



Der Schweizer Verlegerverband warnt: Ohne Ausbau der indirekten Presseförderung werde es zu Einstellungen von Zeitungen kommen. Foto: Christian Beutler (Keystone)

Wie lange werden in der Schweiz noch Zeitungen gedruckt?

Streit um Presseförderung Medienpolitiker wollen die Zustellung von Tageszeitungen vorübergehend stärker verbilligen – und danach nur noch elektronische Medien fördern. Doch der Plan steht auf der Kippe.

Jacqueline Büchi

Die Parteien müssten sich nun «zusammenraufen», twitterte Mitte-Chef Gerhard Pfister, als die jüngste Sparrunde in der Schweizer Medienlandschaft publik wurde. Bei Tamedia, zu der auch diese Zeitung gehört, sollen 90 Vollzeitstellen in der Redaktion und weitere 200 in den Druckereien gestrichen werden. Auch andere

Verlagshäuser warteten zuletzt mit umfangreichen Sparprogrammen auf – so etwa CH Media, das 140 Vollzeitstellen abbaute.

Pfister spielte in seinem Tweet auf die Debatte zur Medienförderung an, die der Nationalrat in der dritten Woche der Herbstsession in Angriff nimmt. Im Kern geht es um die Frage, ob der Bund die Zustellung abonniertes

Tages- und Wochenzeitungen vorübergehend stärker verbilligen soll. Schon heute wendet er jährlich 30 Millionen Franken für diese sogenannte indirekte Presseförderung auf.

Geht es nach der Mehrheit der zuständigen Kommission, sollen es künftig 45 Millionen sein. Weitere 30 Millionen Franken sollen



für die Frühzustellung unter der Woche gesprochen werden. Reichweitenstarke Titel wie der «Tages-Anzeiger» oder die NZZ würden davon nicht profitieren, wohl aber lokale und regionale Zeitungen mit einer Auflage bis zu 40'000 Exemplaren, die teilweise zu den gleichen Verlagen gehören. Ziel ist es, den Redaktionen Luft zu verschaffen, damit sie sich für die digitale Zukunft wappnen können.

Ob die Vorlage das Parlament tatsächlich passieren wird, ist aber offen. Der Bundesrat will vom Ausbau nichts wissen. Eine Expertengruppe, die Anfang Monat ihre Sparvorschläge für den Bund präsentierte, schlägt sogar vor, die indirekte Presseförderung zu streichen.

In bürgerlichen Kreisen nimmt man den Appell ernst. FDP-Nationalrat Andri Silber-schmidt sagt: «Ich kann nicht vorwegnehmen, wie die Fraktion stimmen wird. Doch die Schuldenbremse hat für uns eine hohe Priorität. Man kann die Medien nicht grundsätzlich ausklammern.» Beobachter gehen davon aus, dass es, wenn nicht schon im Nationalrat, spätestens im Ständerat Widerstand gegen den Ausbau geben wird.

Experten wollen indirekte Presseförderung streichen

Stefan Wabel, Geschäftsführer des Schweizer Verlegerverbands, kritisiert: «Nicht alle Mitglieder des Parlaments haben den Ernst der Lage erkannt. Ohne diesen Ausbau wird es zu Einstellungen von Zeitungen kommen und die flächendeckende Zustellung kann nicht mehr aufrechterhalten werden.» Insbesondere in den Regionen würde das journalistische Angebot massiv geschwächt, so Wabel. Die Situati-

on in der Branche sei prekär, weil die Werbeumsätze und die Abonnentenzahlen sinken. «Wir müssen es ganz deutlich sagen: Der Baum brennt.»

Auch SP-Nationalrätin Min Li Marti, selbst Verlegerin der linken Wochenzeitung «P.S.», fände es verheerend, kurzfristige Einsparungen höher zu gewichten als die demokratiepolitische Bedeutung der Medien. Sie sagt: «Wir müssen alles daran setzen, dass die regionale Medienvielfalt nicht noch weiter abnimmt.»

Letzteres unterschreiben im Grundsatz fast alle im Rat. Und doch gibt es Vorbehalte. So stört sich GLP-Chef Jürg Grossen daran, dass vorerst nur die gedruckten Zeitungen unterstützt werden. Er sagt: «Ich hatte seit 15 Jahren kaum mehr eine Printzeitung in den Händen. Wir müssen journalistische Inhalte fördern – nicht die Druckereien.»

