

VII Datenauswertung und Resultate

In den folgenden Unterkapiteln werden die Auswertungen hinsichtlich der vier leitenden Forschungsfragen dargestellt. Zunächst wird hierzu ein deskriptiver Überblick über die für den Zweck dieses Projekts erhobenen «alternativen» Newswebsites gegeben (Kapitel VII.1), gefolgt von einer qualitativen Analyse eines daraus gezogenen Samples mit dem Ziel, eine definitorische Einordnung alternativer Medien und eine typologische Unterscheidung vorzunehmen (Kapitel VII.2). Im Anschluss werden in Kapitel VII.3 die Netzwerkanalysen am empirischen Ausschnitt Twitter beschrieben und visualisiert, die schliesslich qualitativ interpretiert werden (Kapitel VII.4).

VII.1 FF1: Bestandsaufnahme alternativer Online-Nachrichtenmedien im DACH-Raum – Ein deskriptiver Überblick

Um eine Aussage über die gesellschaftliche Relevanz von Gegenöffentlichkeiten in Form von alternativen Nachrichtenmedien treffen zu können, muss zunächst der Status quo in den Untersuchungsländern untersucht werden. Hierfür wurde – wie bereits in Kapitel VI.1 erörtert – ein möglichst umfangreiches Sample alternativer Newswebsites mittels eines induktiven Verfahrens erhoben. Daraus resultierten (nach der Bereinigung dieser) insgesamt 178 Websites, die den aufgestellten Kriterien entsprechen. Der Grossteil dieser stammt aus Deutschland ($n = 142$), gefolgt von Österreich ($n = 18$) und der Schweiz ($n = 16$). Zwei Websites waren nicht eindeutig einem Land zuordenbar, beziehen sich allerdings auf den DACH-Raum. Für jede einzelne Newssite wurde zudem dokumentiert, wie viele monatliche Zugriffe (also Seitenaufrufe) sie zählt und aus welchen Ländern diese stammen. Die Zahlen wurden unter Verwendung der Website-Analyse-Seite SimilarWeb (2019) erhoben. Ebenso wurde mitdokumentiert, ob die Newssite auf eigenen Social-Media-Kanälen aktiv ist. Die Anzahl an Twitter-Follower_innen,

Facebook-Page-Likes sowie die Abonnent_innenzahl auf YouTube wurden jeweils miterhoben.¹

12,4 % der analysierten Websites erzielten Reichweiten in Form von monatlichen Seitenzugriffen von unter 5'000. Es handelt sich dementsprechend um Websites, die am «hinteren Teil» des Longtails einzuordnen sind, da sie zwar öffentlichkeitswirksam kommunizieren, dies allerdings sehr reichweitschwach. Alle weiteren Websites erreichen im Schnitt etwa 565'287 monatliche Seitenzugriffe, wobei knapp die Hälfte in einem Bereich von unter 100'000 Zugriffen liegt, während insgesamt nur 18 Websites die Millionenhürde überschreiten – diese, bis auf eine einzige Ausnahme, alle aus Deutschland stammend. Spitzenreiter sind Websites wie die der *Epoch Times Deutschland* mit über acht Millionen monatlichen Zugriffen oder die von *Sputnik Deutschland* und *Politically Incorrect* mit jeweils über sieben Millionen Seitenaufrufen (vgl. Tabelle 1). Dies sind durchaus beachtliche Zahlen, wenn sie auch deutlich unter den Zugriffszahlen von den Online-Auftritten von Leitmedien liegen: So verzeichnet z. B. die *Süddeutsche Zeitung* aus Deutschland an die 30 Millionen monatliche Zugriffe, die *BILD* sogar über 200 Millionen Zugriffe, die Schweizer Tageszeitung *Tages-Anzeiger* über sieben Millionen und die österreichische *Kronen Zeitung* etwa 25 Millionen Zugriffe (Stand Oktober 2019) (SimilarWeb, 2019). Dennoch ist davon auszugehen, dass alternative Nachrichtenmedien durch ihre starke Positionierung auf Social-Media-Plattformen und ihre Vernetzung untereinander zumindest mit einzelnen Beiträgen sehr hohe Reichweiten erzielen können.

