

## Medienmanagerin des Jahres

TEXT: SIMONETTA SOMMARUGA

# „Unsere Demokratie braucht die Medien“

Zu ihrer Wahl zur „Medienmanagerin des Jahres“ äussert sich die Bundesrätin ganz staatsmännisch nicht. Hingegen erklärt Simonetta Sommaruga im folgenden exklusiv für den „Schweizer Journalisten“ verfassten Aufsatz, wie und weshalb der Bundesrat dem Journalismus unter die Arme greifen will.

Niemand weiss, wie die Medienbranche in zehn Jahren genau aussieht. Kein Manager, keine Expertin und kein Politiker. Auch ich weiss es nicht. Von etwas bin ich aber überzeugt: Unsere Demokratie braucht auch in Zukunft einen kritischen Journalismus. Ohne funktionierende Medien, ohne Möglichkeit für die Bevölkerung, sich zuverlässig zu informieren, gibt es keine Debatten mehr, sondern nur noch Lärm. Und dies kann sich unsere direkte Demokratie nicht leisten.

Die Bedeutung der Schweizer Medien ist das eine. Ihre wirtschaftliche Situation ist das andere. Im Print kennen Leserzahlen, Abos und Werbeeinnahmen fast nur eine Richtung: Es geht abwärts. Online steigen zwar die Nutzerzahlen. Aber wirklich Geld verdienen nicht die heimischen Medien, sondern die grossen Internetkonzern. Sie machen Profit damit, dass wir täglich stundenlang auf unser Handy oder Tablet starren. Die Schweizer Titel haben im Netz oft das Nachsehen. Der Grossteil der Werbeausgaben fliesst zu den Internetkonzernen, und nur eine Minderheit der Leserschaft bezahlt für journalistische Inhalte. Gleichzeitig sind die Fixkosten auch für Online-Inhalte hoch.

### Inhalte zur Bevölkerung bringen

In dieser schwierigen Situation möchte der Bundesrat nicht länger zuschauen. Sonder die Rahmenbedingungen so gestalten, dass wir in der Schweiz auch künftig eine lebendige Medienlandschaft haben.

Einfache Antworten gibt es keine. Sonst hätten wir sie längst gegeben. Es gibt aber

verschiedene erfolgsversprechende Ansätze. Der Bundesrat hat sie in einem Paket zur Medienförderung zusammengefasst.

Die Massnahmen haben für mich eines gemeinsam: Sie sollen dafür sorgen, dass die Inhalte zur Bevölkerung kommen. Für die Inhalte bleiben aber die Medien zu hundert Prozent selber verantwortlich. Der Bund macht ihnen keinerlei inhaltliche Vorgaben. Er ist nur der Pöstler, der analog und digital auszutragen hilft, was die Medien an Geschichten, Analysen und News produzieren. Ansonsten würden wir in die Unabhängigkeit der Medien eingreifen.

### IT-Projekte unterstützen

Im Onlinebereich setzen wir auf zwei Instrumente. Zunächst wollen wir IT-Projekte unterstützen. Die Entwicklung von IT-Lösungen kostet, und die Investitionszyklen werden kürzer. Deshalb möchte der Bundesrat der Branche Geld zur Verfügung stellen für Lösungen, die verschiedenen Portalen zugutekommen. Spannende Ideen gibt es in der Branche bereits, zum Beispiel eine gemeinsame Plattform, um die Sichtbarkeit zu erhöhen. Solche Projekte sollen künftig Mittel erhalten.

Das Geld stammt aus dem Topf der Medienabgabe. Wichtig ist, dass diese Unterstützung allen elektronischen Medien offensteht. Und damit auch jenen, die nicht mit einer Bezahlschranke arbeiten.

### Zahlungsbereitschaft erhöhen

An die Zahlungsbereitschaft des Publikums knüpfen wir mit einem zweiten Instrument an: der Unterstützung für kostenpflichtige

*„Die Massnahmen haben für mich eines gemeinsam: Sie sollen dafür sorgen, dass die Inhalte zur Bevölkerung kommen. Für die Inhalte bleiben aber die Medien zu hundert Prozent selber verantwortlich.“*

Onlinemedien. Bei diesen übernehmen wir für die Leserschaft einen Teil der Kosten. Ein Bezahlangebot kostet dann vielleicht nicht mehr 200 Franken, sondern 100.

