

Der Niedergang der Lokalmedien und was folgt.

Lokale Medien sterben aus

Wird auf das Problem der nicht mehr finanzierbaren Lokalmedien nicht reagiert, gibt es sie zum Nachteil von Bevölkerung, Politik, Verwaltung, Vereinen, Kultur, Sport, Gewerbe und Wirtschaft – wie vielerorts heute schon – bald nicht mehr.

Drei Fakten zum Beginn

- ▶ **Demokratie** bedingt eine informierte Gesellschaft.
- ▶ Nur **informierte** Bürger haben Vertrauen in Verwaltung und Politik.
- ▶ Nur **wenige** wissen, was sich in den Medien abspielt.

Lokal herrscht Not

- ▶ Nationale Medien gibt es in der Schweiz in Print und online **genügend**. Von der NZZ über den Blick bis zu 20Minuten.ch.
- ▶ **Mediale Not herrscht im Lokalen**. Nach Auflagenrückgang, Fusionen und Redaktionsabbau gibt es vielerorts keine Lokalzeitung mehr.
- ▶ Und wenn, meist nur noch solche mit **dünnem Lokalteil** und Online-Berichten hinter der **Bezahl-Schranke**.

Wie kam es zum Niedergang der Lokalmedien?

Der Siegeszug des Internets

Der Medien-Niedergang ist fast gänzlich auf das Internet zurückzuführen. Es hat sich rasend schnell durchgesetzt :

- ▶ Internetnutzer 1990: **2,5 Mio.** = **0,1%** der Weltbevölkerung
- ▶ Internetnutzer 2000: **360 Mio.** = **6%**
- ▶ Internetnutzer 2024: **5,3 Mia.** = **66%**
- ▶ Internetnutzer in CH: **98%** aller Personen ab 12 Jahren.

Gemäss dem Bundesamt für Statistik verfügen 99% der Schweizer Haushalte über einen Internetanschluss.

Big-Tech holt die Daten

- ▶ **Mit dem iPhone** – vorgestellt am 9. Januar 2007 – gelang dem Internet der endgültige Durchbruch.
- ▶ Zeitgleich begannen die US- und China-Giganten via **Suchanfragen, Social-Media-Logins** und **Onlinekäufen** die persönlichen Daten ihrer Leser und Nutzer zu sammeln.
- ▶ Damit erlangten Google, Meta, Microsoft & Co eine nie dagewesene **Datenmacht im Internet**.

Die Online-Werbung wird zur Billigware

Mit ihrer Datenmacht gelang es den Medien der Tech-Konzerne...

- ▶ ... ihren Nutzern die Werbung **gezielt zuzuspielen**;
- ▶ ... mit wenig Aufwand zu ihren **Inhalten zu kommen**;
- ▶ ... ein weltweites **Werbesystem** zu etablieren und **die Preise** gegenüber gedruckten Medien um rund **95%** zu senken.

Damit konnten die US- und China-Konzerne den Werbemarkt weltweit an sich reißen.

Das Medium ist zur Nebensache geworden

In der Online-Werbung ist das Medium nicht mehr wichtig.

- ▶ **Google und Werbevermarkter** spielen die Werbebanner den Medien direkt zu – dort wo es Platz hat und der Preis stimmt.
- ▶ Der Werbung **ist es egal**, wo sie überschrollt wird – ob auf nzz.ch, auf tutti.ch oder doodle.ch.

Lokale Medien mit ihren in Relation zu den internationalen Medien kleinen Klickraten sind in diesem Markt **chancenlos**.

Nationale Marken werben lokal faktisch nicht mehr

Lokale Medien sind im Massenwerbemarkt des Internets bedeutungslos geworden.

- ▶ Eine mittlere Lokalzeitung generierte früher aus nationaler Werbung rund **2 Mio.** Franken Umsatz pro Jahr. Heute sind es im vergleichbaren Online-Medium noch max. **20'000** Franken.
- ▶ Ein Grossverteiler inserierte in einer Lokalzeitung für bis zu **200'000** Franken pro Jahr. Im lokalen Online-Medium sind es noch **1'000** Franken.

Ausländische Weltkonzerne sahn ab

Social Media und Suchmaschinen dominieren den Werbemarkt:

- ▶ Der Schweizer Werbeumsatz inkl. Sponsoring, SRG, TV, Radio, Plakate usw. beträgt rund **4 Mia. Franken / Jahr**.
- ▶ Davon fließen **rund 60%** an Google & Co, die vor Ort weder Steuern bezahlen noch eine redaktionelle Leistung erbringen.
- ▶ Von der reinen Online-Werbung fließen **80%** an Big-Tech, die bei **900 Mia. Franken** Jahresumsatz **300 Mia.** Gewinn machen.

Die Lokalzeitung stirbt

Nun folgt noch die Künstliche Intelligenz (KI)

KI wird die Printmedien nochmals unter Druck setzen. Schon drei Jahre nach Start nutzen **1,5 Mia.** Menschen KI-Tools.

