

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 45 (2018)
Heft: 3

Artikel: Die Medienkrise schwelt weiter
Autor: Müller, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-909640>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Medienkrise schwelt weiter

Mit der Schweizerischen Depeschagentur (SDA) gerät nach der SRG die zweite nationale Medieninstitution unter Druck. Und die Konzentration im Medienmarkt geht weiter.

JÜRIG MÜLLER

Es tönte wie die Begleitmusik zum Abstimmungskampf um die No-Billag-Initiative: In den ersten Wochen und Monaten des Jahres zeigten verschiedene Entwicklungen auf, dass sich die Krise in der Schweizer Medienbranche nochmals verschärft hat. Eine geradezu dramatische Lage herrscht bei der Schweizerischen Depeschagentur (SDA). Nach der SRG gerät damit eine zweite mediale Service-public-Institution massiv unter Druck. Wie verfahren die Lage ist, macht der Umstand klar, dass die Redaktion Ende Januar in einen mehrtägigen Streik trat – bei Schweizer Medien ein äusserst seltenes Ereignis. Nachdem die Geschäftsleitung den raschen Abbau von gegen 40 der 150 Vollzeitstellen bekanntgegeben hatte, war Feuer im Dach. Geschäftsleiter Markus Schwab hat zusätzliches Öl ins Feuer gegossen, indem er in einem Interview erklärte: «Die SDA ist nur ihren Aktionären etwas schuldig. Wir sind keine Non-Profit-Organisation.» Nach wie vor steht aber auf der Homepage der Firma: «Die SDA verfolgt grundsätzlich keine Gewinnzwecke.»

Die SDA ist zwar in der breiten Öffentlichkeit kaum bekannt, sie ist jedoch als nationale Nachrichtenagentur Rückgrat und Zentralnervensystem des Schweizer Journalismus und damit ein unverzichtbarer Teil des medialen Service public. Der frühere FDP-Bundesrat Kaspar Villiger bezeichnete die Agentur einmal treffend als «ein Förderband der Realität». Sie versorgt fast alle Medien des Landes, aber auch Behörden, Organisationen und Unternehmen in drei Sprachen rund um die Uhr mit Nach-

richten. Da die Depeschagentur praktisch lückenlos über Parlamentsdebatten und über das gesamte politische und wirtschaftliche Geschehen des Landes berichtet, erfüllt sie nebenher auch eine wichtige Archivfunktion.

Stark gesunkene Umsätze

Die verfahrenere Lage hat einen komplexen Hintergrund und wurzelt in Geschichte und Struktur des Unternehmens. Gegründet wurde die SDA 1895 von den Schweizer Verlegern. Und die Agentur hatte schon immer ein Grundproblem: Die Besitzer, also die Verleger, sind auch die Kunden. Als Besitzer müssen sie ein Interesse am Wohlergehen der Agentur haben, als Verleger wollen sie möglichst günstige Tarife. Das ging so lange einigermaßen gut, wie die Zeitungslandschaft blühte. Die Tarife waren bis vor Kurzem aber an die Anzahl gedruckter Zeitungsexemplare gebunden. Mit dem Auflagenrückgang der Printtitel kam auch die SDA unter Druck. Auf Anfang dieses Jahres wurde ein neues System eingeführt: Nicht mehr nur die Printauflage zählt, sondern die Reichweiten in Print und Online.

Trotzdem: Nach Angaben der Geschäftsleitung machen kurzfristig stark gesunkene Umsätze einen Personalabbau nötig. Die Redaktion dagegen wirft der Führung Konzeptlosigkeit vor. So sei etwa unklar, welche Leistungen die SDA mit reduziertem Personal künftig erbringen soll. Mit im Spiel ist auch die Bundesverwaltung, die der SDA bisher rund 2,7 Millionen Franken jährlich als Agenturkundin bezahlte. Zudem steht

auf Halbierung der Gebühren in der Hinterhand. Bemerkenswert ist auch, dass praktisch alle anderen Parteien ebenfalls weitere Spar- und Abbau-massnahmen aufs Tapet brachten – selbst die Grünen. Nur die SP fand, man solle die SRG jetzt in Ruhe lassen. «Nach diesem Abstimmungsergebnis heisst es jetzt: Schluss mit dem Zirkus», sagte SP-Fraktionschef Roger Nordmann.

