
An die Verlagsetage

Die Position von Project R zur Medienförderung

Die politische Debatte über die Zukunft der Medien läuft gerade schief. Nicht zuletzt weil die Republik als Argument für falsche Entscheidungen missbraucht wird.

Von [Clara Vuillemin](#), 03.09.2020

Sehr geehrte Damen und Herren in der Verlagsetage

Wir brauchen kurz Ihre Aufmerksamkeit. Und vielleicht sogar Ihre Hilfe.

Deshalb: In einer Woche, am 10. September, berät der Nationalrat das Massnahmenpaket zur Förderung der Medien. Es ist vielleicht die wichtigste Weichenstellung für die Zukunft des Schweizer Mediensystems.

Die Frage: Sollen wie bisher ausschliesslich Printmedien gefördert werden. Oder neu auch reine Onlineanbieter?

Für eine klare Mehrheit der Parlamentarier ist unbestritten, dass die Medienbranche im aktuell rasanten Strukturwandel mehr staatliche Unterstützung braucht. Zu offensichtlich sind die Schäden in der Branche: Schliessungen, Entlassungen, Fusionen als Folge von Sparrunden und Konkursen. Das System bricht vor unseren Augen zusammen.

Keine Politikerin, kein Verleger kann die Digitalisierung und ihre fundamentalen Konsequenzen für die Medien und ihre Geschäftsmodelle aufhalten.

Aber es ist die Verantwortung des Parlaments, Rahmenbedingungen für eine funktionierende Medienlandschaft zu schaffen.

Der Strukturwandel findet statt – und es ergibt keinen Sinn, die bestehenden Medien einfach durchzufüttern. Eine zusätzliche Förderung der Medienbranche ist nur dann sinnvoll, wenn diese Investition auch die Transformation zu neuen Geschäftsmodellen möglich macht. Denn was zählt, sind nicht die bestehenden Strukturen. Sondern ihre Leistung für die direkte Demokratie: dass die Schweizer Bürgerinnen gut und vielseitig informiert sind. Und dass die politischen Akteure ein Forum für die öffentliche Debatte haben.

Das Ziel von Project R war schon bei der Gründung nicht, einfach ein neues Magazin zu lancieren. Sondern ein neues Modell zu bauen: finanziert von seinen Leserinnen. Ohne Werbung. Und ohne Kompromisse bei der Qualität.

Quasi ein Labor, unabhängig von Grossverlagen. Das im kleinen und schrumpfenden Schweizer Markt überlebensfähig ist. Dabei ist uns klar: Die Republik ist – egal, wie das Experiment ausgeht – bestenfalls ein Teil der Lösung. Wie gut das System als Ganzes funktioniert – das ist, was für die öffentliche Debatte zählt.

Deshalb wäre es verantwortungslos, nicht klar Position zum neuen Mediengesetz zu beziehen. Nicht zuletzt weil das Gesetz in eine Richtung zu driften droht, die für die Zukunft der Branche zerstörerisch ist.

Und weil die Republik in der Debatte aktuell als Argument für falsche Entscheidungen missbraucht wird.

Das Paket

Das vorliegende Massnahmenpaket ist, wie schon der Name sagt, eine Mischung verschiedener Förderinstrumente. Es ist das Resultat jahrelanger Verhandlungen. Ein Kompromiss, der niemanden vorbehaltlos begeistert, aber für fast die ganze Branche gut genug ist. Kurz: eine historische Leistung.

Das Paket beinhaltet in der aktuellen Fassung (nach der Beratung im Ständerat) drei Bereiche:

- erstens die Erhöhung der Subventionen für Printmedien (Verbilligung der Posttaxen, Subventionen für die Frühzustellung) um zusätzliche 70 Millionen auf neu 120 Millionen Franken pro Jahr;
- zweitens 30 Millionen pro Jahr für Institutionen und Projekte, die der ganzen Branche zugutekommen (Ausbildung, IT-Projekte, Presserat, Nachrichtenagentur);
- und drittens eine neue Förderung für Onlinemedien von ebenfalls 30-Millionen pro Jahr.

Die neue Onlineförderung ist sehr stark an die existierende sogenannte «indirekte» Printförderung angelehnt. Begünstigt werden in beiden Fällen ausschliesslich abonnierte Medien. Die Höhe der Förderung bemisst sich in beiden Fällen an der Grösse des zahlenden Publikums: beim Print an der Anzahl Abos, bei den Onlinemedien am Umsatz, den das Unternehmen auf dem Lesermarkt erwirtschaftet.

Die Pointe an diesem Modell ist dieser Automatismus: Der Inhalt spielt keine Rolle. Dadurch bleibt die journalistische Unabhängigkeit der Onlineanbieter gegenüber dem Staat weitgehend unberührt. Sie wäre jedenfalls nicht stärker gefährdet als die der gedruckten Zeitungen, die schon seit langem von Printsубventionen profitieren.

Zudem ist vorgesehen, dass kleinere Onlinemedien mehr profitieren. So, wie es bisher bei der Printförderung der Fall war. (Im neuen Paket ändert sich das. Die Bevorzugung der Kleinen, Regionalen, Lokalen gegenüber den Grossen, Nationalen fällt bei Printprodukten weg: ein klares Eingeständnis an die grossen Medienkonzerne – aber so entstehen halt Kompromisse.)

Der grosse Verlegerverband (VSM), der alternative Verlegerverband (VMZ) und die Gewerkschaften (Syndicom, SSM) stehen denn auch alle hinter diesem vom Bundesrat vorgeschlagenen und vom Ständerat angenommenen Gesamtpaket.

Und auch wir, die Project R Genossenschaft, unterstützen dieses Paket.

