



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2022

Aktuelle Ereignisse

Udris, Linards

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-224731>

Book Section

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Udris, Linards (2022). Aktuelle Ereignisse. In: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög). Jahrbuch Qualität der Medien 2022. Basel: Schwabe, 103-106.

VIII.1 Einleitung

Dieses Kapitel gibt einen kurzen Überblick über aktuelle Ereignisse, die für das Mediensystem in der Schweiz wichtig sind. Die Ereignisse zeigen einige der Strategien, wie die Medienhäuser mit der digitalen Transformation umgehen. Sie zeigen ausserdem die Schwierigkeiten neuer Finanzierungs- und Fördermodelle, auch weil eine verstärkte öffentliche Medienförderung nach dem Nein der Schweizer Stimmbevölkerung im Februar 2022 in naher Zukunft unrealistisch ist. Medienhäuser sind ausserdem Teil von weiteren gesellschaftspolitischen Debatten, so bei den Themen Bankgeheimnis (Persönlichkeitsschutz), Corona-Pandemie und Ukrainekrieg (Desinformation). Diese Entwicklungen werden in diesem Kapitel auf der Grundlage von konkreten aktuellen Ereignissen diskutiert.

VIII.2 Medienhäuser in der digitalen Transformation

Medienhäuser sind mit der digitalen Transformation unterschiedlich konfrontiert und reagieren auch unterschiedlich darauf. AZ Medien, eines der grössten Schweizer Medienhäuser, setzt seine auffallende, gattungsübergreifende Expansion fort, die neben der Kontrolle von gedruckten und elektronischen Medien deren Integration in digitale Angebote umfasst. Im Juni 2022 kündigt AZ Medien an, per 2023 seine Anteile am Joint Venture CH Media auf 65 Prozent zu erhöhen. Damit verstärkt AZ Medien seine Kontrolle über wichtige regionale Abonnementszeitungen wie Aargauer Zeitung, Luzerner Zeitung oder St. Galler Tagblatt. Die NZZ als Partnerin wird ihren Anteil von 50 auf 35 Prozent reduzieren. Beim Joint Venture CH Media gibt es zusätzlich weitere relevante Ereignisse: Im März 2022 bezieht CH Media neue Rundfunkstudios in Zürich. Dies erlaubt eine technische Zentralisierung der Produktion der verschiedenen TV-Regionalprogramme. Eine ver-



stärkte Integration der regionalen Medienangebote (Radioprogramme, TV-Programme und Websites der Abonnementsmedien) zeigt sich auch in der weiteren Lancierung von crossmedialen Plattformen – ZüriToday im Februar 2022 sowie BernToday und SolothurnToday Ende 2022 beziehungsweise Anfang 2023. Neben der Expansion und Zentralisierung im Bereich regionaler Medienangebote investiert CH Media zunehmend im Bereich Unterhaltung, darunter Sportrechte für Fussball und Eishockey und fiktionale Angebote auf der Streaming-Plattform Oneplus, die im November 2021 lanciert wird. Im März 2022 kündigt CH Media ein Joint Venture mit dem Telekommunikationsanbieter Sunrise UPC an, der unter anderem die Streaming-Plattform Oneplus in sein Angebot aufnehmen wird. In einem zunehmend digitalen Mediensystem verschlechtert sich die Finanzierungsgrundlage für journalistische Inhalte (vgl. auch Kapitel XII). Einschnitte bei den journalistischen Ressourcen sind ein Resultat und zeigen sich bei grossen Medienhäusern. Ein zentrales Ereignis ist die im September 2021 vor-

Personalreglements eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen, darunter Lohninbussen. Keystone-SDA steht seit einiger Zeit verstärkt unter Druck, weil mehrere grosse Kunden ihre Abonnements gekündigt haben, darunter 20 Minuten, CH Media oder die NZZ. Auch ein kleinerer Kunde wie das Bieler Tagblatt (Gassmann Media) vermeldet im März 2022, keine Nachrichten mehr von der Agentur, sondern von CH Media zu beziehen. Für Keystone-SDA positiv ist, dass der Bund im Dezember 2021 eine Leistungsvereinbarung bis Ende 2022 verlängert. So erhält die Agentur auch 2022 maximal vier Millionen Franken für die Produktion von relevanten Nachrichten aus verschiedenen Regionen der Schweiz, die wiederum von regionalen Radio- und TV-Sendern in ihrer überregionalen Berichterstattung genutzt werden können. Unklar ist die Rolle der Keystone-SDA bei einem neuen Newsroom in Brüssel, in dem verschiedene europäische Nachrichtenagenturen arbeiten; der Newsroom wird finanziell von der EU-Kommission unterstützt. Während sich Keystone-SDA Ende 2021 positiv über das Projekt äusserte und ihre Teilnahme in Aussicht stellte, startet das Newsroom-Projekt im Juli 2022 ohne Beteiligung von Keystone-SDA.

