# Leserschaft stellt hervorragendes Zeugnis aus

## Sissach | Umfrage zeigt: Jede Ausgabe der «Volksstimme» wird durchschnittlich von zwei Personen gelesen

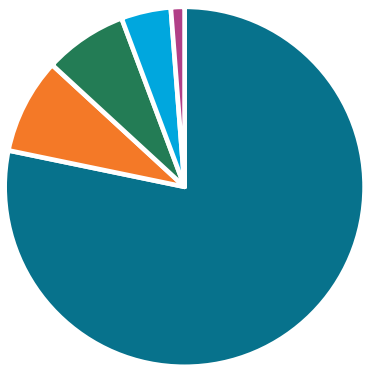
Eine Umfrage, an der sich 900 Abonnenten und fast 300 (Noch-) Nichtabonnenten beteiligt haben, zeigt: Diese Lokalzeitung geniesst enormes Vertrauen. Das Blatt navigiert geschickt zwischen Tradition und digitaler Zukunft.

**Peter Sennhauser**

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Fast 1200 ausgefüllte Umfragekarten, 70 Prozent rundum positive Rückmeldungen und ein Credo, das sich wie ein roter Faden durch die Antworten von über 900 Abonnenten zieht: «Weiter so!» Die «Volkstimme» hat mit ihrer im Zusammenhang mit der Sissacher Gewerbeausstellung «Mega» durchgeführten Leserumfrage 2025 ein beeindruckendes Zeugnis der Verbundenheit erhalten. Doch hinter den ermutigenden Worten verbergen sich auch Herausforderungen, die der Verlag Schaub Medien AG mit Weitblick angeht.

Der Blick auf die Altersstruktur der Umfrageteilnehmer offenbart das zentrale Charakteristikum der «Volksstimme»-Leserschaft: Es ist eine reife, engagierte Generation, die das Blatt trägt. Über 70 Prozent der Rückmeldungen stammen von Leserinnen und Lesern über 60 Jahre. Diese Zahl zeigt vor allem eine Loyalität und ein Engagement, welche in der heutigen Medienlandschaft selten geworden sind. Dass man mit der redaktionellen Ausrichtung auf alle Altersklassen dennoch nicht falsch liegt, zeigen die Reaktionen der jüngeren Semester, die namentlich aufgrund von Berichterstattung aus Sport und Kultur regelmässig eingehen. Als Forumszeitung für alle steht das Bestreben im Vordergrund, die Lebensrealität der Bewohnenden des Oberbaselbiets wiederzugeben und zu reflektieren.

**Mediennutzung**



| | |
|---|---|
| gedruckte Zeitung | 78% |
| App (Smartphone/Tablet) | 9% |
| E-Paper über Website/App | 7% |
| website volkstimme.ch | 4% |
| Kurzmeldungen | 1% |

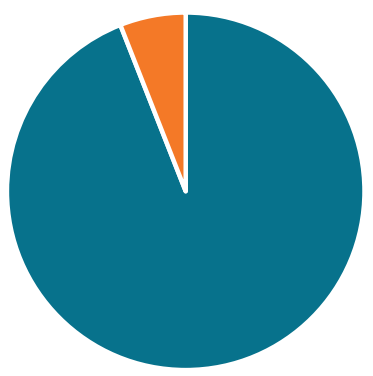
«Die ‹Volksstimme› ist ein wichtiges Bindeglied zwischen Einwohnern und Politik», bringt es denn auch ein Leser auf den Punkt. Diese Rolle als regionaler Knotenpunkt wird von der Leserschaft nicht nur wahrgenommen, sondern aktiv geschätzt: Das beweisen die Rückmeldungen der Leserschaft, die das Blatt konstruktiv kritisiert und dabei stets die Wertschätzung für die journalistische Arbeit zum Ausdruck bringt – das hat diese Umfrage überaus deutlich gezeigt.

### 98 Prozent lesen die Printausgabe

Das gedruckte Blatt wird im Haushalt von durchschnittlich zwei Personen gelesen – ein Wert, der seit 2004 konstant geblieben ist. «Diese Stabilität in einer turbulenten Medienzeit ist bemerkenswert und zeigt, dass die ‹Volksstimme› als Produkt einer Nachfrage entspricht, die sie erfolgreich bedient», freut sich Verlegerin Susi Schaub.

