

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage **13.03.2024**

Thema	Keine Einschränkung
Schlagworte	Neue Medien
Akteure	Walder, Marc
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1965 – 01.01.2024

Impressum

Herausgeber

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

Beiträge von

Buchwalder, Mathias
Gerber, Marlène

Bevorzugte Zitierweise

Buchwalder, Mathias; Gerber, Marlène 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Neue Medien, 2020 – 2023*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 13.03.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Presse	2

Abkürzungsverzeichnis

KVF-NR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
EU	Europäische Union
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
EMEK	Eidgenössische Medienkommission

CTT-CN	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
UE	Union européenne
SSR	Société suisse de radiodiffusion
COFEM	Commission fédérale des médias

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Medien

BERICHT

DATUM: 31.12.2023

MATHIAS BUCHWALDER

Rétrospective annuelle 2023: Médias

Moribonde après le refus du paquet d'aide aux médias en février 2022, la politique médiatique a cherché un second souffle en 2023. Pour ce faire, la Commission fédérale des médias (COFEM) a proposé dès le début de l'année de changer de paradigme par rapport à la politique actuelle, en introduisant un soutien étatique indépendant du support de diffusion. Audacieuse, la proposition a bénéficié d'un certain écho dans la presse. De quoi donner des idées, peut-être, au nouveau conseiller fédéral en charge des médias, l'UDC Albert Rösti. Si la proposition de la COFEM ne s'est pas (encore) traduite au Parlement, trois initiatives parlementaires **retenant certains aspects du paquet d'aide aux médias** occupent actuellement l'agenda. Intégrant les demandes d'une des initiatives, un avant-projet prévoit une augmentation des aides indirectes à la presse pour une durée limitée de sept ans. Cet avant-projet a été soumis à consultation par la Commission des transports et des télécommunications du Conseil national (CTT-CN). Les deux autres initiatives parlementaires visent d'une part à introduire une aide aux médias électroniques, et d'autre part à augmenter la quote-part de la redevance attribuée aux radios et télévisions régionales au bénéfice d'une concession.

En 2023, la pression s'est accentuée sur le **service-public**. L'**initiative SSR**, ou «200 francs, ça suffit!», a été déposée fin août auprès de la Chancellerie fédérale. Figurant à l'origine parmi les initiant.e.s, Albert Rösti avait anticipé le dépôt du texte en annonçant en avril suspendre les travaux concernant la nouvelle concession de la SSR, dans le but de réaliser une évaluation générale de l'entreprise de service-public. En novembre, le Conseil fédéral, soucieux de proposer une alternative à l'initiative, a mis en consultation une baisse en deux étapes de la redevance des ménages à CHF 300 francs d'ici 2029. Le gouvernement estime qu'une réduction à CHF 200 francs, comme le souhaitent les initiant.e.s, aurait des conséquences drastiques sur l'offre journalistique. En outre, les entreprises dont le chiffre d'affaire annuel est inférieur à CHF 1.2 millions (contre CHF 500'000 actuellement) seraient exemptés de la redevance avec le projet du Conseil fédéral. De son côté, l'initiative prévoit de supprimer totalement la redevance des entreprises. L'annonce du Conseil fédéral a fait couler de l'encre dans la presse. C'est en effet au mois de novembre que la part des articles concernant la politique médiatique a atteint son pic. Ils comptaient pour 4 pour cent de l'ensemble des articles traitant de politique nationale comme l'indique l'analyse APS des journaux 2023. Malgré ce pas dans leur direction de la part du Conseil fédéral, les initiant.e.s ont annoncé maintenir l'initiative, qui devrait donc être soumise au verdict des urnes prochainement. De quoi promettre des débats intenses en 2024.

Autre dossier en cours, le **projet de révision du droit d'auteur** du Conseil fédéral a été soumis à consultation en 2023. En prévoyant que les services en ligne comme Google, Facebook ou Youtube versent une rémunération aux médias pour l'utilisation d'extraits de leurs publications, comme cela est déjà le cas dans l'UE, le Conseil fédéral pourrait bien avoir ouvert la boîte de Pandore. En effet, de nombreuses voix s'élèvent pour que la question de la **régulation de l'intelligence artificielle** (IA) soit traitée dans cette révision.

La thématique de l'intelligence artificielle a également été au menu de l'**annuaire 2023 sur la qualité des médias**. En effet, l'une des nombreuses études publiées dans le document référence de la qualité médiatique en Suisse a indiqué que la population n'avait pour l'heure qu'une faible acceptation pour les contenus générés par l'intelligence artificielle. Parmi les autres enseignements de l'annuaire, la mesure à long terme de la qualité des médias montre le meilleur niveau global depuis 2015. En particulier, la pertinence de la couverture médiatique augmente, car les médias traitent davantage de politique. Au rayon des nouvelles moins réjouissantes, la part des «indigentes et indigents en matière d'information», dont la consommation d'actualités est inférieure à la moyenne, se monte à 43 pour cent de la population, ce qui constitue un nouveau record.

