

# Medienkrise bedroht die Demokratie

Eine neue Studie weist nach: Je weniger die Medien über lokale Politik berichten, desto tiefer ist die Wahlbeteiligung in den Gemeinden. Gleichzeitig nimmt die Zahl der eigenständigen Regional- und Lokalzeitungen laufend ab. Diese Entwicklungen sind gefährlich für die Demokratie auf lokaler Ebene. Immer mehr Gemeinden werden daher selber zu Verlegern – was der Presse noch mehr schadet. Von Patrick Aeschlimann

Stehen eidgenössische Wahlen an, sind die Parteien und ihre Kandidaten in den grossen Medien omnipräsent. Die Gesichter und Positionen der amtierenden National- und Ständeräte sind dem Wähler ohnehin bekannt aus Fernsehdebatten und -nachrichten, Artikel in Print- und Onlinemedien sowie Abstimmungskämpfen zu den grossen nationalen Themen. Vielversprechende Neukandidaten werden von den Parteien ebenso ins Rampenlicht gezogen.

Muss der Stimmbürger aber eine lokale Behörde besetzen, stellt sich schnell und oft Ratlosigkeit ein. Wer steht überhaupt zur Wahl? Für welche Positionen stehen die Kandidaten? Nicht selten fällt auf kommunaler Ebene auch die Parteizugehörigkeit als Entscheidungshilfe weg, da der Anteil parteiloser Gemeinderäte seit Jahren steigt. Es erstaunt daher nicht, dass die Wahlbeteiligung bei Gemeindewahlen seit den 70er-Jahren kontinuierlich sinkt. Im

Kanton Zürich beispielsweise von rund 70 auf 37 Prozent.

## Neues Phänomen: Medienkrise

Die Politikwissenschaft hat zur Erklärung des Phänomens der sinkenden kommunalen Wahlbeteiligung bereits einige Erkenntnisse gewonnen. Weil die Menschen in einer globalisierten und mobilen Welt leben, nimmt die Bindung zum Wohnort und damit auch das Interesse an der Kommunalpolitik ab. Die Schweiz

hat im internationalen Vergleich ohnehin eine tiefe Wahlbeteiligung, da die direktdemokratischen Instrumente Initiative und Referendum es dem Bürger ermöglichen, unliebsame Entscheide von Regierungen und Parlamenten später an der Urne zu korrigieren. Auf kommunaler Ebene finden zudem häufig Gemeindeversammlungen statt, an denen die Bürger ganz direkt und unmittelbar entscheiden können. Weiter weiss man aus der Forschung: Je kleiner eine Gemeinde, je höher ihr Steuereinkommen und je höher der Anteil der älteren Bevölkerung, desto höher die Wahlbeteiligung.

In den letzten zehn Jahren ist ein Phänomen hinzugekommen, das ebenfalls einen Einfluss auf das Interesse an Kommunalwahlen haben könnte: Im Zuge der Digitalisierung und der damit einhergehende Medienkrise hat sich die Landschaft der Lokal- und Regionalzeitungen stark verändert. Wegen einbrechender Werbe- und Aboeinnahmen ist es zu einem bis heute andauernden Konzentrationsprozess gekommen. Mit gravierenden Folgen: Immer weniger Journalisten müssen immer mehr «Content» für ein grösseres Einzugsgebiet produzieren.

Früher waren auf den Lokalredaktionen häufig langjährige, im Ort verankerte Redaktoren tätig, die ihre Dossiers über eine lange Zeit betreuten. Sie wussten manchmal sogar besser Bescheid als die Exekutivpolitiker. Ihnen flogen Geschichten und Informationen beim Einkaufen im Dorfladen oder in der Stammbeiz quasi von selbst zu. Die Gemeinderäte kannte man aus den Vereinen und sie waren auch zu Unzeiten für dringende Auskünfte erreichbar. Diese Zeiten sind vorbei: Heute haben viele Lokalredaktoren keinen grossen Bezug mehr zum Arbeitsgebiet. Auf den Redaktionen ist die Fluktuationsrate hoch und manch Exekutivpolitiker versteckt sich lieber hinter Kommunikationsverantwortlichen, statt mit den Journalisten in den Dialog zu treten – besonders wenn die Geschichte heikel ist. Doch hat die Medienkrise wirklich Auswirkungen auf politische Entscheide?

