

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 20 (1993)
Heft: 1

Artikel: Die Schweizer Medienszene in Bewegung : das Ende der Meinungsvielfalt?
Autor: Blum, Roger
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-910303>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 22.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Das Ende der Meinungsviel

In den letzten Jahren sind einige Schweizer Zeitungen von der Bildfläche verschwunden, andere konnten nur dank Fusionen überleben, praktisch alle kämpfen mit wirtschaftlichen Problemen. Die Schweizer Medienszene ist in Bewegung – und die Meinungsvielfalt in Gefahr.

Was ist mit den Schweizer Medien los? Das «Vaterland» und das «Luzerner Tagblatt» konnten trotz Inseratengemeinschaft nicht mehr allein weitermachen. Dem Berner «Bund» ging es so schlecht, dass sich der Medienkonzern Ringier mit 35 Prozent beteiligte. Die «Nordschweiz» in Basel, die «Basler AZ», der «Volksfreund» in Laufen und das «Aargauer

Roger Blum*

Volksblatt» in Baden erscheinen nicht mehr. «La Riviera» ging im «L'Est vaudois» auf. Der Bieler Verlag Gassmann übernahm «L'Impartial» in La Chaux-de-Fonds. Edipresse bindet die «Tribune de Genève» mehr und mehr an die Lausanner «24 heures» an. Bei der Genfer «La Suisse» herrscht Kurzarbeit. Die PTT wollen bei den Taxermässigungen für die Zeitungen sparen. Die SRG verliert ihr Publikum an ausländische Sender. RTL plus plant ein schweizerisches Werbefenster. Eine Volksinitiative des «Trumpr Buur» macht der SRG die Gebühren streitig. Ein privates Schweizer Fernsehen will bereits ab Anfang 1993 senden. Die Ereignisse überstürzen sich geradezu. Was ist los?

Folgen der Rezession

Zunächst: Es herrscht wirtschaftliche Rezession. Und da die Massenmedien mehrheitlich von der werbenden Wirtschaft abhängen, spüren sie die Folgen

ganz direkt: Weniger Stelleninserate, weniger Produktwerbung, und wenn, dann am ehesten noch in jenen Medien mit den grössten Reichweiten und den höchsten Einschaltquoten. Und da das Fernsehen seit letztem Frühling mehr Werbung senden darf und das neue Radio- und Fernsehgesetz neben werbefinanziertem Privatradio auch werbefinanziertes Privatfernsehen zulässt, gerät vor allem die Presse in Bedrängnis. Denn der Werbekuchen wird nicht nur an sich kleiner, er wird auch noch neu aufgeteilt. Das Fernsehen aber auch das direct mailing nehmen der Presse Werbeanteile weg. Auch wenn die Wirtschaft dieses oder nächstes Jahr wieder in Schwung kommen sollte, auch wenn die Werbebudgets wieder grösser und die Stellenanzeiger wieder dicker werden: so hoch wie in den achtziger Jahren werden die Inserateinnahmen der Zeitungen wohl nie mehr. Der aktuelle Ertragseinbruch markiert daher eine Wende, zwingt zu irreversiblen Entscheidungen, scheidet gewissermassen die Spreu vom Weizen.

Darum gibt es heute im schweizerischen Mediensystem so viel Bewegung wie schon lange nicht mehr. Es rumort. Vieles, was festgefügt schien, kommt ins Wanken. Der Wandel, der sich seit langem abzeichnet, beschleunigt sich jetzt, weil die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vielen Medienunternehmen gar keine Wahl mehr lassen. Es ist ein vierfacher Wandel:

- die fortschreitende Loslösung der Zeitungen von den Parteien
- die erstrangige Ausrichtung der Zeitungen auf die Agglomerationen und Wirtschaftsräume
- der zunehmende Einfluss der Wirtschaft auf die Massenmedien
- das sich abzeichnende Ende der schweizerischen Medienvielfalt.