1 Facebook und YouTube sind laut der jüngsten Befragungswelle des Reuters Institute for the Study of Journalism (2019) die jeweils meistgenutzten Social-Media-Plattformen für den Newskonsum in den drei Untersuchungsländern (Facebook: 22 % der deutschen Befragten haben «in der letzten Woche» diese Social-Media-Plattform zu Newszwecken genutzt [D], 31 % der Österreicher_innen [A], 32 % der Schweizer_innen [CH]; YouTube: 19 % [D], 23 % [A], 26 % [CH]). Twitter wurde aufgrund der starken Präsenz journalistischer und politischer Akteur_innen auf dieser Plattform und der weiteren empirischen Untersuchungen miterhoben (5 % [D], 4 % [A], 4 % [CH]).

Tabelle 1: Alternative Nachrichtenwebsites mit den höchsten monatlichen Seitenzugriffen (> 1'000'000) aus den drei Untersuchungsländern (Stand: August 2019)

Website	Monatliche Seitenzugriffe	Herkunftsland
epochtimes.de	8'070'000	Deutschland
de.sputniknews.com	7'686'000	Deutschland
pi-news.net	7'155'000	Deutschland
deutsch.rt.com	5'778'000	Deutschland
journalistenwatch.com	5'041'000	Deutschland
achgut.com	4'744'000	Deutschland
tichyseinblick.de	3'846'000	Deutschland
jungefreiheit.de	3'758'000	Deutschland
deutsche-wirtschafts-nachrichten.de	2'896'000	Deutschland
nachdenkseiten.de	2'149'000	Deutschland
politikversagen.net	2'056'000	Deutschland
kopp-report.de	1'928'000	Deutschland
cicero.de	1'805'000	Deutschland
mmnews.de	1'774'000	Deutschland
philosophia-perennis.com	1'482'000	Deutschland
pravda-tv.com	1'415'000	Deutschland
compact-online.de	1'148'000	Deutschland
alles-schallundrauch.blogspot.com	1'072'000	Schweiz

Die folgende Tabelle 2 veranschaulicht zudem die zehn am häufigsten besuchten alternativen Newssites aus den drei Ländern. Die Seitenaufrufe stammen fast ausschliesslich aus den drei Ländern, was aufgrund der gemeinsamen Sprache nicht verwunderlich ist. Im Durchschnitt werden die meisten Newssites aus Deutschland angesteuert (dies ist ebenso nicht überraschend aufgrund der deutlich höheren Einwohner_innenzahl im Vergleich zu den beiden Kleinstaaten Österreich und Schweiz): Etwa drei Viertel der Zugriffe sind aus Deutschland, jeweils ca. 8 % aus Österreich und der Schweiz. Auch werden österreichische oder Schweizer Newssites nicht ausschliesslich aus ihren Heimatländern angesteuert, sondern mehrheitlich aus Deutschland. Dies lässt bereits darauf schliessen, dass zwar einerseits die Anzahl an österreichischen und Schweizer alternativen Nachrichtenseiten im Vergleich zu Deutschland gering ist, andererseits die beiden Länder aber auch auf deutsche Newssites zurückgreifen. Entsprechend ist eine länderübergreifende Nutzung der Nachrichtenseiten zu beobachten, weswegen nicht per se z. B. für die Schweiz die Aussage zu treffen ist, dass alternative Nachrichtenmedien aufgrund der geringen Anzahl ein Randphänomen für die Gesellschaft darstellen. Kapitel VII.3 wird diesen Aspekt anhand eines weiteren empiri-

schen Ausschnitts betrachten, indem die Followercommunities der Newssites auf Twitter analysiert werden.

Tabelle 2: Top 10 alternativer Newswebsites aus den drei Untersuchungsländern mit den meisten monatlichen Zugriffen (Stand: August 2019)

Deutschland		Österreich	Schweiz	
epochtimes.de	8'070'000	unzensuriert.at	829'032	alles-schallund rauch.blogspot. com
de.sputniknews.com	7'686'000	wochenblick.at	609'382	uncut-news.ch
pi-news.net	7'155'000	alpenschau.com	335'247	infosperber.ch
deutsch.rt.com	5'778'000	kontrast.at	253'304	republik.ch
journalistenwatch.com	5'041'000	addendum.org	228'624	legitim.ch
achgut.com	4'744'000	fischundfleisch.com	144'969	weltwoche.ch
tichyseinblick.de	3'846'000	tagesstimme.com	124'199	smopo.ch
jungefreiheit.de	3'758'000	info-direkt.eu	117'890	expresszeitung. com
deutsche- wirtschafts- nachrichten.de	2'896'000	mosaik-blog.at	29'607	journal21.ch
nachdenkseiten.de	2'149'000	allesroger.at	22'827	schweizerzeit.ch

