

**Zeitschrift:** Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur  
**Herausgeber:** Sozialdemokratische Partei der Schweiz  
**Band:** 54 (1975)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Wie frei ist die Schweizer Presse? I.  
**Autor:** Adank, Hans  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-338997>

### **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:** 01.02.2026

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

## Wie frei ist die Schweizer Presse?

In dem Zeitpunkt, da diese Zeilen in Druck gehen, soll — endlich — die längst angekündigte Nummer 0 des Wochenblattes «Zürcher AZ» erscheinen. Die Schwierigkeiten, mit denen die Gründer dieses sozialdemokratischen Organs zu kämpfen haben, zeigen schlaglichtartig, wie sehr das Ideal von der Freiheit der Schweizer Presse praktisch ausgehöhlt ist. Hans Adank hat, bevor er auf das Krankenlager geworfen wurde und dann für immer die Feder aus der Hand legte, diese «Freiheit» zum Gegenstand einer gründlichen Untersuchung gemacht, und zwar unter besonderer Berücksichtigung der Linkspresse (vgl. insbesondere «Die Agonie der Linkspresse» S. 81 ff.). Angesichts der zunehmenden Konzentrationsentwicklung im Pressewesen ist diese Untersuchung von höchster Aktualität.

R. L.

### Die Rechtsgrundlage

Artikel 15 der Bundesverfassung lautet in lapidarer Kürze: «Die Pressefreiheit ist gewährleistet». Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland heisst es, etwas weniger kurz: «Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild zu äussern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Bild werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.»

Findet in den westlichen Ländern wirklich keine Zensur statt? Ganz sicher nicht, oder zum mindesten nur in ausserordentlichen Fällen, seitens des Staates. Es verhält sich mit der Pressefreiheit ähnlich wie mit der Handels- und Gewerbefreiheit. Die vom liberalen Staat proklamierten Freiheiten sind im wesentlichen Nichteinmischungsgarantien. Die Verteilung der jeweiligen Freiheitsdomäne wird dem freien Spiel der Kräfte überlassen. Wer über wirtschaftliche Macht verfügt, hat es viel leichter, seine Meinung und seine Ueberzeugung zu verbreiten. Die Auffassung über die Pressefreiheit ist übrigens alles andere als einheitlich. Für den Amateurjournalisten und gelegentlichen Leserbriefschreiber bedeutet sie die Möglichkeit, seinen Gedanken und Gefühlen Ausdruck zu verleihen und sie dem Publikum bekanntzugeben. Der Redaktor sieht in ihr die Chance, aus den vielen Zuschriften diejenigen auszuwählen, die vermutlich den Beifall der Leser finden oder ihnen wenigstens keinen Aerger verursachen. Seine Freiheit ist nicht immer vereinbar mit der Freiheit seiner Amateur-Mitarbeiter.

Christian Padrutt, der Leiter des journalistischen Seminars der Universität Zürich, hat vor einigen Jahren eine Untersuchung über das Schicksal der Leserbriefe angestellt und herausgefunden, dass nur etwa 30 Prozent aller Zuschriften abgedruckt werden. Das ist für die solcher-massen Frustrierten nicht allzu schlimm, da ihre journalistische Tätigkeit

ein Hobby darstellt. Gravierend wird die Situation erst dann, wenn eine Redaktion in einer umstrittenen Frage das altrömische «audiatur et altera pars» verweigert und keine Gegendarstellung zulässt.

### **Die Finanzgrundlage**

Ein aufmerksamer Beobachter des Pressewesens wird bald einmal bemerken, dass die Pressefreiheit ohne eine solide finanzielle Stütze bald zusammenbricht. In allen westlichen Ländern werden die Zeitungen über die Werbeaufträge finanziert. Die Presseorgane spielen demzufolge eine Doppelrolle. Sie sind einerseits Informations- und Meinungsverbreiter, und andererseits privatwirtschaftliche Werbevehikel. In der Schweiz betragen die Werbeausgaben gegen zwei Milliarden Franken, wovon eine halbe Milliarde den Zeitungen zufließt. Es ist offensichtlich, dass die Verbindung von politischer Information und kommerzieller Werbung unter Umständen zu Zielkonflikten führt. Der aufmerksame Zeitungsleser wird sich des Eindrucks nicht erwehren können, dass von den Werbekunden eine stillschweigende Zensur ausgeht, und dass die Redaktoren nicht so frei und unabhängig sind, wie sie sich gerne einreden.

