

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	24.04.2024
Thema	Medien
Schlagworte	Medienkonsum, Telekommunikation
Akteure	Keine Einschränkung
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1965 - 01.01.2022

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Clivaz, Romain
Ehrensperger, Elisabeth
Flückiger, Hans Peter
Frischknecht, Ernst
Gerber, Marlène
Gullo, Ruth
Heidelberger, Anja
Hirter, Hans
Meyer, Luzius
Moser, Christian
Mosimann, Andrea
Müller, Eva
Rinderknecht, Matthias
Scherrer, Debora
Zwahlen, Christiane

Bevorzugte Zitierweise

Clivaz, Romain; Ehrensperger, Elisabeth; Flückiger, Hans Peter; Frischknecht, Ernst; Gerber, Marlène; Gullo, Ruth; Heidelberger, Anja; Hirter, Hans; Meyer, Luzius; Moser, Christian; Mosimann, Andrea; Müller, Eva; Rinderknecht, Matthias; Scherrer, Debora; Zwahlen, Christiane 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Medien, Medienkonsum, Telekommunikation, 1970 - 2020*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 24.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Radio und Fernsehen	2
Presse	5
Medienpolitische Grundfragen	7
Telekommunikation	9
Neue Medien	11

Abkürzungsverzeichnis

KVF-NR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
RTVG	Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
WEMF	AG für Werbemedienforschung
PTT	Post-, Telefon- und Telegrafengebiete
SRI	Schweizer Radio International
KMG	Kommunikationsmodellgemeinden
SZV	Schweizerischer Verband der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger

CTT-CN	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
SSR	Société suisse de radiodiffusion
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision
REMP	Recherches et études des médias publicitaires
PTT	Postes, téléphones, télégraphes
RSI	Radio Suisse Internationale
CMC	Communes modèles de communication
ASEJ	Association suisse des éditeurs de journaux et périodiques

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Medien

Jahresrückblick 2020: Medien

Als das umstrittenste Geschäft im Bereich der Medienpolitik entpuppte sich im Jahr 2020 das **Massnahmenpaket zur Förderung der Medien**, welches nach dem Scheitern des geplanten Bundesgesetzes über elektronische Medien im Spätsommer 2019 angedacht worden war und zu dem sich im Berichtsjahr beide Räte äusserten. Während die in der bundesrätlichen Botschaft vorgesehenen Massnahmen im Bereich der indirekten Presseförderung und der elektronischen Medien weitgehend auf Zustimmung stiessen, ging es bei der Frage der erstmaligen **Förderung von Online-Medien** um einen Grundsatzentscheid. Während der Ständerat den Grundsatz der Förderung noch befürwortet hatte, konnte das qualifizierte Mehr bei der Abstimmung um die Ausgabenbremse nicht erreicht werden. Eine ganz andere Ausgangslage präsentierte sich dem Nationalrat, dessen vorbereitende KVF-NR mit knapper Mehrheit empfahl, die Förderung der Online-Medien auszuklammern, um weitere Abklärungen zu treffen. Der Nationalrat entschied in der Herbstsession gegen die Kommissionsmehrheit und wies das Geschäft zur integralen Beratung an die Kommission zurück. Im Vorfeld der Beratungen hatte sich auch die Medienbranche nicht einhellig zu den geplanten Massnahmen für die Online-Medienförderung gestellt.

Die Dringlichkeit der Medienförderung verstärkte sich 2020 im Hintergrund der Corona-Pandemie, die den Medien grosse Werbeeinbussen bescherte, was nicht spurlos an der ohnehin bereits angeschlagenen Branche vorbei ging. Die grossen Medienhäuser führten im Frühjahr allesamt Kurzarbeit ein. In seiner ausserordentlichen Session vom Mai 2020 beschloss das Parlament **Soforthilfe für die Medien** bereitzustellen (Mo. 20.3146; Mo. 20.3155; Mo. 20.3145; Mo. 20.3154). In zwei Notverordnungen regelte der Bundesrat in der Folge gegen seinen Willen die befristete finanzielle Unterstützung für private Radio- und Fernsehveranstalter sowie für die Printmedien. Durch letztere Massnahmen konnten auch erstmals auflagenstarke Tages- und Wochenzeitungen von der indirekten Presseförderung profitieren.

Die Corona-Krise hatte indes nicht nur negative Folgen für die Medien, so profitierten sie durch das gestiegene Informationsbedürfnis von zunehmenden Nutzungszahlen – auch wenn diese die wegbrechenden Werbeeinbussen nicht kompensieren konnten. Die Autoren des Jahrbuchs Qualität der Medien beurteilten die **Berichterstattung während der Covid-19-Krise** als qualitativ relativ gut, identifizierten jedoch auch deutliche Mängel. Besonders kritisiert wurden die monothematische Berichterstattung, die Verbreitung nackter Zahlen und Statistiken, die unzureichende Einordnungsleistung und die unkritische Haltung der Medien in der Phase vor dem Lockdown im März (jedoch nicht danach).

Die **Radio- und Fernsehgebühren für Unternehmen**, die bereits während den Beratungen zur RTVG-Revision umkämpft gewesen war, beschäftigte die Legislative auch fünf Jahre nach der Volksabstimmung noch immer. Die zuständigen Kommissionen für Verkehr und Fernmeldewesen beider Räte sprachen sich dafür aus, das Massnahmenpaket zur Förderung der Medien durch einen Zusatz zu ergänzen, der Arbeitsgemeinschaften von der Pflicht zur Entrichtung der Radio- und Fernsehgebühren für Unternehmen befreit. Im Berichtsjahr gab die KVF-NR ferner einer parlamentarischen Initiative Folge, welche die KMU gänzlich von der Abgabepflicht befreien wollte. Aufgrund eines Urteils des Bundesverwaltungsgerichts aus dem Vorjahr verfeinerte der Bundesrat im April 2020 seine Tarifstruktur für Unternehmen, was für neun von zehn Unternehmen, darunter namentlich kleinere Unternehmen, eine Entlastung bewirken soll. Auch die Privathaushalte werden entlastet: Sie bezahlen ab 2021 noch eine jährliche Gebühr von CHF 335 anstelle von CHF 365.

Unter Dach und Fach brachte das Parlament im Jahr 2020 schliesslich die Vorlage über die Rückerstattung der zu Unrecht erhobenen Mehrwertsteuer auf die **Radio- und Fernsehempfangsgebühren**. Somit erhält jeder Haushalt auf der nächsten Serafe-Rechnung eine Gutschrift in der Höhe von CHF 50, um für die **unrechtmässig erhobene Mehrwertsteuer** für die Jahre 2010 bis 2015 zu entschädigen.

Auch im Jahr 2020 wurden einschneidende **Sparmassnahmen im Mediensektor**

bekannt. Ende August eröffnete die TX-Group (ehemals Tamedia), bei den Printmedien Einsparungen im Umfang von 15 Prozent vornehmen zu wollen. Ferner plant der Verlag per April 2021 auch die Zusammenlegung der Redaktionen der Berner Zeitung und von «Der Bund». Eine «Strategieschärfung» lancierte auch die NZZ und CH Media kündigte ein neues Effizienzprogramm an. Einsparungen im Umfang von CHF 50 Mio. und die Streichung von 250 Stellen gab die SRG im Oktober 2020 bekannt.

2020 brachte dem Mediensektor jedoch auch beachtliche Neuerungen. Mit **Blick TV** startete Ringier den ersten digitalen Fernsehkanal der Schweiz. Nicht zuletzt wird mit der Bekanntgabe der Übernahme des renommierten Westschweizer Traditionsblattes «**Le Temps**» durch Aventinus in der Schweiz erstmals eine Stiftung eine Tageszeitung übernehmen.