- ▶ Der **KI-Chatbot** ersetzt das Lesen ganzer Texte. Damit geht Informanten die Herrschaft über die Botschaft verloren.
- ▶ KI ist bequem und wird die Medien nochmals **bedrängen**.
- ▶ Zudem wird KI neue, **KI-generierte** Medien schaffen, welche traditionelle Medien konkurrenzieren.

Die Lokalzeitung am Ende Ihres Zyklus

Seit 2000 verloren die Zeitungen auf allen Ebenen:

- ▶ Die Zeitungsabos sinken jährlich bis zu **5 %**. Die Abonnementsverluste seit 2000 an drei Beispielen: NZZ **-55%**, Blick **-70%**, Tagblatt **-30%**.
- ▶ Der Umsatz der Printmedien sank in 20 Jahren **um 80%**.
- ▶ Die Zeitungsauflagen **halbierten** sich von 10 auf 5 Mio. Ex.
- ▶ Seit 2000 verschwanden in der Schweiz **150 Zeitungstitel**.

Behörden bremsen eigene Medien aus

Auch die **Behörden** schaden den freien Medien. Sie informieren über **eigene, meist gedruckte Blätter** und **Social Media**.

Damit werden nicht nur die unabhängigen Medien ausgehebelt, sondern es entsteht ein **Meinungsmonopol** der Behörde.

Dies geschieht **zum Nachteil** von Bürgern, politischen Parteien, Vereinen und lokalen Akteuren, denen ein unabhängiges, lokales Medium fehlt.

**Auch die Zeitung
muss ins Internet**

Die Zeitung verliert rundum

Schlussendlich muss die Zeitung zum Leser ins Web. Die Folge:

- ▶ Der Wechsel führt zu **Aborückgang** und **tieferen** Abo-Preisen.
- ▶ Die Bezahlschranke im Online führt zu weiterem **Abo-Verlust**.
- ▶ Die letzte Massnahme: Die **Reduktion** der Erscheinungstage.

Fazit: Die Lokalzeitung mit z.B. 6'000 Abos landet bei vielleicht 3'000 Online-Abos à ca. 100 Franken, also bei **300'000** Franken Jahresumsatz, kleiner Leserschaft und einem Mini-Werbeertrag.

Lokalmedien können wirtschaftlich nicht bestehen

Im Internet können lokale Medien kaum bestehen:

- ▶ Die Onlinewerbung bringt **nur rund 5%** der Printwerbung ein.
- ▶ Der beschränkte Platz in einem Online-Medium ermöglicht lokal max. **300'000 Franken** Werbeumsatz / Jahr.
- ▶ **Nur 15%** der Leser sind bereit, für ein Online-Abo zu bezahlen, lokal sind es noch viel weniger.

Fazit: Lokale Medien müssen zum Leser ins Web. Nur: Hier können sie mit ihrem Redaktionsaufwand nicht überleben.

Braucht es Lokalmedien?

Weshalb aber braucht es lokale Medien? Genügen die Infos aus der **Amtsstube**, die 5-zeilige **KI-Antwort** und **Social Media** nicht?

- ▶ **Kaum!** Das Vertrauen der Bürger kann mit Behördenmedien allein nicht gewonnen werden.
- ▶ Ohne lokale Medien verlieren Bürger, Vereine, Kultur, Gewerbe und auch die Politik die Möglichkeit, innerhalb der Gemeinde und über deren Grenzen hinaus zu kommunizieren!

Nachrichtenwüsten

Im Magazin «Stern» sagte Arthur Sulzberger, Verleger der «New York Times» am 10. April 2025, dass in den USA jeden Monat zwei Lokalzeitungen eingingen und «Nachrichtenwüsten» entstünden.

Sulzberger folgert: *«Wir müssen entscheiden, wie wichtig uns informierte Gesellschaften sind. Wenn ja, müssen wir dafür Geld bereitstellen – wie bei Museen, Schulen und Universitäten.»*

Die Politik müsste sich dem Thema Medien dringend und fundiert annehmen.

Der Online-Verbund von Portal24

Das ist Portal24

- ▶ Im Verbund von Portal24 betreiben **selbständige Verleger** auf einer gemeinsamen Plattform lokale Online-Portale. Alle Portale sind **untereinander vernetzt**, können Artikel tauschen und profitieren vom gegenseitigen Know-how.
- ▶ Mit Portal24 kann **überall**, in jedem Ort, in jeder Talschaft, kostengünstig ein lokales Online-Medium entstehen.
- ▶ Alle Portale sind für die Leserinnen und Leser ohne Bezahl-Schranke **kostenlos zugänglich**.

25 Online-Portale, und es geht weiter

Im Verbund von Portal24 agieren 25 lokale Online-Portale.
Der Verbund ist daran, sich in die Schweiz auszubreiten.

Im Verbund von Portal24 (www.portal24.ch) sind folgende Online-Portale vereint:



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt

Portal24 AG
Hauptplatz 5
8640 Rapperswil-Jona

bruno.hug@linth24.ch
079 331 62 62

Portal24

MEINE REGION IM INTERNET