## Starker Effekt auf Beteiligung

Die beiden Zürcher Politikwissenschaftler Daniel Kübler und Christopher Good-

man sind erstmals für die Schweiz der Frage nachgegangen, ob zwischen der Krise des Lokaljournalismus' und der Abnahme der Wahlbeteiligung in den Gemeinden ein Zusammenhang besteht.

Ihr Fazit ist eindeutig: Ja. Der Effekt auf die Wahlbeteiligung ist sogar stärker als der sozioökonomische Status oder die

oder mehreren Wahlgemeinden. Die Forscher gingen also davon aus, dass je höher die Kongruenz ist, desto eher wird ein Medium über politische Geschehnisse in diesem Politikraum berichten. Oder umgekehrt: Wenn Zeitungen zusammengelegt werden und ihr Einzugsgebiet nicht mehr mit den politischen

«Die Lokalberichterstattung ist ein meritorisches Gut. Die Leute merken nicht, dass es ihnen fehlt. Sie würden es aber konsumieren, wenn sie es hätten.»

Daniel Kübler, Professor für Demokratieforschung Universität Zürich



Altersstruktur einer Gemeinde. Zeigen konnten die Politologen dies anhand von Daten aus sechs Metropolitanräumen (Zürich, Genf, Basel, Lausanne, Luzern und Lugano) mit über 400 Gemeinden und mehr als drei Millionen Einwohnern.

Gemäss der Studie sind sowohl die lokale Wahlbeteiligung zwischen und innerhalb der untersuchten Metropolitanregionen als auch die Mediennutzung sehr unterschiedlich. So wird etwa in der Region Basel mehr Zeitung gelesen als in Lugano oder Lausanne. Im Tessin ist die Wahlbeteiligung traditionell höher, weil sich die Tessiner stärker mit ihren Parteien identifizieren. Es zeigt sich aber klar: Je höher die Auflage der lokalen Zeitungen und je mehr die Medien über lokale Politik berichten, desto höher ist die Wahlbeteiligung.

## «Delokalisierung» der Medien

Um den Inhalt der Berichterstattung der Medien zu bestimmen, haben die Forscher keine Inhaltsanalyse der Zeitungen vorgenommen, wie die Universität Zürich mitteilt. Kübler und Goodman haben stattdessen die so genannte Kongruenz als Annäherungsmass für die lokale Relevanz der Medieninhalte verwendet. Kongruenz liegt dann vor, wenn der Markt einer Lokalzeitung einem politischen Raum entspricht – einer

Gemeinden und Regionen übereinstimmt, ist die Gefahr gross, dass sie weniger über Lokales berichten. Insbesondere Fusionen von Zeitungen haben gemäss Kübler dazu geführt, dass Medien mehr über übergeordnete und weniger über lokale Themen berichten: «Es findet eine eigentliche Delokalisierung der Berichterstattung statt.»

Die Folge ist ein Teufelskreis für die Lokal- und Regionalzeitung: Je mehr Inhalt von den übergeordneten Redaktionen übernommen wird, desto weniger Platz hat es für die lokalen Artikel. Folglich braucht es dort auch weniger Journalisten. Der Leser merkt das natürlich irgendwann und überlegt sich gut, ob er neben der überregionalen Presse wirklich auch noch die Lokalzeitung braucht. Hinzu kommt: Wegen der sinkenden Auflage steigen die Kosten pro verkaufter Zeitung, was die Abos weiter verteuert.

«Der Wandel im Mediensystem birgt Gefahren für die politische Partizipation auf lokaler Ebene und damit für die Demokratie», sagt Studienautor Kübler. Denn fehlt die lokale Berichterstattung, ergeben sich Defizite der Transparenz und Legitimation. Zudem: Je weniger die Menschen über das Geschehen in der lokalen Politik wissen, desto eher bleiben sie der Urne fern. Dies kann, so Kübler, dazu führen, dass Gruppierungen mit ex-

Den Lokal- und Regionalzeitungen geht es schlecht. Darum verlegen immer mehr Gemeinden ihre eigene Zeitung, etwa Luzern mit dem Stadtmagazin.