Das Verhältnis der Schweizer Medienhäuser zu den Plattformen der globalen Tech-Intermediäre bleibt ambivalent.

Das Verhältnis der Schweizer Medienhäuser zu den Plattformen der globalen Tech-Intermediäre bleibt ambivalent. Auf der einen Seite bieten Schweizer Medienhäuser immer mehr Inhalte auf diesen Plattformen an, um dort das (junge) Publikum zu erreichen. Im Oktober 2021 kündigt 20 Minuten eine Social-Media-first-Strategie an. Ab 2022 sollen Inhalte vermehrt zuerst auf den Plattformen ausgespielt werden. Auch die SRG SSR verstärkt ihre Bemühungen, Inhalte für die Plattformen zu produzieren, zum Teil exklusiv (z.B. Sternstunde Philosophie für YouTube). Auch die stark wachsende Plattform TikTok wird zunehmend bewirtschaftet (z.B. Tataki von RTS). Auf der anderen Seite sehen sich Medienhäuser klar in Konkurrenz zu den Plattformen. So versuchen sie, selber vermehrt eigene plattform-ähnliche Angebote zu schaffen, etwa die SRG SSR mit ihrer mehrsprachigen Streaming-Plattform Play Suisse oder CH Media mit Oneplus. Ebenfalls intensivieren Medienhäuser ihre Kooperationen ganz generell – sichtbar etwa daran, dass Ringier im April 2022 wieder dem Verband Schweizer Medien beitrifft, nachdem das Medienhaus wegen eines Konflikts um die Werbevermarktungsfirma Admeira 2015 ausgetreten

genommene endgültige Fusion der vorher noch im Regional-Ressort unabhängigen Titel Berner Zeitung und Bund. Tamedia (bzw. TX Group) erklärt, dass die einzelnen Marken erhalten bleiben, die Inhalte werden jedoch aus einer gemeinsamen, zusammengelegten Redaktion ausgewählt. Doch nicht überall gibt es Sparanstrengungen. Als Reaktion auf die Fusion bei Tamedia entsteht in Bern im März 2022 das neue Onlinemedium Hauptstadt, das von rund 3000 zahlenden Abonnent:innen und von nicht näher genannten Stiftungen und Privatpersonen finanziert wird. Damit ist nun auch in Bern nach Zürich (Tsüri.ch), Basel (bajour.ch und primenews.ch) und Luzern (zentralplus.ch) ein neuer Lokalanbieter im Onlinebereich entstanden, der sich stark aus der Leserschaft (Abonnements und/oder Spenden) finanzieren will. Finanzierungsprobleme zeigen sich allerdings bei der schweizerischen Nachrichtenagentur Keystone-SDA. Im Juni 2022 brechen Arbeitskonflikte aus. Teile der Redaktion befürchten wegen eines geplanten neuen

war. Medienhäuser kooperieren auch in konkreten Projekten, auch um die Grössennachteile gegenüber Facebook, Google etc. ein Stück weit auszugleichen. Dazu gehört das Joint Venture SMG Swiss Marketplace Group, das im November 2021 den Betrieb aufnimmt. Die Medienunternehmen TX Group und Ringier sowie die Mobiliar-Versicherung und der Finanzinvestor General Atlantic beteiligen sich an dieser Firma, in der die für Medienunternehmen profitablen Online-Marktplätze wie Job-Börsen und Auto-Suchen gebündelt werden. Ein weiteres Kooperationsprojekt, nämlich die Digital-Allianz, zielt auf den Werbemarkt mit journalistischen Inhalten: Ein gemeinsames Login für Mediennutzer:innen auf den verschiedenen Newssites erlaubt den Medienhäusern die bessere Auswertung des Nutzungsverhaltens und damit das Gewinnen von Daten, die sich besser für die Vermarktung in der Werbewirtschaft eignen. Nachdem das Projekt OneLog zunächst bei den werbefinanzierten Medien von Ringier und den 20-Minuten-Titeln der TX Group startet, kommen im November 2021 die Bezahlmedien von Tamedia (TX Group) dazu. Auch die Position der Medienhäuser gegenüber einem Leistungsschutzrecht unterstreicht das Konkurrenzverhältnis gegenüber den Plattformen. Im Dezember 2021 fällt der Bundesrat einen Grundsatzentscheid für die Einführung eines Leistungsschutzrechts. Das vom Verband Schweizer Medien unterstützte Vorhaben zielt darauf ab, dass Plattformen wie Google oder Facebook Abgaben leisten müssen, wenn sie auf ihren Plattformen journalistische Inhalte anzeigen. Eine Vernehmlassung mit konkreten Vorschlägen für ein Gesetz ist ab Ende 2022 vorgesehen.

