

Zeitungskrise = Zeitkrise



Im Wirtschaftsteil, also da, wo es wehtut, titelt die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 10.8. [Zeitungskrise – In eigener Sache](#): *Die Zeitungen stecken in der größten Krise ihrer Geschichte. Das liegt nicht nur am Internet. Anlass genug, über unsere eigene Branche nachzudenken* (Bild: OpenClips, pixybay).

Bei diesem Nachdenken will wissenbloggt gern helfen. Deshalb bringen wir die Punkte des interessanten Artikels aufs Wesentliche verkürzt, und vor allem die Argumente für die Qualitätspresse.

Geschrieben ist das Ganze von Journalisten, die zurecht Zukunftsängste haben. Heute gibt es intelligente junge Menschen, die noch nie eine Zeitung gekauft haben. Müssen sie auch nicht mehr, weil das Medienangebot so viele Alternativen bietet. Laut der ARD/ZDF-Langzeitstudie „[Massenkommunikation 2011](#)“ lesen die Alten pro Tag noch 30 min Zeitung, und die Jungen nur noch 10 min pro Tag.

Das Informationsstreben ist nicht geringer, aber sie nehmen das Smartphone oder das Tablett oder das TV. Im Vordergrund stehen die sozialen Medien wie Whatsapp, Facebook, Twitter. Der Sound kommt von Spotify und nicht vom Papiergeraschel. Das gefährdet die Verlage, untermalt mit einem saloppen FAS-Spruch: *Die Zeitung gleiche in einer Hinsicht der Zigarette, man müsse die Kundschaft im jungen Alter anfixen, um sie zu Gewohnheitskonsumenten zu machen.* Wenn das nicht mehr gelingt, sinken die Verkäufe. Bei den Tageszeitungen ist das seit 1983 der Fall.

1982 war die Zeitungswelt noch in Ordnung, 30 Mio.

Tageszeitungen wurden verkauft. 2013 sind es nur noch 17 Mio., weniger als 2/3. Es ist nicht nur das Internet, was den Zeitungen zu schaffen macht. Es ist die ganze Situation, der Kulturwandel, die Umwälzungen der Neuzeit. Es geht bis in die Tagesabläufe der Menschen, die sich in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch verändert haben. Das Internet hat mitgewirkt und den Niedergang der Presse beschleunigt. Allein zwischen 2004 und 2014 verloren die Zeitungen 6 Mio. Exemplare Umsatz. Und das bei steigendem Medienkonsum auf inzwischen 10 std pro Tag.

Die Zeitungen müssten kreativ experimentieren, wird eine Stimme zitiert, andere (Lesermeinungen) fordern mehr Engagement und Stellungnahme. Ob es daran liegt, weiß man nicht. Sicher spielt aber der Preis eine Rolle, denn der geht hoch. Die Werbung wandert ab zu zielgenaueren, billigeren und schnelleren Medien. Die Zeitungen können sich nicht mehr über die teure Werbung und die teuren Annoncen finanzieren (das waren 2/3 der Einnahmen), die Gewinne brechen weg, aber die Kosten sind immer noch da. Papier zu erzeugen, bedrucken und versenden ist nicht billig. Da laufen mehrere Trends gegen die Zeitungen:

- Werbeeinnahmen brechen weg
- Konkurrenz ist schneller, billiger, gezielter
- Zeitung ist kein Imageheber mehr
- Konkurrenz zeigt Eigenes (FB usw. Ergänzung wb)
- Zeitung blinkt und daddelt nicht und hat keine Links (Nachtrag 13.8. wb)
- Trend geht ohnehin vom Schriftlichen weg (Ergänzung wb)

Die Zeiten, wo die Zeitung das billige Kommunikationsmittel für jedermann war, sind vorbei. Sogar die Lebensform, in der sich eine bürgerliche Öffentlichkeit herausbilden konnte, ist dahin. Aufklärung und intellektuelle Auseinandersetzung findet heute anders statt. Die Zeitungen wollen aber für alle da sein, das veraltete Motto laut FAS: „Gut, dass in der Welt täglich stets so viel passiert, dass es gerade in eine Zeitung passt.“

