

<b>Zeitschrift:</b>	Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
<b>Herausgeber:</b>	Gesellschaft Schweizer Monatshefte
<b>Band:</b>	71 (1991)
<b>Heft:</b>	7-8
<b>Artikel:</b>	Weite Landschaft zwischen Geld und Geist : Zürich als Medienstadt oder heute ist wie gestern, nur ganz anders
<b>Autor:</b>	Lüönd, Karl
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-164910">https://doi.org/10.5169/seals-164910</a>

### 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:** 05.02.2026

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

Karl Lüönd

## Weite Landschaft zwischen Geld und Geist

Zürich als Medienstadt oder Heute ist wie gestern,  
nur ganz anders

Was dem Journalisten als Problem und als Chance zugleich täglich aufgegeben ist, bestätigt sich beim Versuch, Konturen und Profile der zürcherischen Medien zwischen Froschauer und Apple Macintosh herauszuarbeiten. Eigentlich ist die Publizistik bis heute geblieben, was sie seit ihren Anfängen gewesen ist: ein von Idealen beflügelter, von wirtschaftlichen Zwängen belagerter und von Kompromissen gekennzeichneter Weg durch die weite Landschaft zwischen Geld und Geist — und damit zwangsläufig ein Gang auf der schmalen Kante zwischen Gewissen und Käuflichkeit. Wagen wir einen — zugegeben: typisch journalistischen, verkürzenden — Vergleich: Was vor 1830 die Zensur war, ist heute die Deckungsbeitragsrechnung mit (zu) hohen Fixkosten.

Auf der Skala der Jahrhunderte und im Takt der grossen geistesgeschichtlichen und politischen Impulse zieht eine abenteuerliche Parade von Grösse und Kleinlichkeit, von Idealismus und Bauernschlauheit, von weltbewegender Allüre und profanem Kalkül am Betrachter vorbei. Der unlöste, vielleicht auch unlösbare Widerspruch zwischen Vision und Wirklichkeit war und ist der Treibsatz, aus dem das Medienwesen die Energie für sein Fortkommen bezieht.

Welch ein bunter Haufen eindrücklicher Gestalten, diese Zürcher Journalisten der letzten fünfhundert Jahre! Als Vortrab marschiert die namenlose Schar von Meldeläufern und reitenden Boten, der Korrespondenten der grossen Handelshäuser, der Kundschafter und Spione. Im ausgehenden 15. Jahrhundert kam die Zeit, da ihre Nachrichtenbriefe nicht mehr von Hand abgeschrieben wurden, sondern durch Gutenbergs fabelhafte Erfindung zu den ersten Vorläufern des Zivilisationsphänomens mutierten, das bis heute den Namen des hilfreichen Werkzeugs trägt: *Presse*.

Und schon biegt Kollege *Ulrich Zwingli* beim Grossmünster um die Ecke. Sein Gelehrtenbriefwechsel stand am Anfang der Zürcher Buchdruckerkunst und des Zürcher Verlagswesens; er diente der Verbreitung des reformatorischen Gedankenguts. Nach seiner Rückkehr von den Marburger Gesprächen, namentlich durch seine Briefe an den Landgrafen Philipp von Hessen, ist Zwingli um 1530 zum eigentlichen politischen Nachrichtenvermittler geworden. Zum Schutz vor unberufenen Lesern bediente er sich einer Geheimschrift.

Die erste in Zürich gedruckte Zeitung wird von *Leo Weisz* ins Jahr 1521 datiert: eine saftige Spottschrift des Berners *Niklaus Manuel Deutsch* gegen Papst und Messe. Es folgte eine lange Reihe von Flugschriften und Zeitungen, an denen Zwingli entscheidenden Anteil hatte. Nach dem Beispiel Martin Luthers griff er damit in religiös-kirchliche und politische Tagesfragen ein; er suchte Einfluss auf die öffentliche Meinung. Zwingli als Urahne der politischen Public Relations — ein faszinierender Gedanke und ein Hinweis auf den kleinen Unterschied: Die Handelnden von damals schrieben noch selbst; die Mächtigen von heute halten sich Ghostwriter ...

