

Mehr Staatshilfe für Medien

Die SRG-Angebote sollen laut einer Studie nicht angetastet werden

Eine Expertise empfiehlt einen Ausbau der Unterstützung journalistischer Medien. Punkto SRG plädiert sie für den Status quo. Ein Werbeverbot in SRG-Kanälen hält sie aber für «vertretbar».

Rainer Stadler

Aus Bern kommt eine weitere dicke Analyse zur Lage der Medien. Am Montag hat der ehemalige Medienminister Moritz Leuenberger als Präsident des Leitungsausschusses von TA-Swiss, dem Kompetenzzentrum für die Einschätzung neuer technischer Entwicklungen, ein 450-seitiges Dokument präsentiert. In diesem Fall geht es um den Prozess der Digitalisierung, der inzwischen fast alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche erfasst hat und der eingessenen Medienbranche bereits seit der Jahrtausendwende ziemlich zusetzt.

Die von der Universität Freiburg (Professor Manuel Puppis) geprägte Arbeit kommt zu einem kritischen Befund. Die finanziellen Voraussetzungen für Journalismus seien angesichts der durch die Digitalisierung ausgelösten Prozesse «nicht mehr unbedingt gegeben», heisst es in der Schlussfolgerung. Die Wissenschaftler verweisen auf die einschlägigen Branchendaten und die Entwicklungen, die inzwischen schon in zahlreichen Studien beschrieben wurden.

Dramatische Werbeverluste

So sind die Werbeeinnahmen der Presse seit der Jahrtausendwende dramatisch zurückgegangen – dies ist der entscheidendste Faktor, der die Branche herausfordert. Verdienten die Verleger im Jahr 2000 fast 2 Milliarden Franken mit dem Verkauf von Inseraten (ohne Gratisblätter), waren es 2015 gerade noch knapp 700 Millionen. Das entspricht einem riesigen Verlust von 1,3 Milliarden Franken. Die Zeitungen und Zeitschriften verloren zwar auch Abonnenten, doch nicht im Ausmass der Rückgänge bei der Werbung. Überdies konnten sie die Rückgänge durch Preiserhöhungen halbwegs auffangen.

Auf dem Werbemarkt gelang indessen die Kompensation der Einbussen durch den Ausbau der digitalen Ausgaben nicht bzw. nur begrenzt. Die Werbegelder wanderten ab in Richtung Fernsehen, Suchmaschinen und soziale Netzwerke. Insbesondere die Privatfernsehstationen, Google und Facebook profitierten vom Trend. Harte Sparmassnahmen waren die Folge, und dies bei hohem Investitionsbedarf. Die Einnahmenverluste verstärkten zudem die Konzentration auf dem Schweizer Presse- und Medienmarkt.

Bereicherung durchs Internet

Nach Ansicht der Autoren der TA-Swiss-Studie haben die neuen digitalen Techniken zwar für jedermann die Artikulationsmöglichkeiten vergrössert, die Gleichberechtigung erhöht und insofern die politischen Diskussionen bereichert, doch seien die Demokratien auch im Internet-Zeitalter auf die journalistischen Leistungen von Medienorganisationen angewiesen, welche die Informationen strukturierten und gewichteten.

Die Autoren des auch vom Bundesamt für Kommunikation unterstützten Papiers machen die Trends kenntlich, ohne aber genau zu zeigen, wo der Strukturwandel zu Defiziten in der informationellen Versorgung durch die Medien geführt hat. Angesichts der allgemeinen Entwicklungen erachten sie dennoch ein «Infrastrukturprogramm für Journalismus» für dringlich. «Untätiges Zuwarten» werde wohl zu weiteren Sparmassnahmen und Konzentrationsprozessen führen. Es könne bezweifelt werden, so heisst es, «ob private Medienunternehmen künftig in der Lage sind, genügend Ressourcen für unabhängigen und vielfältigen Journalismus bereitzustellen».

Verbesserungsvorschläge

In diesem Sinne formulieren die Wissenschaftler mehrere Empfehlungen:

- Private Medien, die «unabhängigen demokratierelevanten» Journalismus erbringen, sollen Zugang zu einer technologie-neutral ausgestalteten, direkten Medienförderung erhalten – ähnlich äusserte sich bereits die Eidgenössische Medienkommission in einem Bericht vor zwei Jahren.
- An einem Service-public-Anbieter wie der SRG soll festgehalten werden. Im Internet soll die SRG ohne Beschränkungen ein attraktives Video- und Audio-Angebot aufbauen dürfen, auch mit dem Auftrag, das junge Publikum zu erreichen. Im Gegenzug wäre der Verzicht auf Werbung und Sponsoring in SRG-Kanälen für die Studienautoren «vertretbar».
- Medien, die auf Stiftungen oder Mitarbeiterbesitz basieren, soll mittels finanzieller Anreize (etwa Steuererleichterungen) geholfen werden.
- In den Schulen soll die Medienkompetenz stärker gefördert werden. Auch die SRG soll die Medienkompetenz fördern.
- Die Medien und «Meta-Medien» wie Google und Facebook sollen Transparenz herstellen, etwa hinsichtlich der Besitzverhältnisse, der Datensammlungen und der Abgrenzung von journalistischen und kommerziellen Dienstleistungen. Die Basis der Algorithmen, welche den Online-Nachrichtenfluss steuern, sei offenzulegen.
- Alle Medienorganisationen sollen einen chancengleichen Zugang zu notwendigen Technologien erhalten. Die SRG wird ermuntert, den Privaten entsprechende Kooperationen anzubieten.
- Journalistische Medien müssen sich vermehrt um einen Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern kümmern. Dabei seien auch die einordnenden Leistungen der Journalisten zu erhöhen.
- Es braucht eine Messung der Mediennutzung, die alle Gattungen umfasst. Die jetzige kommerzielle Forschung muss verbessert werden, damit nicht nur die Bedürfnisse der Werbewirtschaft berücksichtigt werden. Die Nutzerdaten sollen öffentlich zugänglich sein.

ras. · Die TA-Swiss-Studie hat anhand der Abstimmung zur Erbschaftssteuer-Initiative vom Juni 2015 untersucht, wie ausgewogen die Medien über Befürworter und Gegner berichteten. Danach kamen die beiden Seiten im Online-Angebot der SRG gleich oft zu Wort. Bei den Boulevard- und den Pendlerblättern überwogen die Stimmen der Befürworter relativ deutlich, während dieses Übergewicht bei der überregionalen Tagespresse etwas weniger ausgeprägt war. Eine Auswertung des Zürcher Forschungsinstituts Fög kam indes

zu einem andern Ergebnis. Danach war die Tonalität gegenüber der Initiative mit Ausnahme des «Tages-Anzeigers» negativ.

Vorschnelle Medienhilfe

Kommentar auf Seite 11