
120 Millionen für die Printzeitungen, nichts für die Onlinemedien?

Die staatliche Förderung von digitalen Medien steht auf der Kippe. Das liegt vor allem an der gespaltenen CVP. Heute könnte die Medienpolitik auf Jahre hinaus gelähmt werden.

Von [Dennis Bühler](#), 24.08.2020

«Weshalb sind die Medien auf staatliche Hilfe angewiesen?» Stefan Engler stellt die Frage, kaum ist er ans Rednerpult des Ständerats geschritten. Und er antwortet gleich selbst: «Weil sich der journalistische Aufwand und die publizistische Vielfalt als Leistung des Service public am Markt nicht rechnen.»

Es ist der 18. Juni 2020, der zweitletzte Tag der Sommersession. Zweieinhalb Wochen hat die kleine Kammer über Covid-19 und die Bewältigung der Pandemie diskutiert. Jetzt widmet sie sich einer Vorlage des Bundesrats, von der die Zukunft einer ganzen Branche abhängt: dem Massnahmenpaket zugunsten der Medien.

Stefan Engler, 60-jährig, CVP, ist seit gefühlter Ewigkeit in der Politik. Von 1987 bis 1998 sass er im Bündner Grossen Rat, danach zwölf Jahre im Regierungsrat, seit Dezember 2011 vertritt er seinen Kanton im Ständerat. Seit Anfang Jahr präsidiert er die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen. Und selten spielte Engler eine wichtigere Rolle als jetzt, wo es so schnell gehen soll wie kaum je sonst in der für gewöhnlich trägen Schweizer Politik.

Im Überlebenskampf

An diesem Donnerstag im Juni gibt Kommissionspräsident Engler sein Bestes, um seine Kolleginnen und Kollegen davon zu überzeugen, die staatliche Medienförderung markant auszubauen. Lasse der Ständerat einzig den Wettbewerb spielen, nehme er in Kauf, dass die Vielfalt auf der Strecke bleibe, sagt Engler. «Die Eigentums- und Marktkonzentration bestimmter Medienquellen sind der Feind der Meinungsvielfalt, weil sie das Inhaltsangebot verarmen.»

Tatsächlich nimmt die Medienkonzentration seit Jahrzehnten zu. Und nun hat die Pandemie den Überlebenskampf der Verlage noch einmal verschärft: Der Verlegerverband rechnet mit einem Rückgang der Werbeerlöse um 380 Millionen Franken – die Hälfte des letztjährigen Volumens.

Weil nun vielerorts Konkurse, die Einstellung von Zeitungstiteln und Massenentlassungen drohen, macht die Politik Tempo. Schafft es der Bundesrat, das Parlament zu überzeugen, dann wird schon 2021 bedeutend

mehr Geld an die Schweizer Medien fliessen: für den Vertrieb der gedruckten Zeitungen und erstmals auch für Onlinejournalismus.

Zur Transparenz

Von der staatlichen Förderung würde auch die Republik profitieren. Wie viel Geld sie erhielte, ist derzeit unklar. Genauso, ob wir das Geld denn überhaupt annehmen würden. «Die «Republik» muss mindestens selbsttragend werden, um unabhängig zu sein»: So steht es im ersten Newsletter zur Finanzierung des Unternehmens. Es gibt daher keinen Businessplan, der mit staatlichen Zuschüssen rechnet. Aktuell zählen wir rund 25'500 Mitgliedschaften und Abos, sind damit selbsttragend und sehen den Reibereien in Bern als Unternehmen so interessiert wie gelassen zu. Die Genossenschaft Project R und die Republik sind Mitglieder des Verbands «Medien mit Zukunft», der sich für Medienvielfalt und eine sinnvolle Medienförderung einsetzt. Wie es bei der Republik um die Zahlen steht, können Sie jederzeit in Echtzeit dem Cockpit entnehmen. Und hier finden Sie die sieben wichtigsten Statistiken zum Journalismus und zum Geschäft.