Gemessen an der Gesamtanzahl abgelegter Zeitungsberichte zur Schweizer Politik kam der Medienpolitik im Berichtsjahr im Vergleich zu den Vorjahren eine geringere Bedeutung zu (siehe Abbildung 2 der APS-Zeitungsanalyse 2020), was sicher auch der Dominanz der Corona-Pandemie in der Medienberichterstattung geschuldet ist. Innerhalb der Berichterstattung über die Medien büsste die SRG im Vergleich zu früheren Jahren zugunsten der Presse an Medienpräsenz ein.¹

Radio und Fernsehen

INTERPELLATION / ANFRAGE
DATUM: 23.06.1971
RUTH GULLO

Die Nationalratsdebatte vom Juni beschäftigte sich auch mit der Frage, für welche Programme die drei der Schweiz zugeteilten **Fernsehkett**en zu verwenden seien. Es wurde ein weiterer Bericht des Bundesrats verlangt, der die technische Entwicklung der vergangenen Jahre berücksichtigen sollte. Die SRG sah vor, neu ein **zweites Programm** auf der dritten Fernsehkette auszustrahlen. Dadurch würde die Ausstrahlung des italienischen Programms in der übrigen Schweiz wegfallen, eine Aussicht, die zu zahlreichen Protesten führte. Der Zentralvorstand der SRG beschloss schliesslich, das zweite Programm erst 1974 einzuführen und bei der definitiven Regelung die Interessen der italienisch sprechenden Zuschauer zu berücksichtigen. Die Schweiz unterzeichnete das neue **INTELSAT-Übereinkommen**, das die provisorische Vereinbarung von 1969 ersetzt und die Vormachtstellung der USA gegenüber den übrigen Mitgliedstaaten beschneidet.²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 27.12.1978
HANS PETER FLÜCKIGER

Der für 1980 vorgelegte **neue Strukturplan des Fernsehens** richtet sich noch ausgeprägter als bisher nach der deutschen Konkurrenz aus. Das Hauptabendprogramm wird vorverlegt, anspruchsvollere Sendungen werden auf die Zeit nach 21 Uhr verschoben. Auf 1980 ist ausserdem die **Regionalisierung der Tagesschau** und der **Ausbau des Informationsblockes** vorgesehen. Bereits 1978 wurde die Hauptabteilung Aktualität und Politik geschaffen. Bei der Besetzung der neuen Posten klagten Fernsehmitarbeiter, dass Parteiinteressen vor den Fähigkeiten einzelner Kandidaten gestanden hätten. Beim Radio wurden neue Programmstrukturen bereits eingeführt. Unter anderem wurde der abendliche Informationsblock zeitlich auf das künftige Fernsehangebot abgestimmt. Ausserdem werden nun in der Deutschschweiz täglich **Lokalsendungen** für fünf verschiedene Regionen ausgestrahlt. Unzufrieden damit sind die Regierungen der Kantone Solothurn und Aargau, welche von der SRG die Gründung einer eigenen Radio-Mitgliedgesellschaft und eigene Lokalsendungen wünschen.³

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 11.10.1979
CHRISTIAN MOSER

Die **neue Programmstruktur** des Deutschschweizer Fernsehens brachte als wesentlichste Neuerungen die Vorverlegung der Tagesschau und die Einführung eines fünften Werbeblocks. Dies wie auch die Beschränkung auf unterhaltende oder sonst wie publikumswirksame Sendungen in der Zeit zwischen 18 und 21 Uhr lösten Befürchtungen aus, dass der redaktionelle Teil den Anforderungen der Werbung angepasst werde. Die ebenfalls angestrebte **Regionalisierung der Tagesschau** scheint erst ab Herbst 1981 realisierbar zu sein. Programmdirektor G. Frei vom Fernsehen DRS trat zurück und wurde durch U. Kündig ersetzt.⁴

MOTION

DATUM: 16.09.1986
CHRISTIAN MOSER

Um nicht noch zusätzliche Bereiche des BRF durch präjudizierende Regelungen zu belasten, lehnte der Bundesrat und mit ihm der Nationalrat eine Motion Bremi (fdp, ZH; Mo. 85.539) für eine **vorgezogene Schaffung von Rechtsgrundlagen** zur Einführung des Regionalfernsehens mit 79 zu 20 Stimmen ab. Die grosse Kammer überwies den Vorstoss nur als Postulat. Ausschlaggebend war namentlich die Haltung der CVP-Fraktion, welche befürchtete, dass ein in Konkurrenz zur SRG stehendes Regionalfernsehen nur den grossen Agglomerationen, nicht aber den Berg- und Randregionen etwas bringen werde. Bis zur Verabschiedung des BRF wird damit in Sachen **Regionalfernsehen** vorläufig keine Entscheidung gefällt werden. Vom Nationalrat abgelehnt wurde eine Motion (85.460) der SP-Fraktion für einen Dringlichen Bundesbeschluss zur Schaffung einer Übergangsregelung im Bereich von Radio und Fernsehen. Der aus frequenztechnischen Gründen einzige mögliche zusätzliche terrestrische Fernsehkanal in der Schweiz wird dereinst entweder an private Veranstalter oder an eine nationale Trägerschaft mit Einschluss der SRG vergeben werden. Da Entscheidungen noch nicht bevorstehen, wurden vorderhand Meinungspositionen aufgebaut. Die im Vorjahr konstituierte Schweizerische Vereinigung für elektronische Kommunikation (**Helvecom**), die sich aus branchenfremden Firmen der Privatwirtschaft zusammensetzt, lehnte in einer Eingabe an Bundesrat Schlumpf die Zusammenarbeit regionaler Veranstalter mit der SRG strikte ab und plädierte für eine **private Konkurrenzketten**, die mittels Werbung und Subventionen im Rahmen der staatlichen Filmförderung finanziert werden soll. Als weitere medienpolitische Lobbies etablierten sich eine Interessengemeinschaft für ein privates Regionalfernsehen (verschiedene Medienunternehmen und Verlage) sowie eine Interessengemeinschaft Regionalfernsehen/4.Senderkette (acht Organisationen, darunter SRG, Verein Basler Regionalfernsehen, usw.). Über den Bereich des Regionalfernsehens hinaus und gegen eine fortschreitende Kommerzialisierung der Medien allgemein wandte sich die neu gegründete **Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur** (AfK). 175 Persönlichkeiten unterzeichneten die «Medienerklärung 86» dieser nichtkommerziellen Lobby.⁵

BUNDESRATSGESCHÄFT

DATUM: 08.11.1989
MATTHIAS RINDERKNECHT

Das **Schweizer Radio International** (SRI) wird in Zukunft seine Programmtätigkeit diversifizieren und unter anderem seinen Personalbestand bis 1994 erhöhen. Die Frage, ob das SRI in Zukunft auch in russischer Sprache senden kann, blieb noch offen. Auf technischer Ebene braucht dieser Kurzwellensender neue, stärkere Sendeanlagen. Die PTT sehen dafür ein dezentrales Konzept vor, was aber langwierige Bewilligungsverfahren nach sich ziehen wird. Der Bundesrat beantragte dem Parlament die **Verlängerung des Bundesbeschlusses** über das schweizerische Kurzwellenradio bis 1995, weil das RTVG erst nach 1991 in Kraft treten wird.⁶