In einer Zeit, in der die meisten Verlage mit rasant sinkenden Abozahlen kämpfen und nach digitalen Lösungen suchen, präsentiert die «Volkstimme» eine bemerkenswert klare Botschaft: Print funktioniert. 98 Prozent der knapp 7000 Abonnenten lassen sich nach wie vor die gedruckte Ausgabe nach Hause liefern. Nur zwei Prozent lesen ausschliesslich digital. Dabei ist dem Verlag bewusst, dass sich dieser Trend verstärken dürfte, und auch, dass viele der «Papier-Leser» durchaus zusätzlich die Smartphone-App oder die E-Paper-Ausgabe lesen. Verlegerin Susi Schaub sagt dazu: «Derzeit nutzen rund 20 Prozent der Antwortenden eines unserer digitalen Angebote. Weil dieser Anteil aber nach und nach steigen dürfte, lassen wir die Entwicklung nicht aus den Augen und werden weiterhin mit zeitgemässen Neuerungen und Verbesserungen aufwarten.» Das passiert aber mit Mass und bedürfnisgerecht. Denn auch dies zeigt die Umfrage: 45 Prozent der Befragten nutzen keine sozialen Netzwerke – eine Realität, welche beim effizienten Einsatz der Mittel eine Rolle spielt.

**Fehlt Ihnen etwas in der «Volksstimme»?**



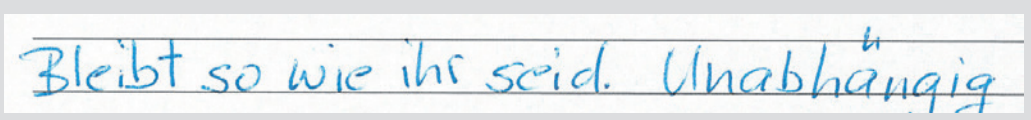
| | |
|---|---|
| Nein, der Mix der Themen und Rubriken ist gut so. | 94% |
| Ja ... | 6% |

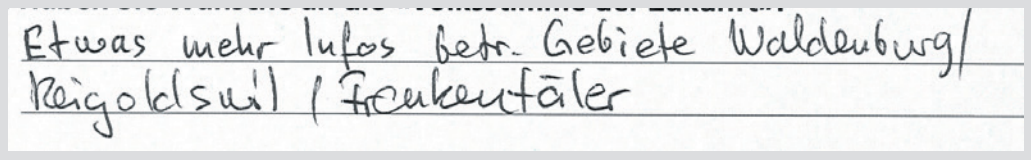
Dennoch bleibt die «Volksstimme» nicht stehen. Ein Drittel der Befragten wäre an einem regelmässigen E-Mail-Newsletter interessiert, besonders mit lokalen Schlagzeilen und Veranstaltungshinweisen. Ein derartiges Projekt wäre typisch für die Herangehensweise des Verlags: Nicht revolutionär, sondern evolutionär in die digitale Welt hineinwachsen.

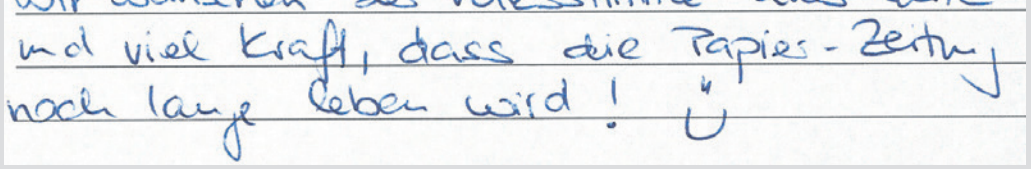
Die Rückmeldungen der Leser offenbaren eine tiefe Verwurzelung in der Region. Lokale Berichterstattung ist gefragt: So werden von vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Umfrage mehr Berichte aus den beiden Frenkentälern gewünscht. Diese Forderung nach noch mehr lo-

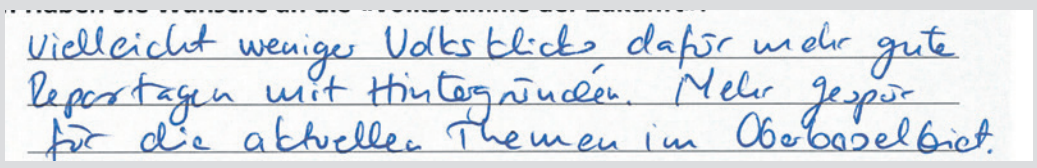
## Eine Auswahl der Wünsche an die «Volksstimme» der Zukunft