Heute passiert so viel, dass es kaum ins Internet passt. Auch der andere alte FAS-Spruch stimmt nicht mehr: „Auflage und Reichweite bringen Werbung, Werbung bringt Geld – und Geld bringt Unabhängigkeit“. Reichweite ist heute ohne Auflage zu haben, und das Werbegeld wird woanders abgesaugt. Von 2010 bis 2013 fielen diese Einnahmen von 3,6 Mrd. auf 2,9 Mrd. Die Werbeleute und die Kreativen von heute lesen keine Zeitung mehr, die plazieren das Werbegeld woanders.

Der Artikel schwelgt nun in Reminiszenzen von der guten alten Zeitungs-Zeit, wo in der Zeitung inserieren musste, wer wahrgenommen werden wollte, und wo die Verlagshäuser quasi die Lizenz zum Gelddrucken hatten. Alles dahin, und den Wandel des technischen Fortschritts hat man vielfach verpasst. Keiner wollte wahrhaben, dass noch so billiges Papier nicht gegen das papierlose Internet ankommt. Der kurze Verfall der Papierpreise (1990) unterstützte die Illusion, der Fortschritt wirke für die Zeitung.

Nein, die Technik bereitete den Niedergang der Zeitungen vor, und nach dem zögerlichen Anfang schneller als gedacht. Als schlagendes Beispiel wir die Wohnungssuche genannt. Früher wartete eine Schlange auf die Zeitungen von morgen. Heute benutzt man „Immobilienscout“ und „wg-gesucht.de“. Dasselbe bei Gebrauchtwagen, Bekanntschaften und Arbeitsstellen. Die Zeitungen verloren damit nicht nur Einnahmen, sondern auch Kompetenz, sie leisteten diesen Service nicht mehr. Die FAS kleidet das in die Worte, der Werbewirtschaft sei durch das Internet aufgegangen, dass es keinen notwendigen Zusammenhang zwischen Anzeigen und Nachrichten gibt.

Auf anderen Gebieten wirkte sich die moderne Welt auch gegen die alten Medien aus: Computerprogramme machen was mit den Daten, sie kombinieren und linken ja nach Wunsch der Nutzer – das ist der individuelle Touch, den die Zeitungen nicht haben können. Sie bieten weniger, und dafür kassieren sie mehr. Die Zeitungen mussten die Preise in den letzten 20 Jahren verdoppeln. Und das, während das technische Zeug immer mehr

kann und immer billiger wird.

Die Strategie *Umfänge schrumpfen und Preise erhöhen* ist aber problematisch. Doch was bleibt über? Die Online-Angebote der Zeitungen können den Verlust nicht kompensieren. Sie laufen ja nur unter umsonst. Wer wie die FAZ Geldschranken (paywalls) setzt, hat keinen Erfolg (das gibt die FAZ damit indirekt zu). Was dabei an Werbeeinnahmen generiert wird, lohnt sich kaum (und die ad-blocker =Werbungsfilter lassen grüßen). Der Online-Journalismus kommt nicht in profitable Bereiche.

Dazu ist wohl der Wettbewerb zu scharf. Auch Wochenmedien gehen online, andere Verlage, Ministerien, Unternehmen, Forschungsinstitute, Private und perfiderweise sogar das öffentlich subventionierte TV.

Braucht man denn noch die Journalisten, wenn jeder selber überall reinschauen kann? Wenn man sich bei den Fachleuten direkt informieren kann? Diese Frage wird offen diskutiert. Die FAZ sieht eine Bedrohung darin, diese Entwicklung untergrabe die Autorität der Journalisten. Sie haben das Monopol als Experten für Nachrichten und Kommentare unwiederruflich verloren. In der neue, vielfältigen Internet-Welt sind die Journalisten entmachtet. Wofür werden sie noch gebraucht?

