

Zerstört der Staat die Unabhängigkeit der Medien?



Bild: © Fabio Principe - stock.adobe.com

Nach längerem Hin und Her haben National- und Ständerat in der letzten Sessionswoche das Massnahmenpaket zugunsten der Medien angenommen: Während sieben Jahren sollen die Medien in der Schweiz jährlich mit zusätzlich 120 Millionen Franken unterstützt werden. Allerdings haben bürgerliche Politiker bereits das Referendum gegen die Vorlage lanciert. Sie kritisieren, die zusätzlichen staatlichen Subventionen würden «das Ende der unabhängigen Medien in der Schweiz» bedeuten. Auch Medienschaffende kritisieren die Förderung, sie setze falsche Anreize. Stimmt das? Was genau ist ein unabhängiges Medium? Ich glaube, Politik und Medien blicken bei der Kritik an der Medienförderung in die falsche Richtung. Es geht nicht um die Medien. Es geht um die Bevölkerung.

Das Geschäft ist mehrmals zwischen den beiden Räten hin- und hergegangen. In der letzten Sessionswoche haben National- und Ständerat sich aber auf die künftige Form der Medienförderung geeinigt und das Gesetz in der Schlussabstimmung angenommen. Während der nächsten sieben Jahre sollen Medien in der Schweiz jährlich mit 120 Millionen Franken zusätzlich unterstützt werden. Das meiste Geld fliesst dabei wie bisher in die Unterstützung der Zustellung von gedruckten Zeitungen. Neu erhalten aber auch Onlinemedien Geld vom Bund. Dafür sind 30 Millionen Franken im Jahr vorgesehen. Damit sollen Onlineangebote unterstützt werden, die sich nicht nur über Werbung finanzieren, also kein reines Reichweitenmodell fahren. Der Bund beschränkt seine Unterstützung auf maximal 60 % des Umsatzes, den ein Onlineangebot über Nutzergebühren oder Mitgliederbeiträge macht. Ursprünglich sollte im

Gegenzug dazu das Onlineangebot der SRG eingeschränkt werden, doch davon hat das Parlament nun abgesehen.

In trockenen Tüchern ist die Medienförderung damit aber noch nicht. Im Parlament erzielte die Medienförderung in der Schlussabstimmung zwar ein eindeutiges Resultat: Der Nationalrat stimmte dem Massnahmenpaket mit 114 zu 76 Stimmen bei 6 Enthaltungen zu, der Ständerat mit 28 zu 10 Stimmen bei 6 Enthaltungen. Trotzdem wollen bürgerliche Politiker und ein Komitee namens «Nein zu staatlich finanzierten Medien» das Referendum gegen die Gesetzesänderungen ergreifen. Das Hauptargument des Komitees laut Website: «Wenn der Staat die Medien füttert, werden sie zu Staatsmedien.» Der Volksmund wisse: «Wes Brot ich ess, des Lied ich sing.» Staatsfinanzierte Medien könnten ihre Funktion als vierte Macht im Staat nicht erfüllen und würden die Demokratie schädigen, schreibt das Komitee. «Die Staats-Subventionen bedeuten das Ende der freien und unabhängigen Medien in der Schweiz.» Und weiter: «Mit dem Kauf der Medien zerstört die Politik die Medien- und Meinungsfreiheit.»

Harsche Kritik in der «NZZ»

In einem ganzseitigen Kommentar in der «Neuen Zürcher Zeitung» ergänzt Lucien Scherrer zwei weitere Argumente. Er schreibt, die Medienbranche stehe «viel besser da, als es die Klagen über das drohende Ende der Presse und der Demokratie vermuten lassen.» Selbst im Corona-Jahr 2020 hätten die meisten grossen Medienkonzerne der Schweiz Gewinne erzielt. Er nennt die TX-Gruppe, also Tamedia, die unter anderem den «Tages-Anzeiger», die «Basler Zeitung» und «20 Minuten» herausgibt. Die Gruppe habe zwar Verluste vermeldet, «verbuchte aber immer noch einen operativen Gewinn vor Abschreibungen von 130 Millionen Franken.» Das Abstimmungskomitee greift dieses Argument mit dem Slogan «Nein zu Steuer-Milliarden für Medien-Millionäre» auf. Das sagt auch Christian Keller, Gründer und Chefredaktor des Onlinemagazins «Prime News» in Basel, in einem Talk auf Telebasel: Er sehe nicht ein, warum die Grossverleger Wanner und Supino so viele Millionen für ihre Konzerne erhalten sollten.