Loslösung von den Parteien

Der erste Wandel ist im Grunde schon alt. Die Basler «National-Zeitung» ging bereits in den sechziger Jahren zur FDP auf Distanz, und in dieser Zeit gebärdete sich auch das «Badener Tagblatt» vorübergehend als nonkonform. Zeitungen der CVP wie das «Vaterland» oder der SP wie das Zürcher «Volksrecht»

brauchten etwas länger, bis sie sich nicht mehr als Organ ihrer Partei bezeichneten und sich auch anderen Strömungen öffneten. Die Emanzipation der Zeitungen von den Parteien entspricht dem Publikumsverhalten: Die Mehrheit der Schweizerinnen und Schweizer fühlt sich keiner Partei mehr verbunden und will sich auf keine politische Ideologie mehr festlegen lassen. Umgekehrt ist gerade die Minderheit, die sich noch zu Parteien bekennt oder die sogar in Parteien aktiv ist, weitgehend identisch mit jenen Leuten, die intensiv Zeitungen lesen. Und in jenen Kantonen, in denen es teilweise bis heute parteipolitisch getrennte Beizen, Musikkorps oder Schützenvereine gibt, gehörten auch separate Zeitungen für jedes Parteilager zum Ausdruck der politischen Kultur. Doch 1991 und 1992 fielen die letzten Bastionen: 1991 schlossen sich das katholische «Vaterland» und das liberale «Luzerner Tagblatt» zur «Luzerner Zeitung» zusammen, womit die historischen Gegner aus dem letzten Jahr-

Die Verteilung des Werbekuchens

1991 wurden gemäss einer Erhebung der Stiftung «Werbestatistik Schweiz» rund 5,878 Milliarden Franken in die Werbung gesteckt. Den grössten Teil dieses Werbekuchens ging an die Printmedien und die Direktwerbung, wobei die Zeitungen in den vergangenen Jahren massive Anteile verloren haben: sie fielen von 37 (1988) auf 32 Prozent (1991) zurück.

Werbeaufkommen

1991:	in Mio. Fr.	in %
Presse	2482	42,2
Zeitungen	1879	32,0
Zeitschriften	603	10,2
Lokalradio	65	1,1
Werbefernsehen	220	3,7
Teletext	7	0,1
Kino	29	0,5
Aussenwerbung	398	6,7
Adressbücher	99	1,7
Messen/Ausstellungen	177	3,0
Direktwerbung	2401	41,0

*Roger Blum ist Professor für Medienwissenschaft an der Universität Bern

falt?

hundert plötzlich ein gemeinsames Blatt hatten, ob es ihnen nun passte oder nicht, und es wird gesagt, dass nicht die Parteisekretäre deswegen am meisten frustriert waren, sondern die Briefträger, die jetzt nicht mehr am Zeitungsabonnement ablesen können, ob jemand ein «Schwarzer» oder ein «Roter» ist. 1992 fielen auch die Parteibindungen im Tessin.

Je früher sich Zeitungen öffneten und sich einen überparteilichen Anstrich gaben, umso eher hatten sie die Chance, ihre Auflage zu steigern und eine marktbeherrschende Position zu erringen. Mit Ausnahme der NZZ sind nur Zeitungen gross und überregional mächtig geworden, die stets parteiunabhängig waren oder sich radikal von der angestammten Partei gelöst haben, und die grossen Medienkonzerne – wie Ringier, Publicitas, Tages-Anzeiger, Edipresse – bewegen sich alle im parteifernen Raum. Das Kampfblatt findet keinen Zulauf mehr, gefragt sind Aufklärung und/oder Unterhaltung.

Wirtschaftsräume statt Kantone

Der zweite Wandel hat sich subtil schon lange angezeigt, aber jetzt gewinnt er Konturen: Zeitungen sprengen die Kantongrenzen und richten sich auf die Agglomerationen, auf die Wirtschaftsräume aus. Während Radio und Fernsehen der SRG seit jeher sprachregional organisiert waren, definierten die Kantongrenzen stets weitgehend die Verbreitungsgebiete der Zeitungen. Im Stammkanton hatten sie ihr Stammpublikum. Doch seit langem gibt es Zeitungen, die über die Kantongrenzen hinauswirken, sei es, weil sie eine überregionale Ausstrahlung besitzen, sei es, weil sie mit regionalen Ausgaben in andere Kantone hineinwirken, oder weil sie als interkantonale Verbindung konzipiert sind.

Mehr und mehr kommen aber Zeitungen auf, die gar keiner Stammregion mehr zugeordnet werden können, weil sie auf einen klassischen Lokalteil verzichten. Diesen Weg beschritten Boulevard- und Sonntagszeitungen und neuerdings auch, als erstes quality paper, «Le Nouveau Quotidien», der die ganze

Romandie als Basis anstrebt. Wird es bald auch die übergreifende Deutschschweizer Zeitung geben? Die Agglomerationsachse St. Gallen–Winterthur–Zürich–Baden–Aarau–Olten–Bern mit den Ausläufern Basel und Luzern lädt geradezu dazu ein. Und es ist nicht auszuschliessen, dass grosse Häuser demnächst solche Pläne schmieden.