Vor fünf Jahren schrieb ich in einem Aufsatz über die Gratisanzeiger den bösen Satz: «Wer den Inseratenteil beherrscht, beherrscht auch den Textteil.» Dieser Satz ist mir von der damaligen «Volksrecht»-Redaktion prompt durchgestrichen worden. Später habe ich dieselbe Behauptung verschiedenen Kollegen bürgerlicher Observanz zur Beurteilung vorgelegt. Alle ohne Ausnahme erklärten mir, dass der inkriminierte Satz den Tatsachen entspreche. Das Urteil mag in seiner schroffen und schlagwortartigen Formulierung übertrieben erscheinen. Die Aufgabe, die ich mir in meinen Ausführungen stelle, ist, seinen Wahrheitsgehalt möglichst lückenlos nachzuweisen.

### **Werbeinteressen kontra Informationsinteressen**

Noch vor 26 Jahren gab es in der Schweiz ungefähr 400 Tageszeitungen. Heute sind es 90 weniger. Viele Zeitgenossen betrachten die zahlenmäßige Verringerung als eine kommunikationspolitische Verarmung. Ich glaube nicht, dass man dieser Gleichung ohne weiteres zustimmen kann. Eine einzige Zeitung kann in ihrem inneren Gehalt vielfältiger sein als ein Dutzend mehr oder weniger gleichgeschalteter Blätter zusammengenommen. Die allseitige Orientierung, die systematische Gegenüberstellung von Pro und Kontra, die gründliche Ableuchtung aller Aspekte und die freie Diskussion, die alle Standpunkte zu Wort kommen lässt, ist wichtiger als die Wahrung irgendeiner imaginären Linie.

Ein alter Grundsatz, den schon der frühe Liberalismus als integrierenden Bestandteil der geistigen Freiheit verfocht, ist der Anspruch auf eine echte Gesprächspartnerschaft. Die Bereitschaft, in jeder Frage sowohl Befürworter als auch Gegner anzuhören, ist die Voraussetzung zu einem

ausgewogenen Entscheid. Einseitige Information ergibt notwendigerweise – wenn auch unbeabsichtigt – falsche Urteile und – in einer Demokratie – falsche Entscheidungen.

In den letzten Jahren ist von Chancengleichheit im Bildungswesen recht ausgiebig die Rede gewesen. Es hat sich ganz allgemein die Ansicht durchgesetzt, dass die wirtschaftliche Situation der Eltern kein Grund sein darf, fähigen Kindern den Zugang zum Studium zu versperren. Wie steht es aber bezüglich der Chancengleichheit im Pressewesen?