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 31.12.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Die **Nutzungszahlen im Fernseh- und Radiobereich** stagnierten. Die Deutschschweizer Bevölkerung sah im Berichtsjahr mit 2 Stunden und 17 Minuten pro Tag gleich viel fern wie im Jahr zuvor. Auch im Tessin blieb der Fernsehkonsum stabil (2 Stunden und 51 Minuten); in der Westschweiz verringerte sich dieser um zwei Minuten auf durchschnittlich 2 Stunden und 39 Minuten. Gemäss SRG-Forschungsdienst war der Anteil der SRG-Fernsehsender in der ganzen Schweiz leicht rückläufig. Beide Kanäle von SF DRS erreichten in der Deutschschweiz einen 24-Stunden-Marktanteil von 32,5% (1999: 33,2%). Demgegenüber erzielten Tele 24 2,2% (2,3%) und TV 3 in seinem ersten vollen Sendejahr 3,4%. RTL, SAT 1 und Pro Sieben gaben Marktanteile ab, wobei RTL mit einem Marktanteil von 7,9% (8,5%) dennoch stärkster ausländischer Sender blieb. Zum ersten mal seit der Liberalisierung des Radiomarktes gewann die SRG Anteile auf Kosten der Privatsender. Von 47 auf 51% stieg der Marktanteil der SRG-Radios in der Deutschschweiz, demgegenüber der Anteil der Privatradios von 40 auf 38% sank. Die ausländischen Stationen hielten statt 13 nur noch 11%. Wenn in der Deutschschweiz am wenigsten ferngesehen wurde, so hörte dort die Bevölkerung mit 3 Stunden und 13 Minuten (-7 Minuten) am meisten Radio. Im Tessin waren es 2 Stunden und 28 Minuten (-10 Minuten) und in der Romandie 2 Stunden und 22 Minuten (+ 2 Minuten).⁷

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Eine Trendwende im Fernseh- und Radiobereich konnte den **neusten Nutzungszahlen** nicht entnommen werden. Die Fernsehnutzung stieg im Berichtsjahr in der Deutschschweiz von 137 auf 139 Minuten und in der Romandie von 159 auf 164 Minuten leicht an, wohingegen sie im Tessin von 171 auf 169 Minuten minim zurückging. In allen Sprachregionen blieb die Fernsehnutzung unter den vergleichbaren Werten in den Nachbarländern. In der Deutschschweiz erreichte das Fernsehen durchschnittlich 73,5% der Bevölkerung; der Marktanteil von SF DRS (SF1 und SF2) stieg um 0,1 auf 32,9%. Das im letzten Quartal des Berichtsjahres angestiegene Informationsbedürfnis spiegelte sich in den Zahlen der einzelnen Stationen wider. Insbesondere in der Deutschschweiz konnten SF1 und ausländische Sender mit seriösem Image zulegen; beliebtester ausländischer TV-Kanal war RTL mit einem Marktanteil von 7,7%. Alle ausländischen Sender mit Ausnahme von ZDF mussten Verluste verzeichnen. In der Romandie blieben TF1 (15,9%) und F2 (9,3%) die wichtigsten Konkurrenten für TSR, welches einen Marktanteilverlust von 1,2 auf 31% hinnehmen musste. Der französische Privatsender M6 konnte seine Position von 7,4% auf 8,8 % ausbauen. Der Marktanteil des Tessiner Fernsehens blieb unverändert bei 31,5%. Die beiden grössten italienischen Konkurrenten Canale5 (14,5%) und RAI1 (11,7%) konnten sich hingegen leicht steigern. Der SRG-Forschungsdienst präsentierte im Radiobereich zum ersten Mal Resultate, die mit der neuen elektronischen Messmethode **Radiocontrol** erhoben worden waren. Dank dem sogenannten „dritten Ohr am Handgelenk“ kann seit 1.1.2001 die Radionutzung in der Schweiz – analog zur Fernsehnutzung dank Telecontrol – elektronisch gemessen werden. Die Schweizer Bevölkerung hörte täglich 113 Minuten lang Radio, wobei der Wert von 115 Minuten in der Deutschschweiz leicht über demjenigen in der Romandie (107) und demjenigen im Tessin (109) lag. In allen Sprachregionen führte die SRG den Markt an (Deutschschweiz 63%, Romandie 56%, Tessin 80%). Bei den Privatstationen hielt Radio 24 die beste Position inne, gefolgt von Radio Z, Radio Top und Radio Argovia.⁸

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2003
ELISABETH EHRENSPERGER

Die Attraktivität des **Deutschschweizer Fernsehen** erlitt im Berichtsjahr Einbussen gegenüber dem Rekordjahr 2002. Der **Marktanteil** am Hauptabend sank von 44,1 auf 43,5%. SF1 hielt mit einem halben Prozentpunkt Verlust noch einen Marktanteil von 34,9%; SF2 sank mit 8,1% um 0,3 Prozentpunkte. Im Ganztagesvergleich ergab sich für das Schweizer Fernsehen mit 34,7% ein Verlust von 0,6 Prozentpunkten. In der **Romandie** konnte das Westschweizer Fernsehen TSR dahingehend einen Erfolg verbuchen, als dass die hundert meistgesehenen Fernsehsendungen des Berichtsjahres in der Romandie allesamt von TSR ausgestrahlt worden waren. Eigenproduzierte Informationsformate konnten sich besonders gut behaupten.⁹

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2004
HANS HIRTER

Die für den Fernsehkonsum im Tagesmittel aufgewendete Zeit stieg 2004 in allen drei Sprachregionen an, in der Deutschschweiz um 6,3 Minuten auf 148, in der französischsprachigen Schweiz um 5 Minuten auf 173 und in der italienischsprachigen Schweiz um 3 auf 178 Minuten. Die Attraktivität des **Deutschschweizer Fernsehens** blieb gegenüber dem Vorjahr stabil. Der Marktanteil am Hauptabend betrug 43,6%. Im Ganztagesvergleich ergab sich für die drei deutschsprachigen Programme des Schweizer Fernsehens mit einem Anteil von 34,5% ein Verlust von 0,2 Prozentpunkten. Der Anteil der privaten schweizerischen Stationen belief sich auf 4%. In der **Romandie** konnte das Westschweizer Fernsehen mit seinen beiden Programmen Marktanteile von 36,8% resp. 30,3% (Hauptabend resp. 24 Stunden) erzielen; der Rest entfiel fast ausschliesslich auf ausländische, d.h. französische Sender, da einheimische Privatsender in dieser Region wie auch im Tessin kaum eine Rolle spielen. Etwas besser gegen die ausländische Konkurrenz behaupten konnten sich die beiden **italienischen SRG/SSR-Sender** in ihrer Sprachregion; ihr Anteil betrug 40,9% in der Hauptsendezeit am Abend und 34,1% über den ganzen Tag hinweg.¹⁰

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2005
CHRISTIANE ZWAHLEN

Die für den **Fernsehkonsum** im Tagesmittel aufgewendete Zeit betrug im Berichtsjahr 147 Minuten, war also um eine Minute rückläufig. Dieser Rückgang liess sich in allen drei Landesteilen feststellen. Die italienische Schweiz kam nach wie vor an erster Stelle bezüglich Fernsehkonsum mit 175 Minuten während die Westschweizer einen Durchschnitt von 171 Minuten aufwiesen.¹¹

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2006
ANDREA MOSIMANN

Von den drei Landesteilen wendete die Bevölkerung der **italienische Schweiz** 2006 im Tagesmittel mit **180 Minuten** am meisten Zeit für Fernsehkonsum auf. Dies bedeutete gegenüber 2005 eine Zunahme von 5 Minuten. Rückgängig war die Sehdauer hingegen in der **Romandie** und der **Deutschschweiz**, sie sank um je eine Minute auf **170 bzw. 146 Minuten** pro Tag. Das Radio musste 2006 sowohl bei der Reichweite, als auch bei der Hördauer Einbussen hinnehmen, es blieb aber das am intensivsten genutzte Medium. **Insgesamt hörten 90,3% der Bevölkerung täglich Radio**, 2005 waren es noch 91%. Der durchschnittliche tägliche Konsum sank um 4% auf 100 Minuten pro Person und Tag.¹²