An Zwinglis Seite erscheint *Christoffel Froschauer*, zugewandert aus Süddeutschland und wahrscheinlich der einzige Zürcher, dem wegen seiner Kenntnisse der Schwarzen Kunst das Bürgerrecht verliehen wurde. Froschauer ist außerdem der erste von vielen Einwanderern aus dem Ausland und ein früher Zeuge für die kosmopolitischen Verflechtungen der zürcherischen Publizistik. Viele weitere werden folgen: *Ludwig Snell, Julius Fröbel*, die hugenottischen *Ringiers*, und nicht zuletzt *Jakob Friedrich Walz*, der Begründer des «*Tages-Anzeigers*».

Im Haus zum Weingarten druckte Froschauer Zwinglis Zeitungen; 1534 übernahm er auch die Papiermühle auf dem Werd als Handlehen des Rates. Schon 1522, drei Jahre nach seiner Einbürgerung, hatte sich Froschauer an die Seite Zwinglis gestellt, indem er in seiner Druckerei das Fasten brach. Eine weitere klare Entwicklungslinie wird sichtbar: Der Buchdrucker und Typograph, häufig der einzige schriftkundige Nichtakademiker, wurde immer wieder zur Speerspitze des geistigen und sozialen Fortschritts. Von daher röhrt der traditionell kämpferische Habitus der Typografen und ihrer Gewerkschaften; er wurzelt tief in enormem und berechtigtem Berufsstolz: Ganze Generationen von Redaktoren und Journalisten haben von erfahrenen Setzern und Metteuren die Grundregeln des sprachlichen Ausdrucks und des verständlichen Schreibens gelernt.

Ein halbes Menschenalter später: In unserem imaginären Umzug marschiert gemessenen Schritts der Chorherr und Archidiakon *Johann Jakob Wick*, ein besessener Sammler von Nachrichten der profanen Art, ein Universalist, den alles interessierte: hohe und einheimische Politik, Raufhändel und rätselhafte Himmelserscheinungen. Die 23 Quart- und Folioände umfassenden, prächtig illustrierten «*Wickiana*» sind nicht nur eine erstrangige kulturhistorische Quelle: sie spiegeln auch ein denkbar modernes journalistisches Stilmittel, das *Egon Erwin Kisch* in unnachahmlicher Paradoxie als die «*Sensation des Gewöhnlichen*» bezeichnet hat. Dieser Strang verliert sich rückwärts in Moritat und Volkslied. Vorwärts führt er zu den beliebten, nach der Hinrichtung von Missetätern oft gedruckten Standreden. Daraus lernen wir: Zu allen Zeiten haben die Menschen selbst

bestimmt, was sie interessierte. Was sich Obrigkeit und Geistesführer als Chronik oder Belehrung gedacht hatten, wurde als unterhaltender Lesestoff genüsslich konsumiert. Nichts fesselt Menschen mehr als Geschichten über andere Menschen. Und nicht um der moralischen Nutzanwendung willen wurden diese Flugschriften verschlungen, sondern wegen der saftig ausgemalten Einzelheiten. Ein paar Jahrhunderte Erziehung haben uns gelehrt, diese Geschichten verächtlich als «Sensationsberichte» und als «Klatsch» zu qualifzieren, was ihrer Verbreitung und Beliebtheit nicht den geringsten Abbruch tat. War Domherr Wick am Ende der frühe Schutzpatron der Boulevardpresse? Man wird ja noch fragen dürfen.