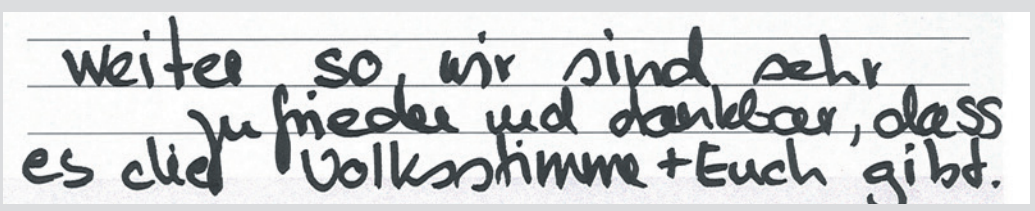
**sep.** Umfragen stellen gewöhnlich «geschlossene» Fragen, das heisst solche, die vorgegebene Antworten erwarten. Die «Volksstimme» aber hat Ihre Leserschaft gefragt, welche Wünsche sie an die Zeitung hat. Nicht nur machten sich fast die Hälfte der Antwortenden die Mühe, ein paar Sätze zu schreiben – zu 70 Prozent sind die Aussagen auch überaus positiv. Darauf sind Verlag und Redaktion stolz. Dass sich Kritik und Zuspruch gelegentlich widersprechen, gehört dabei zum guten Ton und bestätigt nur, dass die «Volksstimme» den Anspruch der Forumszeitung erfüllt. Hier sind einige Muster aus den mehr als 400 Antworten auf die Frage, welche Wünsche an das Leibblatt bestehen:

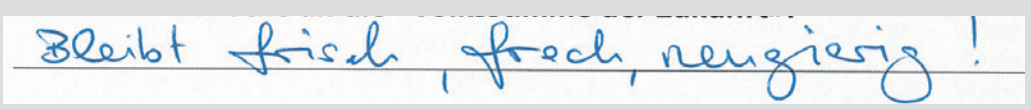

Bleibt so wie ihr seid. Unabhängig

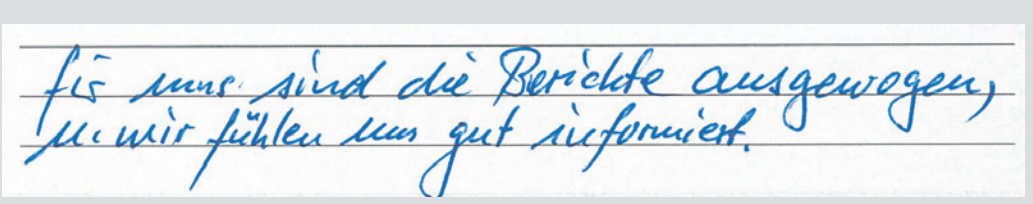

Etwas mehr Infos betr. Gebiete Waldenburg/ Reigoldswil / Frenkentäler

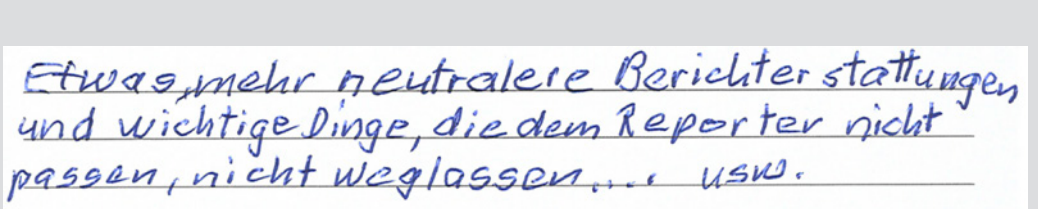

Wir wünschen der Volksstimme alles Gute und viel Kraft, dass die Papier-Zeitung noch lange leben wird! :)


Vielleicht weniger Volksblicks dafür mehr gute Reportagen mit Hintergründen. Mehr Gespür für die aktuellen Themen im Oberbaselbiet.

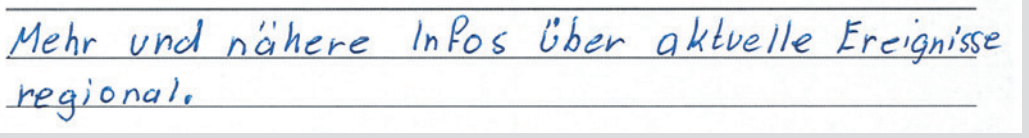

weiter so, wir sind sehr zufrieden und dankbar, dass es die Volksstimme + Euch gibt.

