

Die Presseförderung könnte einiges lernen von der Lokalradioförderung

Die Öffentlichkeiten müssen demokratiegerecht sein

Es gibt in der Schweiz zwei Methoden von staatlicher Medienförderung: Mit der jüngeren wird den privaten Radios und TV-Sendern unter die Arme gegriffen, mit der älteren der privaten Presse. Die jüngere ist klar besser, und das hat einen einzigen Grund: Die Grossverleger gaben in Bundesbern beide Male ihren Tarif durch.

Von Hans-Jürg Fehr

Staatliche Medienförderung ist ein Eingriff in marktwirtschaftliche Verhältnisse. Sie wird in einer liberalen Gesellschaftsordnung mit einem höheren öffentlichen Interesse gerechtfertigt. Sie zielt darauf ab, Marktmängel so zu beheben oder zu korrigieren, dass die übergeordneten Ziele erreicht werden. Das übergeordnete öffentliche Interesse gründet in den Bedürfnissen der direkten Demokratie. Sie bedarf eines adäquaten politischen Mediensystems, das heisst eines Angebots an Medien, die auf vielfältigste Art und Weise die Themen zur Sprache bringen, die von der Gemeinschaft zu beraten und zu beschliessen sind - entweder von den Stimm- und Wahlberechtigten selbst oder von den von ihnen gewählten Gremien. Die politischen Medien sind also Dienstleisterinnen des Souveräns: Ihre Aufgabe besteht darin, den Informationsstand bei den Stimmberechtigten ausreichend hoch zu halten, ihre Meinungsbildung zu begünstigen und bei ihnen Entscheidungskompetenz herzustellen.

Die Schweiz ist aber nicht nur eine direkte, sondern auch eine föderalistische Demokratie. Gemeinden, Kantone und Bund sind politische Herrschaftsbezirke, in denen eine je eigene Öffentlichkeit besteht. Das System der politischen Medien muss die geforderten publizistischen Leistungen auf allen drei Staatsebenen erbringen. Der Massstab, an dem das Mediensystem zu messen ist, heisst Demokratiegerechtigkeit.

Grossverleger wollen Zeitungssterben

Die Presse war - im Gegensatz zu den elektronischen Medien - immer privatwirtschaftlich organisiert und zur Mittelbeschaffung immer auf zwei Märkten präsent - dem Lesermarkt und dem Anzeigenmarkt. Ihr wurde lange attestiert, nahe am politischen System zu sein und in diesem Sinne demokratiegerecht zu funktionieren. In den letzten 50 Jahren setzte sich der Anzeigenmarkt als Motor der Entwicklung immer mehr gegen den Lesermarkt durch. Das Resultat war ein flächendeckendes Zeitungssterben. Die Pressekonzentration hat in erster Linie das Unterholz aus dem Blätterwald entfernt und den Zweifel an der Demokratiegerechtigkeit der verbliebenen politischen Presse geboren und genährt. Die Mangelerscheinungen werden primär auf den unteren Staatsebenen sichtbar, weil die spezifischen Inhalte der kleinauflagigen Lokalpresse in der marktbeherrschenden Tageszeitung keinen Platz mehr finden und weil die marktbeherrschende Tageszeitung als Monopolistin die notwendige publizistische Vielfalt nicht liefert.

Pressekonzentration ist ja bloss das beschönigende Wort für Monopolisierung, also Beseitigung von publizistischem Wettbewerb. Die Politik hat den Vorgang zwar öfters wissenschaftlich untersuchen lassen und wortreich besprochen, aber der Berg gebar immer nur eine Maus. Sie hiess Presseförderung durch Verbilligung der Zustellkosten. Von dieser Methode profitierten bis vor kurzem alle Titel, am meisten die auflagestarken Zeitungen und Zeitschriften aus den Grossverlagen. Erst mit der jüngsten Revision des Postgesetzes

erfolgte nebst einer markanten Reduktion der Fördermittel eine Konzentration auf die Lokal-, Regional- und Mitgliedschaftspresse. Sie soll gemäss Antrag des Bundesrates in den nächsten Jahren ersatzlos verschwinden.