Bild: Patrick Aeschlimann



Kommentar

## Information ist mehr als Behördenpropaganda

Von Patrick Aeschlimann

Die Schweiz ist zu Recht stolz auf ihre direktdemokratische Tradition und ihren ausgeprägten Föderalismus. Diese Kombination gibt dem Wahl- und Stimmbürger auch auf Gemeindeebene viel Macht. Unser System bedingt aber, dass der Bürger über das Lokalgeschehen informiert ist. Denn nur wer über einen Kandidaten oder einen Sachverhalt Bescheid weiss, kann gute Entscheidungen treffen. Fehlen diese Informationen, gehen die Leute nicht mehr an die Urne oder treffen vermehrt suboptimale, extreme Entscheidungen.

Das ist offensichtlich nicht im Interesse von Politik und Verwaltung. Daher ist es absolut richtig, dass die Gemeinden ihre Informationsstrategien hinterfragen und gegebenenfalls auch ausweiten, wenn die Lokalpresse die kritische Masse nicht mehr zu erreichen vermag. Lieber die Information aus erster Hand an die Bürger bringen, als das Feld im schlimmsten Fall obskuren Fake-News-Trollen in den sozialen Medien zu überlassen.

Doch eine Gemeindepublikation kann keine unabhängige Presse ersetzen. «Wessen Brot ich ess, dessen Lied ich sing» gilt natürlich auch hier: Auch wenn die Gemeinde einen Journalisten einstellt, wird er sich nie so kritisch mit der Arbeit von Politik und Verwaltung auseinandersetzen können, wie ein Redaktor, der von einer privaten, unabhängigen Zeitung entlohnt wird. Dieser wird dafür bezahlt, hartnäckig zu recherchieren und unangenehme Fragen zu stellen. Das mag manchen Gemeindeglied oder Gemeinderat nerven. Sich den Journalisten zu stellen, ist aber unabdingbarer Teil der Jobs und Ämter – ob man das mag oder nicht.

Besonders heikel wird es, wenn die Gemeinden mit ihren Publikationen anfangen, den Werbemarkt zu beackern. Das Magazin «Dein Eck» aus Rheineck SG hat beispielsweise für 2018 rund 25 000 Franken Werbeeinnahmen budgetiert. In Goldach SG hat die Gemeinde letztes Jahr die Hälfte der Kosten für den «Wellenbrecher» durch Inserateinnahmen gedeckt. Das ist nicht nur Geld, welches den Lokalmedien fehlt. Es ist auch ordnungspolitisch fragwürdig, wenn der Staat mit einer Dienstleistung Geld einnimmt, die auch Private erbringen können.

Die Krise des Lokaljournalismus ist eine Tatsache, ihn einfach sterben zu lassen aber Gift für unser politisches System. Neue Ansätze sind gefragt. Es ist im vitalen Interesse der Gemeinden, dass ein unabhängiger und kritischer Lokaljournalismus weiter besteht.

An den Lokaljournalismus glaubt übrigens Christoph Blocher. Er hat sich die Mehrheit an rund 25 Gratisanzeigen vom Genfer bis an den Bodensee gesichert. Der SVP-Doyen gibt sich in Interviews davon überzeugt, dass sich mit den Anzeigen des lokalen Gewerbes Geld verdienen lässt. Dass sich seine Blätter zu Leuchttürmen der Meinungsfreiheit entwickeln, kann jedoch kaum erwartet werden.

tremen Positionen leichter mobilisieren und ihre Anliegen durchsetzen können. Perfide daran sei, dass die Bürger gar nicht realisieren, dass ihnen Information fehlt. «Die Lokalberichterstattung ist ein meritorisches Gut», so Kübler. «Die Leute merken nicht, dass es ihnen fehlt. Sie würden es aber konsumieren, wenn sie es hätten.»

### Unzufrieden mit der Presse

Viele Gemeinden sind der Meinung, dass ihre Botschaft via Lokalmedien nicht mehr richtig an die Bevölkerung kommt und beginnen zu handeln. Immer mehr Kommunen bauen ihre bestehenden Mitteilungsblätter zu veritablen Zeitungen aus oder gründen neue Presseerzeugnisse.

