

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 50 (1970-1971)
Heft: 4: Presse in der Krise? : ein internationaler Querschnitt

Artikel: Deutsche Schweiz : Tiefgreifender Strukturwandel
Autor: Reich, Richard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-162479>

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: 16.03.2025

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

Deutsche Schweiz: Tiefgreifender Strukturwandel

RICHARD REICH

Die Frage, ob von einer Krise der Presse gesprochen werden müsse, bewegt die schweizerische Öffentlichkeit in zunehmendem Masse. Es gibt Anzeichen, die sie zu rechtfertigen scheinen: Seit dem Zweiten Weltkrieg sind auch in unserem Lande Dutzende von Zeitungen eingegangen. Eine beträchtliche Anzahl weiterer Blätter hat ihr Heil im Anschluss an sogenannte Kopfblattsysteme verschiedener Abstufungen gesucht und teilweise auch gefunden. Wieder andere haben sich bemüht, mit Hilfe kosmetischer Operationen «auf der Höhe der Zeit» zu bleiben – mit graphischen Umgestaltungen in der äusseren Aufmachung, mit der Nutzung neuer Farbdrucktechniken und dem vermehrten Einsatz des Bildes als zusätzlichem Informationsträger. Und schliesslich fehlte es auch nicht an Verlegern, welche die Redaktionen selbst ins «Pröbeln» miteinbezogen, indem sie auf der Suche nach der «richtigen» intellektuellen Mischung und Richtung einzelne Redaktoren oder gar ganze Equipen kurzfristig auszuwechseln begannen.

Es kommt indessen auf die individuelle Optik an, ob man aus solchen Erscheinungen die Bilanz einer «Krise der Schweizer Presse» ziehen will oder nicht, so wie es eine Frage der persönlichen Einstellung und des individuellen Temperaments ist, ob man aus den Wachstumsschwierigkeiten unserer industriellen Gesellschaft und ihrer staatlichen Einrichtungen eine «Staats- und Gesellschaftskrise» der Gegenwart ableiten oder ob man lediglich von Übergangs- und Anpassungsphasen sprechen will. Tatsache ist in jedem Falle, dass das Pressewesen in den Sog von tiefgreifenden Strukturwandlungen der öffentlichen Meinungsbildung geraten ist, die ohne Übertreibung als revolutionär bezeichnet werden können.

Veränderte Wettbewerbsverhältnisse

Zunächst ist festzuhalten, dass sich ein Strukturwandel der Informationsträgerschaft abgespielt hat, der auch in der Schweiz sehr spürbar ist. Die

Presse hat ihr jahrzehntelanges Monopol eingebüsst. Das Radio und später vor allem das Fernsehen haben die Informationsgewohnheiten des Bürgers von Grund auf verändert. Die freie Zeit, die der einzelne für seine Information verwendet – im Zeitalter der bewussten «Freizeitgestaltung» ohnehin im Schwinden begriffen –, muss nun mit den neuen Informationsträgern geteilt werden.

Zwar hat Hubert Beuve-Méry, der langjährige Herausgeber des weltberühmten «Monde», sicherlich recht, wenn er auf die damit verbundene Aufgliederung des Informationsauftrags verweist: «Das Radio kündigt ein Ereignis an, das Fernsehen zeigt es, aber die Presse erklärt es!» Doch aus dieser Spezifikation der Aufgaben ergeben sich materielle Konsequenzen, die heute von der Öffentlichkeit vielfach noch zu wenig gewürdigt werden. Die Presse ist nämlich dadurch in doppelter Hinsicht zu erheblichen Leistungssteigerungen gezwungen. Einerseits sieht sie sich – trotz der angedeuteten Arbeitsteilung – veranlasst, die technisch bedingte Zeitlücke zwischen gedruckter und gesprochener Information auf ein Minimum zu begrenzen. Sie darf im Aktualitätsgrad nicht zu stark hinter Radio und Fernsehen nachhinken. Das aber hat sehr kostenintensive technische Investitionen zur Bedingung, welche die finanzielle Kapazität der meisten schweizerischen Zeitungen ausserordentlich strapazieren.