Einfluss der Wirtschaft

Der dritte Wandel hat mit der Deregulierung von Radio und Fernsehen zu tun. Ursprünglich galt: Die elektronischen Medien stützen sich auf öffentlich-rechtliche Bestimmungen und werden mit Gebühren finanziert. Die Printmedien hingegen sind privatwirtschaftlich organisiert und decken ihre Kosten hauptsächlich aus Inserateinnahmen. Die Revierabgrenzung ist mehr und mehr durchbrochen worden – zuerst durch die Fernsehwerbung, dann durch die werbefinanzierten Lokalradios, schliesslich mit dem Radio- und Fernsehgesetz, das auch Privatfernsehen möglich macht. Das heisst: Alle Massenmedien werden zunehmend von der Wirtschaft abhängig. Die Zeitungen, die im 19. Jahrhundert noch weitgehend mit den Abonnementseinnahmen finanziert werden konnten, sind längst zu durchschnittlich 70 Prozent inseratabhängig, folglich nicht nur anfällig auf den Konjunkturverlauf, sondern auch jeglichem Inserentendruck ausgesetzt.

Vollkommen auf den Goodwill werbender Unternehmen und Veranstalter angewiesen sind die Lokalradios, die denn auch zu allerhand Konzessionen gegenüber Geldgebern bereit sind. Und beim Fernsehen zeichnet sich eine ähnliche Entwicklung ab: Schon jetzt spielen Spots und Sponsoring eine grosse Rolle. Schon jetzt erleben wir die Wetterprognose als Conférencier-Auftritt, der hauptsächlich dazu dient, die vorangehende Zahnpasta- oder Uhren-Werbung zu legitimieren. Sollten die Stimmbürgler dereinst die «Trumpf Buur»-Initiative gutheissen, wäre selbst das Fernsehen der SRG auf Gedeih und Verderb von der werbenden Wirtschaft abhängig. Nur eine Frage der Zeit wäre es dann, bis auch das Radio der SRG in diesen Sog geriete.

Im Ancien Régime und bis 1830 besass der Staat den grössten Einfluss auf die Massenmedien, denn er übte Zensur aus. Danach waren es für über 100 Jahre die Parteien, die Einfluss auf die Massenmedien hatten. Wird künftig der entscheidende Einfluss von der Wirtschaft ausgehen? Der Trend geht jedenfalls in



(Foto: Keystone)

diese Richtung, und er könnte nur gebrochen werden, wenn das Publikum bereit wäre, mehr für die Medien zu bezahlen.

Ende der Vielfalt?

Der vierte Wandel läutet das Ende der vielbeschworenen schweizerischen Medienvielfalt ein. Das Mediensystem war konzipiert als Parallelsystem zum politischen System, und das hiess: Jede Kleinstadt, jedes Tal, jeder Bezirk, jede Region, jede Partei hatte eine eigene Zeitung, überall fand der massenmedia-

anderen zusammentut, gerät hoffnungslos ins Hintertreffen, so dass es keine Überraschung wäre, wenn in nächster Zeit weitere publizistische «Erzfeinde» gemeinsame Sache machten. Soweit der Konzentrationsprozess dazu führt, dass auch Leserinnen und Leser ausserhalb der Ballungszentren eine Zeitung mit einem kompetenten Ausland-, Inland-, Wirtschafts- und Kulturteil erhalten, ist er nur zu begrüssen. Denn die Vielfalt der vielen kleinen Blättli, die alle die gleichen Agenturberichte nachdruckten, war nichts anderes als eine Ideologie, die ein Prinzip auf Kosten der Qualität verherrlichte.

Kompetenz vor Vielfalt

Meinungsvielfalt ist an sich etwas Positives. Aber sie sollte gepaart sein mit Kompetenz. Wenn im Rheintal und im Prättigau und im Val de Travers und im

Fricktal Journalistinnen und Journalisten den amerikanischen Wahlkampf oder die Korruption in Japan kommentieren, ohne mehr zu kennen als ein paar Fernsehbilder und ein paar Agenturmeldungen, dann kann uns die Vielfalt gerne gestohlen werden. Und wenn die Vielfalt nur in der unterschiedlichen Verpackung besteht, dann ist sie auch bloss einen Pfifferling wert. Journalistinnen und Journalisten tragen eine hohe Verantwortung, sie verfügen über Macht, und sie brauchen darum das nötige Wissen und die entsprechende Ethik, um mit dieser Macht korrekt umgehen zu können. Kompetenz setzt Ausbildung voraus, und eine gute Ausbildung kostet. Das kann sich nicht jedes Medienunternehmen gleichermassen leisten.

