

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (1993)
Heft: 2

Artikel: Die Schweizer Tagespresse und Europa
Autor: Höpli, Gottlieb F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790890>

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: 30.03.2025

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

Die Schweizer Tagespresse und Europa

In seinem Beitrag befasst sich der Redaktor der Neuen Zürcher Zeitung mit den Beziehungen der Schweizer Presse zu Europa, wobei er davon ausgeht, dass die europäische Herausforderung der Schweizer Presse für diese nichts völlig Neues sei, weil sowohl im redaktionellen wie im verlegerischen Bereich die Schweiz keine Insel sei: Die Schweizer Tageszeitungen sind so weitgehend mit denselben Entwicklungen konfrontiert wie die Presse im übrigen Europa.

1. Ein Thema? Kein Thema?

Brechend voll war vor etwa einem halben Jahr der Saal, als prominente Schweizer Verleger und Journalisten über die Zukunftsperspektiven der Schweizer Presse diskutierten. Kontrovers wurden da etwa Fragen der Partnerschaft zwischen Journalisten und Verlegern, der künftigen Medienstrukturen und insbesondere der künftigen Bedeutung der Tageszeitungen diskutiert. Nur als der Diskussionsleiter das Thema "Europa" anschnitt, verebbte die Auseinandersetzung: Die europäische Integration werde kaum Einfluss auf die Schweizer Presselandschaft haben, war die vorwiegende Meinung. Die Tageszeitung befriedige ja hauptsächlich und fast optimal das Bedürfnis nach lokaler und regionaler Information. Daran werde sich auch in näherer Zukunft wenig ändern, und schon gar nicht wegen Europa.

Wenn sich inzwischen an diesen Ansichten etwas geändert haben sollte - woran ich aber eher zweifle -, so wäre dafür mit grösster Wahrscheinlichkeit nicht der nähergerückte Abstimmungstermin über den EWR-Beitritt verantwortlich, sondern viel eher die deutlich härter gewordene wirtschaftliche Rezession, die den helvetischen Blätterwald zurzeit empfindlich trifft und ihn da und dort auszulichten beginnt.

Man könnte es sich also leicht machen und sich mit der These begnügen, die europäische Herausforderung sei für die schweizerischen Tageszeitungen keine: Kein Thema, jedenfalls nicht im Zusammenhang mit EG-Binnenmarkt oder EWR. Dazu könnte man auf jene Grossverlage (zumindest für schweizerische Massstäbe gross) verweisen, die ausländische Expansionsstrategien verfolgen. Ringiers Aktivitäten in der Tschechoslowakei oder auch in Deutschland, schweizerische Anzeigenkombis im benachbarten Ausland - sie alle werden unabhängig von EG-Handelsgrenzen weiterentwickelt, unabhängig auch vom Ausgang der Abstimmung vom 6. Dezember 1993. Sie gehören zu den Belegen dafür, wie eng verflochten unser Land ohnehin mit dem europäischen Umfeld ist - Europa: Wir sind mitten drin.

2. Strukturwandel - Strukturkrise

Soviel scheint klar zu sein: Auch wenn die europäische Herausforderung für die Schweizer Presse zurzeit noch

kein prioritäres Traktandum sein sollte, so ist doch der Wandel, sind die Zukunftsperspektiven für die Angehörigen dieser Branche von brennendem Interesse. Das heisst auch: Die Unsicherheit ist gross.

Es ist nicht meine Aufgabe, Ihnen hier einen *Abriss der Schweizer Presse* zu geben. Ich beschränke mich auf einige wenige Aufgaben, die zeigen sollen, welche Bedeutung der Zeitung als Träger der Information und Meinungsbildung in diesem Land nach wie vor zukommt. Nur ein Wort, warum dem so ist: Die durch die Weltkriege nicht gebrochene, kontinuierliche Entwicklung von Staat und Gesellschaft aus dem 19. Jahrhundert, dem Jahrhundert der Presse, heraus.

