

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	24.04.2024
Thema	Keine Einschränkung
Schlagworte	Pressebranche
Akteure	Flach, Beat (glp/pvl, AG) NR/CN, Aeschi, Thomas (svp/udc, ZG) NR/CN
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: Pressebranche, 2020 - 2022*. 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

Abkürzungsverzeichnis

UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
KVF-NR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
BAG	Bundesamt für Gesundheit
UBI	Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
SGV	Schweizerischer Gewerbeverband
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
BankG	Bankengesetz

DETEC	Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication
CTT-CN	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
OFSP	Office fédéral de la santé publique
AIEP	Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision
SSR	Société suisse de radiodiffusion
USAM	Union suisse des arts et métiers
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de recherche)
LB	Loi sur les banques

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Medien

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 16.03.2020
MARLÈNE GERBER

Die **Corona-Krise** wirkte sich in verschiedenster Hinsicht auf die Medien aus. Einerseits verschaffte das aufgrund der Corona-Pandemie gesteigerte Informationsbedürfnis den Medien einen **rekordhohen Nutzungszuwachs**. Die NZZ-Mediengruppe etwa vermeldete Mitte April 2020 historische Höchstwerte im Online-Bereich. Die gedruckte Ausgabe hatte ferner um 10 Prozent zugelegt und in einem Monat konnten 9000 neue Abonnentinnen und Abonnenten gewonnen werden. Publicom verzeichnete im August 2020 eine starke Zunahme der Bedeutung sämtlicher Medien. An Einfluss gewonnen hatte dabei insbesondere die SRG: Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gaben im Rahmen der mediaBrands-Studie 2020 an, dass die Bedeutung der SRG-Medien für sie zugenommen habe. Noch vor den Streaming-Diensten (+31%) folgten die privaten Radio- und Fernsehprogramme (+37%). Die Zunahme der Bedeutung von Social Media, bezahlten Zeitungen (Print oder Online) und Gratiszeitungen betrug je um die 25 Prozent. In den Medien selber war 2020 häufig zu lesen, dass seriöser Journalismus systemrelevant sei.

Andererseits führten die durch die Corona-Massnahmen herbeigeführten Einschränkungen für das Gewerbe und den Veranstaltungssektor zu einem **massiven Einbruch der Werbeeinnahmen**, der nicht durch die steigenden Nutzungszahlen kompensiert werden konnte. Der Verband Schweizer Medien rechnete im März rein für den Printwerbemarkt mit einem Rückgang von CHF 400 Mio. und damit, dass rund vier von fünf Inseraten storniert würden. Die Verschiebung der auf Mai angesetzten Volksabstimmungen verschlechterte die kurzfristige finanzielle Situation dabei noch zusätzlich. Auch die privaten Radio- und Fernsehstationen gaben im April an, dass ihre Werbeerträge seit Beginn der Corona-Krise um 60 bis 90 Prozent gesunken seien. Vom Wegfall der Werbegelder besonders hart getroffen wurden komplett werbefinanzierte Medien wie Gratiszeitungen. «20 Minuten» schätzte, rund 20 Prozent der Leserschaft ihrer Print-Ausgabe eingebüsst zu haben, da die Nutzung des öffentlichen Verkehrs während der Pandemie stark abgenommen habe und allenfalls auch Bedenken vor einer Ansteckung Personen daran gehindert hätten, eine bereits gelesene Zeitung ebenfalls in die Hand zu nehmen. Die Pendlerzeitung war als Folge davon umfangmässig stark geschrumpft und nur noch in jeder Sprachregion in einer Version erhältlich. Auch die 30 Gratisanzeiger von alt-Bundesrat Christoph Blocher kamen aufgrund des Werberückgangs in finanzielle Schieflage und erschienen nicht mehr oder nur noch sporadisch. Gut aus der Krise kam indes das Online-Magazin «Republik», das nicht auf Werbegelder angewiesen ist und das sich während der Krise mit seinem täglichen Covid-19-Uhr-Newsletter einen Namen machte – dies gar bis in die Reihen der «Weltwoche». Speziell litten auch kleinere Magazine, so etwa das Westschweizer Wochenmagazin «Micro», dessen Abonnentenkreis in erster Linie aus Cafés, Restaurants oder Coiffeursalons bestand und das aufgrund behördlich verordneter Schliessung dieser Betriebe sowie des nach der Wiedereröffnung auferlegten Auslegeverbots von Zeitungen den eigenen Betrieb im Mai einstellen musste. Betriebsschluss gab im Frühjahr ebenfalls die Waadtländer Wochenzeitung «Le Régional» bekannt.