Andererseits bedeutet die vermehrte Konzentration auf das «Erklären» im Sinne Beuve-Mérys auch eine Leistungssteigerung der Redaktionen. Die «vertiefte Zweitinformation», die ergänzende Kommentierung des fast uferlos gewordenen Informationsstroms, stellt an die Redaktionsstäbe Anforderungen, denen auf die Dauer nur mit personellen Erweiterungen und verbesserten Arbeits- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Journalisten entsprochen werden kann. Die Intensivierung des sachkundigen Kommentars ist übrigens um so dringender, als der «Mann von der Strasse» auch in der Politik immer mehr in eine Position des «Konsumenten» und blossen Zuschauers gerät. Der politische «Aktivbürger», der selbst tätig im öffentlichen Leben steht und sich die Entscheidungsgrundlagen persönlich erarbeitet, wird immer seltener.

Verhängnisvolles Auseinanderschren von Kosten und Preisen

Der Zwang zur Leistungssteigerung ist für die Presse also unausweichlich. Die damit verbundenen finanziellen Auswirkungen sind in der ganzen freien Welt zu einem Problem geworden. In der Schweiz aber mit ihrer Vielzahl von kleinen Zeitungen – nur zehn Prozent der Blätter weisen eine Auflage von über 20000 Exemplaren aus – ist eine Situation entstanden oder im Entstehen begriffen, die man als alarmierend bezeichnen muss. Alarmierend vor allem deshalb, weil unser Staatswesen eine «Demokratie der kleinen Kreise»

darstellt, deren Gesundheit bisher wesentlich mit der Lebendigkeit des politischen Lebens schon auf Gemeindeebene gekoppelt war. Die Lokalpolitik aber wurde bisher entscheidend genährt und angeregt durch eine vielfältige Lokalpresse.

Gerade diese kleinen Blätter haben nun eine immer geringere Überlebenschance, jedenfalls überall dort, wo die Möglichkeiten oder der Wille zur Zusammenarbeit mit benachbarten Verlagen nicht vorhanden sind. Wenn irgendwo, dann ist *hier* von ernstesten Krisensymptomen in der Schweizer Presse zu sprechen. Die Zeiten, da ein Alleinredaktor sein Blatt ansprechend redigieren und darüber hinaus noch das Lokalgeschehen kompetent kommentieren konnte, sind endgültig vorbei. Aber auch der zeitgemässe Ausbau der technischen «Infrastruktur» dieser Blätter wird immer problematischer.

Die Schweizer Lokalpresse lebte während Jahrzehnten zu einem wesentlichen Teil vom politischen Idealismus und Verantwortungsbewusstsein ungezählter Druckereibesitzer, die bereit waren, den Zeitungsbetrieb kommerziell in die Gesamtrechnung «einzubauen» und ihn so mitzuziehen. Dieser Idealismus findet heutzutage seine Schranken in einem Kostenauftrieb der Zeitungsproduktion, der für kleinere Betriebe auf die Dauer ganz einfach nicht mehr tragbar ist. Die finanziellen Zukunftsperspektiven werden im übrigen auch von den Entwicklungstendenzen im Reklamegeschäft her noch zusätzlich überschattet.

Bisher hat die andauernde Hochkonjunktur verhindert, dass dieser Sachverhalt der weiteren Öffentlichkeit deutlicher bewusst geworden ist, weil das Inseratengeschäft der weitaus meisten Zeitungen in absoluten Zahlen nach wie vor steigende Tendenz aufweist. Das darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der *relative* Anteil des Annoncengeschäfts am Gesamtvolumen der Werbung *rückläufig* ist, ganz abgesehen davon, dass mit den Gratisanzeigen gewissermassen Parasiten auf den Plan getreten sind, welche der Informationspresse vor allem in Grossagglomerationen das Wasser abzugraben suchen. Mit dem Fernsehen ist ein neuer Werbeträger aufgetaucht, der grosse Anziehungskraft besitzt. Auch sonst sind die Reklamefachleute nicht untätig geblieben und haben zum Beispiel die Prospekt- und Plakatwerbung sehr stark verfeinert und erweitert.