Also: Alles in allem, Anzeiger und Gratisanzeiger mitgerechnet, 500 Titel, Zeitungen im engeren Sinn 267, Tageszeitungs-Vollredaktionen (um ein handfesteres Kriterium zu nehmen) immer noch fast 90, tägliche Gesamtauflage von 3.14 Millionen in einem Land von rund 6.6 Millionen Einwohnern - das sind immer noch Welt-Spitzenwerte. Entsprechend hoch ist der Anteil der Pressewerbung am gesamten *Werbeaufkommen*: Mit 61 Prozent, wenn wir das Direct-Mail-Geschäft weglassen, entsprechend tief der Anteil des Fernsehens mit wenig über 6 Prozent. Sie kennen die Daten aus anderen europäischen Ländern: Tiefer, meist sehr viel tiefer der Anteil der Pressewerbung, um ein Mehrfaches höher der Anteil der Fernsehwerbung bis hin zu den 54 Prozent in Italien.

Kapitalintensive Technologiesprünge, zunehmend *personalintensive redaktionelle Leistungen*, der starke *Wettbewerb* mit einem immer breiteren Fernsehangebot, *Änderungen im Nutzungsverhalten* - das sind bekannte Stichworte, die zu den ebenso bekannten *Strukturveränderungen* geführt haben und noch weiter führen: Konzentration auf wenige kapitalkräftige Grossverlage, die als einzige noch in der Lage sind, Innovationen, neue Projekte zu lancieren, durchlässig gewordene Grenzen zwischen Print- und elektronischem Bereich in modernen Medienunternehmen (sogar die NZZ wagt, wie soeben zu lesen war, den Schritt in die elektronischen Medien), Konzentration auf jeweilige Marktführer: das sind, in Stichworten, einige der Probleme, welche die Presse heute beschäftigen. Es sind, ich brauche das nicht besonders zu betonen, Existenzprobleme.

Sie lassen die *Zukunftsperspektiven* da und dort als düster erscheinen, vor allem in der aktuellen wirtschaftlichen

Rezession. Für zahlreiche Tageszeitungen, die zurzeit mit sinkenden Inseratenerträgen und steigenden Aufwendungen für Fremdmittel konfrontiert sind, mit denen der letzte Investitionsschub bezahlt wurde, stellt sich der Strukturwandel als eigentliche Krise dar. Sie hat wenig mit den Themen der europäischen Integration, aber mehr mit dem Strukturwandel zu tun, mit dem sich Verlags- und Medienunternehmen fast europaweit konfrontiert sehen - jedenfalls dort, wo einmal eine blühende Zeitungslandschaft bestanden hat. Nehmen wir die Liberalisierung und Deregulierung im Bereich der elektronischen Medien hinzu, die zwar ganz eindeutig in der Linie der EG-Medienpolitik liegt, die wir aber ebenfalls bereits weitgehend eskomptiert haben, so fällt die *Prognose* nicht schwer, dass sich die Medienstrukturen unseres Landes auf europäische Mittelwerte zubewegen, und zwar weitgehend unabhängig davon, was das Schweizervolk am 6. Dezember 1993 beschlossen hat:

Abnehmende Zahl der Tageszeitungen, Konzentration mittels Fusionen und Kooperationen, abnehmender Werbeanteil der Presse, zunehmende Nutzung und zunehmende Angebote im elektronischen Bereich, insbesondere beim Fernsehen, starke Zunahme des Anteils der Werbemittel beim Fernsehen, was nicht automatisch heisst, dass diese Werbefranken tatsächlich in der Schweiz produziert werden - RTL plus zeigt, dass es auch zu Abflüssen kommen kann.

3. Direkte und indirekte Auswirkungen des EWR

Meine bisherigen Ausführungen wollen nun aber nicht etwa den Eindruck erwecken, der europäische Binnenmarkt beziehungsweise der Europäische Wirtschaftsraum EWR habe keinerlei Auswirkungen auf die Schweizer Medienordnung und im besonderen auf die Schweizer Presse. Dabei könnte sich sogar herausstellen, dass diese Auswirkungen auch im Falle eines Neins der Schweizerinnen und Schweizer am 6. Dezember weitgehend eintreten könnten, verkünden doch auch die Gegner, dass es darum gehe, dieses Land und seine Wirtschaft europafähig und wettbewerbsfit zu machen.