Nun, für das „ungerichtete Informationsbedürfnis“ des Lesers, was die FAS als Flanieren und die Freude an der Überraschung umschreibt. Diese Funktion als Compiler (Zusammensteller) ist sicherlich gut, wenn man mag, wie der Journalist seine Themen wählt. Das ist aber nur ein Bereich; das „thematische Interesse“ stillen die Fachleute, und den Hype um die Skandale liefern immer alle gleichzeitig.

Was passiert damit in der neuen Internetwelt? Könnte darin eine Chance für Chefredakteure und ihre Zeitungen liegen? Immerhin haben wir die divergierende Entwicklung der Arbeitszeit, immer weniger bei den Vielen, immer mehr bei den

Kadern. Die Vielen sind in der Lage, mit dem Internet-Generv umzugehen, das gilt noch nicht mal als Beeinträchtigung der Lebensqualität (siehe [Wissenbloggt Lebensqualitäts-Rating](#)). Wo aber „Zeitnot“ und „Arbeitszeitverdichtung“ herrscht, wie bei der Arbeitseelite, sollte eine gute Auswahl der Themen sich in Geld umsetzen lassen.

Die FAS vergisst dabei einen elementaren Vorteil (oder Nachteil, jedenfalls Alleinstellungsmerkmal) der Printmedien zu erwähnen: Sie blinken nicht, sie daddeln nicht weg, wenn nur die Maus mit dem Schwanz zuckt. Solche Nervereien haben viele Online-Seiten eingebaut, vielleicht, um die Leser zum Papier zurückzubringen? Das Bild der Zeitung ist jedenfalls im Wandel. Zeitungslektüre auf der Arbeit geht laut FAS heute gar nicht mehr, in der Bürowelt von heute sei allerdings der Trip zu Online-Nachrichten, Facebook oder Immoscout toleriert.

Und wohin geht es mit der Zeitung? Dafür malt die FAS zwei Szenarien aus:

- "Es wird böse enden", die Finanzen gehen den Bach runter, das Zeitungsterben wird noch schlimmer. Die Verlage müssen diversifizieren, aber selbst die größeren müssen ihre Zeitungen aufgeben. Nichts ist mehr sicher, mit den Redaktionen gehen auch die Nachrichtenagenturen unter. In 7 Jahren ist Schluss mit den gedruckten Zeitungen. Die Informationen kommen dann von den öffentlich-rechtlichen Sendern, die zunehmend Hofberichterstattung treiben, von einer Zwangssteuer finanziert und von der Politik beherrscht. Dazu von Initiativen, die sich über Spenden, Firmen, öffentliche Gelder oder sonstwie finanzieren, und die Klientel-Informationspolitik betreiben (und von den Leakern, Anmerkung wb). Journalisten werden zu einer Art "Nebenerwerbslandwirt". Die Werbung und die Lobbys haben überall ihre Finger drin, statt dass der Kulturwandel weg von der Propagandamaschinerie geht, wird es immer schlimmer damit. Vor einer solchen Welt haben die FAS-

Autoren Angst.

- "Es wird doch noch gut", eine neue Pressevielfalt entsteht. Einige Verlage überleben und profitierten Vertrauenskapital, das die Presse aufgehäuft hat. Die Zeitungs-Marken überzeugen auch die Jungen, deren Artikel zu lesen. Neue Verlage entstehen in der Cloud, wo junge, billige Redakteure sich Kundschaft erschreiben. Sie müssen vom Verkauf ihrer journalistischen Texte leben, d.h. billig leben. Printausgaben gibt es deshalb nicht mehr. "Zeitungen zum Anfassen gibt es nur als Luxuspaket" schreiben die FAS-Autoren. Dazu noch ein Spruch: "Gedruckte Zeitungen sind wie Pferde, man nutzt sie nicht mehr zur Fortbewegung, hält sich aber trotzdem gerne ein paar, wenn man sich das leisten kann." Luxus und Mäzenatentum einerseits, direkte Abhängigkeit des Journalismus' von seinen Lesern andererseits (ohne den Sklaventreiber Chefredakteur dazwischen)