Stark ist zudem die Präsenz der Newssites auf Social-Media-Plattformen, die schliesslich zur Verbreitung einzelner Beiträge strategisch von den Nachrichtenmedien genutzt werden kann. 138 der untersuchten Nachrichten, also 77,5 %, sind mit einem eigenen Kanal auf Facebook vertreten, um sich dort mit ihren «Fans» zu vernetzen. Durchschnittlich erzielen die Kanäle etwa 27'500 Likes, Spitzenreiter ist der Facebook-Auftritt von *Russia Today Deutsch* mit ca. 381'000 Abonnent_innen. Einzelne Medien erzielen demnach hohe Reichweiten auf der Plattform. Zum Vergleich: Die Facebook-Community-Grössen der deutschen Leitmedien *Frankfurter Allgemeine Zeitung* oder *Süddeutsche Zeitung* liegen zwar mit etwa 500'000 Page-Likes noch höher, dennoch zeigt sich, dass auch alternative Nachrichtenmedien im sechststelligen Bereich vertreten sind. Ebenso beachtlich ist die Präsenz der Nachrichtenmedien auf Twitter, wenn auch mit geringeren Abonnent_innenzahlen (auch im Vergleich zu professionellen journalistischen Kanälen). Fast 70 % sind dort mit durchschnittlich 9'200 Abonnent_innen mit einem Kanal vertreten. Die Abonnent_innenzahlen sind folglich begrenzt, wenngleich auf den «Top-Rängen» durchaus grosse Follower_innenzahlen festzuhalten sind, so beispielsweise der Twitter-Auftritt von *Cicero* mit über 200'000 Abonnent_innen. Seltener sind die alternativen Newssites auf YouTube vertreten: 89, also die

Hälfte des Samples, verbreitet Inhalte auf der videobasierten Plattform und zählt im Schnitt ca. 20'000 Abonnenten. Die Spitzenreiter auf YouTube sind mit über 200'000 Abonnent_innen die Kanäle von *Die Achse des Guten* (achgut.com), *KenFM* und *Russia Today Deutsch* (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Nachrichtenseiten mit den grössten Communities (Page-Likes, Follower_innen, Abonnent_innen) auf Facebook, Twitter und YouTube (Stand: August 2019)

Facebook-Page-Likes		Twitter-Follower_innen		YouTube-Abonnent_innen	
deutsch.rt.com	381'220	cicero.de	200'561	achgut.com	244'492
netzfrauen.org	240'160	bildblog.de	166'285	kenfm.de	224'263
de.sputniknews.com	202'401	weltwoche.ch	87'700	deutsch.rt.com	216'331
fischundfleisch.com	180'898	krautreporter.de	60'297	welt-im-wandel.tv	122'118
cashkurs.com	162'076	deutsch.rt.com	41'827	nuoviso.tv	117'338
berlinjournal.biz	149'843	telepolis.de	39'515	cashkurs.com	82'841
jungefreiheit.de	135'297	uebermedien.de	32'029	quer-denken.tv	78'829
kontrast.at	109'009	jungefreiheit.de	31'489	compact-online.de	64'767
epochtimes.de	100'820	lobbycontrol.de	30'681	exomagazin.tv	59'791
deutsche-wirtschafts-nachrichten.de	99'319	zaronews.world	26'799	kla.tv	56'556