Die Medienunternehmen sollen so günstige Angebote etablieren können und trotzdem noch etwas verdienen. Gerade für kleinere Portale, die nicht mit der Reichweite arbeiten können, sondern Geschichten aus der Region ins Zentrum stellen, ergeben sich dadurch neue Perspektiven. Die Idee ist vergleichbar mit der Zustellermässigung im Printbereich. Müssten die Verlage die Zustellungskosten für ihre Zeitungen heute vollkommen selber übernehmen, würden am Ende auch die Lese-rinnen und Leser mehr bezahlen. Darum verbilligen wir den Weg von der Redaktion zur Leserschaft. Künftig geschieht dies auch digital.

Wer Geld erhält und wer nicht, wird nach vergleichbaren formalen Kriterien festgelegt, wie wir sie heute für die Zustellermässigung bei den Zeitungen kennen. Es braucht zum Beispiel einen bestimmten Anteil an redaktionellen Inhalten oder eine gewisse Themenvielfalt. So stellen wir sicher, dass wir publizistisch relevante Inhalte fördern.

Bei den Printtiteln setzen wir weiterhin auf die Zustellermässigung, erhöhen diese aber und weiten sie aus. Dadurch profitieren mehr Titel als heute. Und kleinere Titel erhalten eine höhere Ermässigung als heute.

## Unterschiedliche Geschäftsmodelle fördern

Derzeit arbeiten wir die Vorlage im Detail aus. Ich bin überzeugt: Wenn der Bund hilft, Inhalte sichtbar zu machen und zu den Leuten zu bringen, reduziert sich der wirtschaftliche Druck auf die Branche ein Stück weit. Die Redaktionen können sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren: den Journalismus. Die Verlage wiederum entscheiden frei, welches Geschäftsmodell sie wählen. Der Bund redet ihnen nicht drein. Die einen werden online auf Reichweite setzen, die anderen auf eine Bezahlschranke, und Dritte bleiben vielleicht länger beim Papier. Wir wollen die verschiedenen Kanäle nicht gegeneinander ausspielen. Alle Medien, ob Zeitung, Radio, Fernsehen oder Online, sind aus staatapolitischer Sicht wichtig. Wir schaffen lediglich die Rahmenbedingungen, unter denen ver-



**Von der Hoffnungs- zur Preisträgerin:**  
Medienministerin Simonetta Sommeruga auf dem Cover der Juni-Ausgabe des „Schweizer Journalisten“.

schiedene Geschäftsmodelle funktionieren können. Zu diesen Rahmenbedingungen gehört für mich auch, dass wir Nachrichtenagenturen unterstützen und in die Ausbildung der Journalistinnen und Journalisten investieren.

## Medienvielfalt erhalten

Ich habe mir zu Beginn des Jahres die Situation der Medienbranche in verschiedenen Staaten angesehen. Was ich teilweise gesehen habe, ist wenig erfreulich. In einzelnen europäischen Staaten finden sich ganze Landstriche, für die sich keine Zeitung und kein Onlineportal mehr interessiert. Solche Zustände möchte ich in der Schweiz verhindern. Einzelne Regionen dürfen nicht zum medialen Niemandsland werden. Facebook, Google und Co. genügen nicht als Antwort. Sie produzieren nämlich keine Inhalte, sondern listen bloss auf, was andere recherchiert haben.

Was wir in der Schweiz brauchen, sind Journalistinnen und Journalisten, die den Sachen selber auf den Grund gehen. Sie machen die wirklich guten Geschichten. Es hat darum bei uns Tradition, dass wir die Medienhäuser darin unterstützen, ihre Artikel zu den Menschen zu bringen. Damit fördern wir Meinungsvielfalt und demokratische Debatte. An diese Tradition knüpft der Bundesrat mit dem Medienpaket an.