Ich beginne bei einem Punkt, der für das Klima zwischen Verlegern und Redaktionen von erstrangiger Bedeutung ist: beim *freien Personenverkehr*. Ich stelle eine unverkennbare leichte Nervosität bei den Schweizer Journalistinnen und Journalisten und ihren Verbänden fest hinsichtlich der Frage, wieviele ausländische Berufskolleginnen und -kollegen sich in naher Zukunft von den schweizerischen Arbeitsbedingungen, insbesondere von den schweizerischen Löhnen angezogen fühlen könnten. Werden vielleicht bald einmal gutausgebildete, aber in ihrem Land schlechter bezahlte deutsche, französische und italienische Journalisten und Redaktoren ihren schweizerischen Kollegen Arbeitsplätze wegnehmen? Werden wir Schweizer, die unseren Journalistenberuf meist "on the job" gelernt haben, gegen besser geschulte Ausländer den Kürzeren ziehen? Und wird das allenfalls auch für andere,

verwandte Berufe unserer Branche gelten: Verlagskaufleute, Marketingspezialisten, Desktop-Profis?

Es ist durchaus wahrscheinlich und denkbar, dass die Konkurrenz in Zukunft grösser wird. Roger Blum, der zurzeit an der hiesigen Berner Universität für Fortbestand und Ausbau seines Fachs kämpft, erhofft sich jedenfalls daraus einen positiven Impuls auf die "hochschulgestützte" Professionalisierung des Journalismus in der Schweiz, wie man der jüngsten, Europa gewidmeten Nummer von "Unipress" entnehmen kann. Dass meine Schweizer Kolleginnen und Kollegen demnächst in Massen von billiger Konkurrenz aus dem Ausland von ihren Redaktionsstühlen weggeschwemmt werden, das ist aber kaum zu erwarten - gerade im Bereich der Information und Meinungsbildung aus dem lokalen und regionalen Nahbereich kommt es doch auch auf die Vertrautheit mit diesen Verhältnissen an und nicht in erster Linie auf eine in Hamburg oder Frankfurt geschliffene Schreibe.

Auch im Bereich der *Sozialpartnerschaft* wären EG-Einflüsse zu erwarten. Regelungen im Gesamtarbeits- und Sozialversicherungsbereich betreffen etwa die Gleichstellung der Frau, aber auch die Rechte und Organisation der Arbeitnehmer im Betrieb. Die Medien würden da keine Ausnahme machen - aber das wäre, für einen Teil dieser Regelungen, eben das Neue daran, hat die Sozialpartnerschaft zwischen Verleger und Journalist in der Schweiz gerade darauf beruht, dass sie anders sein wollte als andere - bis hin zur nicht genau geregelten Höchstarbeitszeit.

Ein sehr wichtiger Punkt, zu dem ich aber gar nicht so viel zu sagen brauche, sind die erleichterten Möglichkeiten im Binnenmarkt, ausländisch beherrschte Verlage zu gründen, *Schweizer Verlage zu kaufen* oder sich substantiell zu beteiligen oder andere Formen der Zusammenarbeit zu erproben.

Ausländisches Interesse für Schweizer Verlage - Beispiel Jean Frey, aber auch Zollikofer und andere - gab es schon bisher, und dieser Trend wird sich noch verstärken. Kapitalmässige Fremdbestimmung heisst aber nicht automatisch ein entsprechendes Mass an publizistischer Fremdbestimmung - ich komme darauf zurück.

Entscheidend ist hier wohl nicht, ob da und dort Verlage nicht mehr schweizerisch beherrscht sind. Entscheidend scheint mir zu sein, ob die Schweiz mindestens im bisherigen Ausmass ein Land der Medien mitsamt der entsprechenden Arbeitsplätze bleibt oder sogar noch vermehrt wird - oder ob diese *Medienarbeitsplätze*, d.h. die Menschen, welche die Medienleistungen erbringen, eines Tages nicht mehr in der Schweiz sein werden.

Das schärfere *Wettbewerbsrecht der EG* findet wohl auch im Medienbereich verschiedene Ansatzpunkte. Ich denke an die Nichtdiskriminierungsvorschrift, die zum Beispiel generell höhere Verkaufsmargen für ausländische Titel im Vergleich zu den inländischen verbietet.