Und weiter marschiert unsere imaginäre Parade. Im 17. Jahrhundert steigt der Dreissigjährige Krieg den Nachrichtenhunger. Die ersten wöchentlich erscheinenden Avisblätter und Nachrichtenzeitschriften tauchen auf. 1633 erscheint Zürichs erste Zeitung, die «*Zeitung Post*» (ab 1634 als «*Wochentliche Ordinari Zeitung*» bekannt). Sie trägt die wesentlichen Zeitschriften-Merkmale Aktualität, Publizität und Periodizität; ihr Untertitel benennt Redaktionsprogramm und Arbeitsmethode: «*Das ist aller denckwürdigen namhaftten vnd fürnehmen Geschichten so sich hin vnd wider in der Welt zutragen vnd verlauffen möchten einfalte unpartheische beschreibung/auss allerhand glaubwürdigen anderstwo getruckten Zeitungen/vnd gewissen Sendbrieffen/zusammen gesetzt/vnd dem begierigen Leser mitgeteilt.*» Respekt, Kollegen! Da wurden verschiedene Quellen ausgeschöpft, kritisch beurteilt und neu aufbereitet, wenn auch die Geschichten um so weniger «*denckwürdig namhaft und fürnehm*» ausfielen, je näher am Erscheinungsort sie sich ereigneten. Das hängt mit den grauen Gestalten zusammen, die unserem Zug bis zum Befreiungsschlag von 1830 wie Schatten folgen: den Zensoren. Zürich wurde der führende schweizerische Verlagsort für Zeitschriften. Schreitet da nicht, leicht geistesabwesend, Kollege *Johann Scheuchzer* mit seinen «*Nova litteraria Helvetica*» einher? Kunststück, dass die Zensoren ihn und die anderen Zeitschriftenredaktoren und -verleger kaum behelligten. Ob lateinisch oder in gewähltem Deutsch: Zeitschriften waren im Gegensatz zu den populären und damit politisch wirksamen Zeitungen «nur» für die geehrte Welt bestimmt. Soweit Kollegen wie etwa *Johann Jakob Bodmer* oder *Johann Jakob Breitinger* mit ihren «*Discourse der Mahlern*» nach den Vorbildern von «*Tatler*» und «*Spectator*» politisch-moralische Wirkung suchten, wurden sie offenbar nicht als gefährlich genug erachtet. Dabei gingen die beiden nach einem denkbar modernen Ansatz vor. Ihr Programm war nämlich nichts weniger als die menschliche Gesellschaft zu spiegeln, «*ihre Passionen, Capricen, Laster, Fehler, Tugenden, Wissenschaften, Torheiten, ihr Elend, ihre Glückseligkeit, ihr Leben und Tod, ihre Relationen ( . . . ), endlich alles, was menschlich ist und die Menschen angehet*».

Da war das vierseitige Blättchen schon populärer, das Kollege *Hans Jacon Lindinner*, bis anhin unbescholtener Buchbinder, am 23. Februar 1730 um die Mittagsstunde in allen Haushaltungen Zürichs tragen liess. Ein Anzeigenblatt, ein Gratisanzeiger in seinen ersten Zeiten gar! Gesucht wurde «um discreten Preiss» ein Schreibtisch, an der Münstergasse wurde ein Gemach aus drei Stuben und zwei Kammern zur Vermietung angeboten, ferner Taschenuhren und eine spanische Wand. Die «*Donnstag-Nachrichten*», so benannt nach ihrem Erscheinungstag, wollten weder belehren noch räsonnieren, sondern (zum Ärger der Zünfte) den kleinen Handel fördern und den Menschen im Alltag helfen, zum Beispiel durch die Ausschreibung verlorener und gefundener Gegenstände. Das «*Adress-Contoir*» des Verlegers Lindinner wurde zum Umschlagplatz der Nachrichten und Adressen; man nannte es das «*Berichthaus*». Der Nutzen war offensichtlich; darum liess die Obrigkeit bald auch Steckbriefe im Blättchen erscheinen. Vermisste wurden gesucht und Erben aufgerufen. Das Berichtshaus wurde zum Fundbüro, kurze Zeit später auch zum Verkaufsgeschäft für Bücher, Flugschriften, Medikamente, Sämereien, Lotterielose und vieles andere mehr. Eine atemberaubend moderne Vorstellung: Die Zeitung berichtet nicht nur, sie greift auch aktiv in den Handel ein und wird zum multimedialen Kommunikationszentrum einer ganzen Stadt. Das «*Donnstag-Blatt*» überlebt und heisst seit 1837 «*Tagblatt der Stadt Zürich*». Das Berichthaus als Institution ist samt seiner traditionsreichen Offizin zwar verschwunden; heute ist das «*Tagblatt*» im Einflussbereich des «*Tages-Anzeigers*» städtisches Amtsblatt und kompakte Gratis-Tageszeitung zugleich — eine Mischung, die in der schweizerischen Publizistik wiederum einmalig ist.