Die Doppelfunktion Information-Werbung bewirkt, dass ein Zeitungsunternehmen auch zweierlei Kunden hat: Leserkunden und Werbekunden. Im Zuge der Ausarbeitung des Entwurfs zu einem Presseförderungs-gesetz konnte man erfahren, dass gewisse Presseorgane bis zu 80 Prozent aus den verschiedensten Werbebudgets finanziert werden. Wenn also ein Leser am Kiosk ein Blatt ersteht und dafür 50 Rappen bezahlt, wird er von der Werbung subventioniert, die noch zwei Franken dazu legt. Leserkunden sind Verlustkunden. Wird eine Zeitung zu einem blühenden Geschäft, dann verdankt sie es dem ununterbrochenen Zustrom der Werbeaufträge. Werbekunden sind Gewinnkunden. Ihnen, und nicht den Lesern, verdanken die Redaktoren ihre gute Entlohnung und ihren mehr oder weniger hohen Lebensstandard. Bleiben die Werbekunden aus irgendeinem Grund aus, dann wird die Bedienung der Lesekunden früher oder später ein Ende finden müssen. Die Lesekunden sind übrigens für einen Zeitungsverlag nur insofern interessant, als ihre grosse Zahl auch eine grosse Zahl Gewinnkunden anzulocken vermag. Ein Verlag wird also darauf achtgeben müssen, dass der Zeitungsinhalt dem Durchschnittsgeschmack angepasst wird, dass er den Durchschnittsbedarf an Sensationen befriedigt, dass er die durchschnittliche Wissbegier und Informationsbereitschaft nicht überfordert. Die politische Linie darf von der der Inserenten nicht wesentlich abweichen. Wenn jemand von der Vortrefflichkeit der freien Wirtschaft überzeugt ist, wird er kaum bereit sein, eine Zeitung zu subventionieren, die täglich die gegenteilige Ueberzeugung verbreitet. Die Bevorzugung der Rechtspresse und der eher konservativen Presse erscheint deshalb nicht primär als ein Akt vorsätzlicher Intoleranz, sondern eher als eine Geschäftsmaxime, die mit Politik und Ideologie auf den ersten Blick nichts oder nur sehr wenig zu tun hat. Die Werbetexte werden dort untergebracht, wo sie am meisten Erfolg versprechen, nämlich dort, wo sie die grösstmögliche Zahl kaufkräftiger Eventualkunden erreichen können.

### **Die Agonie der Linkspresse**

Als im Mai 1971 das Organ der westschweizerischen Sozialdemokratie *Le Peuple – La Sentinelle* sein Erscheinen einstellen musste, dachte noch niemand daran, dass zwei Jahre später schon die deutschschweizerische *AZ* vom gleichen Schicksal bedroht sein könnte. In der Eröffnungs-

nummer vom 28. Oktober 1969 wurde die Geburt der neuen Zeitung mit grossem Optimismus angekündigt. Der designierte Chefredaktor stellte sie seinen zukünftigen Lesern als Senkrechstarter vor, weil sie von Anfang schon zu den fünf auflagestärksten Blättern der Schweiz gehörte. Das durchschnittlich sehr junge Redaktionsteam war überzeugt, eine Formel zur Erschliessung neuer Leserkreise gefunden zu haben. Die neuen Schriftleiter wollten vor allem die Jugend ansprechen. Aber die Jugend fühlte sich eher vom «Tages-Anzeiger» und vom «Blick» angezogen. Die manchmal etwas saloppen Abhandlungen über Fragen der Sexualität ärgerten die bisherigen «Volksrecht»-Leser, ohne bei der Jugend grossen Anklang zu finden.

Die innerparteilichen Auseinandersetzungen in der SP taten ein übriges, um die Unstimmigkeiten zwischen Verlagsleitung und Redaktion anzuheizen. Die Redaktion vertrat eine aktive und avantgardistische Minderheit, während die Verlagsleitung sich auf die Seite der bedächtigen und eher vorsichtigen Mehrheit stellte.

In den Kommentaren über das Scheitern des AZ-Experimentes wurde von einzelnen Wortführern die Auffassung vertreten, der Untergang einer Zeitung sei ein verdientes Schicksal, denn der Abonnentenschwund sei ein untrügliches Zeichen mangelnder Qualität. Kann diese Theorie aufrechterhalten werden? Nähmen wir an, dass die Abonnentenzahl oder allenfalls die Verkaufsziffer ein Gütezeichen wäre, dann müssten wir auch zugeben, dass von allen Tageszeitungen dem «Blick» die Goldmedaille gebühre. So wie die sogenannten Bestseller nicht unbedingt zu den wertvollsten Büchern gehören, so sind die meistverkauften und meistgelesenen (oder -angeschauten) Zeitungen nicht unbedingt die Presseorgane, die wir zur gedeihlichen Entwicklung unserer Demokratie am dringendsten benötigen. Mit der Zuwendung von Inseraten wird nicht die journalistische Leistung belohnt, sondern der Verkaufserfolg. Journalistische Leistung und Verkaufserfolg sind einander nicht unbedingt gleichzusetzen. Dabei sei durchaus nicht in Abrede gestellt, dass zwischen Quantität und Qualität ein zwar loser, aber nichtsdestoweniger feststellbarer Zusammenhang besteht. Der Verkaufserfolg und damit der Inseratenzustrom bewirken erhöhte Einnahmen. Erhöhte Einnahmen erlauben die Erweiterung des Redaktionspersonals, so dass jeder einzelne Redaktor mehr Zeit zur Verfügung hat und infolgedessen auch eine gründlichere und sorgfältigere Arbeit leisten kann. Die Leistungskurve braucht zwar nicht unbedingt der Finanzkurve zu folgen, sie tut es aber mit fataler Regelmässigkeit, wenn die Einnahmenkurve nach unten zeigt.