So geschehen etwa in Uzwil SG. 2015 lancierte die Gemeinde ihre eigene Wochenzeitung, das «Uzwiler Blatt». Hintergrund: die Unzufriedenheit über die Arbeit der Lokalpresse und die sinkende Beachtung dieser durch die Bürger. Weil die Journalisten kaum mehr Zeit für ihre Artikel haben, wurden die Medienmitteilungen der Gemeinde oft einfach übernommen, sagt Thomas Stricker, Leiter der Uzwiller Gemeindeverwaltung gegenüber dem «Schweizer Journalist». «Unsere Texte wurden als redaktionelle Leistung der Zeitung wahrgenommen. In der Bevölkerung herrschte das Gefühl, wir würden nicht oder zu wenig informieren.» Dieses Problem besteht nun nicht mehr. Im «Uzwiler Blatt» kann Stricker die Artikel unter seinem Namen publizieren, muss keine kritischen Fragen fürchten und kann jedes Komma selber absegnen.

### Tschüss Medienmitteilungen

Auch im Linthgebiet zwischen Zürich und Walensee waren die Gemeinden nicht mehr glücklich mit ihrer Lokalpresse. Unter anderem wurde kritisiert, dass die Zeitungen nicht differenziert berichten würden, sondern die Artikel «schwarz-weiss» gefärbt seien. 2015 kündigten Benken, Kaltbrunn und Schänis alle Verträge mit den Lokalzeitungen und gründeten ihr eigenes Gratis-Monatsmagazin «Linthsicht». 2017 kam Uznach dazu.

Seither ist die Arbeit für die Lokalpresse schwierig geworden. «Plötzlich

war es vorbei mit den Medienmitteilungen», sagt Conradin Knabenhans, Leiter der Regionalredaktion Obersee bei der «Zürichsee-Zeitung», gegenüber dem «Schweizer Journalist». Man habe mehrmals das Gespräch mit den Gemeinden gesucht, habe aber nichts erreicht. Der Uznacher Gemeindeglied Mario Fedi entgegnet, Medienmitteilungen würden schon noch verschickt, aber nicht mehr in jedem Fall, weil der Aufwand sehr gross sei: «Ich muss die Meldung schreiben, den Journalisten am Telefon erklären, Zitate abgeben, gegenlesen, richtigstellen, wieder erklären.» Was das konkret heisst, zeigt Journalist Knabenhans an einem Beispiel von letztem Dezember auf: «Von Uznach gab es zur Jahresrechnung keine Mitteilung. Aber wenige Tage später kam ein Communiqué, in dem die Gemeinde auf die Jubiläumsfeier hinweist.» Das Linthgebiet ist dabei kein Einzelfall. Ähnliche Aussagen liest man auch von Journalisten aus den Regionen Zug, Aargau und Solothurn.

### Erste kritische Stimmen

Doch langsam regt sich Widerstand gegen das Verhalten der Gemeinden. Im Kanton St. Gallen haben zwei SP-Kantonsräte eine Interpellation eingereicht, in der sie vor «einseitig staatlichen Organen» warnen: «Man kann sich nicht über die zunehmende Konzentration der Printmedien beklagen, eine ausgewogene und regional abgestützte Berichterstattung fordern und gleichzeitig Entwicklungen auf der Stufe Gemeinde ausser Acht lassen.» Sie forderten von der Kantonsregierung Vorschläge, wie die Kommunen gesetzlich zu einer unabhängigen Berichterstattung in den Gemeindeblättern verpflichtet werden können. Die Exekutive will davon aber nichts wissen und unterstützt das Vorgehen der Gemeinden. Die Position der Kantonsregierung lässt sich in etwa so zusammenfassen: Besser einseitige Informationen als gar keine. Dem kann man bei aller Dramatik nur beipflichten.

Ob die ungefilterten Nachrichten aus den Amtsstuben das Ruder bei der sinkenden kommunalen Wahlbeteiligung herumreissen können, wird die Zukunft weisen. ■

LÖSUNGSANSÄTZE BETEILIGTER AKTEURE  
AUF SEITE 12.

## Nachgefragt

... bei Daniel Kübler

## «Die Journalisten dürfen nicht zu Propagandisten der Gemeinden werden»

### Wie gefährlich ist es für unsere Demokratie, wenn die Lokalmedien als unabhängige Informationsquelle für die Bürger verloren gehen?