Paukenschlag und Stiefeltritt im Umzug, im Hintergrund die Fanfaren der Französischen Revolution. Die Helvetische Verfassung zieht die Konsequenz aus der Aufklärung und spricht in Artikel 7 erstmals von der Pressefreiheit. Wie schön das tönt: «*Die Pressefreiheit ist eine natürliche Folge des Rechtes, das jeder hat, sich unterrichten zu lassen.*» Und an anderer Stelle: «*Die zwei Grundlagen des öffentlichen Wohles sind die Sicherheit und die Aufklärung. Die Aufklärung ist dem Wohlstand vorzuziehen. Die natürliche Freiheit des Menschen ist unveräußerlich. Sie hat keine andere Grenze als die Freiheit jedes andern.*»

Aber eigentlich hat es auch die neue Obrigkeit ganz anders gemeint. Als die freiheitsdurstigen Blätter aus dem Boden schossen und zu kritisieren anfingen, wurden die botmässigen belohnt und die anderen gemassregelt. Bald wurde Kritik an Frankreich verboten. Die Behörden, voll des unbeirrbaren Willens, das Volk zu erziehen, schickten sich an, sich die Presse dienstbar zu machen. Schliesslich wurde das Direktorium selbst zum Verle-



Augustinerstraße

ger. Salut, Kollege *Heinrich Pestalozzi!* Sein «*Helvetisches Volksblatt*» wurde zum Flop und verschwand nach 19 Nummern. Mehr Vertrauen genoss «*Der schweizerische Republikaner*». Leutselig grüssen nach links und rechts die Kollegen *Johann Konrad Escher* (der spätere Linth-Escher) und *Paul Usteri*, der aus den Zuschauerspalieren manchen verdienten Blumenstrauss engegennehmen darf. Schliesslich ist er im frühen 19. Jahrhundert ein Vorbild publizistischer Integrität und wird mit seiner Brandrede an der Tagsatzung von 1828 zum Vorkämpfer der Pressefreiheit, später auch zum führenden Kopf der frühen «*Neuen Zürcher Zeitung*». Sie hatte den Untergang der alten Eidgenossenschaft und alle anderen politischen Umwälzungen schadlos überstanden — genau wie ihre konservativ-beschauliche Gegenspielerin, die aus der «*Ordinari*» hervorgegangene «*Freitagszeitung*» aus der Bürkli-Dynastie, die es bis ins 20. Jahrhundert hinein schaffte. Dieses Blatt war nach einer Masche gestrickt, die aus dem Marketing-Konzept eines heutigen Verlagsmanagers stammen könnte: «*Wem es gegeben ist, die Volkssprache zu schreiben, wer belustigen, wer Winke geben, wer fröhliche Gedanken und launige Einfälle einzustreuen weiss, wer des Lesers Mut und Hoffnung beleben, wer seine finstere Stirn erheitern und sein dickes Blut verdünnen will und kann, den nennt man einen Zeitungsschreiber, der sein Handwerk versteht.*»

Es ist ein endloser Zug. *Johann Jakob Treichler*, der frühe Sozialist aus Richterswil, schreit in seinem aus dem Boten von Uster hervorgegangenen «*Allgemeinen Noth- und Hülfblatt*» die Not des frühindustriellen Proletariats in die satte Kleinbürgerwelt hinaus. *Julius Fröbel* und *Ludwig Snell* stehen für die im deutschen Vormärz vertriebenen Geistesflüchtlinge; ihre Blätter griffen direkt in die deutsche Politik ein. *Alfred Escher*, der grosse Macher, bekam den ländlichen Widerstand gegen sein weit ausgreifendes, von manchen als rücksichtslos empfundenes Denken und Handeln nicht zuletzt von den demokratischen Zeitungen zu spüren.

Das ausgehende 19. Jahrhundert begründet eine Medienlandschaft, die sich bis in unsere Tage hinein erhalten hat. Aus dem Zeitungsgewerbe wird eine Industrie. Der Telegraf bringt Nachrichten aus aller Welt. Die Industrialisierung und das Erstarken des Dienstleistungsbereichs schaffen neue Informationsbedürfnisse. Mit dem «*Tages-Anzeiger*» etabliert sich zumindest in der Gründungszeit der neue Typus der unpolitischen, auf das Anzeigengeschäft ausgerichteten Generalanzeiger-Zeitung. Immer mehr Menschen ziehen in die Nähe der Industrie. Die grossen Agglomerationen bilden sich; es ändern die Informationsbedürfnisse. Der Dienstleistungscharakter der Medien gewinnt an Bedeutung. Aus den Reklamebüros der Zwischenkriegszeit wächst im Takt der Hochkonjunktur die Werbewirtschaft, heute gerade in Zürich ein Kommunikationszweig von enormer wirtschaftlicher Bedeutung.