Fix mit Bundesgeldern rechnen sollte derzeit allerdings kein Online-medium. Denn gegen Ständerat Engler hat sich eine Front von Gegnerinnen gebildet – aus Exponenten der eigenen Partei.

Und der Streit in der CVP könnte die Medienpolitik auf Jahre hinaus lähmen.

Am Abend des 18. Juni wirkt Engler noch zufrieden. Nach mehrstündiger Diskussion hat das Plenum allen wichtigen Anträgen zugestimmt, die er gemeinsam mit Medienministerin Simonetta Sommaruga vertreten hat: Die Postzustellung der Printzeitungen soll künftig mit 50 Millionen Franken pro Jahr subventioniert werden, jene der Verbands- und Mitgliederpresse mit 30 Millionen. Zudem will der Ständerat – anders als der Bundesrat – neu auch die Frühzustellung der Zeitungen mit 40 Millionen unterstützen.

Das Lobbying des Verlegerverbands hat Wirkung gezeigt: Ein Grossteil des Geldes wird an die vier grossen Verlage TX Group, Ringier, NZZ und CH Media ausbezahlt. Obwohl diese «im letzten Jahr zusammengezählt 370 Millionen Franken Gewinn erwirtschafteten», wie der Schaffhauser Ständerat Thomas Minder vorrechnete. Und obwohl mit der TX Group und der NZZ zwei von ihnen im Lockdown-April Dividenden in zweistelliger Millionenhöhe an ihre Aktionärinnen ausschütteten.

«Aufmüpfig und dynamisch»

Doch der Ständerat erweist an diesem 18. Juni nicht nur den Printverlegern einen Gefallen. Er schafft auch die gesetzliche Grundlage, damit der Staat digitale Medien während der nächsten zehn Jahre mit jährlich maximal 30 Millionen Franken unterstützen kann. Diese Hilfe habe zum Ziel, die Überlebenschancen lokaler und regionaler Angebote zu vergrössern, sagte Bundesrätin Sommaruga Ende Mai im Republik-Interview. Es gehe darum, «eine weiter fortschreitende Medienkonzentration zu verhindern und sicherzustellen, dass es nicht zu einer medialen Verödung ganzer Regionen kommt». Ein Ziel, das damals auch Ständerat Engler antreibt.

Zwei Monate später hat sich die Gemütslage des altgedienten CVP-Politikers verändert: Nun zittert Engler um «seine» Medienvorlage.

Inzwischen ist höchst ungewiss, ob das bundesrätliche Massnahmenpaket die parlamentarische Beratung überstehen wird. Heute Montag diskutiert die nationalrätliche Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen über einen Antrag des FDP-Politikers Christian Wasserfallen, der die Onlineförderung aus der bundesrätlichen Vorlage heraustrennen will – und damit die ganze Medienunterstützung bedroht.

Seine Idee: Der weitgehend unumstrittene Ausbau der indirekten Presseförderung soll rasch verabschiedet, die Onlineförderung hingegen zurückgestellt und frühestens im nächsten Jahr beraten werden. Wasserfallens Gegner sehen darin den Versuch, die Unterstützung der Onlinemedien um Jahre zu verzögern.

Der Berner Nationalrat warnt vor den vorgesehenen Subventionen. «Ich erlebe viele Schweizer Onlineportale als aufmüpfig und dynamisch», sagt er zur Republik. «Das soll so bleiben. Hängen wir sie an den Staatstropf, ist ihre Unabhängigkeit in Gefahr. Wer garantiert mir, dass die Medien die Hand beissen würden, die sie füttert?»

Showdown im Nationalrat

Der gegen die Onlineförderung gerichtete Antrag wird in der Kommission von den sieben SVP-Vertretern und einem Waadtländer FDP-Kollegen unterstützt. Geschlossen dagegen sind die SP, die Grünen und die Grünliberalen. An ihrer Seite steht der Solothurner Freisinnige Kurt Fluri, wie er gegenüber der Republik bestätigt. Auch wenn er damit gegen den Antrag seines Parteikollegen stimmen wird: «In der FDP haben wir keinen Fraktionszwang. Ich bin in meiner Entscheidung frei und unabhängig.»