VIII.3 Gestoppter Ausbau der Medienförderung

Der 13. Februar 2022 ist ein wichtiges Ereignis in der Schweizer Medienpolitik. Denn an jenem Tag lehnt die Schweizer Stimmbevölkerung das von Bundesrat und Parlament vorgeschlagene neue Mediengesetz bzw. «Medienpaket» mit einem Anteil von 55 Prozent Nein zu 45 Prozent Ja ab. Das Mediengesetz hatte eine Erhöhung der indirekten Presseförderung vorgesehen, eine leichte Erhöhung der Beiträge für den regionalen Privatrundfunk, neu eine direkte För-

derung von nicht werbefinanzierten Onlinemedien und eine stärkere Förderung von Infrastrukturen wie der Presserat, journalistischen Weiterbildungsprogrammen usw. Die wichtigsten Verbände und Medienhäuser hatten das Paket insgesamt unterstützt, trotz Kritik an einzelnen Teilen des Pakets, insbesondere der direkten Onlinemedienförderung. Trotzdem kam auch aus der Medienbranche Opposition. Einige wenige Vertreter aus der Medienbranche mit Beziehungen zu FDP und SVP waren sogar die offiziellen Vertreter des Referendumskomitees.

Auf nationaler Ebene ist damit in den nächsten Jahren eine stärkere öffentliche Medienförderung unrealistisch.

Mit diesem Volksentscheid ist medienpolitisch ein Ausbau der öffentlichen Medienförderung auf nationaler Ebene vorerst vom Tisch. Auch der Plan, vermeintlich weniger umstrittene Teile der Paketlösung später einzeln durchs Parlament zu bringen, scheitert. Im Mai 2022 spricht sich der Nationalrat mit 92 zu 87 Stimmen dagegen aus, journalistische Infrastrukturen zu fördern. Auf nationaler Ebene ist damit in den nächsten Jahren eine stärkere öffentliche Medienförderung unrealistisch.

Das Nein zum Mediengesetz setzt auch den öffentlichen Rundfunkanbieter SRG SSR unter Druck. Kritiker:innen der Medienförderung sehen das Volks-Nein als Signal dafür, dass die Stimmbevölkerung generell skeptisch ist gegenüber Medienförderung, das heisst auch gegenüber einer Unterstützung des öffentlichen Rundfunks. Im März 2022 kündigt ein Komitee an, Unterschriften für eine Volksinitiative zu sammeln, die eine Halbierung der Empfangsgebühren für den öffentlichen Rundfunk vorsieht.

Auf kantonaler Ebene hingegen gibt es einige Vorstösse zur Medienförderung, doch deren Realisierungschancen sind an vielen Stellen offen. Im Kanton Waadt werden Medien seit März 2021 mit insgesamt rund 6 Millionen Franken während fünf Jahren gefördert, unter anderem dadurch, dass öffentliche Institutionen in den Zeitungen mehr Inserate schalten oder dass junge Menschen vergünstigte Medienabonnements beziehen können. Das Parlament des Kantons Fribourg verlangt im September 2021 von

der Regierung einen Bericht über Möglichkeiten, eine kantonale Stiftung zur Förderung regionaler Medien einzurichten. Im Kanton Bern verlangt das Parlament im März 2022 von der zuständigen Kommission, die Frage der Medienförderung nochmals zu prüfen, insbesondere vor dem Hintergrund des Volks-Neins zur nationalen Medienförderung. Im Kanton Graubünden spricht sich die Regierung im Juni 2022 vorerst gegen die Einrichtung einer Agentur aus, die die italienischsprachigen Täler Graubündens medial abdecken könnte.