Der verstorbene Soziologe Kurt Imhof hat vor einiger Zeit die These aufgestellt, dass die Medienkonzentration und das Sterben des Lokaljournalismus zu einer Entöffnung des Lokalen führen. Unsere Studie hat nun empirisch bestätigt, dass seine These zutrifft. Es ist in der sozialwissenschaftlichen Forschung selten, dass man so klare Resultate erhält. Für die Demokratie ist das ein grosses Problem, denn ihr Funktionieren bedingt eine Öffentlichkeit, in der die Debatten stattfinden. Wer nicht informiert ist, geht weniger an die Urne. Für die Information des Wählers spielen die Lokalmedien eine wichtige Rolle.

### Es ist für die Führung einer Gemeinde doch einfacher, wenn nicht ständig kritische Journalisten nachfragen ...

Das ist ein Irrtum. Die Akzeptanz von Gemeindepolitik lebt davon, dass sie breit debattiert wird. Wenn es keine lokale Öffentlichkeit mehr gibt, wird es für die Behörden schwieriger, auf die Anliegen der Bürger einzugehen und breit abgestützte Entscheide zu fällen. Ein Teil der Bürger wird vom politischen Diskurs abgehängt und lehnt dann konfliktive Geschäfte an der Gemeindeversammlung oder Urne eher ab. Ohne kritische Öffentlichkeit wird die Gemeindepolitik unberechenbarer.

### Was können die Gemeinden gegen die Krise im Lokaljournalismus tun?

Die Resultate unserer Studie zeigen, dass schnell gehandelt werden sollte. Wir müssen als erstes dringend vertiefte Diskussionen darüber führen. Als Politologe und Nichtspezialist kann

### Daniel Kübler

ist Professor für Demokratieforschung und Public Governance am Institut für Politikwissenschaft der Universität Zürich und Leiter der Abteilung für Allgemeine Demokratieforschung am Zentrum für Demokratie in Aarau. Zusammen mit seinem Kollegen Christopher Goodman hat er die Studie «Newspaper markets and municipal politics: how audience and congruence increase turnout in local politics» durchgeführt.

ich dazu nur die Lösungsansätze meiner Kollegen aus der Medienforschung wiederholen: Die Subventionierung der Lokalmedien steht zur Debatte. Oder die Gründung von Stiftungen, die Lokalmedien betreiben. Oder eben die Gemeinden, die selber Medien lancieren, sei es online oder im Printbereich. Egal bei welchem Modell: Wichtig ist, dass die Unabhängigkeit der Journalisten gewährleistet ist. Sie dürfen nicht zu Propagandisten der Gemeinden werden.

### Wie kann diese Unabhängigkeit garantiert werden?

Die SRG wird ja auch mit öffentlichen Geldern alimentiert und ist ziemlich unabhängig. Wir haben in der Schweiz also den Beweis, dass es funktionieren kann. Wenn es ganz schlimm kommt und die Lokalmedien akut bedroht sind, können die Gemeinden etwa eine Stiftung gründen und den Verlegern so unter die Arme greifen. Wenn es gar keinen Verleger mehr gibt, kann im Rahmen einer solche Stiftung auch eine Lösung gefunden werden, bei der die Gemeinden selber Verleger werden und die Unabhängigkeit der Medien trotzdem gewährleistet ist.

### Was können neue Angebote wie «digitale Dorfplätze» zur Sicherstellung einer kommunalen Öffentlichkeit beitragen?

Darüber kann man zur Zeit nur spekulieren. Bedingung wäre jedenfalls, dass in diesen digitalen Dorfplätzen eine unabhängige Berichterstattung über Gemeindepolitik erfolgt und kritische Diskussionen möglich sind. Und dann muss ein digitaler Dorfplatz auch noch so unterhaltsam und gut gemacht sein, dass die Leute sich das anschauen. Alles nicht ganz einfach. Bis heute gibt es keine Hinweise darauf, dass neue digitale Medien die Rolle der traditionellen Lokal- und Regionalzeitungen ersetzt hätten. Aber was nicht ist, kann ja noch werden. Einen Versuch ist es sicher wert.

