiz. Die Folgen dieser Skaleneffekte sind der Verlagslandschaft mittlerweile deutlich anzusehen. In der Zeitungslandschaft Schweiz sind heute nur noch vier grosse Verlagshäuser aktiv: CH Media, Tamedia, NZZ und Ringier. Von den vier Häusern sind nur die ersten beiden im Markt für Regionalzeitungen tätig. Tamedia und CH Media haben untereinander diesen Markt mehr oder weniger aufgeteilt.³ Von «Aargauer Zeitung» und «bzBasel» bis zur «Zuger Zeitung» gehören (von Basel abgesehen) vor allem die Zeitungen im ländlichen Raum zu CH Media, von «Tages-Anzeiger» und «Basler Zeitung» bis zum Winterthurer «Landboten» gehören die Zeitungen im Kanton Zürich und in Basel und Bern zu Tamedia.

Diese Zeitungsverbünde funktionieren so, dass eine Zentralredaktion all jene Inhalte produziert, die überall funktionieren und Regionalredaktionen diese «Mantelinhalte» um lokale und regionale Nachrichten und Reportagen ergänzt. Das Problem dabei ist, dass die ökonomischen und die publizistischen Anreize sich diametral widersprechen: Aus ökonomischer Sicht sollten die Verlage so viel wie möglich zentralisieren, aus publizistischer Sicht so viel wie möglich regionalisieren. Im Kanton Zürich geht Tamedia jetzt noch einen Schritt weiter: Zusätzlich zum grossen Verbund von Basel über Bern und Winterthur bis nach Zürich schliesst Tamedia die Zürcher Regionalzeitungen zusammen. Ab dem 1. Juni bilden «Tages-Anzeiger», «Der Landbote», «Zürichsee-Zeitung» und «Zürcher Unterländer» das Redaktionsnetzwerk Zürcher Zeitungsverbund. «Alle Titel bleiben eigenständig», betont der Verlag schon fast treuherzig, «wir machen neugierigen und kritischen Journalismus für das ganze Zürcher Einzugsgebiet.»

Regionale Berichterstattung für den Verbund

Tamedia zentralisiert nun also auch die Berichterstattung über regionale Themen. Es werde nicht weniger über Winterthur im «Landboten» zu lesen sein, betont Benjamin Geiger, der Chefredaktor des Zeitungsverbunds, gegenüber Radio SRF.⁴ Aus Sicht der Leserschaft gehe nichts verloren, es gebe höchstens einen Gewinn. «Zusammenarbeiten heisst nicht Zusammenlegen», betont Geiger im «Medientalk» auf SRF.⁵ Es gehe um eine virtuelle Gesamtedaktion. Die Redaktionen arbeiteten im Verbund wie Ressorts. Sie seien in ihren Gebieten «relativ selbstständig». Es gebe keine Redaktion, die nicht an dem Verbund teilnehme. Die Idee sei, dass möglichst viele Berichte geteilt werden. Denn Ziel von Tamedia ist es, mit der Aktion Stellen einzusparen.

Jetzt kann man sagen: Prima, das ist doch eine gute Lösung. Die «Landbote»-Redaktion in Winterthur, das sind die Spezialisten für Winterthur-Themen, es gewinnen doch alle, wenn diese Themen allen Zei-

tungen im ganzen Kanton zur Verfügung stehen. Und genau da liegt der Denkfehler. Denn Regionaljournalismus, das ist nicht einfach Journalismus, der von regionalen Themen handelt. Regionaljournalismus ist vor allem Journalismus aus regionaler Perspektive. Und genau da findet in der ganzen Schweiz ein massiver Abbau statt.

Journalismus aus lokaler Perspektive

Nehmen wir ein solches «Winterthur-Thema». Eine Lokalzeitung wie der «Landbote» erzählt so ein Thema anders, als es der «Tages-Anzeiger» macht, der im ganzen Kanton Zürich gelesen wird. Ein Zürcher interessiert sich für Winterthurer Politik dann, wenn es um Sensationelles oder Anekdotisches geht. Die Details des politischen Alltags von Winterthur interessieren die genuine Zürcherin und den Zürcher nicht. Wenn die Redaktion in Winterthur künftig Stoffe für den ganzen Kanton aufbereiten muss, verhält sie sich immer stärker wie der Winterthur-Korrespondent des «Tages-Anzeigers» und erzählt – genau: Sensationelles oder Anekdotisches und Politik aus übergeordneter Perspektive.

Das ist keineswegs graue Theorie. Ich habe mehrere Jahre lang innerhalb des AZ-Zeitungsverbands (heute CH Media) die «bzBasel» geleitet. Natürlich musste die Basler Redaktion schon damals ab und zu den übrigen Zeitungen Basler Themen liefern. Diese Geschichten mussten wir aber immer speziell für «Ausserbasler» aufbereiten. Man muss mehr erklären und viele Details weglassen. Lokaljournalismus für die Menschen vor Ort lebt aber von genau diesen Details. Es ist deshalb nicht dasselbe, ob ich ein und dasselbe Thema für die Menschen vor Ort oder für eine andere Region oder gar die ganze Schweiz aufbereite. Ganz zu schweigen davon, dass die übrige Schweiz sich für die Details der Politik in Basel (oder in Winterthur) nicht interessiert.