Scherrer nennt in der «NZZ» noch einen weiteren Kritikpunkt. Er schreibt, die «Risiken und Fehlanreize, die man mit dem basarmässig ausgehandelten Medienpaket in Kauf nimmt, sind gross.» Von Fehlanreizen und einer Einmischung des Staats ins Businessmodell der Medien spricht auch Christian Keller. Gemeint ist damit nicht nur die Unterstützung von Onlinemedien, die nur jenen Angeboten zugutekommt, die über ein Bezahlmodell verfügen. Gemeint ist auch die Unterstützung der «Grossverleger» mit ihren «maroden Druckmaschinen». Der Staat stützt ein Medien- und Geschäftsmodell, das dem Untergang geweiht ist und verhindert damit Innovation und Fortschritt.

Es sind also im Wesentlichen drei Argumente:

- 1) Medienförderung zerstört die Unabhängigkeit der Medien.
- 2) Gefördert werden Grossverlage, die das Geld nicht nötig haben.
- 3) Der Staat setzt mit seiner Förderung Fehlanreize.

Schauen wir uns die drei Argumente etwas genauer an.

Zerstört der Staat die Unabhängigkeit der Medien?

Auf den ersten Blick klingt das ja logisch: «Wes Brot ich ess, des Lied ich sing», schreibt das Referendumskomitee auf seiner Website. Ich frage mich, was das für ein Lied sein soll, das die staatlich geförderten Medien

da singen würden. Lucien Scherrer schreibt in der «NZZ»: «Für Politiker und Verwaltungen ergeben sich ganz neue Einflussmöglichkeiten. Je mehr sich die Medien wie unrentable Bauernbetriebe vom Staat aushalten lassen, desto leichter lassen sie sich unter Druck setzen.» Von wem genau sie unter Druck gesetzt würden, führt er nicht aus. Nehmen wir ein lokales Onlinemedium. Massstab für die Förderung des Onlinemediums ist der Umsatz, den das Medium mit zahlenden Abonnenten oder Spendern macht. Das Ticket für die Förderung ist also der lokale Erfolg, der Hebel ist die Zahl der überzeugten Nutzer:innen. Anders als bei einer gedruckten Zeitung, wo die Abozahlen auf der Redaktion wenig präsent sind, ist der Erfolg im Nutzermarkt in einem Onlinemagazin oberste Priorität, alle Mitarbeiter:innen haben die Zahlen entsprechend ständig im Auge. Wird das Medium staatlich gefördert, steigt die Bedeutung der Nutzer:innen noch. Es kommt in erster Linie auf sie an, nicht auf den Staat.

Dazu kommt: Wen meinen die Kritiker genau mit «dem Staat»? Für die Unterstützung ist das Bundesamt für Kommunikation zuständig. Lokale Onlinemedien berichten aber über lokale Politik, also über den Kanton und seine Gemeinden. Auch auf Bundesebene gibt es einen grossen Unterschied zwischen der Bundespolitik, wie sie sich im National- und Ständerat abspielt, und den Interessen der Verwaltung – wobei es «die Verwaltung» ebenfalls nicht als Einheit gibt. Jetzt könnten Sie einwenden: «Wes Brot ich ess, des Lied ich sing» gilt trotzdem – Menschen neigen nun mal dazu, sich den Interessen jener zu fügen, die ihnen Geld geben. Das ist ein interessanter Einspruch. Er führt uns nämlich zu einer grundsätzlichen Frage:

Gibt es überhaupt unabhängige Medien?