Das Problem

Doch nun hat die zuständige Kommission des Nationalrats mit einem 13:12-Abstimmungsergebnis überraschend beschlossen, die Onlineförderung auf die lange Bank zu schieben. Am 10. September muss der Nationalrat entscheiden, ob er diese Abspaltung der Onlineförderung gutheisst.

Eine Annahme dieses Vorschlags wäre ein harter Schlag für die Zukunft der Medienbranche. Denn es dürfte schwierig werden, die Onlineförderung nachträglich einzuführen, wenn die Erhöhung der Printförderung schon beschlossene Sache ist. Es liegt in der Natur des politischen Prozesses, dass die Verfechter bestehender Strukturen mehr Alliierte und Einfluss haben als die Verfechter neuer Strukturen, die es erst noch aufzubauen gilt.

Es ist auch in den Grossverlagen kein Geheimnis, dass Printprodukte zwar aktuell noch unverzichtbar sind, aber keine geschäftliche Perspektive haben. Es sind Auslaufmodelle. (Die auch von ihren Verlagen als solche behandelt werden: In ihre Zukunft wird nichts mehr investiert, die einzigen strategischen Ideen sind defensive Massnahmen wie Grossfusionen und Sparrunden.)

Die Innovation wird – auch hier ist sich die Branche einig – anderswo stattfinden: Investiert wird nur noch in neue Modelle im Netz.

Ein Massnahmenpaket ohne Onlineförderung wäre verheerend, da die reine Förderung von Print pure Strukturhaltung ist. Man investiert in die Vergangenheit. Und tötet damit alles Neue.

Die Republik ist kein Beweis, dass es keine Onlineförderung braucht

In der Debatte wurde die Republik oft als Beispiel herangezogen, dass Onlinemedien sich selbst finanzieren könnten.

So sehr uns das freut, das Beispiel ist Unfug.

Zwar haben wir (dank Ihnen!) diesen Juni 25'000 Verlegerinnen erreicht. Und damit den Break-even. Doch das bedeutet nicht im Geringsten, dass wir über den Berg sind.

Der Grund ist, dass ein rein leserfinanziertes Modell ein ewiger Kampf ist. Wir streben dieses Jahr eine Erneuerungsrate von 75 Prozent an – ein ehrgeiziges Ziel. Was bedeutet, dass wir im kommenden Geschäftsjahr 6250-neue Verlegerinnen überzeugen müssen – nur um nicht zu schrumpfen. Und im Jahr darauf wieder.

Wir werden noch lange Ihre Geduld, Ihre Treue und weiterhin unverschämt Glück brauchen, damit wir in Zukunft überleben.

Zudem: Unser Job ist die Produktion von aktuellem Hintergrund. Aber nicht die Grundversorgung mit Informationen. Und nicht die Abdeckung einer regionalen Berichterstattung. (Geschweige denn: der lokalen.) Um diese im Netz aufzubauen, braucht es Experimente, Zeit, also Investitionen.

Und sicher nicht eine Medienförderung, die einseitig Print subventioniert. Und damit nur die Vergangenheit stützt.

Würden wir die Subventionen annehmen?

Natürlich sind wir, die Project R Genossenschaft, als Herausgeber eines leserfinanzierten Mediums im Netz Partei.

Doch in der Frage, ob wir für die Republik im Fall der Annahme des neuen Mediengesetzes Subventionen annehmen würden, sind wir noch vollkommen unentschieden.

Zum Ersten ist uns journalistische Unabhängigkeit extrem wichtig. So wichtig, dass wir auch bei einer im Grunde in dieser Hinsicht harmlosen staatlichen Förderung nochmals genau prüfen würden, was es für die Republik bedeuten würde. Zum Zweiten ist es unser Ziel, dass wir auf dem Markt bestehen können. Wir wollen nicht einfach ein Magazin betreiben. Sondern ein funktionierendes Geschäftsmodell entwickeln.

Zum Dritten liegt die Entscheidung darüber nicht in unserer Hand. Nicht umsonst haben wir 25'000 Verlegerinnen. Es ist eine Entscheidung, die wir im Fall des Falles nicht allein treffen werden. Sondern in einer Abstimmung der gesamten Verlegerschaft. Also mit Ihnen.

Und damit zu unserer Bitte um Hilfe: Sollten Sie zufällig Nationalrätin sein oder in den nächsten Tagen mit einem Nationalrat zu Mittag essen (oder mailen oder telefonieren) – belästigen Sie die Dame oder den Herrn mit obigen Argumenten.

Nicht unsertwegen. Sondern weil die Medien das Paket brauchen. Und die Demokratie die Medien.

Mit Dank für Ihre Zeit

Clara Vuillemin
Präsidentin Project R

PS: Absender dieses Schreibens ist Project R – die Genossenschaft, welche die Republik herausgibt. Und nicht die Redaktion der Republik. Diese ist weiterhin völlig frei in ihren Urteilen. (Wundern Sie sich also nicht, sollten Sie im Blatt möglicherweise abweichende Meinungen lesen.)

PPS: Falls Sie sich vertiefter über das Modell der Republik informieren wollen: Den Finanzierungsplan für ein nachhaltiges Geschäftsmodell haben wir im November 2017 in einem Project-R-Newsletter dargelegt. Alles über den aktuellen Geschäftsgang finden Sie in Echtzeit in unserem Cockpit.

PPPS: Was ist Ihre Haltung zur geplanten staatlichen Medienförderung? Wie wichtig ist für Sie, dass sich die Republik nur im Lesermarkt finanziert? Wir freuen uns auf Ihre Meinung und Ihre Perspektiven im Dialog.