Tendenz zu «Schweiz aktuell»

Lokaljournalismus ist nicht Journalismus über lokale Themen, sondern Journalismus aus lokaler Perspektive. Das gilt ganz besonders dann, wenn es nicht um Lokalpolitik geht, sondern um Wirtschaft, Kultur, Sport oder Wissen. Die grossen Zeitungsverbände haben diese Themen längst zentralisiert. Deshalb fallen Berichte über die lokale Wirtschaft oder die lokale Kultur regelmässig durch den Raster. Die Lokalredaktion hat die Kompetenz (und den Platz) nicht, für die zentralisierte Wirtschaftsredaktion ist die lokale Wirtschaft nicht wichtig genug.

Im Zürcher Zeitungsverbund sind die Lokaljournalisten jetzt angehalten, Themen so aufzubereiten, dass sie für den ganzen Kanton interessant sind. Das führt dazu, dass die Lokalberichterstattung «Schweiz aktuell»-Charakter annimmt. Die SRF-Sendung mit Berichten aus den Regionen vor der «Tagesschau» berichtet – genau: *aus* den Regionen und nicht *für* die Regionen. Es sind Berichte für die Schweiz. Man kann sich das vorstellen wie Landkarten mit einem unterschiedlichen Massstab: Eine Landkarte mit einem Massstab von 1:25'000 über Winterthur (oder über Basel) ist eine Landkarte, die nur in dieser Region genutzt werden kann. Auf einer Landkarte mit Massstab 1:100'000 ist Winterthur immer noch drauf. Darauf verweisen die Tamedia-Vertreter. Aber die Karte ist so gemacht, dass sie nicht in erster Linie den Winterthurerinnen und Winterthurern nützt, sondern allen Menschen im Einzugsgebiet einen groben Überblick gibt. Es ist derselbe Unterschied, den wir zwischen der Berichterstattung der englischen BBC über die Politik in Grossbritannien für die Engländer und der Berichterstattung der SRF-England-Korrespondentin über die Politik in Grossbritannien für die Schweizerinnen

und Schweizer wahrnehmen. Entscheidend ist nicht das *Thema*, entscheidend sind die Empfängerinnen und Empfänger der Berichte. Darum übernimmt das Schweizer Fernsehen keine Berichte der BBC und synchronisiert sie, sondern entsendet eine Korrespondentin. Es ist eine völlig andere Form der Berichterstattung.

Journalismus für die Kapillaren unserer Demokratie

Wenn wir in der Schweiz über Regional- und Lokaljournalismus reden, müssen wir uns deshalb nicht nur das Thema der Berichterstattung anschauen, sondern auch untersuchen, für wen die Berichte gemacht sind. Lokaljournalismus für einen Zeitungsverbund, das funktioniert nicht. Genau das ist aber die Entwicklungsrichtung. Deshalb ist es so wichtig, dass die Medienförderung für kleine Onlineprojekte Geld bereitstellt. Sie sind möglicherweise in der Lage, im Kleinen die lokalen Lücken zu stopfen – und so vielleicht jenen Konkurrenzdruck herzustellen, der auch die Grossen dazu zwingt, die lokale Perspektive nicht ganz zu vergessen.

Die direkte Demokratie braucht Wanderkarten für die Lokalpolitik: Kleinteiligen Journalismus für die Menschen, von denen er handelt. Das ist anspruchsvoll, teuer, wenig gewinnträchtig – aber überlebenswichtig für die Kapillaren unserer Demokratie.

Basel, 5. März 2021, 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](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.

Quellen

- 1 Disclaimer: Ich bin Präsident des Basler Onlinemedienprojekts Bajour. Aller Voraussicht nach dürfte Bajour von der Onlineförderung profitieren. Die folgenden Zeilen schreibe ich nicht aus Sicht von Bajour, sondern als Medienwissenschaftler.
- 2 Es ist etwas komplizierter: Wenn die Abdeckung einer gedruckten Zeitung in einem bestimmten Raum unter 40% oder 50% fällt, dann ist die Zeitung im Werbemarkt nicht mehr relevant. Und die meisten Tageszeitungen sind in ihren Räumen heute tiefer.
- 3 Zu Tamedia gehören etwa «Basler Zeitung», «Berner Zeitung», «Bund», der Winterthurer «Landbote», das «Thuner Tagblatt», der «Zürcher Unterländer», die «Zürichsee Zeitung» und natürlich der «Tages-Anzeiger». Siehe <https://www.tamedia.ch/de/medien>
Zu CH Media gehören «Aargauer Zeitung», «Appenzeller Zeitung», «Badener Tagblatt», «bzBasel», «Gerochener Tagblatt», «Limmattaler Zeitung», «Luzerner Zeitung», «Nidwaldner Zeitung», «Obwaldner Zeitung», «Oltner Tagblatt», «Solothurner Zeitung», «St. Galler Tagblatt», «Thurgauer Zeitung», «Toggenburger Tagblatt», «Urnen Zeitung», «Wiler Zeitung» und «Zuger Zeitung». Siehe <https://chmedia.ch/marken>
- 4 Vgl. «Echo der Zeit» vom 16.2.2021: <https://www.srf.ch/audio/echo-der-zeit/sollen-kinder-gegen-corona-geimpft-werden?id=11933707>
- 5 Vgl. SRF «Medientalk», 30.1.2021: <https://www.srf.ch/audio/medientalk/tamedia-die-zusammenlegung-der-regionalberichterstattung?id=11922385>