Zeitungen müssen professioneller werden. Die Redaktionen wachsen. 1923 wurden in der ganzen Schweiz nur gerade 322 Berufsjournalisten gezählt; heute sind es allein in Stadt und Kanton Zürich einschliesslich der redaktionellen Belegschaft der öffentlich und privaten Radios sowie des Fernsehens DRS gegen dreitausend. Auf der Presse lastet ein technischer und redaktioneller Investitionsdruck, der bis auf den heutigen Tag angehalten hat und der das Ausscheiden vieler früher solide verankerter Zeitungstitel beschleunigt. Opfer dieses Prozesses werden kleinere Zeitungen, die sich der Gesinnungs presse zurechnen und die nicht gross genug geworden sind, um sich einen genügenden Anteil am Anzeigenkuchen zu sichern. Nie vergessen: Drei Viertel der Erträge jeder abonnierten Tageszeitung stammen heute aus dem Inseratengeschäft.

Zürich als Medienstadt heute: Eine Stadt spielt Medienmetropole, dabei sieht sie bloss gross und grossstädtisch aus in einem föderalistisch aufgebauten Land, in dem nach wie vor die kleinen und mittleren redaktionellen Einheiten dominieren. Nur 15 von 275 Schweizer Zeitungen verbreiten pro Ausgabe mehr als 50 000 Exemplare.

In Zürich sitzt das Fernsehen im ausfransenden nördlichen Siedlungsgebiet, zwischen Zivilschutzanlage, Kehrichtverbrennung und Einkaufszentren. Einst wollte man den Sitz des Fernsehstudios an den See verlegen, dorthin, wo heute das Elektrowatt-Gebäude steht. Hätte der freie Blick über den See die viel kritisierten Programme verändert? Mutmassungen sind erlaubt.

Es gibt kein wirkliches Zeitungsviertel in dieser Stadt, nur so etwas wie eine kleine Medien-Meile vom Bellevue mit der «*NZZ*» über das Ringier-Pressehaus an der Dufourstrasse zur Kreuzstrasse, an der das erste Fernsehstudio stand, dann zu den vielen Werbeagenturen im Seefeld und bis zur Mühle Tiefenbrunnen, diesem modischen Wasserloch der Kommunikationsbranche. Die Berliner Kochstrasse und die Londoner Fleet Street sind weit weg. Zunehmend regt sich Widerstand gegen die «Verzürcherung» der Information, namentlich im Fernsehen. Denn die Berufsleute in der kleinen Grossstadt schreiben, fotografieren und gestalten für Menschen in kleineräumigen Siedlungen. Manche «Medienmacher» neigen dazu, den eigenen Standort als Hauptstadt und das Umland als Provinz misszuverstehen; dabei gibt es den «Provinz»-Begriff so lange nicht, als sich die Schweiz in kleinen, selbständigen Kammern von unten nach oben aufbaut.

Politiker und Wirtschaftsführer können sich nicht länger, wie noch vor Jahrzehnten, Zeitungen als Sprachrohre im Gefolge halten. Sie müssen sich daran gewöhnen, kritisch befragt und manchmal angegriffen zu werden. «*Anwaltschaftlicher*» steht gegen «*affirmativen*» Journalismus; für beide Gattungen kann es nicht genügend Anführungszeichen geben. In der völlig

umgewälzten modernen Zivilisation müssen sich Medien selbst als Teilnehmer an der freien Marktwirtschaft bewähren. Gerade Zeitungen und Zeitschriften müssen lernen, um Beachtung zu kämpfen; einer der Auswege ist «*Infotainment*», die unterhaltsame Darbietung von Information. Immer mehr Leserinnen und Leser merken, dass es zwischen Zeitungen und Katzenfutter eine auffallende Gemeinsamkeit gibt: Der, der es fressen soll, ist nicht identisch mit dem, der bezahlt. Gedruckte Medien können nur über den Leser zum Erfolg kommen, aber die Leser und die Inserenten, die die Darbietung finanzieren, haben durchaus nicht die gleichen Vorstellungen von Medienqualität. Inseratenboykotte und dergleichen sind nur Fieberschübe dieses Zustandes, der eigentlich ein Missstand ist.

