

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Radio und Fernsehen  
2501 Biel/Bienne

per Mail

Bern, 22. März 2011

## **Anhörung zu den Studien «Zukunft der Medien in der Schweiz»**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 4. Februar 2011 laden Sie verschiedene Organisationen zur Stellungnahme zu medienwissenschaftlichen Studien ein, die aufgrund des Postulats «Pressevielfalt sichern» erstellt wurden. Wir sind sehr erstaunt, dass die Interessengemeinschaft Mitgliederpresse, die wesentlicher Ansprechpartner zu Publikationen von nicht gewinnorientierten Organisationen ist, nicht zur Anhörung eingeladen wurde. Wir erlauben uns dennoch, Ihnen unsere Stellungnahme zukommen zu lassen. Wir beschränken uns dabei auf den Schlussbericht «Evaluation der Presseförderung seit 2008 und alternativer Modelle».

## **Bemerkungen zum Untersuchungsdesign**

Bei der Revision des Postgesetzes im Jahr 2007 wurde die Presseförderung eingeschränkt. In der seit dem 1. Januar 2008 gültigen Regelung wird die Presseförderung auf die Regional- und Lokalpresse sowie abonnierte Zeitungen und Zeitschriften von nicht gewinnorientierten Organisationen (Mitgliedschaftspresse) fokussiert (Art. 15 PG). Aufgrund der expliziten Erwähnung der Mitgliederpresse würde man eine vertiefte Auseinandersetzung mit dieser Medienkategorie vermuten.

Wir mussten jedoch feststellen, dass die Untersuchung den Einbezug der Standpunkte der Mitgliederpresse systematisch ausblendet und ein völlig einseitiges Untersuchungsdesign aufweist:

- Die beauftragte Firma Ecoplan hat die Schweizerische Post bei der Erarbeitung der derzeit gültigen Tarifmodelle beraten. Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass sie das von ihr entwickelte Tarifmodell als wegweisend preist. Die (nicht deklarierte) Interessenbindung des Auftragnehmers *beeinträchtigt* jedoch eine unvoreingenommene Untersuchung.

- Verschiedene Interviewpartner und Auskunftspersonen der Schweizerischen Post, der Postregulationsbehörden sowie des Verbands Schweizer Medien konnten ihr Wissen und ihre Standpunkte in die Untersuchung einbringen. Die Interessengemeinschaft Mitgliederpresse wurde dagegen *nicht* einbezogen.
- Das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (IKMB) erstellte im Jahr 2005 im Auftrag der Interessengemeinschaft Mitgliederpresse die erste und bisher einzige wissenschaftliche Untersuchung zur «Mitgliederpresse von Nonprofit-Organisationen in der Schweiz»<sup>1</sup>. Obwohl diese Studie wertvolle Aufschlüsse über Merkmale der herausgebenden Organisationen, Zeitschriften, Redaktionen und Redaktionsleiter gibt, wurde Sie vom Auftraggeber *nicht* konsultiert und sie *fehlt* im Literaturverzeichnis.
- Obwohl der Schlussbericht nach der Schlussabstimmung über das revidierte Postgesetz fertig gestellt wurde, wurde das neue Postgesetz in keiner Art und Weise einbezogen. Damit ist auch der Wille des Parlaments, die Presseförderung in bisheriger Weise unter Einschluss der Mitglieder- und Stiftungspreise weiterzuführen, *nicht* berücksichtigt.

### **Funktionen der Mitgliederpresse in der Medienlandschaft**

Die ecoplan-Studie verzichtet auf eine Beschreibung der Funktionen der Mitgliederpresse in der Schweizer Medienlandschaft. Inhalte dazu liefert die bereits erwähnte Untersuchung des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern.

In der Studie wird festgehalten: «Die Mitgliederzeitschriften, ihre herausgebenden Organisationen, die Redaktionen und Redaktionsleiter zeichnen sich durch eine enorme Vielfalt aus.» (Hoffmann/Spranger, S. 91). Diese Vielfalt ist Ausdruck einer lebendigen Zivilgesellschaft. Diese Vielfalt ist gesellschaftlich erwünscht und notwendig, auch wenn sich bei der Ausgestaltung der Presseförderung damit Abgrenzungsprobleme ergeben können.

Mit ihrer kontinuierlichen Berichterstattung zu den Themen der jeweiligen Organisation und ihrer Mitglieder oder Spender erfüllt die Mitgliederpresse eine spezifische medienpolitische Funktion. Dazu Prof. Dr. Roger Blum: «Allerdings leiden jene Medien, die dem allgemeinen Interesse dienen – also Fernsehkanäle und Radiosender mit einem universellen Programm, Tageszeitungen, Sonntagszeitungen, Pendlerzeitungen, Wochenmagazine, Nachrichtenportale im Internet – zunehmend an Defiziten. Sie berichten nicht mehr ausführlich über die Parlamente. Sie widmen den Abstimmungsthemen nicht mehr alle ausreichend Platz. Sie diskutieren zum Teil über Abstimmungen erst, wenn die Schlacht geschlagen ist und die Resultate des Urnengangs verkündet werden. Sie behandeln Themen nur solange, als sie skandalisiert werden, und lassen sie nachher sogleich wieder fallen. Sie folgen Aufmerksamkeitskonjunkturen. (...)

---

<sup>1</sup> Hoffmann, Jochen; Spranger, Daniela: Die Mitgliederpresse von Nonprofit-Organisationen in der Schweiz. Abschlussbericht. Bern, 28.10.2005.