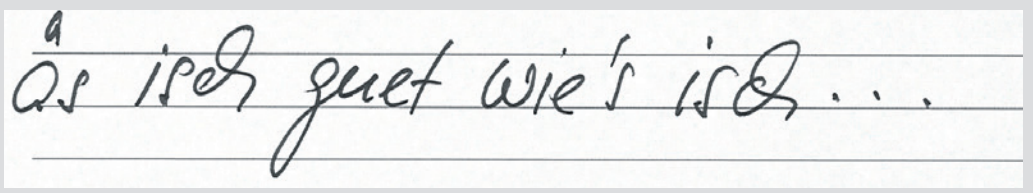

Bleibt frisch, frech, neugierig!

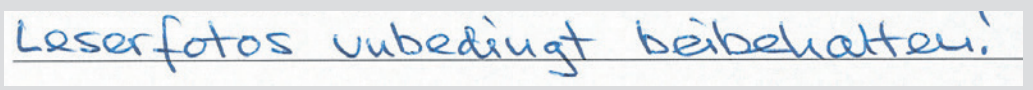

Für uns sind die Berichte ausgewogen, wir fühlen uns gut informiert.

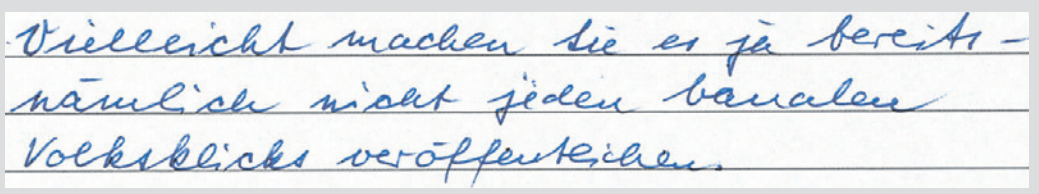

Etwas mehr neutralere Berichterstattungen und wichtige Dinge, die dem Reporter nicht passen, nicht weglassen... usw.

Ich schätze den seriösen Journalismus und dass Sie uns über das vielfältige Vereinswesen des Oberbaselbiets orientieren. Weiter so!!


Mehr und nähere Infos über aktuelle Ereignisse regional.


Es isch guet wie's isch...


Leserfotos unbedingt beibehalten!


Vielleicht machen Sie es ja bereits – nämlich nicht jeden banalen Volksblicks veröffentlichen.

kaler Berichterstattung ist ein wesentlicher Richtungsweiser für eine Regionalzeitung: «Sie zeigt, dass unsere Leser das Blatt als ihre Stimme verstehen, als Medium, das ihre unmittelbare Lebenswelt abbildet. Das wollen wir pflegen und weiter ausbauen», sagt Chefredaktor David Thommen.

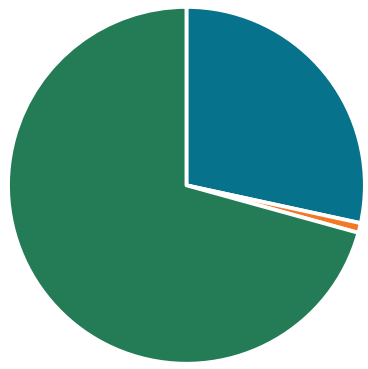
Aber auch die Serviceleistungen unserer Zeitung erfüllen durchaus die Anforderungen des Publikums. Immerhin 28 Prozent der Befragten geben an, nicht auf das Fernsehprogramm verzichten zu wollen. Das sind wöchentlich zwei Seiten , an denen der Verlag festhalten wird.

**Die Basis: Qualitätsjournalismus**

Die Rückmeldungen zur journalistischen Arbeit sind überwiegend positiv. Die «Volksstimme» wird als «gut und ausgewogen» sowie als «verlässliche Quelle für fundierten Lokaljournalismus» beschrieben. Kritik gibt es punktuell: Einige wünschen sich mehr kritische Beiträge und tiefere Recherchen, andere fordern kürzere Texte.

Diese ausgewogene Kritik zeigt eine wohlwollende Leserschaft, die das Blatt ernst nimmt und konstruktiv begleitet. Die vereinzelten Hinweise auf politische Unausgewogenheit – mal «zu rechtslastig», mal «zu links» – bestätigen paradoxerweise die ausgewogene Linie der Redaktion.