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 24.04.2007
ANDREA MOSIMANN

Im Berichtsjahr wurde eine neue **Stiftung für die Erhebung wissenschaftlicher Daten zur Radio- und Fernsehnutzung** in der Schweiz gegründet. Damit wurde eine unabhängige Instanz geschaffen, die eine möglichst objektive Erhebung der wichtigsten Nutzungsdaten garantieren soll. Bisher wurde diese Aufgabe durch die Mediapulse AG wahrgenommen, die eng mit der SRG verknüpft ist.¹³

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2007
ANDREA MOSIMANN

Von den drei Landesteilen wendete die Bevölkerung der italienische Schweiz 2007 im Tagesmittel mit 173 Minuten am meisten Zeit für **Fernsehkonsum** auf. Dies bedeutete gegenüber 2006 eine Abnahme von 7 Minuten. Ebenfalls um je 7 Minuten, auf 163 bzw. 139 Minuten pro Tag sank die Sehdauer in der Romandie und der Deutschschweiz. Das Radio war nach wie vor das am intensivsten genutzte Medium. Insgesamt hörten **90% der Bevölkerung täglich Radio**.¹⁴

Presse

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 20.11.1970
RUTH GULLO

Die durch die Expansion neuer Massenmedien grundlegend veränderten Wettbewerbsverhältnisse im Informationswesen sind eine wesentliche Ursache der zunehmenden **wirtschaftlichen Schwierigkeiten der Presse**. In einem Zeitpunkt, da die Einnahmen aus dem Inseratengeschäft rückläufig sind, sollten die Zeitungen vermehrte personelle und technische Investitionen vornehmen, um mit Radio und Fernsehen Schritt halten zu können. Diese Situation äusserte sich in Divergenzen zwischen Verlegern und Journalisten, die auch durch einen neuen vom Verein der Schweizer Presse (VSP) genehmigten **Gesamtarbeitsvertrag** für die welsche Schweiz nicht vollständig beseitigt werden konnten. Auch im revidierten Vertrag sind die Mindestlöhne für das Welschland deutlich tiefer angesetzt als in der deutschen Schweiz. Die weitere Diskussion über die Einführung eines Ehrenkodex im Sinne einer Selbstkontrolle der Massenmedien innerhalb des VSP führte zu keinem Ergebnis. Der Vorschlag des Zentralvorstandes, einen **Presserat** einzusetzen, wurde zurückgewiesen. Die im Bericht der Kartellkommission angeregte vermehrte Kooperation führte im Aargau und in Luzern zur Zusammenarbeit von Zeitungen verschiedener parteipolitischer Richtungen. Mit einigem Interesse sah man dem Wiedererscheinen des «Republikaners» entgegen, der nach mehrjährigem Unterbruch von Nationalrat Schwarzenbach herausgegeben wird.¹⁵

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 30.12.1975
ERNST FRISCHKNECHT

Im Gegensatz zu den Vorjahren, die den Untergang oder die Umstrukturierung von zahlreichen prominenten Blättern gebracht hatten, fehlte es im **Pressewesen** an markanten Ereignissen. Unter dem Druck der wirtschaftlichen Lage – höchstens 20 von über hundert Tageszeitungen sollen 1974 gewinnbringend gearbeitet haben – setzten sich jedoch die Konzentrations- und Rationalisierungsprozesse fort, was zu Substanzverlusten, zu Zerfallserscheinungen und zu einer anhaltenden Beunruhigung führte, die nicht zuletzt auch in **Arbeitskonflikten und Entlassungen** ihren Ausdruck fand. Vorgänge beim «St. Galler Tagblatt», bei der «National-Zeitung», beim Gratisanzeiger «Züri-Leu» und bei der Frauenzeitschrift «Annabelle» zeugten von einem verstärkten Druck auf die Redaktionen. Den widrigen Umständen zum Trotz wurden verschiedene neue Zeitungsexperimente gestartet. Auf wenig Gegenliebe seitens ihrer Kolleginnen stiess eine sich als Alternativmagazin bezeichnende «Leser-Zeitung», deren Abonnenten zugleich Mitbesitzer und Träger des Unternehmens waren. Im Gegensatz zur «AZ-Wochenzeitung», die als sozialdemokratisch-gewerkschaftliches Nachfolgeorgan der «Zürcher AZ» nicht über eine Nullnummer hinauskam, konnte sich die «Leser-Zeitung» einstweilen über Wasser halten. In Zürich und St. Gallen vermittelte eine «Telefonzeitung» linke Alternativinformationen. Das Westschweizer Wochenmagazin «L'Hebdo» scheiterte nach fünf Ausgaben an internen Differenzen. In Lausanne, wo der einflussreiche Pressekonzern Lousonna SA («24 Heures», «Tribune Le

Matin», «La Suisse») 90 Prozent der Tageszeitungsauflagen der Waadt kontrollierte und eine regionale Depeschagentur aufzog, erschien mit «Lausanne Soir» ein **Abendblatt**, das freilich nur einer Zweitausgabe der freisinnigen «Nouvelle Revue de Lausanne» gleichkam.¹⁶

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 14.09.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Den Forderungen der Wirtschaft nach aktuelleren und verlässlicheren Zahlen zum **Verhalten der Leserschaft** im Printbereich – wie sie für die elektronischen Medien täglich geliefert werden – begegnete die AG für Werbemedienforschung (WEMF) mit einem Systemwechsel bei ihren Befragungen. Die „**MACH Basic 2000**“ basierte auf einer neuen, an internationale Standards angepassten Erhebungsmethode, womit Vergleiche mit der „MACH Basic 99“ nicht mehr zulässig waren. Indem die neue Methode die Aufmerksamkeit vom Werbeträger Zeitung oder Zeitschrift hin zum Werbemittel, dem Inserat, hinlenkt, soll die Messung des Leserschaftsverhaltens möglichst nahe an der Realität sein. Aus der „härteren“ Abfrage der „MACH Basic 2000“ resultierten generell niedrigere Leserzahlen, wobei die Rangfolge innerhalb der verschiedenen Titelgruppen (Tages- und Wochenzeitungen, wöchentliche Zeitschriften, Monats- oder Special-Interest-Titel) stabil blieben. Die meistgelesene Tageszeitung war wie bisher der „Blick“ mit einer Reichweite von 742'000 Leserinnen und Lesern gefolgt vom „Tages-Anzeiger“ mit 616'000 und der „Neuen Zürcher Zeitung“ mit 308'000. Zu den „grossen“ Tageszeitungen mit hohen Leserinnen- und Leserzahlen gehörten im weiteren „Le Matin“ (274'000), die „Berner Zeitung“ (255'000), „24 heures“ und die „Südostschweiz“ (beide 232'000), die „Neue Luzerner Zeitung“ (223'000), die „Aargauer Zeitung“ (221'000), das „St. Galler Tagblatt“ (220'000) und die „Basler Zeitung“ (218'000).¹⁷

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 02.10.2008
ANDREA MOSIMANN

Die Nachfrage nach abonnierten Tageszeitungen nahm weiter ab. Dies belegen die **Leser- und Verkaufszahlen**, welche die AG für Werbemedien im Berichtsjahr veröffentlichte. Im Vergleich zum Vorjahr ging die Leserschaft beim Tagesanzeiger um 9,1%, bei der NZZ um 6,7% und beim Blick um 5,7% zurück. Gewinner waren dagegen die Gratiszeitungen („20 minutes“ +21%, „Le Matin bleu“ und „Blick am Abend“ (ehemals „heute“) je +12%, „20 Minuten“ +7%). Bei den Verkaufszahlen mussten vor allem die „Tribune de Genève“ (seit 2005 -17%), „Le Matin“ (seit 2005 -20%) und der „Blick“ (seit 2005 -13%) dramatische Verluste hinnehmen.¹⁸