Hervorzuheben ist an dieser Stelle die starke plattformübergreifende Präsenz der Nachrichtenseiten. Fast die Hälfte aller Newssites ist mit einem Kanal auf allen drei untersuchten Social-Media-Plattformen vertreten. Einzelne Seiten erreichen dabei Abonnent_innenzahlen im bis zu sechsstelligen Bereich, womit sie durchaus eine Konkurrenzposition zu etablierten, professionellen Informationsmedien einnehmen können und – um mit der Longtail-Metapher zu argumentieren – in den vorderen, reichweitenstarken Teil der Longtail-Öffentlichkeit wandern. So können sie unter Umständen gleichzeitig um die Gatekeeper-Funktion des professionellen Journalismus konkurrieren und selbst Deutungsmacht erlangen. Interessanterweise finden sich auf den «Top-Rängen» der drei untersuchten Social-Media-Plattformen unterschiedliche Alternativmedien, die sich nur teilweise überschneiden. Beispielsweise schneidet *Russia Today Deutsch* auf allen drei Plattformen hinsichtlich der Community-Grössen sehr gut ab, und die *Junge Freiheit* auf Facebook und Twitter. YouTube wird – entsprechend seiner Plattformlogiken – vorwiegend von alternativen Nachrichtenseiten bespielt, die ohnehin einen starken Fokus auf videobasierte Nachrichtenvermittlung haben, wie beispielsweise *KenFM*, *Welt im Wandel* oder *Querdenken.tv*. Generell lässt sich dadurch annehmen, dass alternative Nachrichtenmedien mit ihren Inhalten nicht auf jeder Plattform gleichermassen erfolgreich sind, sondern auch weitere Faktoren eine Rolle spie-

len, wie beispielsweise das plattformspezifische Publikum oder unterschiedliche Plattformlogiken, die für bestimmte Inhalte besser geeignet sind als für andere.

Wie zu erwarten lässt sich weiter resümieren, dass es nur einige wenige Akteur_innen sind, die via Website und Social-Media-Präsenz vergleichsweise hohe Reichweiten erzielen, darunter beispielsweise die *Epochtimes*, *Russia Today Deutsch*, *Sputnik News*, *Politically Incorrect*, *Journalistenwatch* oder *Junge Freiheit*. Diese, wie auch andere besonders reichweitenstarke Seiten, stammen aus Deutschland, was aber nicht bedeutet, dass diese nur von deutschen Leser_innen konsumiert werden. Vielmehr greifen Nutzer_innen aus allen drei Ländern darauf zurück. Infolgedessen ist davon auszugehen, dass es einzelne *Gatekeeper* im Feld alternativer Nachrichtenmedien gibt, die nicht über viele Rezipierende verfügen, sondern auch im öffentlichen Diskurs eine tragende Rolle einnehmen. Auf diese Frage wird im Zuge der netzwerkanalytischen Untersuchungen (Kapitel VII.3 und Kapitel VII.4) konkreter eingegangen.

Was im Rahmen dieser deskriptiven Analyse nicht beachtet wurde, ist die inhaltliche Ausrichtung oder *Art* alternativer Nachrichtenmedien. Dieser explorativen Studie liegt – wie bereits thematisiert – die Annahme zugrunde, dass unterschiedliche Ausprägungen oder *Typen* alternativer Nachrichtenmedien existieren. Schliesslich war für die in diesem Kapitel beschriebenen Newssites das sehr offen gehaltene Kriterium einer «selbstbeschriebenen Alternative zur medialen und/oder politischen hegemonialen Öffentlichkeit» ausschlaggebend, um in das Sample mitaufgenommen zu werden. Dies impliziert unterschiedliche Ausprägungen. Das nachfolgende Kapitel widmet sich dieser definitorischen Einordnung und Typologie und gleichzeitig der Beantwortung von Forschungsfrage 2.

VII.2 FF2: Typologie alternativer Nachrichtenmedien

Ziel von Forschungsfrage 2² ist es, den Begriff «alternative Nachrichtenmedien» genauer zu definieren, zumal die vorliegenden Definitionen im aktuellen Stand der Forschung häufig nicht eindeutig, trennscharf oder zu einschränkend sind (vgl. Kapitel III.4). Weiter basierte die Auswahl des in Forschungsfrage 1 analysierten Samples (bewusst) auf oberflächlichen Kriterien, um das Feld nicht zu stark einzuschränken. Hierbei wurde insbesondere auf die Selbstbeschreibung als Alternative (auch im Sinne einer Ergänzung) oder Opposition zum Establishment aus Politik und Medien und dahingehende Abgrenzung zum professionellen Informationsjournalismus fokussiert. Dieser Ansatz war sinnvoll, um eine Vielzahl unterschiedlicher alternativer Nachrichtenmedien zu erheben. Dieser Pool an 178 erhobenen Websites dient gleichzeitig als Basis für die qualitativen Analysen im Rahmen der in diesem Kapitel be-

2 Vgl. hierzu auch Schwaiger (2021b).