Es geht schon in die Richtung, weil Big Data keine Fragen offenlässt. So bekommen die Redaktionen schnell die Erkenntnis, was funktioniert und was nicht funktioniert. Die FAS-Redakteure müssen die Quote halten, andernfalls werden sie ganz fix abgelöst. Das heißt statt 150 nur noch 20 Journalisten bei der Pressekonferenz der Kanzlerin (außer wenn sie mal was zu sagen hat, wb). Und eine Polarisierung ist in Sicht, bekannte Schreiber werden zu umworbenen Stars („Edelfedern“, und die Plebejer werden zum Journalistenproletariat wie bei den Professoren die "Bettelprofessoren", wb).

Die optimistische Sicht geht weiter mit der Spekulation, dass die allgemein erwartete Boulevardisierung der Medien ausbliebe. Texte, die mit dem Alltagsleben der Leute verknüpft sind ("Betroffenheitsschreibe", wb) würden sich verkaufen lassen, die Verlage können auch explizit auf unabhängigen Journalismus setzen und eben auf Experimentie und Tests

(Anmerkung: eher unwahrscheinlich dass die FAS-Journalisten der Community was vorexperimentieren können, da ist die Hoffnung der Vater des Gedankens).

Weiter noch mit der hoffnungsvollen Vorstellung, Blogger und Journalisten sollen sich zu Redaktionsgemeinschaften zusammenfinden, in der Gruppe können sie sich Bildredaktion, Infografik und Korrektur leisten, vielleicht auch über Crowdfunding, Fangruppen, Wagniskapital oder Journalismus-Clubs. Dann soll sogar noch die Bereitschaft steigen, für Inhalte zu bezahlen, "die klüger machen". Die FAS-Schreiber sehen selber, wie unwahrscheinlich das ist, die Geschäftsmodelle bleiben ihrer Ansicht nach fragil. Irgendwie sind die Verlage jedenfalls bald alle supertüchtig und straff organisiert, und sie kommen zurecht. Und dann die letzte FAS-Frage: Ist diese neue Zeitungswelt. Wunschdenken? Ja – und genau das wünschen sich die Autoren des Artikels.

Den Wünschen darf man sich anschließen, aber die realistische Einschätzung sagt was anderes. Da kommen drei Probleme zusammen:

- der Kulturwandel weg von Transparenz und Redlichkeit, hin zum Werbe-Sponsoring und zur politischen Umverteilung ohne Ende, bis keiner mehr die wahren Kosten sehen kann, gerade auch bei Kultur, und auch für den Fortfall der unabhängigen Qualitätspresse.
- der Technikfortschritt, der das Schriftliche bald überflüssig macht, siehe [Die Zukunft gehört dem Analphabetismus](#)
- nochmal der technische Fortschritt, der letztlich fast alle Menschenarbeit durch Roboterarbeit ersetzt (siehe oben die Anklänge mit dem Kombinieren und Linken der Privatdaten)

Was da abläuft, ist ein Stück Übernahme der Roboter, und zwar ohne dass die Maschinen dafür zu Sozialleistungen herangezogen würden. Am Ende sind nicht nur die Journalisten betroffen,

sondern alle. So sieht die Realität aus.

Siehe auch

- [Das Ende der Maloche](#)
- [Die Roboter übernehmen ... das Parken am Flugplatz](#)
- [Die "Impersonatoren" sind da Roboter mit Gefühlen?](#)
- [Generation Gerätetreiber oder Zweites Maschinenzeitalter?](#)
- [Globalisierter Vertrauensbruch](#)
- [Das Ethosdefizit](#)