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 06.09.2011
DEBORA SCHERRER

Die Wemf hat ermittelt, dass neun von zehn Einwohnern ab vierzehn Jahren regelmässig Zeitung (inkl. Gratiszeitungen) lesen. Dieser Studie zufolge konnte die Schweizer Presse zwar ihre **Reichweite** noch halten, dennoch stünden die traditionellen Titel teilweise unter Druck. Der Mehrjahresvergleich verdeutlichte den Strukturwandel und zeigte auf, dass die Auflagezahlen der meisten Titel empfindliche Verluste hinnehmen mussten. Als dramatisch wurden die Einbussen der Westschweizer Tagespresse eingestuft. Klar zulegen konnten weiterhin die Gratiszeitungen. Meistgelesene Tageszeitung war „20 Minuten“ mit einer Auflage von 1'379'000 Stück.¹⁹

MOTION
DATUM: 27.02.2017
ANJA HEIDELBERGER

Im Februar 2017 reichte Olivier Feller (fdp, VD) eine Motion ein, mit der die Post verpflichtet werden sollte, **die Frühzustellung von Tageszeitungen von Montag bis Samstag ohne zusätzliche Kosten zu gewährleisten**. Da die wirtschaftliche Lage der Medien schwierig sei, diese aber eine unverzichtbare Rolle für die Demokratie spielten und die meisten Abonentinnen und Abonnenten noch immer die Printausgabe der Zeitungen lesen würden, solle der Bund als Alleinaktionär der Post die für eine Frühzustellung nötigen Massnahmen treffen. Bisher verpflichtete sich die Post lediglich selbst, die Tageszeitungen am Erscheinungstag zuzustellen; häufig würden diese sogar erst am Nachmittag geliefert, kritisierte Feller. Der Bundesrat wies in seiner Antwort darauf hin, dass die Frühzustellung nicht zu der gesetzlich garantierten Grundversorgung gehöre; ihre Verankerung im Gesetz sei bei der Totalrevision der Postgesetzgebung 2010 abgelehnt worden. Im September 2018 zog Feller die Motion zurück.²⁰

Medienpolitische Grundfragen

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 12.09.1979
CHRISTIAN MOSER

Anders als im kulturellen Bereich, wo Neues sich häufig nur am Rande artikuliert und kaum beachtet wird, verdeutlichen die technischen Neuerungen auf dem Mediensektor die **Notwendigkeit einer neuen Medienordnung**. Die jüngsten Auseinandersetzungen in diesem Bereich liessen erkennen, dass es dabei nicht nur um bloss rechtliche Festschreibungen, sondern vor allem um politische und wirtschaftliche Macht sowie um die Freiheit der Information und des Medienschaffenden geht. Dabei wird offenbar von interessierten Kreisen versucht, die bevorstehenden Entscheidungen zu präjudizieren. Dies umso mehr, als die im Vorjahr eingesetzte Kommission für eine Medien-Gesamtkonzeption ihre Arbeit erst Mitte 1981 abschliessen wird. Sie hat 1979 noch keine formellen Beschlüsse gefasst und sich neben der Erfassung des Ist-Zustandes vor allem den dringlich vorzuziehenden Massnahmen gewidmet und ihre Arbeit mit den andern medienrelevanten Rechtssetzungsprojekten koordiniert. Die von der Kommission erarbeiteten kommunikationspolitischen Zielsetzungen legen Wert auf eine Konsolidierung der Medienfreiheit und lehnen eine Qualitätskontrolle der Medien durch den Staat ab. **Medienfreiheit ist nach Ansicht der Schweizerischen Journalistenunion (SJU) auch von anderer Seite gefährdet**. Sie fordert deshalb von der Medien-Gesamtkonzeption die Garantie, dass private Medienkonzerne nicht in bisherige und neue elektronische Massenmedien eindringen können.²¹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 01.09.1987
LUZIUS MEYER

Ein Teilmarkt innerhalb dieses neuen Medienangebots, das **Angebot an Pornographie und vor allem an Gewalt in Videofilmen**, bereitet indessen zunehmend gesellschaftspolitische Schwierigkeiten. Als beunruhigend wird insbesondere vermerkt, dass Jugendliche eine Vorliebe für solche «Brutalos» entwickeln und diese als eine Art Mutprobe konsumieren. Dem vereinzelt Ruf nach dem Zensor stehen weit zahlreicher aber Stimmen entgegen, die in erzieherischen Massnahmen ein adäquateres Mittel sehen, dieser Entwicklung entgegenzutreten. Trotzdem ist in der laufenden Revision des Strafgesetzbuches vorgesehen, die Veröffentlichung von Gewaltdarstellungen und harter Pornographie unter Strafe zu stellen. Darüber hinaus wird jedoch auch davor gewarnt, die Debatte auf die Videogewalt zu verengen, da mit der beabsichtigten Einführung des Privatfernsehens und mit dem sich dadurch verschärfenden Kampf um Mehrheitspublika der Anteil an Gewalt im Fernsehen beträchtlich zunehmen werde. Diese Perspektive macht deutlich, dass der Hang, Darstellungen von physischer Gewalt zu rezipieren, ein gesellschaftliches Problem darstellt, das mit Zensurmassnahmen nicht behoben werden kann.

Mitte August wurde eine Volksinitiative «gegen die Vermarktung von Gewalt und Sexualität in den Medien» lanciert, der für das Zustandekommen jedoch wenig Chancen eingeräumt werden.²²

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 12.06.1993
MATTHIAS RINDERKNECHT

Eine UNIVOX-Umfrage über das Verhältnis der Bevölkerung zu den Medien zeigte auf, dass immer weniger Menschen Vertrauen in die Unabhängigkeit der Medien setzen: Nur noch 30% (1988 und 1990: 40%) der Befragten glaubten, dass die Medien sich gegen wirtschaftliche und politische Druckversuche behaupten können. Insgesamt wurden die Medien trotzdem als verlässliche Informationsquellen bezeichnet. Die **Glaubwürdigkeit** der Printmedien nahm gegenüber 1988 bei den Befragten sogar um 5% auf 68% zu, hingegen nahm jene von Radio und Fernsehen leicht ab.²³

POSTULAT

DATUM: 19.03.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Angesichts des sich fortsetzenden Wandels in Richtung Personalisierung und Kommerzialisierung in der politischen Kommunikation wurden im Berichtsjahr die Auswirkungen der medialen Begleitung der Bundesrats- und Nationalratswahlen Gegenstand wissenschaftlicher Debatten. Die Kritik wendete sich insbesondere gegen eine **„Amerikanisierung der Berichterstattung“**. Bundesrat Leuenberger forderte überdies die Einsetzung eines Medienrats mit angesehenen Fachleuten – nicht zur Behandlung von Beschwerden oder zur Ausübung von Zensur, sondern als Anstoss für eine Qualitätsdiskussion. Mit der Überweisung eines Postulat Weigelt (fdp, SG) beauftragte der Nationalrat den Bundesrat, die **Schaffung eines Medienrats** im Vorfeld der anstehenden Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) zu prüfen.²⁴

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.1999
ELISABETH EHRENSPERGER

Eine Univox-Studie über das **Medienverhalten** der Schweizerischen Bevölkerung wies einen **Bedeutungszuwachs des Fernsehens** aus. Knapp 40% der befragten Personen gaben an, in erster Linie die SRG-Kanäle zu nutzen, um sich zu informieren; hingegen waren es nur 22%, welche die Zeitung als erste Informationsquelle nannten. Dieser seit 1988 beobachtbare Wandel zugunsten des Fernsehens manifestierte sich auch in einem **Bedeutungsverlust der SRG-Radios**, wobei die DRS-Sender in der Deutschschweiz gegenüber den Westschweizer Schwesterprogrammen mehr Beachtung fanden. Trotz rückläufiger Tendenz blieb die Tageszeitung aber dennoch das am häufigsten genutzte Medium. Zwei Drittel der Erwachsenen lesen sie fast täglich. Seit 1986 stabil war die Zufriedenheit des Publikums mit Presse, Radio und Fernsehen (92% Zufriedene).²⁵