### Sie haben Lokalwahlen untersucht. Wie ist es mit Abstimmungen? Sind die Bürger besser über komplexe Sachgeschäfte informiert als über ihre Dorfpolitiker?

Bei Abstimmungen informieren die kommunalen Behörden im Normalfall besser als bei Wahlen. Was ohne Medienpräsenz zu kurz kommt, ist die kritische Diskussion der Vorlagen. Sachgeschäfte kann sich der Bürger aber besser konkret vorstellen. Oft geht es um Dinge wie ein Hallenbad, Schulhaus oder eine Tempo-30-Zone. Da ist es einfacher, sich eine Meinung zu bilden als bei der Besetzung eines siebenköpfigen Gemeinderats.

(Interview: Patrick Aeschlimann)

# Wie künftig die Bürger informieren?

Was können die Gemeinden tun, damit die Bürger trotz kriselnder Lokalpresse über die notwendigen Informationen zur lokalpolitischen Meinungsbildung verfügen? Das Kommunalmagazin hat bei involvierten Akteuren nachgefragt.



Christoph Niederberger ist Direktor des Schweizerischen Gemeindeverbandes.

«Chancen der Digitalisierung nutzen»

Die abnehmende lokale Berichterstattung hat bei diversen Gemeinden eine Gegenreaktion ausgelöst. So nehmen gewisse selber die Rolle als Kleinverleger ein oder unterstützen eine Gemeindezeitung direkt finanziell.

Ein gutes Beispiel für eine etablierte Dorfzeitung ist die «Tüüfner Poscht». Sie entstand einst auf Initiative der Kulturkommission der Gemeinde Teufen AR, mit der Absicht, die Informationsbedürfnisse der Bevölkerung abzudecken und den Zusammenhalt in der Gemeinde zu stärken. Heute ist die Trägerschaft ein Verein, mit der Gemeinde besteht eine Leistungsvereinbarung. Ein weiteres Beispiel ist das Magazin «Wir Langnauer», das die

Gemeinde Langnau am Albis herausgibt und dessen Ziel es ist, der Bevölkerung unabhängig Informationen zu bieten.

Daneben eröffnet die Digitalisierung neue Möglichkeiten. Der Schweizerische Gemeindeverband unterstützt den digitalen Dorfplatz «2324.ch». Diese Online-Plattform fördert den Dialog zwischen Bevölkerung, Vereinen und Gemeindeverwaltung. Er kombiniert die Funktionen einer Lokalzeitung mit denen eines sozialen Netzwerkes. Einwohner lesen Mitteilungen und können selbst Beiträge erstellen, kommentieren oder abonnieren – auch im Namen ihrer Vereine oder anderer lokaler Organisationen. Solches liegt im Interesse jeder Gemeinde.



Renate Amstutz ist Direktorin des Schweizerischen Städteverbandes.

«Direkt kommunizieren und lokale Medien stärken»

Je stärker die Zentralisierungstendenzen der Medienlandschaft, desto wichtiger wird für die Städte die direkte Kommunikation mit ihrer Bevölkerung: Klassische Instrumente wie Flyer und Broschüren, Plakatkampagnen, das persönliche Gespräch auf der Strasse oder Informationsanlässe im Quartier gehören ebenso zur städtischen Behördenkommunikation wie Partizipationsverfahren in Workshops oder via Civic-Tech-Netzwerke – also internetgestützte Verfahren, die eine Beteiligung der Bürger am politischen Entscheidungsprozess ermöglichen.

Die städtischen Webseiten vermitteln nicht mehr nur Informationen, sondern sind auch Dienstleistungsportale und Online-Schalter. vielerorts sind

heute auch Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter oder Youtube fixer Bestandteil der Behördenkommunikation, wobei dem Datenschutz, Filterblasen und Algorithmen ein besonderes Augenmerk gelten muss.

Zugleich werden traditionelle Medien mittelfristig wohl weiterhin das Rückgrat der lokalen Behördenkommunikation bilden. Aus kommunaler Sicht ist es deshalb wichtig, dass sich die Politik der Bedeutung einer vielseitigen, dezentral verankerten Medienlandschaft bewusst ist und dass sie auch angemessene Modelle zur Förderung des Lokaljournalismus findet. Eine funktionierende Demokratie braucht unabhängige Medien.