Hinter den Kulissen drohen SP, Grüne und Grünliberale seit Tagen damit, im Nationalrat den Ausbau der indirekten Presseförderung und die Ausweitung auf die Frühzustellung abzulehnen, falls die Onlineförderung auf die lange Bank geschoben wird. Für ein derart rückständiges, lückenhaftes Massnahmenpaket sei man nicht zu haben, heisst es bei den drei Parteien. Bilden sie mit der SVP, die grundsätzlich gegen die staatliche Unterstützung der Medien ist, eine unheilige Allianz, fällt die gesamte Vorlage in sich zusammen.

Zunächst aber kommt es heute in der Kommission zum Showdown. 9 der 25 Mitglieder sind gegen die Onlineförderung, 12 dafür – der Ausgang der Abstimmung hängt somit von der Mittefraktion ab.

Stimmen die 4 CVP-Nationalräte geschlossen für Wasserfallens Antrag, wird die Vorlage aufgeteilt und die Detailberatung der Onlineförderung ins nächste Jahr verschoben; sagt einer von ihnen Nein oder enthält sich der Stimme, kommt das gesamte vom Bundesrat vorgeschlagene Paket am 10. September in den Nationalrat.

Auf Anfrage der Republik lassen die beiden CVP-Kommissionsmitglieder Philipp Matthias Bregy und Philipp Kutter keinen Zweifel an ihrem Vorhaben, die Vorlage aufteilen zu wollen. Zustimmung wird dem Antrag Wasserfallens auch ihr Parteikollege Marco Romano, der seit seiner Wahl in den Nationalrat vor neun Jahren im Vorstand der staatskritischen «Aktion Medienfreiheit» sitzt.

Der Zürcher Philipp Kutter kritisiert die geplante Onlineförderung als «zu direkt». Auch wenn der Bundesrat die Subvention von der Höhe des Publikuserlöses und damit einem formalen Kriterium abhängig machen wolle, steckten die Verlage das Bundesgeld doch in die Produktion journa-

listischer Inhalte. «Das wäre ein Dambruch, der die Unabhängigkeit der vierten Gewalt bedroht.»

Allerdings: Der Unterschied zwischen dem Print- und dem Onlinesektor wäre kleiner, als es Kutter darstellt. Denn die Verlage können auch jenes Geld in den Journalismus stecken, das sie im Vertrieb sparen, weil der Bund die Post- und künftig aller Voraussicht nach auch die Frühzustellung subventioniert. Wird nun die Förderung der grossen Printverlage ausgebaut, profitieren diejenigen, die bereits viel Subventionen erhalten, während die kleineren Onlinemedien, die für ein Mindestmass an Medienvielfalt sorgen, leer ausgehen. Das Ergebnis wäre unbefriedigend: wachsende Ungleichheit, steigende Marktverzerrung.

Noch nicht zu seiner Haltung zur Onlineförderung entschieden hat sich nach eigener Aussage Nationalrat Martin Candinas, der wie Ständerat Engler aus dem Kanton Graubünden stammt. Auf ihm ruhen nun die Hoffnungen jener, die es für rückständig halten, wenn der Bund ausschliesslich Printerzeugnisse fördert. Möglich, dass sich Candinas heute seiner Stimme enthält und so zum Retter der Vorlage avanciert.

Im Nationalrat hätte das Gesamtpaket am 10. September gute Chancen.

Die Sache mit den Alphetieren

Die Frage, wie sich die CVP-Nationalräte in der Medienpolitik positionieren, ist nicht nur für das Geschäft von Bedeutung. Interessant ist sie auch, weil sie ein Schlaglicht wirft auf ein Problem, das die Partei im laufenden Jahr stärker umtreibt als noch in der vergangenen Legislatur: Ihre National- und Ständeräte ziehen nicht in dieselbe Richtung.