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 13.06.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Der Medienbarometer „**Baromedia 2000**“, eine im Februar und März des Berichtsjahres durchgeführte repräsentative Umfrage, bestätigte die bisherigen Trends in der Schweizer Medienlandschaft: Ein Vormarsch der elektronischen Medien gegenüber einer eher defensiven Position der Printmedien und die Etablierung des Internets als ernstzunehmendes Medium. Das Radio behielt seine Führungsposition mit 73% regelmässiger Nutzung vor dem Fernsehen mit 63%. Beide elektronischen Medien wurden von den Befragten in erster Linie zu Unterhaltungszwecken genutzt. Die Erosion bei den Tageszeitungen (56%) sowie bei den Wochenblättern (38%) war langsam aber stetig. Dennoch blieben die Tageszeitungen laut Umfrage das führende Informationsmedium. Unaufhaltsam war der Zuwachs beim Internet, in das sich 37% der Schweizer Bevölkerung regelmässig einloggtten (+14%). 60% der Internetsurferinnen und -surfer gaben zudem an, das Web primär seiner Informationsfunktion wegen zu nutzen. Hinsichtlich der Glaubwürdigkeit stand nach wie vor der Teletext an erster Stelle (85%), gefolgt vom Radio (77%), den Printmedien (71%), dem Fernsehen (68%) und dem Internet (59%).²⁶

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2001
ELISABETH EHRENSPERGER

Die jährliche Umfrage „**Baromedia 2001**“ wies einen starken Aufwärtstrend bei der Internetnutzung aus. 45% der Schweizer Bevölkerung nutzte das Internet regelmässig. Das Radio blieb zwar mit 73% regelmässiger Nutzung auf Platz eins, gefolgt vom Fernsehen mit 66%, der Tagespresse mit 61% und der Gratispresse mit 48%, doch das Internet hatte im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozentpunkte zulegen können. 84% der Befragten gaben an, dem an sich schwach genutzten (18%) Teletext am meisten Vertrauen entgegen zu bringen; als vertrauenswürdig wurde an zweiter Stelle das Radio (75%), dann erst das Fernsehen (69%) und die Presse (67%) genannt.²⁷

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 20.06.2002
ROMAIN CLIVAZ

Le sondage annuel « **Baromedia 2002** » a indiqué une augmentation de la consommation de l'ensemble des médias, vraisemblablement en raison de l'actualité nationale et internationale. La radio a été la plus utilisée (76% des suisses), suivie de la télévision (69%). Les journaux quotidiens (59%) ont perdu du terrain face aux journaux gratuits (56%), confirmant la tendance observée l'an dernier. L'Internet a continué sa progression (31%), de même que le Teletext (23%). Ce dernier, perçu comme neutre dans son traitement de l'information, a le plus inspiré confiance (90%). La crédibilité des médias a globalement augmenté par rapport à 2001. L'Internet est resté la source d'information la moins bien considérée (65%). Concernant les contenus, la présence excessive de publicité a particulièrement irrité les sondés : c'est à la télévision (75%), sous forme de publicité postale (62%), sur les radios privées (48%) ainsi que sur l'Internet (48%) qu'elle est perçue comme la plus gênante. Sa présence dans des magazines (27%), au cinéma (25%), sur le Teletext (20%), dans les quotidiens (19%) et sous forme d'affiches (13%) a été jugée moins contrariante.²⁸

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2005
CHRISTIANE ZWAHLEN

Der Verband Schweizer Presse ermittelte in einer von ihm in Auftrag gegebene Studie, dass Schweizer Haushalte 2005 rund **10,3 Mia Fr. für Medienkonsum** ausgegeben haben. Dies entspricht rund **3140 Fr. pro Haushalt**. Hauptposten waren die Ausgaben für Computer und Telekommunikation (31,3%), gefolgt von Fernsehen (22,7%) sowie Zeitungen und Zeitschriften (17,7%). Die Ausgaben für Medien stiegen im Vergleich zu 2004 um 3,1%.²⁹

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 05.07.2006
ANDREA MOSIMANN

Im Jahr 2006 gab in der Schweiz jeder Haushalt im Durchschnitt **3137 Fr. für Medienprodukte** aus, das sind **2% mehr als im Vorjahr**. Von den insgesamt 10.4 Mia Fr. welche pro Kopf für Medienkonsum aufgewendet wurden, entfallen 30,4% auf den Bereich IT und Telekommunikation, 24% auf das Fernsehen, 17,1% auf die Presse und 14,8% auf den Bereich Unterhaltungselektronik.³⁰

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 06.07.2011
DEBORA SCHERRER

Die Schweizer Medien haben von der **wirtschaftlichen Erholung** profitiert. Gemäss des Marktforschungsinstituts Media Focus waren die Werbeeinnahmen 2010 im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um 9% gestiegen. Das Wemf-Auflagebulletin zur Printpresse zeigte jedoch, dass vor allem Gratiszeitungen vermehrt konsumiert wurden. Die Medienwirtschaftsstudie kam allgemein zum Schluss, dass das Werbevolumen der Printpresse in zehn Jahren zwischen 2000 und 2010 um ein Drittel gesunken sei. Zwar habe die Internetwerbung stark an Bedeutung zugenommen, der Erlös der Verlage aus der Printpresse schrumpfte jedoch kontinuierlich: 2008 gaben private Haushalte 19% weniger Geld für Printmedien aus als noch 2000. Entscheidend für die Verlagerung des Werbevolumens vom gedruckten in Richtung Online-Format, ist laut Studie der Wandel in der Mediennutzung. 70% der in der Schweiz wohnhaften Personen benutzen das Internet täglich. Während der Fernsehkonsum nur leicht zunahm, stagnierte das Radiohören. Gleichzeitig stellte die Studie fest, dass die Reichweite sogenannter Kauf-Tageszeitungen in der Bevölkerung abnehme.³¹

Telekommunikation

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 06.07.1988
LUZIUS MEYER

Um die neuen Angebote der Telekommunikation und das Bedürfnis danach zu testen, haben die PTT und die interessierte Industrie die Gemeinden eingeladen, Projektskizzen für einen Versuch auf ihrem Gebiet einzureichen. 23 Gemeinden sind dieser Aufforderung nachgekommen und haben ihre Entwürfe für die Erprobung von öffentlichen Datenbanken, Teleshopping, Alarmsystemen und von Telekommunikationsanwendungen in den Bereichen Schulung, Medizin, Tourismus (Reservationen) oder Verkehrswesen eingereicht. Zwölf dieser Gemeinden wurden nun von der PTT unter Berücksichtigung ihrer Grösse, ihrer Lage und der Art des eingereichten Projektes als «**Kommunikations-Modellgemeinden**» ausgewählt und sollen ihre Vorstellungen verwirklichen können. Da die PTT jedoch nur bereit war, CHF 50'000 pro Gemeinde zu investieren, blieb die Finanzierung des Versuchs noch ungewiss. Ausgewählt wurden die Gemeinden Basel, Biel, Brig, Disentis (GR), Frauenfeld, Locarno, Maur (ZH), Nyon (VD), Siders (VS), St. Moritz (GR), Sursee (LU) und das Val de Travers (NE).³²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 28.12.1988
LUZIUS MEYER

Nach wie vor wenig Früchte tragen die Anstrengungen der PTT, Dienstleistungen Dritter über eine Kombination von Telefon und Bildschirm, genannt **Videotex**, zu vermitteln. Das Anwachsen der Abonnentenzahl von 8'000 auf rund 14'000 lag weit unter den Erwartungen der PTT, die deshalb die Mietpreise für die Endgeräte nochmals drastisch senkte. Investitionen von CHF 270 Mio und die Schaffung von 130 neuen Stellen sollen nun in den nächsten drei bis sechs Jahren die Abonnentenzahl vervielfachen. Als Ziel wurden 100'000 bis 200'000 Anschlüsse genannt. Die Trägerschaft der Bildschirmzeitung «Teletext», die SRG und der Verband Schweizerischer Zeitungs- und Zeitschriftenverleger (SZV), erhielt eine neue Konzession.³³