Die grossen Medienakteure reagierten prompt auf die sich rapide verschlechternde Finanzsituation. Als erstes grosses Medienunternehmen beantragte die TX Group in der zweiten Märzhälfte flächendeckend **Kurzarbeit** bis Ende September, begleitet von anderen Massnahmen, wie etwa einer Zwangsreduktion des Arbeitspensums für alle Mitarbeitenden um 10 Prozent. In einer von über 2500 Personen unterschriebenen Online-Petition taten verschiedene prominente Personen aus Journalismus und Politik ihren Unmut über diese Beschlüsse kund. «Ein Medienkonzern mit staatspolitischer Verantwortung und vollen Kassen» müsse jetzt «Personal aufstocken, nicht reduzieren», lautete die Begründung in der Petition. Im Nachhinein korrigierte die TX Group die Lohnauszahlung von 90 Prozent auf 100 Prozent zurück und gab bekannt, dass das Management für 2020 auf Boni verzichte. Dass die TX Group nur zwei Wochen nach Bekanntgabe der Kurzarbeit Dividenden in der Höhe von CHF 37 Mio. für das Geschäftsjahr 2019 ausschüttete, stiess in den Medien erneut auf Unverständnis. Im April tat es die NZZ-Gruppe, nach eigenen Angaben aus Gründen der Kontinuität in der Dividendenpolitik, der Konkurrenz indes gleich (CHF 8 Mio.). Einen anderen Weg schlug

CH Media ein. Die Mediengruppe wandelte die vorgesehenen Dividenden in Darlehen um, um die Liquidität des Unternehmens zu sichern. Doch auch CH Media führte Ende März Kurzarbeit ein. Fast zeitgleich kündigte Ringier punktuelle Kurzarbeit bei Jobcloud, Ticketcorner und der Vermarktungstochter Ringier Sports an. Anfang April gab auch die NZZ-Mediengruppe bekannt, für Bereiche, wo es pandemiebedingt zu Arbeitsausfällen komme, Kurzarbeit zu beantragen. Darüber hinaus beschloss das Unternehmen eine teilweise reduzierte Printausgabe und die Verschiebung des Relaunch von NZZ Folio auf den Spätsommer. Eine Woche später folgte die SRG und beantragte Kurzarbeit für rund 600 Mitarbeitende, wobei sie als Gründe neben den wegfallenden Werbeeinnahmen ebenfalls die Absage der Olympischen Spiele und der Fussball-Europameisterschaft anbrachte.