### **Das Recht auf Gegendarstellung**

Das Eingehen verschiedener Zeitungen in den letzten Jahren wäre nicht so beunruhigend, wenn jede Zeitung in sich selber die Vielfalt aufweisen würde, die der Durchschnittsleser normalerweise erwartet. Obschon die



meisten Zeitungen sich parteiungebunden erklären, stehen sie doch fast alle einer Partei nahe. Wenn Bundesrat Furgler am 100jährigen Jubiläum der «Ostschweiz» in einer Ansprache forderte, jede Zeitung solle eine Ueberzeugung vertreten, müsse aber auch den Mut haben, sich mit andern Ideen konfrontieren zu lassen, so ist dieser Wunsch noch lange nicht zur Wirklichkeit gediehen. Viele Zeitungen scheuen sich, von einer fixierten Linie abzuweichen, um ein dem modernen Pluralismus angepasstes Organ zu werden.

Es ist allüberall das Eigentümliche einer engagierten Persönlichkeit, dass die emotionale Komponente in ihren Aeusserungen kräftig in Erscheinung tritt und sich der Kontrolle des Verstandes bis zu einem gewissen Grade entzieht. Ein Mensch ist keine Datenverarbeitungsmaschine, und das Subjektive, solange es nicht ins Pathologische umschlägt, muss von der Pressefreiheit geduldet werden. Hingegen sollte, wer sich durch eine einseitige Beurteilung betroffen fühlt, auch das Recht haben, eine Gegendarstellung zu veröffentlichen. Und zwar sollte diese Gegendarstellung nicht einfach eine Berichtigung für objektiv feststellbare Irrtümer sein, sondern schlechthin die Wiedergabe einer subjektiv anders gelagerten Ansicht. In der politischen Publizistik spielen die subjektiven, gefühlsmässigen und wertenden Aeusserungen eine viel grössere Rolle als die bloss objektive Verknüpfung von Fakten.

Seit der Elimination der Linkspresse befinden sich sozusagen sämtliche Redaktionen in den Händen bürgerlicher Verleger. Das Bürgertum hat somit praktisch das Pressemonopol. Es sei durchaus nicht verschwiegen, dass einzelne wenige Blätter – und auch diese selten genug – Sozialdemokraten das Wort erteilen. Sie tun es gewöhnlich mit der Pose des Gönners und gnädigen Herrn, denn in der «Musterdemokratie» Schweiz ist die Gegendarstellung nicht ein Recht, sondern eine Gnade, und die bürgerlichen Presseorgane erwarten Dankbarkeit und Wohlverhalten für ihre Grosszügigkeit. Der von den SP-Mitgliedern schmerzlich empfundene Mangel an Chancengleichheit bewirkt eine für die Demokratie beschämende Wettbewerbsverzerrung auf dem politischen Fechtboden.