Christian Schwengeler ist Geschäftsführer der Anthrazit AG, einem Anbieter von Gemeinde-Apps, und Herausgeber des «Magazin anthrazit».

«Städte und Gemeinden werden die Verleger der Zukunft sein»

Die Lokalpresse, welche wesentlich zur Meinungsbildung beiträgt, schwindet. Die Art, wie Menschen kommunizieren, hat sich grundlegend verändert. Da sich diese unabhängig von Zeit und Ort beteiligen und ihre Interessen einbringen wollen, eignen sich zeitgemässe digitale Plattformen in Form von Smartphone-Apps optimal. Aufgrund dieser Tatsachen müssen sich Gemeinden und Städte mit verlegerischen Tätigkeiten auseinandersetzen und für die Einwohner alternative Möglichkeiten anbieten.

Im Zentrum stehen «digitale Dorfplätze», bei Städten «Quartier-Apps», welche zur Partizipation beitragen. Über Foren, Pinnwände oder Marktplätze

kann für Einwohner, Vereine und Schulen, aber auch Medien oder andere Institutionen, der Zugang zur Lokalpolitik oder Debatte ermöglicht werden.

Für den Betrieb solcher Plattformen braucht es jedoch nebst der Technik ein klares «Redaktionskonzept», welches etwa die Kommunikationsflüsse und Richtlinien zwischen Kommunikationsbeauftragten und der Bevölkerung regelt. Zudem sind interessierte «Kümmere» oder «Influencer», welche aktiv mitwirken, unumgänglich. So können wieder «Communities» entstehen, welche einen starken Bezug zum Wohnort haben und die lokalpolitische Meinungsbildung stärken.



Philipp Kleiser ist stellvertretender Chefredaktor der «Zürichsee-Zeitung».

«Lokal- und Regionalzeitungen stützen die Demokratie»

In Bezug auf die Gemeindepolitik haben Lokalzeitungen eine wichtige Funktion. Sie berichten neutral, ordnen ein, stellen kritische Fragen. Die Stimmenden können so eine objektive Meinung entwickeln.

Es reicht nicht, wenn die Gemeindebehörden Informationen nur auf ihre Website stellen oder in einem Gemeindeblatt publizieren. Der eine oder andere Gemeinderat mag das nicht so schlimm finden, wenn er ohne kritisches Nachfragen einzig die Meinung der Behörde kommunizieren kann. Die Stimmenden durchschauen das aber als reines Sprachrohr. Volk und Behörden entfremden sich. Lokal- und Regionalzeitungen stützen mit ihrer

Funktion die Demokratie. Sie sind aber auf die Zusammenarbeit mit den Behörden angewiesen. Politiker müssen kommunizieren und bereit sein, sich kritischen Fragen zu stellen. Die Behörden sollten amtliche Publikationen auch weiterhin in der Lokalpresse veröffentlichen. Denn diese sind für die Attraktivität der Zeitung wichtig. Der Lohn für die Politiker ist eine immer noch grosse Wahrnehmung. Die Zürichsee-Zeitung etwa erreicht in den Bezirken Horgen und Meilen 58 000 Leser. Das ist ein Drittel der Bevölkerung. Weil die Leser für die Zeitung bezahlen, haben die Politiker die Gewissheit, dass die Informationen auch gelesen werden – anders als bei einem gemeindeeigenen Gratisblatt.



Mark Eisenegger ist Institutsleiter des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög) der Universität Zürich.

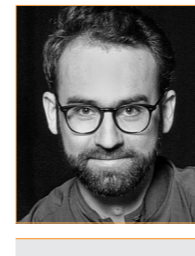
«Gemeinden sollten sich medienpolitisch mehr einbringen»

Die so genannte «Entöffentlichung» ist ein Problem. Nicht nur bei der Auslandsberichterstattung und bei der Berichterstattung über die Schweiz, sondern auch im Lokaljournalismus sparen viele Medien.