Unersetzliche Lokalpresse

Dieser wohl unaufhaltsamen Entwicklung steht die Tatsache gegenüber, dass die Lokalpresse schon aus staatspolitischen Gründen unbedingt so weit als möglich erhalten bleiben sollte. In gewissem Sinn ist ihr Fortbestand noch dringlicher als jener der überregionalen Presse und der «mittleren» Blätter. Denn Radio und Fernsehen werden auch bei optimalem Weiterausbau nie-

mals in die Lage kommen, die Informationsbedürfnisse lokalen Charakters auch nur annähernd befriedigen zu können. Ihrer ganzen Struktur nach sind sie überregionale Informationsträger mit geringer lokaler Informationsdichte.

Um dem öffentlichen Leben seine politische Substanz zu gewährleisten, wäre es sogar angezeigt, auch für die Weiterführung der parteipolitischen Auffächerung der Lokalpresse besorgt zu sein. Für viele Parteien wird es immer schwieriger, ihre Arbeit publizistisch noch angemessen zur Geltung zu bringen. Die regionalen und überregionalen Zeitungen verfallen ja immer mehr der Tendenz, sich «politisch neutral» zu gebärden und damit den Parteien das Forum zu verschliessen. Diese «Entpolitisierung» der Tagespresse hat ihre Auswirkungen, welche schon heute recht greifbar sind. In der weiteren Zukunft aber werden sie ohne Zweifel ein geradezu schicksalhaftes Element für die Struktur des öffentlichen Lebens verkörpern. Es ist hier nicht der Ort, diesen Problemstrang weiter zu verfolgen. Im Rahmen einer – überfälligen! – Reform unseres Parteiwesens aber sollte die Frage der politischen Meinungspressen auf lokaler Ebene ebenfalls genauer analysiert und diskutiert werden.

Für die Rettung der Lokalpresse scheint der Weg im übrigen bereits weitgehend vorgezeichnet zu sein. Er liegt nicht so sehr in Richtung totaler Fusionen, als vielmehr in verstärkter zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit, wobei verschiedenste Abstufungen möglich sind. Die lockerste Form bildet wohl das Prinzip der blossen Inseratengemeinschaften. Es beruht auf dem Gedanken, dass der Anreiz insbesondere für die Inserenten der Markenartikelbranche durch das Angebot, ein und dieselbe Inseratenseite in verschiedenen Zeitungen erscheinen zu lassen, gesteigert werden könne. So ist zum Beispiel vor einigen Jahren der «Ostschweizer Ring» entstanden, der jeweils zwölf Inseraten- und vier Textseiten umfasst und einmal pro Woche in 18 Zeitungen der Ostschweiz erscheint. Ähnliche «Ringe» wurden in den Regionen Luzern und Basel organisiert.

Eine derart begrenzte Zusammenarbeit erscheint zwar durchaus als zweckmässig, verbessert aber die wirtschaftliche Basis nicht entscheidend. Das Kopfblattsystem mit oder ohne formellem Zusammenschluss, wie es die sozialistischen Zeitungen der deutschen Schweiz (ohne die Berner «Tagwacht») und ein grosser Teil der deutschsprachigen Presse konservativ-christlichsozialer Richtung in den allerletzten Jahren realisiert haben, ist sehr viel wirkungsvoller – im positiven wie im negativen Sinn.

Um mit dem Negativen zu beginnen: Ein Produktionssystem, das der einzelnen Zeitung nur noch den eigenen «Kopf» (das heisst den eigenen Namen) und eine eigenständig gestaltete Lokalsparte lässt, fördert notgedrungen die Uniformierung der übrigen Informationsbereiche; denn die Ausland-, Inland-, Wirtschafts-, Sport- und Kulturnachrichten werden für

alle angeschlossenen Blätter auf *einer* gemeinsamen Zentralredaktion redigiert und kommentiert. Man darf diese Begleiterscheinung indessen nicht allzu hoch gewichten. Sie ist lediglich die Institutionalisierung eines Zustands, der sich im Grunde schon längst angebahnt hat. Denn die Lokalblätter waren generell schon seit längerer Zeit zumindest in bezug auf den nicht lokalgebundenen Stoff in höchstem Masse auf die Benützung von Nachrichtenagenturen und Pressediensten angewiesen, so dass man von einer schleichenden Uniformierung sprechen konnte, die lediglich durch unterschiedliche Aufmachungen und Titelvariationen der selbständigen lokalen Redaktionen optisch verwischt wurde.