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 06.12.1989
MATTHIAS RINDERKNECHT

Die Durchführung des Videotex-Kommerzialisierungsprojekts in sogenannten **Kommunikationsmodellgemeinden** hatte bis jetzt keinen durchschlagenden Erfolg. Datenbanken verschiedenster Art (Telebanking, Teleshopping, Versandhandel, Elektronisches Telefonbuch (ETB), Veranstaltungskalender) und neu das Tele-Giro konnten Fortschritte verzeichnen, wurden jedoch oft mangelhaft aktualisiert. Um zukunftsträchtig zu werden, müsste das System über Glasfaserkabelnetz **höhere Übertragungskapazitäten** erreichen und auch unabhängig von der Telefonleitung werden; denn wer heute auf Videotex Daten abrufen, besetzt gleichzeitig die Telefonleitung. Hinzu kommt noch, dass die PTT das ETB den Datenschutzerfordernissen anpassen mussten. «Telerom» bietet jedoch dieselben Informationen des ehemaligen ETB auf Compact Disc wieder an, da sie als Privatunternehmen nicht dem Datenschutzreglement des Bundes untersteht. Bis 1994 sollen nach den Vorstellungen der PTT 100'000 bis 200'000 Abonnenten Videotex verwenden. Dafür werden Investitionen von ungefähr CHF 270 Mio nötig sein, denn bis

Mitte September waren erst 24'000 Anschlüsse in Betrieb. Neu hat das welsche Fernsehen einen grossen Informationsdienst für Videotex aufgebaut (TV-Programme, Sportnachrichten, Briefkastendienst, Quizspiele). Um die Attraktivität der angebotenen Dienstleistung zu erhöhen, wurden die Abonnementsgebühren für die Geräte abgeschafft.³⁴

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 18.10.1990

MATTHIAS RINDERKNECHT

Das Projekt der PTT, in zwölf ausgewählten **Kommunikationsmodellgemeinden** (KMG) eine neue Art der Zusammenarbeit zwischen Benützern und Anbietern im Kommunikationsbereich zu testen und zu evaluieren, zeitigte bisher verschiedenste Resultate. Während einige Gemeinden sich darauf beschränken, das Videotex-System zu erproben, versuchen andere verschiedenste Formen der Verknüpfung von Dienstleistungen mit neuen Telekommunikationssystemen wie z. B. das Fernablesen von Wasser-, Strom- und Gasverbrauch oder die Einrichtung von Alarmsystemen bei Lawinnenniedergängen oder Überschwemmungen. Um die Fortsetzung von vielen begonnenen Projekten zu garantieren, müssten aber zusätzliche Bundesmittel zu den CHF 144 Mio., welche von der PTT getragen werden, bewilligt werden. Im Bereich Videotex haben die PTT nun über 50'000 Abonnenten an ihr Netz angeschlossen. Auf europäischer Ebene existiert bisher ein Netzverbund mit den Ländern Deutschland, Österreich und Luxemburg. Auch mit Frankreich, welches mit dem Minitel eine andere technische Norm verwendet, wird eine Einigung angestrebt. Die Einrichtung von Videotex-Terminals im Bundeshaus soll es den Parlamentariern erlauben, Informationen z.B. aus den Datenbanken der Europäischen Gemeinschaft abzurufen.³⁵

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 19.09.1991

MATTHIAS RINDERKNECHT

Das seit drei Jahren laufende PTT-Projekt der **Kommunikationsmodellgemeinden** (KMG) zur Erprobung neuer Kommunikationsbedürfnisse und -möglichkeiten wird Ende 1992 auslaufen. Die meisten der zwölf ausgewählten Gemeinden zeigten sich befriedigt von den bisher realisierten Projekten; aus finanziellen Gründen konnten aber nur etwa ein Drittel der ursprünglich geplanten Projekte durchgeführt werden. Nach 1992 sollen die wichtigsten erprobten Vorhaben in Form von Folgeprojekten landesweit vernetzt eingesetzt werden: das Informations- und Reservationssystem «Swissline» für den schweizerischen Tourismus, ein System zur Bildübertragung im medizinischen und im schulischen Bereich sowie das Supervideotex-System mit Auslandanschluss.³⁶

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 21.10.1991

MATTHIAS RINDERKNECHT

Im Bereich des **Videotex** konnten die PTT eine Zunahme der Abonnentenzahl auf ca. 65 000 verbuchen, mussten aber gleichzeitig eine Erhöhung der Abonnementspreise ankündigen. Mit der Öffnung des Videotex-Systems im technischen Normenbereich konnte die Verbindung mit dem französischen Minitel erreicht werden. Damit eröffnet sich für die Videotex-Abonnenten ein Markt von über 16 000 Anbietern mit den vielfältigsten Dienstleistungen. Im übrigen können nach der Inkraftsetzung des Fernmeldegesetzes neben der PTT auch beliebige Dritte ein Videotex-System anbieten.³⁷

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 05.10.1992

MATTHIAS RINDERKNECHT

Im Rahmen des Grossprojekts "**Kommunikations-Modellgemeinden** (KMG)" startete im Berichtsjahr unter dem Namen **Telemedizin** die Vernetzung der Universitäts- und Kantonsspitaler Basel mit dem Kreisspital Oberengadin in Samedan (GR). Durch die Vernetzung der Computer können medizinische Bilder und Informationen ausgetauscht und an den beteiligten Spitalern gleichzeitig analysiert werden.³⁸

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 31.12.1992

MATTHIAS RINDERKNECHT

Das **Videotex-System** der PTT verzeichnete im Berichtsjahr immer noch keinen Durchbruch; einerseits konnte die Anzahl der Abonnenten nur geringfügig erhöht werden, andererseits hielten sich auch die Anbieter von Dienstleistungen weiterhin zurück. In der Öffentlichkeit wurde auch eine Privatisierung von Videotex diskutiert.³⁹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 07.04.1993
MATTHIAS RINDERKNECHT

Das von der PTT vor fünf Jahren lancierte Projekt «**Kommunikations-Modellgemeinden**» (KMG) wurde im Berichtsjahr abgeschlossen. Insgesamt hatten die zwölf Modellgemeinden zusammen mit den PTT und Privatunternehmen 81 Projekte realisiert.⁴⁰

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 06.08.1994
EVA MÜLLER

Die im Berichtsjahr gegründete Cablecom Holding AG – bestehend aus der «Siemens Albis AG», der «Telecom PTT» und der «Fischer Holding AG» – hat vom deutschen Misch- und Energiekonzern «Veba» zusätzlich die Netze der "Helvesat übernommen. Im Gegenzug soll die «Veba» als Teilhaberin der Cablecom beitreten. Ausserdem hat die Cablecom 40'000 Abonnenten und Abonentinnen der Firmen «Coelco» und «Multitel» im Tessin übernommen. Damit kommt sie mit neu insgesamt 540'000 Anschlüssen nahe an die Leaderin «Rediffusion» auf dem Schweizer Kabelfernseh-Markt heran.⁴¹