Die NZZ publizierte nach dem Auseinanderbersten des AZ-Ringes einen Artikel, der den verheissungsvollen Titel trug: «*Das Recht auf Antwort*». Dessen Verfasser führte darin folgendes aus: «Ausgangspunkt für neue Umschreibungen der Pressefreiheit bildet nicht zuletzt die schwindende Vielfalt der Druckerzeugnisse. Je weniger verschiedenartige Zeitungen erscheinen, um so stärker ist die mit der Pressefreiheit verbundene Meinungsvielfalt bedroht, um so mehr wird sie zum Privileg.» Leider wird diese Einsicht nicht bis zum Schluss durchgehalten, denn im letzten Abschnitt bricht die altliberale Auffassung von der Pressefreiheit wieder durch: Freiheit wird gewährleistet durch die Nichteinmischung des Staates. Das Finale des NZZ-Aufsatzes ist enttäuschend: «Eine eigentliche Informationspflicht, ein äusserer Zwang also, wäre mit der Unabhängig-

keit der Presse und damit der Pressefreiheit, auch einer erweiterten, unvereinbar, ganz abgesehen davon, dass sie in der Praxis unerfüllbar wäre. Das beste Mittel, nicht nur notgedrungen von aussen kontrollierte ‚Ausgewogenheit‘, sondern eine unbegrenzte Vielfalt der öffentlichen Meinungen zu erreichen, besteht darin, die Voraussetzungen für eine Vielzahl unabhängiger Meinungsträger zu schaffen.»

Die absolute Unabhängigkeit der Presse ist natürlich ein Mythos. Die finanzielle Abhängigkeit der Presse von den Inserenten setzt der Pressefreiheit enge Grenzen. Diese Freiheit ist natürlich total, solange sie sich nicht auf Kollisionskurs mit der Handels- und Gewerbefreiheit begibt. Annähernd 100 Prozent aller Zeitungen vertreten den Standpunkt der freien Marktwirtschaft. Bei den offiziellen Untersuchungen über das Pressewesen ist immer wieder von Besitz- und Beteiligungsverhältnissen die Rede. Auf diese Weise wird ein Zeitungsunternehmen mehr der Industrie zugeordnet als einem öffentlichen Dienst. Wäre es denn so vermessen und so undenkbar, die politische Presse im Gebiet des Bildungswesens anzusiedeln, um sie von den drückenden und demütigenden Bilanzsorgen zu befreien? Aus einer solchen Umsiedlung die nötigen Konsequenzen zu ziehen, dürfte allerdings mit den grössten Schwierigkeiten verbunden sein. Diese Konsequenzen dürften kaum von der Art derer sein, die gegenwärtig im Schosse der Expertenkommission für die Presseförderung ausgebrütet werden. Subventionen über die Herabsetzungen der Posttaxen, Papierpreismässigungen und direkte Beiträge à fonds perdu sind wenig geeignet, die Presse vom wirtschaftlichen Druck zu befreien.

### **Die Meinungsgärtner**

Die Landschaftsgärtner kennen wir schon. Das sind jene Bergbauern, deren Bodenbesitz für die Existenzsicherung nicht ausreicht, die sich aber dadurch nützlich machen, dass sie die Erholungsgebiete in den Alpen und Voralpen vor Verwilderung bewahren. Dafür bekommen sie Subventionen.

Eine ähnliche Entwicklung wie in der Landwirtschaft zeichnet sich heute im Pressewesen ab. Linksgerichtete Meinungspfleger werden von den kapitalistischen Inserenten verständlicherweise nicht verwöhnt. Wer eine ergiebige Inseratenplantage anbauen will, soll gefälligst die Ideen verbreiten, die den Kapitalisten nützlich sind. Die demokratiewidrige Verkoppelung von Geschäftswerbung und Meinungsverbreitung macht die Pressefreiheit höchst fragwürdig und relativiert den geistigen Liberalismus um ein beträchtliches. Um die Fiktion der Meinungsfreiheit notdürftig aufrechtzuerhalten, sollen die «dünnen» Zeitungen mit Subventionen über Wasser gehalten werden. Es gäbe dann eine antikapitalistische Oppositionspresse von Bundesgnaden oder eben, wie im Untertitel erwähnt, staatlich subventionierte Meinungsgärtner. Diese Lösung dürfte im Volk schwerlich den Anklang finden, den sich ihre Promotoren erhoffen.

*(Fortsetzung folgt)*