Da andererseits das Kopfblattsystem die einzelnen Lokalredaktionen von der Galeerenarbeit der allgemeinen Nachrichtenredaktion stark entlastet, wird man sagen können, dass die verstärkte Uniformierung im nichtlokalen Bereich meist mehr als aufgewogen wird durch die erhebliche Freisetzung von Kräften für die lokale Berichterstattung. Richtig gehandhabt, kann das Kopfblattsystem zu einer wesentlichen Wiederaufwertung einer Lokalzeitung in ihrer föderalistischen Funktion verhelfen, durch welche auch die «Politik im kleinen Kreise» neue Impulse erhält.

Die erwähnten Beispiele von sozialdemokratischen und konservativ-christlichsozialen Kopfblattsystemen zeigten im übrigen schon nach kurzer Zeit noch eine andere Auswirkung: Durch die Konzentration der redaktionellen Kräfte gewannen die angeschlossenen Blätter offensichtlich an Profil und damit an überregionalem, politischem Gewicht. Im Interesse eines intensiveren öffentlichen Dialogs zwischen den Parteirichtungen der schweizerischen Politik ist dies nur zu begrüßen. Die Sozialdemokratie vor allem war zuvor im Schweizer Pressewald deutlich «untervertreten». Von den rund 170 politischen Zeitungen mit Parteiorientierung – die Gesamtzahl der Zeitungen öffentlichen Charakters beläuft sich gegenwärtig auf 330 – sind nur 17 von sozialistischer Prägung. Der AZ-Ring um das frühere Zürcher «Volksrecht» und die frühere Basler «Arbeiter-Zeitung» trägt wesentlich dazu bei, die sozialistische Stimme in der öffentlichen Meinungsbildung deutlicher und nachdrücklicher zu artikulieren.

Wie gut muss die Presse sein?

Für die Zukunft der Schweizer Presse hängt sehr viel davon ab, wie sich die verschiedenen Möglichkeiten technischer und redaktioneller Zusammenarbeit weiterentwickeln und ausdehnen lassen. Mit der Einführung des Fernsatzes, wie sie nun von der Schweizerischen Depeschenagentur und weiteren Pressediensten in Angriff genommen worden ist, bieten sich zudem neue Formen der schriftlichen Nachrichtenübermittlung an, die beträchtliche Einsparungen ermöglichen: Den diesen Systemen angeschlossenen Redak-

tionen werden über das Fernschreibernetz nicht mehr Texte übermittelt, die noch zu redigieren sind, sondern Lochstreifen, mit denen moderne Setzmaschinen ohne weitere Zwischenstation direkt gefüttert werden können.

Die Beispiele neuer technischer Möglichkeiten liessen sich mit Leichtigkeit noch vermehren. Auch im Vertriebswesen etwa könnte manches verbessert werden. Dabei muss man sich allerdings vor Augen halten, dass viele Rationalisierungsmassnahmen nur bei grösseren Auflagen als sinnvoll erscheinen oder dass sie die Investitionskapazitäten kleiner Blätter zum vorneherein hoffnungslos übersteigen. Denn dass die Einnahmenseite in absehbarer Zeit wesentlich verstärkt werden könnte, ist völlig undenkbar. Von den gegenläufigen Tendenzen des Inseratengeschäfts war schon die Rede. Ausländische Experimente haben ausserdem bewiesen, dass eine massive Erhöhung der Abonnements- und Handverkaufspreise praktisch unmöglich ist. Entsprechende Massnahmen mussten regelmässig mit einem schweren Auflagenschwund «bezahlt» werden. Der Bürger ist offensichtlich nicht bereit, die qualitative und quantitative Leistungssteigerung, die die Presse im ganzen gesehen ohne Zweifel für sich in Anspruch nehmen kann, durch einen entsprechenden Aufpreis zu honorieren.