Neue Medien

ANDERES
DATUM: 02.11.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Gemäss einer **WEMF-Befragung** von 12'300 Personen in den Monaten April bis September 2000 begaben sich inzwischen 23,3% der Schweizer Bevölkerung oder 1,3 Mio Personen täglich ins Internet. Der engere Nutzerkreis, der mehrmals pro Monat im Internet surft, umfasste gesamtschweizerisch 1,83 Mio Personen (32,6%). Dem weitesten Nutzerkreis (Nutzung im letzten halben Jahr) gehörten 2,64 Mio Personen (47,1%) an. Gemäss WEMF hatten sich die **Zugangsklüfte** hinsichtlich Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen nicht abgebaut, sondern verstärkt. Der typische Internet-Nutzer blieb **jung, männlich, gut gebildet** und gut **verdienend**. Gleichzeitig machte die WEMF aufgrund der Befragungsergebnisse eine Entwicklung des Internets zum Tagesmedium aus. Die **beliebteste Webnutzung** war mit 96 Prozent der **E-Mail-Verkehr**, wobei der elektronische Zahlungsverkehr und das Online-Shopping an Marktanteilen gewannen.⁴²

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 05.11.2008
ANDREA MOSIMANN

Im Berichtsjahr veröffentlichte das Bundesamt für Statistik eine Publikation mit **Indikatoren zur Informationsgesellschaft**. Während 1998 rund 10% der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet regelmässig nutzte, waren es im Frühjahr 2008 knapp 70%. Der Anteil der Internetnutzer lag bei den Befragten mit Hochschulabschluss oder höherer Berufsbildung deutlich über jenem von Personen, die nur die obligatorische Schule absolviert haben.⁴³

-
- 1) APS-Zeitungsanalyse 2020 – Medien
 - 2) AB NR, 1971, S. 877; AB NR, 1971, S. 879 f.; AB NR, 1971, S. 881 f.; AB NR, 1971, S. 883; Bericht SRG vom 3.9.71.; NZZ, 2.4., 12.6., 22.8. und 14.12.71; Vat., 8.4.71.
 - 3) Presse vom 17.2.78; Zoom-Filmberater, 1.3.78; CdT, 8.4.78; TA, 15.4., 21.4., 28.4., 7.7. und 8.7.78; SZ, 20.7., 11.8. und 9.12.78; Vr, 8.7. und 10.7.78; NZZ, 2.10., 21.6. und 24.11.78; LNN, 16.11., 1.12. und 27.12.78; Vat., 7.12.78; Bund, 10.12.78.
 - 4) AB NR, 1979, S. 558 f.; Vr, 26.2.79; TW, 9.3.79; LNN, 12.3.79; Presse vom 22.6., 7.9. und 11.10.79.
 - 5) AB NR, 1986, S. 621 ff.; Amt. Bull. NR, 1986, S.620ff.; Presse vom 8.1.86; TW, 11.1.86; BaZ, 11.1. und 6.6.86; TA, 6.6., 4.7. und 30.9.86; Vr, 25.6. und 4.7.86; NZZ, 4.7. und 30.9.86; Bund, 20.9.86.
 - 6) BBI, 1989, III, S. 1523 ff.; SRG Information, 23.2.89; TA, 14.4.89; BaZ, 1.11.89.; NZZ, 9.11.89.
 - 7) Presse vom 8.2.01; NZZ, 9.3.01.
 - 8) novelle, 5.6.01; Presse vom 31.8.01, 6.2.02 und 13.4.02; NZZ, 7.9.01, 25.1.02, 15.3.02 und 19.3.02.
 - 9) AZ, 6.2.04.; NZZ, 16.1.04.
 - 10) Medienmitteilung des Forschungsdienstes von SGR SSR Idée suisse vom 28.4.05.
 - 11) AZ, 28.4.06.
 - 12) Bund, 18.4.07.
 - 13) BaZ und Bund, 24.4.07.
 - 14) NZZ, 24.5.08.
 - 15) TdG, 24.6. und 21.9.70; GdL, 29.6. und 7.7.70; NZZ, 5.7., 13.9., 21.9. und 18.11.70; NZ, 13.8.70; Sonntags-Journal, 26. und 27.9.70; Vat., 22.10.70; BN, 20.11.70.
 - 16) Bircher (1975). Zur Situation der Linkspresse in der Schweiz, Profil 54/1975.; Leser-Zeitung, 13.2.75; TG, 15.2., 20.3. und 7.4.75; Vat., 15.2., 5.7.75 und 25.10.75; Tat, 26.2., 16.4. und 14.5.75; LNN, 4.3.75; Ldb, 11.4.75; Ww, 16.4.75; TA, 19.4. und 19.12.75; 24 Heures, 13.5.75; Konzept, 20.5.75; GdL, 4.11.75; TA, 7.11.75; NZZ, 21.3., 3.4., 14.6. und 29.11.75; NZ, 5.12.75; Bund, 7.12.75; Ostschw., 30.12.75.; Schmid (1976). Demokratie von Fall zu Fall.
 - 17) Presse vom 12.9.00; TG, 14.9.00.
 - 18) Presse vom 9.9.08; NZZ, 2.10.08.
 - 19) Wemf, Auflagebulletins, 2011; Presse vom 6.9.11; Lit. Rimscha und Siegert (Studie zur Medienzukunft).
 - 20) Mo, 17.3016; LT, 27.2.17; CdT, 13.3.17
 - 21) Vr, 15.3. und 12.9.79; BaZ, 6.2., 16.3. und 19.3.79; TA, 19.3.79; LNN, 30.6.79; NZZ, 8.9. und 12.9.79; JdG, 12.9.79; Ldb, 12.9.79.
 - 22) BBI, III, 1987, S. 10 ff.; Presse vom 1.9.87; Vat., 2.11.87.; Zoom, 38/1986, Nr. 7
 - 23) Univox 1 H-93; TA, 12.6.93.
 - 24) Amt. Bull. NR, 1999, S.507f.; Bund, 13.3.99; NZZ, 16.3.99; TA, 19.3.99; SZ, 3.7.99; Ww, 2.9.99; Presse vom 13.10.99.
 - 25) NZZ, 21.1.00.
 - 26) Bund, 13.6.00.

- 27) Presse vom 9.6.01; NZZ, 15.6.01.
 28) LT, 6.6.02; AZ, 20.6.02.
 29) TA, 6.7.06.
 30) AZ und NZZ, 5.7.07.
 31) Wemf, Auflagebulletins 2011; SoS, 19.1.11; NZZ, 6.9.11; zur Studie Lit. Kradolfer et al.
 32) BZ, 22.1. und 6.7.88; BaZ, 4.2. und 6.7.88.; Verwaltung und Organisation, 41/1987, S. 344 ff.
 33) AS, 1988, S. 2233; BBl, 1988, I, S. 1393; BaZ, 18.4. und 10.9.88; BÜZ, 19.4.88; NZZ, 8.8. und 9.9.88; JdG und SGT, 9.9.88; 24 Heures, 28.12.88.
 34) Die Volkswirtschaft, 62/1989, Nr. 3, S. 8 ff., S. 18 ff. und S. 22 ff.; Klartext, 1989, Nr. 5.; Vat., 19.1.89; BaZ, 1.3. und 6.12.89; 24 Heures, 6.5.89; AT, 12.9.89; NZZ, 29.9.89; L'Hebdo, 26.10.89.
 35) LNN, 9.2.90; TA, 22.6. und 8.9.90; SHZ, 18.10.90
 36) LNN, 27.4.91; BaZ, 29.4.91; Ww, 19.9.91.
 37) JdG, 17.4.91; BZ, 30.8.91; wf, Dok., 21.10.91.
 38) BZ, 5.10.92.
 39) wf, Radio-/TV-Spiegel, 1992, Nr. 26.
 40) BZ, 7.4.93. Vgl. auch Lit. Ogi
 41) LZ, 6.8.94; Klartext, 1994, Nr. 4, S. 5.50
 42) Presse vom 23.8.00; NLZ, 24.8.00; NZZ, 25.8.00 und 15.6.01; TA, 2.11.00
 43) NZZ, 5.11.08; Lit. Bundesamt für Statistik.