VIII.4 Gesellschaftspolitische Debatten

Medien geraten immer wieder selbst in gesellschaftspolitische Debatten. In den letzten Monaten wird über die Medien unter anderem im Kontext der Themen Corona-Pandemie, Bankgeheimnis und Ukrainekrieg diskutiert.

Die Corona-Pandemie wird von den Medien intensiv thematisiert und dominiert für längere Zeit die Medienagenda. Damit rückt die Frage nach den Leistungen und der Qualität der Medienberichterstattung ins Zentrum. Dass die Massnahmen zur Eindämmung der Pandemie politisch teilweise hoch umstritten sind, zeigt sich auch in den Reaktionen des Medienpublikums. Gerade zum Thema Corona gibt es immer mehr Beanstandungen von Mediennutzer:innen. Sowohl der Presserat als auch die Ombudsstelle der SRG SSR sowie die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) befassen sich seit der Pandemie mit mehr Beschwerden. Der Presserat, ein Selbstregulierungsorgan der Medienbranche, sieht sich durch den Anstieg der Beanstandungen ressourcenmässig nicht mehr in der Lage, die Beschwerden in Zukunft im selben Umfang behandeln zu können. Im Juni 2022 kündigt der Presserat aber an, dass seine Finanzierung immerhin bis Ende 2023 vorerst gesichert ist. Im Zuge der Diskussion um das Bankgeheimnis entzündet sich eine weitere Debatte um die Pressefreiheit. Im Februar 2022 veröffentlicht ein internationales Netzwerk bekannter ausländischer Medien die Serie *Suisse Secrets*, in der Kundenbeziehungen der Grossbank Credit Suisse problematisiert werden. Schweizer Medien beteiligen sich nicht an der Veröffentlichung, da sie laut eigenen Angaben befürchten, damit gegen das schweizerische Bankenge-

setz zu verstossen. Diese rechtliche Einschränkung ist der Hauptgrund, warum die Schweiz von der UNO-Berichterstatteerin für Meinungsfreiheit in einem offiziellen Bericht kritisiert wird, den sie im Juni 2022 dem UNO-Menschenrechtsrat präsentiert. Innenpolitische Forderungen, diese rechtlichen Ein-

Im Mai 2022 beschliesst der Nationalrat Einschränkungen der Pressefreiheit durch die Erleichterung von «superprovisorischen Verfügungen».

schränkungen zu lockern, stossen auf Widerstand; die zuständige Kommission im Nationalrat lehnt im Juni 2022 Änderungen am Bankgesetz ab. Im Mai 2022 beschliesst zudem der Nationalrat Einschränkungen der Pressefreiheit durch die Erleichterung von «superprovisorischen Verfügungen». Künftig sollen Medienberichte nur noch bei erwarteten «schweren Nachteilen» für Betroffene vorsorglich gestoppt werden können, bisher mussten dafür «besonders schwere Nachteile» absehbar sein. Die Medienbranche sieht in dieser vorgesehenen Änderung eine Einschränkung der Pressefreiheit, weil Akteur:innen mit ihren Eigeninteressen so für sie unliebsame Medienbeiträge verhindern könnten. Auch die bekannte Organisation Reporter ohne Grenzen kritisiert in ihrem internationalen Pressefreiheits-Ranking die Schweiz exakt für diese rechtliche Entwicklung. Auch im Kontext des Ukrainekriegs werden Medien thematisiert, unter anderem im Spannungsfeld von Pressefreiheit und Desinformation. Im März 2022 entscheidet der Bundesrat, die vom russischen Staat abhängigen TV-Sender RT (vormals Russia Today) und Sputnik nicht zu verbieten – anders, als dies die EU von ihren Mitgliedsländern verlangt. In einer Medienmitteilung weist der Bundesrat darauf hin, dass diese Sender Desinformation verbreiten würden, aber dass es sinnvoller sei, diesen mit Fakten zu begegnen, als die Ausstrahlung dieser Sender zu verbieten. Die Kabelnetzbetreiber Swisscom und Sunrise UPC jedenfalls entscheiden selber, ab März 2022 RT nicht mehr auszustrahlen (Sputnik war auch vorher nicht im Programm).