Damit ist ein Punkt berührt, der langfristig gesehen zu einer Hauptschwierigkeit für das Pressewesen werden könnte: die Frage nämlich, wie weit der moderne Mensch noch bereit und imstande ist, das Informationsangebot in seiner gegenwärtigen Art und Struktur auch künftig so intensiv zu «konsumieren», dass das idealtypische Bild vom umfassend und sachgerecht informierten Staatsbürger noch einigermaßen der Wirklichkeit entspricht. Der Stilwandel – von der Aufmachung über die Titelgebung und Bebilderung bis hin zur Länge und Tonart der einzelnen Artikel –, wie er sich seit einigen Jahren auch in der Schweizer Presse abzeichnet, ist im Grunde nichts anderes als ein Abtasten des «Informationsmarktes», der Versuch, sich auf noch nicht klar zutage liegende Veränderungen der Informationsbedürfnisse und Informationsgewohnheiten einzustellen.

Der Aufschwung der Bildzeitungen, die parteipolitische Entschärfung der meisten Blätter, die Forcierung der Kritik als journalistische Arbeitshypothese, der Trend zur Schlagzeile und zum «attraktiven» Titel, die allgemeine Anstrengung, «leichter» und «süffiger» zu schreiben – all das sind nicht bloss Launen von Verlegern und Redaktoren. Es sind Symptome einer Phase des Umbruchs und Übergangs, wobei sich ideelle und wirtschaftliche Motivationen nur allzu leicht ins Gehege geraten.

Erarbeitung von Modellen

Mit pauschalen kulturkritischen Verdonnerungen im Stile «Jedes Volk hat die Presse, die es verdient» kommt man angesichts dieser Lage nicht weiter.

Es wäre vielmehr angezeigt, eine Standortbestimmung auf breitester Basis vorzunehmen. Man sollte zum Beispiel dem wertvollen Bericht der Kartellkommission über Konzentrationstendenzen im schweizerischen Pressewald eine Reihe anderer Zustands- und Trendanalysen zur Seite stellen.

Wie entwickelt sich der Werbemarkt? Wie könnte die Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Medien noch besser eingependelt werden? Wie weit könnten zusätzliche Massnahmen der öffentlichen Hand – Abschreibungspraxis, Gestaltung der PTT-Tarife, Steuerpolitik, Ausbau der Kommunikationswissenschaften zwecks Schaffung genauerer Entscheidungsgrundlagen für Verleger und Redaktionen, «Zeitungsbank» zur Vermittlung günstiger Investitionskredite etc. – zur Erhaltung eines gesunden Pressewesens beitragen? Das alles sind Fragen, deren objektive Beantwortung nicht nur für die Zeitungsbranche, sondern für eine breitere Öffentlichkeit von grösstem Interesse wäre.

Die Durchführung der entsprechenden Analysen übersteigt offensichtlich die Kräfte einzelner Verlage, aber auch jene des Zeitungsverleger-Verbands oder des Vereins der Schweizer Presse, ganz abgesehen davon, dass eine unabhängige Trägerschaft einer solchen Gesamtanalyse ohnehin vorzuziehen wäre. Es ist heutzutage viel – vielleicht allzu viel – von «Modellen» die Rede. Auf dem Gebiet der Information, der «vierten Säule» der Demokratie, aber wäre die Erarbeitung bestimmter Modellvorstellungen durchaus am Platz, und wäre es nur darum, weil auf diese Weise der moralisch-staatspolitische Stellenwert der Presse, der gegenwärtig immer mehr von den kommerziellen und technischen Problemen überlagert wird, noch am ehesten wieder vermehrt ins Blickfeld der «Produzenten» wie der «Konsumenten» rücken würde. Auch so schwerwiegende Probleme wie die wachsenden Schwierigkeiten bei der journalistischen Nachwuchsrekrutierung oder die Unsicherheit in Fragen der Ausbildung würden auf diese Weise sicherlich klarere Konturen bekommen.

In jedem Fall steht fest, dass der Umbruch in der Schweizer Presse zu problematisch und zu komplex ist, als dass die Entwicklung einfach den «Gesetzmässigkeiten des Marktes» überlassen bleiben dürfte. Öffentliche Meinungsbildung ist ohne stabile wirtschaftliche «Infrastrukturen» nicht möglich. Sie ist aber andererseits auch kein blosses kommerzielles Produkt. Darum ist bei den Weichenstellungen für ihre Zukunft eine Sorgfalt am Platz, die sich nicht allein an Soll und Haben, sondern in erster Linie am wohlverstandenen öffentlichen Interesse orientiert.