Der Wandel, den wir feststellen, wird daher zwei Effekte haben: Weniger, dafür per saldo bessere Zeitungen (was positiv ist), aber mehr Regionen mit nur noch einer Zeitung (was negativ ist). Allerdings lebt die Medienvielfalt weiter, und zwar in den einzelnen Familien, die in der Regel Fernsehen, Radio und Zeitung nebeneinander nutzen und bei denen häufig auch noch Video, Bücher und Zeitschriften eine Rolle spielen. Also lieber weniger Medien, und dafür gute, wobei es schön wäre, wenn das Publikum in jeder Stadt, in jeder Region, in jedem Kanton die Auswahl hätte zwischen mindestens zwei Zeitungen, die sich qualitativ ungefähr ebenbürtig sind. ■



le Dialog statt, die direkte Demokratie verfügte auf allen Ebenen auch über die nötigen Medien. Schon lange allerdings hat ein Konzentrations- und Flurbereinigungsprozess eingesetzt: Kleine Blätter gingen in grösseren auf, lokale Konkurrenten verschwanden, die Zahl der Titel nahm ab. Inzwischen herrscht in 57 Prozent der schweizerischen Bezirke ein Pressemonopol oder ein Quasimonopol. In Städten wie Neuenburg, La Chaux-de-Fonds, Biel, Grenchen, Solothurn, Olten, Delémont, Basel, Aarau, Baden, Schaffhausen, St. Gallen, Chur und Sion kommt niemand an der jeweils führenden Zeitung vorbei. Was sie schreibt, beeinflusst das öffentliche Gespräch, und was sie verschweigt, bleibt unter dem Deckel. Nur noch in 21 Prozent der schweizerischen Bezirke herrscht echter Pressewettbewerb.

Wenn wir die Medienriesen betrachten, die jeweils dahinterstehen, so ist das Paradoxe, dass die Konkurrenten immer auch wieder Partner sind. Grundsätzlich gilt: Wer sich nicht mit

Tessiner Presse: stürmische See

Was Tageszeitungen anbelangt, so herrschte im Kanton Tessin während Jahrzehnten eine aussergewöhnliche Situation. Noch vor drei Jahren zählte man sechs davon – neben einem eigenen Fernsehsender, drei Rundfunkprogrammen und unzähligen in- und ausländischen Presseerzeugnissen. Das Ganze zum Wohl einer 280000 Einwohner zählenden Bevölkerung.

In letzter Zeit hat sich jedoch vieles geändert. Heute erscheinen noch vier Tageszeitungen. Der «Corriere del Ticino» (fast 40000 Exemplare, unabhängiges Blatt der rechten Mitte, Lugano) ist mit Abstand die wichtigste Tageszeitung des Kantons geblieben. Um den zweiten Platz kämpfen (mit ca. 20–25000 Exemplaren) der «Giornale del Popolo» (katholisch, Lugano) und die «Regione», die aus dem Zusammenschluss des dreimal wöchentlich erschienene-

nen «Eco di Locarno» und der freisinnigen Tageszeitung «Il Dovere» (Bellinzona) hervorgegangen ist. Weil sich der «Giornale del Popolo» bedroht fühlte, gab er am Sitz des Gegners eine eigene Zeitung für Locarno heraus; die «Regione» (dem «Eco di Locarno» ähnlicher als dem «Dovere») ihrerseits besitzt fünf verschiedene Ausgaben, ihre Haltung ist linksliberal und ihr Stil zeichnet sich durch aggressive Sensationslust aus. Die vierte und letzte Tageszeitung ist die «Nuova e libera Stampa», das Organ der beiden sozialistischen Parteien, die sich zusammengeschlossen haben. Aus den beiden 1990 noch existierenden Tageszeitungen «Gazzetta ticinese» (rechtsliberal) und «Popolo e Libertà» (christdemokratisch) sind inzwischen Wochenzeitungen geworden.

Auf die stürmische See der Tessiner Presse hat sich vor zwei Jahren der