Sowohl der Verband Schweizer Gratiszeitungen als auch der Verband Schweizer Privatradios und der Verlegerverband wandten sich im März **hilfesuchend an den Bund**. Anfang April machten die Medien publik, dass UVEK-Vorsteherin Simonetta Sommaruga mit einem Nothilfepaket für die Medien in der Höhe von CHF 78 Mio. im Gesamtbundesrat aufgelaufen sei. Die WOZ und die AZ vermuteten, dass hier abgesehen von Fragen rund um die Unabhängigkeit der Medien auch die Entscheide in Bezug auf Kurzarbeit und Dividendenauszahlungen der grossen Medienhäuser eine Rolle gespielt hätten. Mitte April sandten private Radio- und Fernsehstationen erneut einen Hilferuf ans Parlament. Werde nichts unternommen, müssten vielen Regionalstationen in Kürze ihre Sendungen reduzieren oder gar einstellen; einzelnen Stationen drohe gar die Schliessung. In der ausserordentlichen Session zur Bewältigung der Corona-Krise beschloss das Parlament strukturelle Hilfe für die Medien (Mo. 20.3145; Mo. 20.3154; Mo. 20.3146; Mo. 20.3155). In Notverordnungen regelte der Bundesrat daraufhin eine Soforthilfe für die elektronischen Medien und für die Presse. Die Unterstützungsleistung für Letztere knüpfte er an die Bedingung, dass die herausgebenden Verlage für das Geschäftsjahr 2020 keine Dividenden ausschütteten. Ein im Rahmen der Beratungen zum Covid-19-Gesetz eingebrachter Antrag einer Minderheit Aeschi (svp, ZG), der den Begünstigtenkreis auf die Gratiszeitungen ausweiten wollte, scheiterte trotz geschlossen stimmender SVP-Fraktion mangels Unterstützung über die Fraktion der FDP.Liberalen hinaus. Weitere Unterstützungsmassnahmen, die bereits vor der Pandemie aufgegleist worden waren, waren im Massnahmenpaket zur Förderung der Medien enthalten, über das die Räte 2020 erstmals berieten. Da die im Massnahmenpaket vorgesehene Unterstützung von Online-Medien umstritten war, konnten 2020 weder ein Ausbau der indirekten Presseförderung noch Massnahmen zur Unterstützung der elektronischen Medien auf gesetzgeberischem Weg institutionalisiert werden.

In der zweiten Jahreshälfte wurde klar, dass die beschlossene Soforthilfe den **Strukturwandel in der Presse** nicht aufhalten konnte. Ende Juni kommunizierte die NZZ ihre Pläne für ihre «Strategieschärfung». Einschneidende Sparmassnahmen gab die TX Group Ende August bekannt. Im September kündigte das Unternehmen CH Media, das gerade sein im November 2018 begonnenes Abbauprogramm abgeschlossen hatte, ein neues Effizienzprogramm an. Einen grösseren Stellenabbau kommunizierte zuletzt die SRG im Oktober.

Trotz der veränderten Recherchearbeit – auch die Medienhäuser setzten während der Corona-Pandemie verstärkt auf Homeoffice – war die **Qualität der Medienberichterstattung über die Corona-Pandemie** «relativ gut», wie das Jahrbuch Qualität der Medien nach Analyse der Berichterstattung bis Ende April 2020 konstatierte. Neben der mangelhaften Einordnungsleistung bemängelte die Studie auch die Kritikfähigkeit der Medien während der Corona-Krise. Das vom Fög präsentierte Jahrbuch kam zum Schluss, dass die Medien vor dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 zu unkritisch berichtet hatten. Fragen rund um die Behördentreue der Medien waren 2020 ebenfalls Teil der gesellschaftlichen Debatte. Zwei Professoren für Volkswirtschaftslehre etwa sprachen in der NZZ von einem «grundsätzlichen Systemversagen». Der normalerweise recht ausgewogene Meinungswettbewerb funktioniere gerade in Krisenzeiten nicht, da zu Beginn einer Krise noch wenig Wissen und viel Unsicherheit vorhanden seien und man sich zur Minimierung des Fehlerrisikos in solchen Situationen eher an den Behörden orientiere, um sich weniger leicht angreifbar zu machen. Erst nach und nach seien die Medien in der Lage, fundierte Kritik zu äussern, was indes durch die Konsistenzanforderung von Qualitätsmedien wiederum erschwert würde. Die Wissenschaftler regten für Krisenzeiten die Schaffung einer Institution analog eines Advocatus Diaboli an, die bewusst anecken dürfe, um unter Berücksichtigung aller Argumente zu informierteren Meinungen zu gelangen. Unter den Autoren befand sich Reiner Eichenberger, der an der Universität Freiburg den Lehrstuhl