Das Referendumskomitee schreibt: «Die Staats-Subventionen bedeuten das Ende der freien und unabhängigen Medien in der Schweiz.» Das suggeriert, dass Medien ohne staatliche Unterstützung frei und unabhängig sind. Aber sind sie das wirklich? Ich würde meinen, die allermeisten Medien kennen drei Abhängigkeiten. Da ist zuallererst die Abhängigkeit vom Nutzermarkt: Kein Medium ohne Nutzer:innen. Kein Medium kann es sich leisten, gegen seine Nutzer:innen anzuschreiben oder anzureden. In der Schweiz ist das bekannteste Beispiel dafür Markus Somm und seine «Basler Zeitung»: Der Zürcher hat jahrelang eine Zeitung am Basler Publikum vorbei gestaltet. Keine andere Zeitung hat in der Zeit so viele Leser:innen verloren. Die kann man alle als dumm, links und mimosig bezeichnen – Tatsache bleibt: Jedes Medium ist vom Erfolg im Nutzermarkt abhängig.

Die zweite Abhängigkeit: der Werbemarkt. Wenn ein Medium im Werbemarkt aktiv ist, dann ist es abhängig von der Gunst der Firmen, die Anzeigen und Werbung schalten. Und das kann direkte Folgen für den Inhalt haben. Auch dafür gibt es in der Schweiz einschlägige Beispiele, ich denke daran, wie die Autoindustrie den «Tages-Anzeiger» boykottierte – und der «Tagi» darauf eine Autoseite einführte. Heute sind die wichtigsten Inserenten in der Schweiz erstens der Detailhandel, also Coop, Migros, Aldi, Lidl und Volg, zweitens die Telekom-Anbieter Swisscom, Sunrise, Salt und UPC – und drittens die Autoindustrie. Der Volksmund weiss: «Wes Brot ich ess, des Lied ich sing.» Glauben Sie, das gelte nicht für die grossen Anzeigenkunden?

Nutzermarkt und Werbemarkt sind die beiden Märkte, in denen die Medien aktiv sind. Es gibt aber noch einen dritten «Markt» in Anführungszeichen, der für Medien wichtig ist: Es ist der «Markt» der sozialen Anerkennung. Es ist das soziale und das politische Umfeld der Redak-

torinnen und Journalisten, das Beziehungsumfeld der Chefredaktorin, des Verlegers. Früher war das Umfeld der Chefetage geprägt durch den Rotary-Club und die lokale FDP, heute ist es vielleicht der Freundeskreis oder die Bekannten im Quartier. Kein Mensch kann sich dem Einfluss seiner Freunde und Beziehungen entziehen. Da geht es um Wohlwollen und Anerkennung, um Wertschätzung und, vielleicht, um Einfluss. Nennen wir diesen Teil neben Nutzermarkt und Werbemarkt den Markt der Anerkennung.

Die Abhängigkeit der Medien

Medien sind also abhängig von ihren Nutzer:innen, wenn sie Werbung verkaufen von den Werbekunden und die Menschen, die die Medien machen, sind abhängig von der Anerkennung ihres Umfelds. So etwas wie komplett unabhängige Medien gibt es nicht – und ich meine, das ist gut so. Medien sind ein Teil der wirtschaftlichen, der gesellschaftlichen und der politischen Welt. Wichtig ist dabei: Die Abhängigkeiten bilden ein kompliziertes Netzwerk. Manchmal ziehen mehrere Knoten in diesem Netzwerk in dieselbe Richtung, dann wird sich das Medium in diese Richtung verändern. Manchmal widersprechen sich die Abhängigkeiten, dann bleibt das Medium wohl in der Mitte stehen und sucht den Ausgleich oder den Kompromiss. Das Ganze nennt sich Marktwirtschaft. Gefährlich wird es höchstens dann, wenn ein einzelner Player einen besonders grossen Einfluss erhält, zum Beispiel, wenn ein Medium etwa von einem einzigen Anzeigenkunden abhängig ist.