Bundesfinanzen sind gesichert

Die Eidgenossenschaft ist finanziell weiterhin gesichert. Mit einem Jastimmenanteil von 84,1 Prozent hat das Stimmvolk am 4. März den Bundesbeschluss über die neue Finanzordnung 2021 gutgeheissen. Neu war streng genommen an dieser Vorlage nichts. Es ging lediglich um die Fortführung der bisherigen Politik. Denn die aktuelle Finanzordnung läuft 2020 aus, mit dem Ja des Volkes wird sie nun bis 2035 verlängert. Die direkte Bundessteuer und die Mehrwertsteuer machen zusammen knapp zwei Drittel der gesamten Einnahmen des Bundes aus. Die beiden Steuern sind somit die Haupteinnahmequellen der Eidgenossenschaft. Weitere Finanzen fliessen unter anderem aus der Mineralölsteuer, den Stempelabgaben, der Tabaksteuer und der Verrechnungssteuer in die Bundeskasse.

Es ist eine Eigenart des helvetischen Föderalismus, dass das Bundessteuersystem immer nur zeitlich begrenzte Gültigkeit hat. Der Bundesrat wollte ursprünglich die Bundesfinanzordnung so abändern, dass er die beiden Steuern unbefristet erheben kann. In der Vernehmlassung gab es Widerstand, nun wird sie nur um 15 Jahre verlängert. Das wichtigste Argument: Mit der Befristung und einer Volksabstimmung seien die Steuern demokratisch besser legitimiert. (JM)

von politischer Seite die Frage im Raum, ob die Agentur künftig grundsätzlich vom Bund unterstützt werden soll.

Parallel zur Krise bei der SDA schreitet der Umbruch bei den klassischen Medien weiter voran. Sie gerieten bereits 2017 stark in Rücklage, die Werbung als wichtigste Einnahmequelle der Verlage koppelte sich immer deutlicher vom Journalismus ab und verlagerte sich zu den Internetgiganten. Die Pressevielfalt schwindet, die Konzentration verschärft sich. Redaktionen werden zusammengelegt und beliefern zentral verschiedene Zeitungstitel.

Tamedia, das Medienhaus mit der grössten Reichweite in der Schweiz, ist die Treiberin dieser Entwicklung. Sie hat 2017 die spektakulärste Form innerer Pressekonzentration bekanntgegeben. Die 14 Tamedia-Zeitungstitel bleiben zwar alle erhalten, doch seit Beginn dieses Jahres werden nationale Politik, Ausland, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft, Hintergrund, Wissenschaft und Sport in je einer einzigen zentralen Redaktion zusammengefasst.

Tamedia-Verwaltungsratspräsident und Verleger Pietro Supino ist sich bewusst, dass die Zusammenlegung von Redaktionen «ein sensibler Punkt» ist, weil er die «Identität der einzelnen Titel» berührt. In der Jubiläumsbeilage «125 Jahre Tamedia» von Anfang März 2018 hält er fest: «Darum ist es entscheidend, dass wir in der neuen Struktur – also mit dem Bündeln von Ressourcen – einen besseren Journalismus ermöglichen und damit eine

neue Identität schaffen.» Wenn dies nicht gelinge, werde man «zu Recht sagen, wir hätten Werte zerstört. Wenn es aber gelingt, und die ersten Erfahrungen sind positiv, schaffen wir damit eine starke Basis für die Zukunft des Journalismus in der Schweiz.»

«Funktionsfähigkeit gefährdet»

Redaktionsvertreter sehen diese Entwicklung bedeutend kritischer. Sie führe zu grotesken Situationen, heisst es: Einige dieser zentralen Ressorts seien personell überbesetzt, weil Journalisten aus den diversen Zeitungstiteln dort zusammengefasst würden. Lokale Ressorts, die bei den einzelnen Zeitungen bestehen bleiben, haben dagegen teilweise eher zu wenig Leute, weil Abgänge nicht wiederbesetzt werden. Dadurch sei die Funktionsfähigkeit der Redaktionen gefährdet, sagt ein Insider. Der Konzern setzt zwar auf natürliche Ab-

gänge. Sollten jedoch nicht genügend Leute freiwillig gehen, befürchtet man in absehbarer Zeit eine Kündigungswelle.

Der Tamedia-Konzern hat mittlerweile auch die Übernahme der Medienvermarkterin Goldbach eingeleitet. Ziel: Es soll eines der Vermarktungsunternehmen mit der grössten Reichweite der Schweiz entstehen. Goldbach organisiert den grössten Teil der Werbung der in der Schweiz aktiven deutschen Privatfernseher.

Einen ähnlichen Weg wie Tamedia beschreitet seit dem April 2018 auch der Somedia-Verlag im Kanton Graubünden. Die bisher eigenständigen Tageszeitungen «Südostschweiz» und «Bündner Tagblatt» werden ebenfalls von einer zusammengeführten Zentralredaktion betreut. Die Begründung ist immer die gleiche: Synergien schaffen und Kosten sparen. Damit ist auch ein Stellenabbau wahrscheinlich.