Seit den Wahlen vom vergangenen Oktober ist die Mittefraktion, zu der neben der CVP auch die BDP und die EVP gehören, im Parlament die stärkste Kraft: zwar nicht arithmetisch, sehr wohl aber strategisch. Sowohl im National- als auch im Ständerat kann die Mittefraktion mit links und rechts Mehrheiten bilden. Sie ist mit ihren 44 Parlamentarierinnen das Zünglein an der Waage, auch wenn die Fraktionen der beiden Polparteien SP (48) und SVP (62) grösser sind.

Heisst konkret: Tritt die Mittefraktion geeint auf, kann sie ihren Anliegen entweder mit der SP und den Grünen oder dann mit der FDP und der SVP zum Durchbruch verhelfen.

Bei der Corona-Sondersession im Mai misslang dies beim Thema Geschäftsmieten auf spektakuläre Weise. Unfähig zum Kompromiss, hielten die National- und Ständeräte der Mittefraktion bis zum Ende verbissen an ihren jeweiligen Konzepten fest. Mit dem Ergebnis, dass überhaupt kein Beschluss verabschiedet werden konnte. Die Öffentlichkeit schrie auf, die CVP war blamiert. Ihr Präsident Gerhard Pfister zeigte sich daraufhin in der NZZ selbstkritisch: «Wir müssen besser zusammenarbeiten und lernen, rechtzeitig zu streiten.»

In einer Partei mit vielen Alphetieren ist das einfacher gesagt als getan. Vor allem zu Beginn einer Legislatur, in der sowohl die Nationalrats- als auch die Ständeratsdelegation ihre parteiinterne Durchsetzungsfähigkeit unter Beweis stellen möchten. Die Frage, wer in der CVP den Kurs vorgibt, gibt in der Bundeshausfraktion derzeit viel zu reden.

Es ist eine von zwei Fragen, die wie Spaltpilze wirken. Die andere ist von der Öffentlichkeit bisher stärker beachtet worden: Wie weiter mit dem «C» im

Parteinamen? Oder weniger plakativ formuliert: Soll die CVP mit der BDP fusionieren, offener werden, Bewohnerinnen von Städten und Agglomerationen zur Zielgruppe erklären? Oder sich auf ihre katholisch-konservative Tradition besinnen, um in den Stammländern zu punkten?

Eine kleine, aber feine Spitze

Der Konflikt um die Ausrichtung der Schweizer Medienpolitik trifft die CVP in einem heiklen Moment. Umso wichtiger wäre es für die Partei, wenigstens in der Öffentlichkeit den Eindruck der Kakophonie zu vermeiden. Stattdessen verteidigt Ständerat Engler die bundesrätliche Vorlage im Juni mit Verve, bevor die Nationalräte der zuständigen Kommission heute ihren Totalabsturz in Kauf zu nehmen scheinen.

Hat es die CVP versäumt, frühzeitig die Reihen zu schliessen?

Parteichef Pfister sagt dazu bloss, dass er davon ausgehe, dass die Onlineförderung in der Fraktion noch diskutiert werde. Doch er ergreift auch die Gelegenheit, seinem in der Medienpolitik führenden Ständerat demonstrativ den Rücken zu stärken: «Insbesondere Stefan Engler hat sich in dieser Thematik sehr kompetent profiliert.»

Der Gelobte kann derweil nicht verstehen, warum sich seine Parteikollegen aus dem Nationalrat nicht auf seine Seite schlagen. «Für mich ist völlig unverständlich, wie man Print- und Onlineanbieter im Jahr 2020 nach wie vor ungleich behandeln wollen kann», sagt er. Fördere der Bund nur gedruckte Zeitungen, betreibe er Strukturhaltung, statt den digitalen Wandel zu unterstützen. «Die Onlineförderung hat zwei gewichtige Vorteile: Sie hilft neuen Marktteilnehmern, für Medienvielfalt zu sorgen, und sie trägt dem veränderten Nutzungsverhalten in der Bevölkerung Rechnung.»