Was ändert sich durch das Medienpaket? Prinzipiell ändert sich daran praktisch nichts, es kommt lediglich ein weiterer Knoten im Netz dazu. Vergessen wir nicht: Schon heute subventioniert der Bund die Frühzustellung von Tageszeitungen – es käme keiner Journalistin und keinem Journalisten in den Sinn, deswegen mit Bundesrätin Simonetta Sommaruga oder der Schweizerischen Post freundlicher umzuspringen. Denn massgebend für den Erfolg dieser Frühzustellung sind Leserinnen und Leser, die am Morgen vor dem Frühstück den Weg zum Briefkasten unter die Füsse nehmen und die Tageszeitung aus dem Kasterl klaben. Und das machen sie nur, wenn sie vom Printmedium ihrer Wahl überzeugt sind und sich darauf freuen, zum Kaffee in der Zeitung zu blättern. Mit Frau Sommaruga hat das nichts zu tun. Auch die direkte Förderung von Onlinemedien ändert nichts daran, dass die Onlinemedien sich am Nutzermarkt ausrichten, denn der Massstab für die Onlineförderung bildet ja der Erfolg im Nutzermarkt. Man könnte die Argumentation auch umdrehen: Wenn der Staat die Medien nicht etwas stützen würde, dann würden die Medien abhängiger von Sponsoren. Die Wahrscheinlichkeit würde steigen, dass ein Milliardär sich als Hobby noch eine Zeitung leistet wie etwa Amazon-Chef Jeff Bezos die «Washington Post». Und das wäre dann eine gefährliche Abhängigkeit.

Warum denn das Referendum?

Die Medienförderung, wie sie beschlossen wurde, stellt die Schweiz nicht auf den Kopf. Sie sorgt allenfalls dafür, dass der Print etwas länger überleben kann. Warum dann dieser heftige Widerstand gegen das Paket? Ich sehe drei Gründe dafür. Bürgerlichen Politikern dürfte die Idee von staatlicher Unterstützung politisch gegen den Strich gehen. Es ist mit anderen Worten weniger eine Frage der sachlichen Analyse als eine Frage der Ideologie. Dann dürfte es zweitens den einen oder anderen Verleger geben, der sich aus geschäftlichen Interessen gegen die Medienförderung wendet. Christian Keller von «Prime News» zum Beispiel sagt, es sei ein

staatlicher Eingriff ins Businessmodell. Da hat er sicher recht, – die Frage ist, ob es eine Alternative dazu gibt. Und dann gibt es drittens jene, die in der Medienförderung einen Versuch «des Staates» sehen, sich die Medien zu kaufen. Das scheint mir eher verschwörungstheoretischer Unsinn zu sein, – unter anderem deshalb, weil der Betrag, den das Parlament aufwirft, dafür schlicht viel zu klein ist und weil Journalist:innen sich viel eher auf der Beziehungsebene beeinflussen lassen als über Geld.

Der Einwand, der mir am plausibelsten scheint, zielt in Richtung Grossverlage: Warum soll der Staat Konzerne fördern, die jedes Jahr Millionengewinne machen oder ihren Aktionären hohe Dividenden auszahlen? Einmal abgesehen davon, dass die angesprochene TX Group die Gewinne eben gerade nicht mit den Zeitungen macht, sondern mit den Onlinemarktplätzen, ist dies die falsche Optik. Die Frage, wer das Geld kriegt, ist nicht entscheidend. Es kommt vielmehr darauf an, was die Gesellschaft für das Geld erhält. Denn das Parlament greift nicht in die Bundeskasse, weil Peter Wanner und Pietro Supino so nett gefragt haben oder so beeindruckende Verluste präsentieren. Wenn sie Schrauben herstellen würden oder Heftpflaster, würde die Politik mit den Schultern zucken. Denn die Versorgung der Bevölkerung mit Schrauben und Heftpflastern lässt sich auch dann sicherstellen, wenn die Schrauben in Deutschland oder Rumänien und die Heftpflaster in Vietnam oder China produziert werden. Bei journalistischen Inhalten ist das nicht so. Die lassen sich nicht so einfach importieren. In der direkten Demokratie ist die Bevölkerung national, regional und lokal auf gute und unabhängige Informationen angewiesen. Weil der Werbemarkt ins Internet abgewandert ist und der Nutzermarkt in der viersprachigen Schweiz viel zu klein ist, um ein dichtes Mediengeflecht finanzieren zu können, greift der Staat ein. So wie er die Produktion von Milch und Getreide, von Zuckerrüben und Mais unterstützt, damit die Landesversorgung wenigstens zum Teil sichergestellt ist.