Mit anderen Worten: weil die Medien zunehmend auf den Kommerz ausgerichtet sind, weil sie um Marktanteile kämpfen und dabei darauf achten müssen, dass sie dem Publikum die richtige Mischung servieren, kommen langfristige politische, ökonomische und gesellschaftliche Entwicklungen zu kurz. Genau da hakt die Mitgliederpresse ein. Die jeweiligen Zeitschriften behandeln ihr Thema kontinuierlich, konsequent und mehrheitlich auch kompetent. Damit füllen sie die Lücke, die general-interest-Medien hinterlassen.»<sup>2</sup>

Insgesamt übt die Mitgliederpresse damit eine komplementäre Funktion zu den auf Tagesaktualität bezogenen Medien aus. Da oft gesamtschweizerische Organisationen Mitgliederzeitschriften herausgeben, entsteht ein gesamtschweizerischer, die Sprachgrenzen überwindender Diskurs.

## **Bemerkungen zu einzelnen Feststellungen der Studie**

### *Förderung*

Die Studie schlägt vor, auf die Förderung der Mitgliederpresse zu verzichten oder diese zumindest selektiver zu auszugestalten. Die Autoren ziehen diesen Schluss aus einer Auswertung der thematischen Zuordnung durch die Post (!). Die Autoren stellen darauf die Frage, ob die Förderung tatsächlich mit der für die Demokratie zentralen Meinungsbildung zu begründen ist. Die Autoren stellen dazu jedoch keine vertieften Abklärungen oder Überlegungen an. Die bereits erwähnte IKMB-Studie, die diesen Fragen vertieft nachgeht, wird nicht konsultiert. Die Studie ist an diesem Punkt völlig oberflächlich und die abgeleitete Schlussfolgerung ist somit nicht statthaft.

### *Mehrkosten bei Wegfall der Presseförderung*

Die Autoren behaupten, dass ein Wegfall der Presseförderung pro Mitglied nur zu geringen Mehrkosten führe. Dabei wird übersehen, dass ein Mitgliederbeitrag verschiedene Leistungen an die Mitglieder umfasst. Die Information über die Aktivitäten und Themen der Organisation ist eine wichtige, aber nicht die einzige Leistungskomponente. Als Bezugsrahmen ist folglich nicht der gesamte Mitgliederbeitrag, sondern der Kostenanteil für die Mitgliederzeitschrift zu nehmen. Eine deutliche Erhöhung des Versandtarifs führt dabei zu einer hohen Kostensteigerung für das Produkt Zeitung sowie zu hohen Mehrkosten für die Organisation. Diese Mittel fehlen dann für die übrigen Aufgaben der Organisation.

### *Zulassungskriterium*

Die Autoren vertreten die Ansicht, die hohe Bedeutung der Rechtsform sei problematisch, da diese schnell geändert werden könne und gleichzeitig aus Sicht der politischen Ziele wenig

---

<sup>2</sup> Referat Prof. Dr. Roger Blum an der Tagung Mitgliederpresse vom 21. November 2005.

relevant erscheine. Aus unserer Sicht ist die hauptsächliche Orientierung an der Rechtsform jedoch sinnvoll und praktikabel. Das Parlament hat bei der Beratung des Postgesetzes wiederum die Rechtsform als Zuordnungskriterium verwendet und durch die explizite Erwähnung der Stiftungen ergänzt. Mit der im Gesetz verankerten Formulierung, dass es sich um nicht gewinnorientierte Organisationen handeln müsse, lassen sich allfällige Missbräuche wirksam bekämpfen.

#### *Tarifmodell*

Die Studie schlägt vor, das derzeit gültige Tarifmodell («unveränderte Endpreise plus Teuerung») aufzuheben und durch eine Ermässigung pro Stück auf dem Posttarif zu ersetzen. Wir verschliessen uns einer Diskussion über ein neues Tarifmodell nicht grundsätzlich. Hingegen ist dabei zu beachten, dass Versandtarife für nicht geförderte Presseerzeugnissen ausschliesslich die kommerziellen Interessen der Post widerspiegeln. Ein Tarifmodell für geförderte Titel muss den Anliegen der Presseförderung durch geeignete Kriterien Rechnung tragen. Die Studie vertritt hier zu einseitig die Interessen der Post, die ja zu dieser Frage die Autoren als Berater beigezogen hatte.

Zum behaupteten Defizit aus der Zeitungsrechnung ist festzuhalten, dass dieses auf den Zahlen der Post beruht. Die Zahlen beruhen auf der heutigen Kostenstruktur der Post. Das Beispiel der Briefverteilzentren zeigt jedoch, dass Investitionen in neue Logistikprozesse zu nachhaltigen Kostensenkungen führen können. Die Berechnungen sind in diesem Sinne neu vorzunehmen.

#### *Vergleich mit anderen Ländern*

Für die Mitgliederpresse resultieren aus der Mehrsprachigkeit gewaltige Mehrkosten (Redaktionsleistungen, Übersetzungen, zusätzliche Ausgaben für Layout und Druck). Dieser Aspekt muss in die Überlegungen einfließen, wenn man die Schweiz mit anderen Ländern ohne Mehrsprachigkeit vergleicht. Die heutige Presseförderung ermöglicht, trotz Mehrkosten durch die Mehrsprachigkeit Mitgliederzeitschriften herauszugeben.

#### **Fazit**

Die Studie «Evaluation der Presseförderung seit 2008 und alternativer Modelle» ist auf Basis eines einseitigen Untersuchungsdesigns erstellt worden. Sie kann deshalb den Ansprüchen wissenschaftlicher Arbeit nicht genügen. Wir weisen die Schlussfolgerungen vollumfänglich zurück. Die Untersuchung ist unter direktem Einbezug der Mitgliederpresse sowie der IKMB-Studie von einem unabhängigen Institut erneut zu erstellen.

Freundliche Grüsse

Ursula Luder

LungenLiga Schweiz

Etienne Gross

Vertreter Sportsverbandspresse Swiss Olympic