Zum einen schrumpfen die Ressourcen für den Journalismus, weil die Werbegelder zu den globalen Tech-Giganten wie Google und Facebook abwandern und weil im Internet eine «Gratiskultur» herrscht. Zum anderen gibt es Medienverlage, die zwar mit anderen Geschäftsfeldern gut verdienen, aber mit diesen Gewinnen den Journalismus nicht mehr quersubventionieren wollen. Bei beiden Ursachen sollte man medienpolitisch ansetzen. Zu denken ist an eine international koordinierte Werbesteuer und

in der Schweiz an einen Ausbau der direkten und indirekten Medienförderung, die einen nicht renditeorientierten Journalismus unterstützt.

Gemeinden und Kantone sollten sich deshalb, am besten koordiniert, medienpolitisch stärker einbringen und direkte und indirekte Förderungsmodelle für einen starken Journalismus unterstützen. Warum nicht eine breit abgestützte «Schweizer Stiftung zur Förderung des lokalen Informationsjournalismus» gründen? Gemeinden sollten jedenfalls nicht versuchen, selber die Lücke zu füllen, die der Journalismus hinterlässt. Einordnung, Recherche und Kritik – das sind Aufgaben, die nur ein unabhängiger, professioneller Journalismus leisten kann, alles andere ist PR.



Nicolas Hebling ist Co-Gründer von «2324.ch», einem Online-Dorfplatz für Gemeinden. Er berät zudem Verwaltungen zu Fragen der digitalen Transformation.

«Lokalnachrichten als Service Public?»

Eine gesunde Demokratie braucht eine informierte Öffentlichkeit. Die Krise im Lokaljournalismus gibt daher Anlass, über alternative Ansätze zum bekannten, kommerziellen News-Modell nachzudenken.

Im Vordergrund stehen vor allem zwei Modelle: erstens das Non-Profit-Modell, bei dem die Lokalberichterstattung durch einen Verein oder eine Genossenschaft erfolgt und von einer Stiftung finanziert wird. Da der Stiftungssektor in der Schweiz diesbezüglich konservativ ist und eher Stipendien an Journalisten vergibt, wird dies schwierig.

Zweitens das öffentliche Modell, bei dem die Gemeinde lokale Berichterstattung als Infrastruktur betrachtet und ihren Einwohnern zur Verfügung stellt. Daran müssen die Gemeinden ein vitales Interesse haben. Denn sorgen sie sich nicht, sind am Ende alle unzufrieden: die Wähler, weil sie von «denen da oben» nichts erfahren und nicht gehört werden und die Politiker, weil sie ihre Wähler gar nicht mehr erreichen. Die gute Nachricht ist: die Werkzeuge dafür müssen nicht neu erfunden werden – sie sind vorhanden.



Philipp Kutter ist CVP-Nationalrat und Stadtpräsident von Wädenswil ZH. Vor seiner politischen Karriere war er viele Jahre im Lokal- und Regionaljournalismus tätig.

«Medien müssen unabhängig bleiben»

Informationen zu verbreiten genügt nicht. Für eine erfolgreiche Meinungsbildung sind weiterhin Medien nötig, in welchen politische Debatten stattfinden können. Das höchste Gut von Medien ist ihre Unabhängigkeit. Gemeinden tun ihnen daher einen Gefallen, wenn sie weiterhin grösstmögliche Distanz halten. Jede Verflechtung beschädigt die Unabhängigkeit des Mediums und damit seine Rolle als Plattform. Was kann also eine Gemeinde tun? Ein etabliertes Mittel sind Inserate, da es sich um eine klassische Dienstleistung handelt. Problematischer sind direkte finanzielle Beiträge, eine redaktionelle Mitarbeit oder gar die Beteiligung an der Trägerschaft.

Ich unterscheide klar zwischen unabhängigen Medien und der Informationspolitik der politischen Gemeinde, die über eigene Gefässe die Bevölkerung informiert und den Dialog führt. Die anspruchsvolle Situation im Verlagswesen darf nicht dazu führen, dass diese Unterscheidung vermischt wird.

Es gibt erfolgsversprechende Konzepte, etwa Lokalzeitungen mit reduziertem Erscheinungsrhythmus (etwa monatlich), kombiniert mit einem aktiven Internet-Auftritt, oder reine Online-Publikationen à la Watson. Ein weitgehend «papierloses» Medium kann zu erheblich geringeren Kosten produzieren, was neue Möglichkeiten eröffnet. Allerdings ist ein gezieltes Marketing nötig.