Wenn wir über Medienförderung reden, sollten wir deshalb weniger über einzelne Medien und ihre Verleger reden als darüber, was wir in der Gesellschaft damit erreichen wollen. Kleine Vorwarnung: billiger wird das nicht. Denn wenn wir den Blick auf die Gesellschaft richten, stellen wir fest, dass es nicht nur im Medienmarkt hapert, sondern auch an grundsätzlichen Kompetenzen in der Gesellschaft. Etwa an der Lesekompetenz und ganz generell an der Medienkompetenz. Darüber sollten wir uns ernsthaft Gedanken machen. Denn anders als vom Zustupf des Staates sind die Medien davon wirklich abhängig. Und mit ihnen unsere Demokratie.

Basel, 25. Juni 2021, Matthias Zehnder mz@matthiaszehnder.ch

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Kostet nichts, bringt jede Woche ein Mail mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar und einen Buchtipp. Einfach [hier klicken](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.



Spenden können Sie auch, indem Sie mit Ihrem Handy diesen QR-Code einlesen. Sie gelangen dann auf ein Onlineformular, mit dem Sie per Twint, Paypal und Kreditkarten spenden können.

Quellen

Disclosure: Ich bin Mitgründer und Präsident des Basler Onlinemediums «Bajour», das möglicherweise von der Medienförderung profitieren könnte, und ich bin Vorstandsmitglied der SRG Region Basel. Diesen Text schreibe ich aber als unabhängiger Medienwissenschaftler, ich würde diese Meinung auch vertreten, wenn ich diese Funktionen nicht hätte.

Cueni, Philipp (2021): *Meinungsbildung – eidg. garantiert*. In: Link, 22. 6. 2021. S. 16. [[25.6.2021](#)].

Hotz, Stefan (2021): *Der Zürcher Politik bereitet die Entwicklung der Medien zunehmend Sorgen – jetzt wollen die Grünen, dass der Kanton finanzielle Unterstützung leistet*. In: Neue Zürcher Zeitung. [<https://www.nzz.ch/zuerich/zuerich-politik-debattiert-ueber-unterstuetzungsgelder-fuer-medien-ld.1630493>; 25.6.2021].

Persoendlich (2021): *Medienförderung: Die Vorlage ist verabschiedet worden*. In: Persoendlich.com. [<https://www.persoendlich.com/medien/die-vorlage-ist-verabschiedet-warden>; 25.6.2021].

Scherrer, Lucien (2021): *Medienförderung: Die Stunde der Etatisten*. In: Neue Zürcher Zeitung. [<https://www.nzz.ch/meinung/medienfoerderung-die-stunde-der-etatisten-ld.1630936>; 21.6.2021].

SRF (2021): *Grundsatzdebatte im Parlament - Staatsgelder für die Medien: Wer fördert, der fordert?* In: Schweizer Radio Und Fernsehen (SRF). [<https://www.srf.ch/news/schweiz/grundsatzdebatte-im-parlament-staatsgelder-fuer-die-medien-wer-foerdert-der-fordert>; 25.6.2021].

Telebasel (2021): *Wie fair und zeitgemäss Ist das neue Mediengesetz? Talk mit Andrea Fopp und Christian Keller*. In: Telebasel «Talk» . [<https://telebasel.ch/2021/06/23/wie-fair-und-zeitgemaess-ist-das-neue-mediengesetz/?channel=8406>; 23.6.2021].

Verein «NEIN zu staatlich finanzierten Medien» (2021): *Nein zu staatlich finanzierten Medien*. [<https://staatsmedien-nein.ch/>; 25.6.2021].