für Theorie der Finanz- und Wirtschaftspolitik innehat und der zuletzt im Frühjahr mit seinem Vorschlag einer kontrollierten Durchseuchung für Aufmerksamkeit gesorgt hatte. Eine abweichende Stimme fand sich auch in der Person des ehemaligen SRF-Fernsehjournalisten Reto Brennwald, der mit seinem Dokumentarfilm «Unerhört» einen Dialog über die Verhältnismässigkeit der Corona-Massnahmen anregen wollte. Dass sich der Dialog zwischen behördenkritischen und behördentreuen Stimmen noch nicht etabliert hatte, zeigte nicht nur die Tatsache, dass nur vier Medienschaffende der Premiere des Films beiwohnten, sondern auch der Umstand, dass Aussagen des zum Podium geladenen und zum gegebenen Zeitpunkt bereits ehemaligen Leiters der Abteilung Übertragbare Krankheiten des BAG, Daniel Koch, von einem Coronaskeptischen Publikum mit Buhrufen oder Gelächter quittiert wurden.¹

BERICHT
DATUM: 31.12.2022
MATHIAS BUCHWALDER

Rétrospective annuelle 2022: Médias

En politique médiatique, l'année 2022 a incontestablement été marquée par le refus du **paquet d'aide aux médias** le 13 février. Avec 54,56 pour cent de non, la population suisse a enterré ce qui devait constituer une pierre angulaire du soutien à la presse et aux médias en ligne. Au terme d'une intense campagne, le Conseil fédéral et le Parlement ont été désavoués par le peuple. L'analyse VOX a démontré que les arguments des opposant.e.s ont été efficaces. Ceux-ci ont porté sur la répartition des subventions, et sur l'indépendance des médias vis-à-vis de l'État. Craignant pour la diversité du paysage médiatique, et en particulier pour la survie des journaux régionaux, les partisan.e.s ont été entendus en Suisse romande. En revanche, l'objet n'a pas convaincu outre-Sarine.

Sans surprise, c'est durant le mois précédant la votation que la proportion d'articles de presse sur le thème des médias était la plus élevée. En effet, au mois de janvier, cette part atteignait presque 9 pour cent de l'ensemble des articles de journaux sur la politique nationale. Malgré l'effet «votation», la proportion de coupures de presse consacrées aux médias sur l'année s'établit autour de 2 pour cent, dans les mêmes eaux que les années précédentes. Cela demeure bien loin de 2018, où la votation sur l'initiative No-Billag avait fait couler beaucoup d'encre dans la presse, comme le montre l'analyse APS des journaux 2022.

D'ailleurs, quatre ans après le clair rejet de No-Billag dans les urnes, l'échec du paquet d'aide aux médias a constitué une plateforme idéale pour une nouvelle initiative s'attaquant au **service-public**. L'UDC, accompagné de l'USAM et des jeunes PLR, a présenté début mars son **initiative «200 francs, ça suffit»**. Comme son nom l'indique, cette initiative souhaite réduire le montant de la redevance radio-TV à CHF 200 francs par ménage. Moins radicale que sa prédécesseur, qui prévoyait une suppression pure et simple de la redevance, elle met une fois de plus la pression sur le service-public. De manière générale, la **SSR n'a pas été épargnée par les critiques** cette année. Déjà pointés du doigt en 2021, les salaires des cadres ont à nouveau suscité des discussions dans la presse, alors que l'entreprise applique des plans d'économie pour réduire ses dépenses. Cependant, l'épisode le plus médiatisé a concerné l'incident entre Sandro Brotz et le conseiller national Thomas Aeschi (udc, ZG) dans l'émission Arena. Le présentateur-vedette du programme a taxé de «racistes» des propos tenus par Aeschi au Parlement. Outrée, l'UDC a répliqué en boycottant l'émission. Après le dépôt d'une plainte, l'AIEP a jugé que Brotz avait violé le principe d'objectivité en qualifiant ainsi les propos du chef du groupe UDC aux chambres.

Outre la réduction de la redevance pour les ménages, l'initiative «200 francs, ça suffit» comprend également un volet qui prévoit d'**exempter les entreprises de payer la redevance**. Une ambition partagée par une initiative parlementaire finalement refusée par le Conseil des États (le Conseil national l'avait en revanche acceptée) au motif que le peuple aura l'occasion de se prononcer sur le sujet. Un signe que dans les travées du parlement, peu de doute subsiste quant au fait que l'initiative de l'UDC va aboutir. Elle se trouve actuellement au stade de la récolte de signature. Avec un délai allant jusqu'à décembre 2023, la presse a souligné que cette initiative faisait sans aucun doute partie de la stratégie de l'UDC en vue des élections fédérales d'octobre 2023. Alors que la majorité des partis devraient s'opposer à l'initiative, l'UDC souhaiterait surfer sur la vague de scepticisme qui règne dans une partie de la population à l'encontre des médias.