**Fernsehprogramm auf 2 Seiten pro Woche**



| | |
|---|---|
| Nein, es würde mir nicht fehlen | 71% |
| Ja, soll in der Volksstimme bleiben | 28% |
| Ja, wenn .... | 1% |

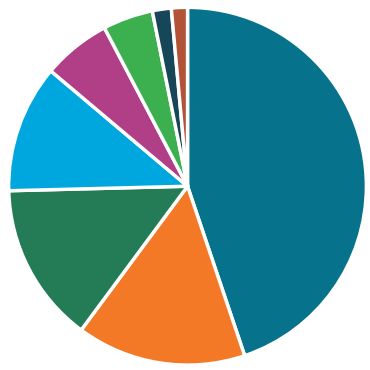
Gehäufte Kritik gab es eigentlich nur an den «zu vielen, zu schlechten» Leserfotos. Chefredaktor Thommen, ein erklärter «Volksklicks»-Fan, kündigt an, sich dazu Gedanken zu machen. Die «Volkstimme» verschweigt nicht die wirtschaftlichen Realitäten: sinkende Werbeeinnahmen, höhere Kosten bei Post und Druck, notwendige Investitionen in Technik und digitale Weiterentwicklung. Der Abonnementspreis wird von einzelnen Befragten als zu hoch empfunden, doch das Blatt erklärt transparent die Kostenfaktoren.

**Frühzustellung nicht möglich**

Immer wieder zu hören ist der Wunsch nach einer Frühzustellung. Einzelne Abonnenten erhalten die Zeitung für ihre Bedürfnisse zu spät von der Post in den Briefkasten geliefert. Verlegerin Susi Schaub muss zu ihrem grossen Bedauern abwinken: «Leider ist eine Frühzustellung für Lokalzeitungen, die vor allem auch in kleinere Dörfer verteilt werden, logistisch und ökonomisch nicht realisierbar.»

Die «Volksstimme» kann sich solchen Realitäten nicht verschliessen, scheut aber auch die ehrliche Darstellung nicht. Sie will einen erwachsenen Dialog über die Zukunft des Journalismus führen. Die Botschaft ist klar: Qualität hat ihren Preis, aber sie ist es wert. Die Redaktion ist stets bestrebt, ihre treue Leserschaft bestmöglich zu bedienen und dabei behutsam in die Zukunft zu wachsen und neue Leserinnen und Leser zu gewinnen.

**Auf welchen Social-Media-Plattformen sind Sie regelmässig**



| | |
|---|---|
| auf keiner | 45% |
| Facebook | 15% |
| Instagram | 14% |
| YouTube | 12% |
| Linkedin | 6% |
| andere ... | 5% |
| Tik Tok | 2% |
| X (ehemals Twitter) | 1% |

Die mehr als 400 Personen, die sich die Mühe machten, die offen formulierte Schlussfrage zu beantworten, sendeten eine eindrückliche Botschaft: «Weiter so!» (siehe Beispiele unten auf dieser Doppelseite) und sprachen sich in grosser Zahl für die gedruckte Zeitung aus.

**Verwurzelung als Erfolgsstrategie**

Die «Volksstimme»-Umfrage 2025 zeichnet das Bild einer Zeitung, die ihre Aufgabe nach wie vor im Sinne ihrer Leserschaft erfüllt. In einer Zeit, in der viele Medien zwischen verschiedenen Strategien hin- und hergerissen sind, hat die «Volksstimme» eine klare Identität: Sie ist das Sprachrohr einer Region und einer Generation, die Lokaljournalismus schätzt, dessen Preis kennt – und ihn gerne bezahlt.

Die Alterung der Leserschaft hält sie nicht für ein Problem, sondern für einen Auftrag: Diese Generation verdient eine Zeitung, die ihre Werte und Bedürfnisse ernst nimmt. Gleichzeitig will das Blatt «behutsam in die Zukunft wachsen und die Bedürfnisse der folgenden Generationen abdecken – aber einen Schritt nach dem andern», sagt Susi Schaub.

«Die ‹Volksstimme› ist eine Bereicherung für das Oberbaselbiet», schreibt ein Leser. Verlag und Redaktion freuen sich über diese Botschaft, die aus dem starken Rücklauf der Umfrage zu hören ist.