«Wenn wir warten, ist es für viele Redaktionen bereits zu spät.»

Martin Candinas
Mitte-Nationalrat

Ein Kompromiss, der in der Medienkommission eine Mehrheit fand, geht so: Die indirekte Presseförderung hat ein Ablaufdatum. Sie wird zunächst ausgebaut, dann aber nach sieben Jahren komplett eingestellt. Spätestens zu diesem Zeitpunkt soll sie durch eine neue Förderung für elektronische Medien abgelöst werden.

«Der Medienkonsum wandelt sich», sagt Mitte-Nationalrat Martin Candinas. «Wir können nicht davon ausgehen, dass ewig Zeitungen gedruckt werden.» Allerdings sei es zentral, dass die Menschen im Land weiterhin gut informiert sind. «Wenn wir warten, bis ein allfälliges neues Förderinstrument vorliegt, ist es für viele Redaktionen bereits zu spät.» Der temporäre Ausbau der Zustellvergünstigung sei daher eine gute und pragmatische Lösung, «zumindest für die nächsten sieben Jahre».

Die Arbeiten am neuen Förderinstrument für elektronische Medien sollen bereits in dieser Session beginnen. Eine Motion verlangt, dass der Bundesrat eine Gesetzesvorlage dazu ausarbeitet. Bereits im Februar skizzierte die Landesregierung in einem Bericht, in welche Richtung es gehen könnte. Denkbar wäre demnach, die Unterstützung anhand der Anzahl journalistischer Stellen in einem Medium zu bemessen oder anhand seines Umsatzes. Kleinere Medien bekämen dabei im Verhältnis mehr Geld.

Schon jetzt ist aber offenkundig, dass die Vorstellungen im Parlament weit auseinandergehen. Manche stört, dass es künftig zu einer direkten Förderung von Medien käme. Andere machen auf schwierige Abgrenzungsfragen aufmerksam: Was unterscheidet die Newsportale etablierter Medienhäuser von Blogs und Youtube-Kanälen privater Akteure? Noch grundsätzlich gefragt: Was ist demokratierelevanter Journalismus, der gefördert gehört? Dossierkenner bezweifeln, dass sich innert sieben Jahren eine mehrheitsfähige Lösung finden lässt.

Gegen jede neue Form der



staatlichen Medienförderung stellt sich die SVP. Der Zürcher Nationalrat Gregor Rutz verweist darauf, dass das Stimmvolk vor zwei Jahren bereits über ein Medienförderpaket abgestimmt hat. «Das Verdikt des Volks war klar: Man will keinen Ausbau der indirekten Presseförderung, man will keine Online-Förderung.»

In der Vorlage ging es um 151 Millionen Franken jährlich. Die Unterstützung für lokale und regionale Verlage, die nun im Zentrum steht, gehörte im Abstimmungskampf zu den unbestrittenen Elementen.

Grossen spricht von «Pflasterlipolitik»

Die Politik prüft derzeit auch weitere Möglichkeiten, um die Rahmenbedingungen für die Medienbranche zu verbessern. Dazu zählt das Leistungsschutzrecht: Künftig sollen grosse Onlinedienste wie Google die Verlage dafür entschädigen, dass sie ihre Inhalte anzeigen. Eine Umsetzung scheint allerdings noch in weiter Ferne. Zudem stehen auch kurzfristige Massnahmen zur Debatte, so etwa finanzielle Beiträge des Bundes an die Ausbildung von Journa-

listinnen oder an Nachrichtenagenturen.

Als «Pflasterlipolitik» bezeichnet GLP-Chef Jürg Grossen diese Ansätze. Er plädiert dafür, stattdessen einen kompletten Neustart zu wagen und «das System neu aufzusetzen, unter Einbezug der SRG». Denkbar sei, dass künftig Medien verschiedener Sparten Geld aus dem Gebührentopf der heutigen Radio- und TV-Abgabe erhalten. Diese Option nennt auch der Bundesrat in seinem Bericht – sie stehe jedoch «nicht im Vordergrund».