L'année a donc été **compliquée pour les médias**. Ce constat est partagé par l'**annuaire 2022 sur la qualité des médias**. Le rapport réalisé par le fög démontre que l'intérêt

pour l'actualité diminue en Suisse. En particulier, une étude indique que les jeunes passent en moyenne sept minutes par jour à consulter des «news» sur leur téléphone portable. En outre, les consommateurs et consommatrices se montrent réticents à payer pour des contenus, accentuant les difficultés financières de la branche. Cependant, le rapport relève que la couverture médiatique demeure de bonne qualité en Suisse. Les auteur.e.s refusent donc de peindre le diable sur la muraille, en proposant diverses pistes pour améliorer la situation. De manière générale, certains observateurs et observatrices se sont inquiétés de la situation des médias, allant même jusqu'à dire qu'un «vent défavorable pour les médias» souffle au Parlement. Ces déclarations ont fait suite à la décision du Conseil des États d'assouplir les exigences pour faire recours aux mesures provisionnelles. Ces inquiétudes provenaient également de l'affaire dite des «Suisse secrets», une enquête à laquelle n'ont pas pu participer les médias suisses, entravés par un article de la loi sur les banques (LB). Une motion a été déposée au Parlement afin de mener une réflexion sur une éventuelle modification de l'article en question.

Après le gros coup d'arrêt provoqué par le rejet du paquet d'aide aux médias, diverses interventions parlementaires ont été déposées afin de relancer les débats. La Commission des transports et des télécommunications du Conseil national (CTT-CN) a proposé de reprendre les mesures du projet qui n'étaient pas contestées durant les débats parlementaires et la campagne. Des mesures essentielles selon la commission, mais qui n'ont pas convaincu la majorité du Conseil national. Appelant à respecter la décision populaire, les opposants de cette initiative parlementaire ont demandé à ce que les résultats d'un postulat soient entendus avant de prendre de nouvelles mesures. Le postulat en question, accepté par la chambre du peuple peu après le vote sur l'aide aux médias, charge le Conseil fédéral de présenter une nouvelle stratégie pour la politique médiatique, afin de ne pas répéter les erreurs commises lors de la conception du paquet d'aide aux médias. Dans l'attente de nouvelles mesures, la CTT-CN a proposé de prolonger les mesures transitoires de soutien à la presse écrite, mises en place durant la pandémie. Cette option a finalement été refusée au Conseil des États.

En outre, le Parlement a rejeté une motion qui proposait de distribuer des bons aux personnes de 16 à 25 ans pour qu'elles puissent s'abonner à un média de leur choix, et a accepté un postulat visant à réguler les discours haineux sur les réseaux sociaux. Enfin, le Conseil national a refusé de prolonger l'utilisation de la diffusion FM. Cette technologie sera donc, comme prévu, abandonnée en 2024.²

1) Publicom, 26.8.20; Republik, 3.4.20; NZZ, 14.3.20; TA, 23.3.20; LT, 26.3.20; NZZ, 27.3.20; BZ, 28.3., 1.4.20; LT, NZZ, WW, WoZ, 2.4.20; So-Bli, 5.4.20; Blick, 8.4.20; LT, WoZ, 9.4.20; CdT, 10.4.20; AZ, 15.4.20; AZ, NZZ, 18.4.20; AZ, Exp, 22.4.20; LT, 25.4.20; SoZ, 26.4.20; LT, 8.5.20; LT, NZZ, 16.5.20; LT, 26.5.20; BZ, 12.6.20; NZZ, 27.8., 29.8.20; WW, 3.9.20; NZZ, 12.10., 26.10., 2.11.20

2) Analyse APS des journaux 2022 – Médias