Enfin, plusieurs affaires pourraient avoir causé un **dégât d'image** à la branche

médiatique en 2023. En début d'année, la révélation des échanges fréquents entre Marc Walder, CEO de Ringier, et Peter Lauener, chef de la communication d'Alain Berset, durant la pandémie, a mis en lumière une proximité malvenue entre médias et politique. Parallèlement, différentes affaires de mobbing et de harcèlement ont éclaboussé la presse alémanique. Des révélations sur certaines pratiques intolérables ont mené à des licenciements dans les groupes Tamedia et Ringier, et au sein du magazine Republik. En outre, une vague de **licenciements**, notamment en Suisse romande, a fait les gros titres aux mois de septembre et octobre: Tamedia a annoncé la suppression de 56 postes dans ses titres payants et gratuits.¹

Presse

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 16.02.2020
MARLÈNE GERBER

Rund um **Ringier Axel Springer** und den dem Medienhaus angehörenden «Blick» gab es im Jahr 2020 bedeutende Entwicklungen. An der Dreikönigstagung Anfang Januar 2020 konstatierte Ringier-CEO Marc Walder, dass über 70 Prozent aller Einnahmen aus der Digitalwerbung in der Schweiz an Konzerne im Ausland abflössen. Im selben Atemzug gab er den **Wiedereintritt von Ringier in den Verlegerverband** bekannt, damit sich die Schweizer Medienlandschaft vereint gegen die grossen Technologiekonzerne stellen könne. Ringier war 2015 aus dem Verlegerverband ausgetreten, nachdem von den anderen Medienkonzernen Kritik an Ringier und dessen Beteiligung an der Werbeallianz «Admeira» mit der SRG und der Swisscom laut geworden war. Nachdem bereits die SRG 2018 ihre Anteile an der Werbeallianz verkauft hatte, gab auch die Swisscom im Februar 2020 bekannt, die Allianz zu verlassen, womit diese in den Alleinbesitz von Ringier überging und zu einem rein privaten Unternehmen mutierte. Ringier plante eine Neuausrichtung von Admeira; diese soll sich künftig auf die Vermarktung von TV-Werbung konzentrieren.

Ebenfalls im Februar hob Ringier den ersten digitalen Fernsehsender der Schweiz aus der Taufe. **Blick TV** startete mit 48 Mitarbeitenden und wird vom ehemaligen «Arena»-Moderator Jonas Projer geleitet. Von 6 bis 23 Uhr sollen Nutzerinnen und Nutzer via die «Blick»-App oder -Homepage einen integrierten Live-TV-Kanal verfolgen können, dessen Nachrichten laufend ausgetauscht werden. 180 Sekunden nach einer Eilmeldung soll über diese bereits berichtet werden, lautete die Vorgabe an Chefredaktor Projer. Die Nutzung des Fernsehenders ist kostenlos, wird jedoch unterbrochen durch Werbespots, die nicht übersprungen werden können. Mit dem neuen Format beabsichtigte Ringier, zusätzliche Werbegelder zu generieren und das jüngere Publikum verstärkt anzusprechen. Die Produzenten planten ferner, Blick TV ins herkömmliche Fernsehprogramm zu integrieren. Gemäss Bericht der AZ erwarteten auch die politischen Parteien das neue Format mit Spannung, da sie gemerkt hätten, dass sie ihre Themen und Positionen via die herkömmlichen Medien nicht ausreichend portieren könnten. «Dass wir unsere Botschaft unverzerrt und im O-Ton ans Publikum bringen», versprach sich etwa der damalige SVP-Präsident Albert Rösti von Blick TV.

Nicht zuletzt wurde im Februar 2020 bekannt, dass **die Mobiliar 25 Prozent des Aktienkapitals von Ringier übernimmt**. Zur Frage, wie viel die Mobiliar für die Beteiligung eingesetzt hatte, wurde Stillschweigen vereinbart. Die NZZ vermutete, es handle sich um einen «hohen dreistelligen Millionenbetrag». Mobiliar-Verwaltungsratspräsident Urs Berger und Konzernchef Markus Hongler nehmen neu Einstieg im Verwaltungsrat von Ringier. Bereits seit vier Jahren hatten die beiden Unternehmen mit dem Joint Venture «Scout 24 Schweiz» gemeinsame Erfahrungen gemacht. Die Mobiliar sehe mit dem Einstieg in den Ringier-Konzern die Möglichkeit, mit dem bei Ringier gesammelten digitalen Know-How die eigene Digitalisierungsstrategie schneller voranzutreiben, erklärte Hongler gegenüber den Medien. Ihn interessiere in erster Linie die Plattformökonomie, respektive Geschäftsmodelle, die Anbieter und Interessenten auf einem digitalen Markt zusammenbringen. 72 Prozent des operativen Gewinns erarbeitete Ringier zum gegebenen Zeitpunkt im digitalen Bereich. Gemäss CEO Walder gehöre Ringier zu denjenigen europäischen Medienunternehmen, deren digitale Transformation am weitesten fortgeschritten sei.

Ende Oktober 2020 wurde bekannt, dass die digitale Version des «Blick» unter noch unbekanntem Namen ab 2021 **auch in französischer Sprache** zu lesen sein wird. Eine Expansion in die Romandie hatte beinahe zeitgleich auch das CH Media gehörende Online-Portal «Watson» bekannt gegeben. Medienberichten aus konkurrenzierenden Verlagshäusern war zu entnehmen, dass diesem Unterfangen keine reinen Marketingüberlegungen zu Grunde lägen, sondern dass der Entscheid eher die Folge

einer «nüchterne[n] betriebswirtschaftliche[n] Logik» (TA) sei. Mit der Expansion könne den Werbekunden ein einheitlicher und nationaler Auftritt versprochen werden, womit die Abwanderung von Werbegeldern zu den Tech-Giganten verlangsamt werden könne.²

1) Analyse APS des journaux 2023 – Médias

2) NZZ, 19.10.19; AZ, 8.1.20; NZZ, TA, 9.1.20; TA, 3.2.20; AZ, Blick, NZZ, TA, 4.2.20; WW, 6.2.20; SoZ, 9.2.20; Blick, NZZ, 14.2.20; AZ, 15.2.20; Blick, 17.2.20; AZ, Blick, TA, 18.2.20; Blick, 19.2.20; WW, 20.2.20; NZZ, TA, 22.2.20; Blick, 11.6.20; Blick, Lib, 6.10.20; TA, 7.10.20; NZZ, 12.10.20