Ein besonderes Kapitel wird aber die *Werbung im Binnenmarkt* sein. Das ist zwar nicht mein Fachgebiet. Aber ich vermute, dass sich die schon seit geraumer Zeit zu be-

obachtende Internationalisierung der Werbung, der Kampagnen, der Medialeistungen noch verstärken wird. Das wird nicht ohne Auswirkungen auf die Agenturszene bleiben, und zwar wohl ebenfalls in der Form einer starken Konzentration. Media-Entscheide könnten vermehrt zentral, d.h. oft auch ausserhalb unseres Landes gefällt werden. Unter dem Druck kämen dann mit Sicherheit die Zeitungen, vor allem die kleineren und mittleren, die keine Marktführerposition einnehmen. Unter Druck käme wohl auch das System der Inseratepacht, wie es etwa die Publicitas bis heute praktiziert, und zwar in einem recht ausgeprägt strukturhaltenden Sinne. Ob sich diese Politik auf längere Sicht durchhalten lässt, muss wohl bezweifelt werden.

4. Keine Europäisierung des redaktionellen Angebots

Die geschilderten Entwicklungen, dazu aber auch das vor allem unter dem Eindruck des Fernsehens veränderte Nutzungs- und Freizeitverhalten werden auch vor dem redaktionellen Teil der Schweizer Presse nicht haltmachen. Sie werden sie nicht völlig umkrempeln, aber beeinflussen - wobei die bisherigen Beispiele zeigen, dass sich der Veränderungsdruck im Optischen und Formalen sehr stark, im Inhaltlich-Journalistischen eher schwach manifestieren.

Das hat wohl damit zu tun, dass Tageszeitungen nach wie vor stark lokal und regional verankert bleiben. Öffentlichkeit ist nun einmal kein luftleerer Raum, sondern der Ort, wo die Probleme des Zusammenlebens von Menschen zur Debatte steht, und das beginnt im erlebbaren Nahbereich. In der Gestaltung des öffentlichen Raums samt der dazugehörigen Echoeffekte liegt nun einmal eine der Stärken der Zeitung. Auch wenn Mario Garcia das neue Layout konzipiert: Der Hunger nach Information über die unmittelbare, wenn auch nicht mehr unbedingt überschaubare Umgebung bleibt genau gleich gross.

Kontinentale oder gar weltumspannende Zeitungen sind heute zwar dank Satellitentechnik durchaus machbar. Aber Beispiele wie Maxwells "European" zeigen, dass hier wohl nicht die Zukunft der Zeitung liegt, und das hat nicht einmal nur mit unüberwindlichen Sprachgrenzen zu tun. Genausowenig liegt die Zukunft des Fernsehens im lokalen Raum.

Gerade die Tageszeitungen könnten in einem Europa abnehmender Nationalstaatlichkeit beziehungsweise zunehmender Supranationalität noch stärker als Träger politischer und kultureller Identität gefragt sein.

5. Fazit

Ich komme zum Schluss: Die europäische Herausforderung der Schweizer Medien, der Schweizer Presse, ist für diese nichts völlig Neues. Sowohl im redaktionellen wie im verlegerischen Bereich ist die Schweiz keine Insel. Die Schweizer Tageszeitungen sind weitgehend mit denselben Entwicklungen konfrontiert wie die Presse im übrigen Europa. Weil die traditionelle Stellung der Presse bei uns aber noch stärker ist als anderswo, trifft sie der Strukturwandel um so stärker. Die Teilnahme am EWR und die derzeitige wirtschaftliche Rezession bewirken eine Beschleunigung dieses Strukturwandels hin auf "normaleuropäische" Verhältnisse. Wo dieser Prozess haltmacht und wann, kann derzeit nicht vorausgesagt werden. In welche Richtung er geht, scheint mir aber völlig klar zu sein: Konzentration auf starke, das heisst wenige Titel, die allerdings auch entsprechend attraktiv sein werden, stärkere Ausrichtung der Werbung auf das Fernsehen, Chancen für Nischenprodukte eher steigend.

Wieviel von dieser Entwicklung schliesslich auf immannte Faktoren des Kommunikationsprozesses zurückzuführen ist und wieviel auf die politische Integration Europas, kann und muss nicht mit letzter Präzision beantwortet werden.