An seine Kollegen im Nationalrat richtet Engler eine kleine, aber feine Spitze: «Ich werde nicht schlau, woher ihr Widerstand gegen die Onlineförderung kommt», sagt er. «Man müsste doch eigentlich davon ausgehen, dass diese modernen, dynamischen Leute mit der Zeit gehen.»

Heute wird Engler erfahren, ob er sich in seinen jüngeren Parteikollegen getäuscht hat. Oder ob sie tatsächlich noch konservativer sind als die oft als rückständig verschrienen CVP-Ständeräte.

Zum Update

Eine Intervention des Aargauer Verlegers Peter Wanner kippt die Mehrheit in der zuständigen Kommission des Nationalrats in letzter Minute. Seine Kollegen im Verlegerverband sind empört – mit Ausnahme von Präsident Pietro Supino.

Ich will es genauer wissen: Die drei Säulen des Bundesrats und die medienpolitischen Entscheide des Ständerats im Überblick

- **Ausbau der indirekten Presseförderung:** Bisher subventioniert der Bund die Postzustellung der Regional- und Lokalpresse mit 30 Millionen Franken pro Jahr. Neu sollen mit 50 Millionen sämtliche abonnierten Tages- und Wochenzeitungen unterstützt werden, also auch nationale Titel mit einer grösseren Auflage. Zudem hat der Ständerat die Subvention

zugunsten der Verbands- und Mitgliederpresse von 20 auf 30 Millionen erhöht. Schliesslich hat sich der Ständerat im Juni abweichend vom Bundesrat dafür ausgesprochen, mit zusätzlichen 40 Millionen Franken die Frühzustellung von Zeitungen zu unterstützen – hiervon profitieren Titel, die nicht von der Post, sondern von privaten Frühzustellern in die Briefkästen geliefert werden. Geht es nach der kleinen Kammer, wird der Vertrieb der gedruckten Presse künftig folglich mit jährlich 120 Millionen Franken gefördert.

- **Förderung von Onlinemedien:** Mit jährlich maximal 30 Millionen Franken möchte der Bundesrat Onlinemedien fördern. Berechtigt wäre, wer von seinen Leserinnen Geld einnimmt, sei es durch Abos oder Spenden. Dabei gälte der Grundsatz: Je mehr Umsatz, desto kleiner der Anteil der staatlichen Unterstützung. Ein kleines Onlineportal wie Tsüri.ch oder Bajour dürfte pro im Publikumsmarkt erzielten Franken mit dem Maximalsatz von 80 Rappen rechnen; eine umsatzstärkere Publikation wie die Republik würde deutlich weniger bekommen. Genau will dies der Bundesrat erst auf Verordnungsstufe festlegen. Der Ständerat hat im Juni im Grundsatz zwar für die Onlineförderung gestimmt, die Ausgabenbremse aber nicht gelöst. Damit darf vorerst faktisch kein Geld fließen. Allerdings darf davon ausgegangen werden, dass dieser Widerspruch aufgelöst würde, sollte auch der Nationalrat der Förderung von Onlinemedien zustimmen.
- **Rahmenbedingungen verbessern:** Unbestritten war im Ständerat der Vorschlag des Bundesrats, Aus- und Weiterbildungsinstitutionen wie die Journalistenschule MAZ, die Nachrichtenagentur Keystone-SDA und den Presserat mit gesamthaft maximal 30 Millionen Franken pro Jahr zu unterstützen. Geld erhalten sollen zudem IT-Projekte, die der ganzen Branche zur Verfügung stehen. Finanziert werden soll diese dritte Säule mit maximal 2 Prozent aus dem Ertrag der Radio- und Fernsehgebühr.