Das Berufsbild des Journalisten hat sich nicht erst verändert, seit ganze Zeitungen an vernetzten Personalcomputern geschrieben und gestaltet werden. Aus dem Parteigänger wird ein neugieriger Frager. Die im angelsächsischen Raum traditionelle Distanz zwischen Beschreibern und Beschriebenen wird auch bei uns hergestellt und bisweilen als Ärgernis empfunden. Vom «*Kassensturz*» über die *Kopp-Affäre* bis zum *Fichen-Skandal* werden die Medien mitunter selbst zum Thema. Wer ihrer Kritik ausgesetzt ist, neigt dazu, ihre Macht zu überschätzen. Politik und Wirtschaft antworten mit Öffnung und wollen dennoch die Kontrolle über ihre Darstellung in der Öffentlichkeit behalten. Daraus entsteht und nährt sich trefflich der neue Berufsstand der Öffentlichkeitsarbeiter und Pressesprecher, der Wahrheitsgestalter und Public Relations-Experten.

Und das Fernsehen erst! In Umrissen wird sichtbar, dass es die wirkliche Kulturrevolution des 20. Jahrhunderts bewirkt, indem es nicht nur von der Zeit der Menschen Besitz ergreift, sondern auch deren Wahrnehmungsgewohnheiten verändert. Längst hat es der übrigen Medienwelt eine neue Rollenverteilung aufgezwungen. In seinem Gefolge ist die Boulevardpresse stark geworden. Das schnelle Leben und die kurze Halbwertszeit der Informationen führt — erst recht, seit es die ungenierten und schnellen Lokalradios gibt — zur Renaissance des guten alten Rundfunks. Das Pramat der Tagespresse an der neuesten Nachricht ist längst dahin; deshalb braucht auch die «*Neue Zürcher Zeitung*» nicht mehr dreimal täglich zu erscheinen. Die Tageszeitungen, die überlebt haben, haben dies mit stärkerer Hintergrund-Berichterstattung und mit neuen Schwerpunkten im lokalen und regionalen Bereich, im Sport und bei den Dienstleistungen geschafft. Lokale Wochenzeitungen und trendige Stadtmagazine sind im Aufwind, die Illustriertenpresse hat sich eine neue Identität suchen müssen. Familienzeitschriften, soweit sie nicht zielbewusst Nischen besetzen, haben es zunehmend schwerer. Von wenigem viel statt von allem ein bisschen — die Magazine und Spezialzeitschriften erleben einen Aufschwung.

Nur: Weder Zürich noch die Schweiz werden grösser. 3,5 Millionen lesefähige Menschen in der deutschen Schweiz — das ist gerade ein Viertel des Publikums, das in Nordrhein-Westfalen zu erreichen ist. Solche Verhältniszahlen setzen nicht nur den Plänen für ein privates Fernsehen Grenzen; sie zeigen auch, dass in Anbetracht der hohen Fixkosten auch erfolgreiche Zeitungs- und Zeitschriftenobjekte hierzulande länger und härter kämpfen müssen als anderswo. Und der Kampf spielt sich nicht nur zwischen den Medien ab; es handelt sich vielmehr um einen brutalen Verteilungskampf um die frei verfügbare Zeit des Menschen, den Werbung und Publizistik täglich mit tausend optischen und verbalen Reizen eindecken und der abends zwischen zwanzig und demnächst noch mehr Fernsehkanälen auswählen kann.

Kosten- und Investitionsdruck führen zu Fusionen und Kooperationen aller Art. Die Branche ist denkbar konjunkturempfindlich. In den ersten drei Monaten des Jahres 1991 hat es Zürcher Zeitungen gegeben, die schlagartig zwanzig und mehr Prozent ihrer Anzeigeneinnahmen einbüsstten, weil die einträchtlichen Stelleninserate drastisch zurückgegangen sind. Längst ist klar geworden, dass selbst eine wirtschaftsstarke Region wie Basel zu schwach ist für zwei grosse Zeitungen mit voll ausgebauten Redaktionen.

Noch entschiedener als in den zurückliegenden fünf Jahrhunderten lautet heute und morgen das erste Gebot dieser nervösen Branche: «*Wer hat, dem wird noch gegeben!*»