Tatsächlich war die Presseförderung mittels Senkung der Posttarife nie in der Lage, die Monopolisierung zu stoppen, sie hat sie bestenfalls ein bisschen verlangsamt. Sie ist offenkundig nicht das richtige Instrument zur Erhaltung einer demokratiegerechten Presse, wenn auch besser als gar nichts. Das weiss die Politik seit langem, aber jeder Versuch, die Rechtsgrundlage für eine wirksamere, zielgerechtere Pressepolitik zu schaffen, wurde im Parlament gebodigt, und das hatte einen ganz einfachen Grund: Die Profiteure der Pressekonzentration wollten gar keine wirksame Intervention, und weil sie im Verlegerverband das Sagen haben und dieser in Bundesbern medienpolitisch den Tarif durchgibt, liessen sie eine echte Vielfaltspolitik nie zu.

Geld gegen Leistung

Dass es auch anders geht, beweist die kurze Geschichte der privaten elektronischen Medien in der Schweiz, die ja weitgehend den gleichen Verlegern gehören wie die Monopol-Presse. Als sie erkennen mussten, dass die meisten der neuen Lokalradios und Regional-TV nicht aus den roten Zahlen heraus zu bringen waren, liessen sie sich vom Staat noch so gerne unter die Arme greifen. Auf der Basis des Radio – und Fernsehgesetzes wurde ein Fördersystem eingerichtet, das bei der Presse immer verhindert worden war. Von den für die SRG bestimmten Gebühren werden ein paar Dutzend Millionen abgezweigt zwecks Fütterung der serbelnden Lokalradios und Regional-TV. Diese müssen allerdings, und das ist der entscheidende Punkt, einen staatlichen Leistungsauftrag akzeptieren. Damit werden sie in den Service public der elektronischen Medien integriert, der bisher der SRG vorbehalten war, von ihr in den Regionen aber nicht wirklich geleistet werden konnte. Das unrentable System von privaten Radio- und TV-Stationen ist auf das Ziel der demokratiegerechten Öffentlichkeit ausgerichtet worden und wird deshalb mit Direktzahlungen subventioniert.

Dieses Modell, verstanden als Direktzahlungen, die gebunden sind an die Erfüllung eines staatlich erteilten Leistungsauftrags, müsste sinngemäss auf die Presse übertragen werden. Der Auftrag hätte eine Reihe von Leistungen sicher zu stellen, darunter zentral einen hohen Anteil von redaktionellen Eigenleistungen über das Verbreitungsgebiet. Weitere unverzichtbare Elemente wären die Verpflichtung zur Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten (Qualitätssteigerung), anständige Lohn- und Arbeitsbedingungen gemäss GAV und natürlich ein Verbot von Gewinnausschüttungen.

Abgucken könnte man bei den elektronischen Medien auch die Finanzierung. Die Lokalradios und Regional-TV werden ja nicht mit Steuergeld gestützt und gefördert, sondern mit Gebührenanteilen der SRG. Die Mittel für eine wirksame, demokratiegerechte Presseförderung könnte ebenfalls die Branche selber aufbringen. Es müsste ein Transfer organisiert werden von den Erträgen der marktmächtigen Titel zu den marktschwachen. Zum Beispiel so: Auf jedem einspaltigen Inseratemillimeter aller Zeitungen wird ein prozentualer Förder-Zuschlag erhoben. Der Verband Schweizer Presse wird beauftragt, eine Kasse zu führen, in die der Zuschlag abgeführt wird. Das Geld wird vollumfänglich wieder rückerstattet und zwar ein gleicher Betrag für jedes abonnierte Zeitungsexemplar an alle Titel. Der angestrebte Umverteilungseffekt ergibt sich automatisch daraus (und rechtfertigt sich auch damit), dass die grossauflagigen Titel von den Mechanismen auf dem Anzeigenmarkt weit

überproportional profitieren, die kleinauflagigen weit unterproportional. Am markantesten würde der Umverteilungseffekt bei den Gratiszeitungen sichtbar, die zwar in die Förderkasse zahlen müssten, weil sie inseratefinanziert sind, aber keinen Anspruch auf Rückerstattung hätten, weil sie nicht abonniert werden.

Ziele einer solchen Pressepolitik wären die Stützung und Stärkung des noch verbliebenen publizistischen Unterholzes, dessen Qualitätsverbesserung, die Belebung des publizistischen Wettbewerbs insbesondere in den Öffentlichkeiten der zwei unteren Staatsebenen, der Abbau der Dominanz der multimedialen Grossverlage und der mit ihr verbundenen vielfältigen Abhängigkeitsverhältnisse. Ziel wäre die Wiederherstellung demokratiegerechter Öffentlichkeiten.