

# Der Hahnenkampf der Medienbosse

Die Verleger wollen der SRG die Flügel stutzen, Generaldirektor Roger de Weck wehrt sich. Speziell ist die Rolle von Ringier

VON ANTONIO FUMAGALLI  
UND DENNIS BÜHLER

Das äusserst knappe Abstimmungsresultat bei der Revision des Radio- und Fernsehgesetzes im vergangenen Jahr heizte die medienpolitische Diskussion an – alte Weisheiten geraten ins Wanken, die SRG ist nicht mehr unantastbar. Doch wie soll Service public in Zukunft aussehen? Was darf die SRG – und wo muss sie das Feld den privaten Verlegern überlassen? Und wie hoch sollen die Gebührengelder sein? Es sind Fragen von grösster Aktualität: Schon kommenden Montag beschäftigt sich der Ständerat damit. Und voraussichtlich 2018 wird die Stimmbewölkerung über die «No Billag»-Initiative befinden, welche die Gebühren für die SRG abschaffen möchte und die Schweizer Medienlandschaft in den Grundfesten erschüttern würde.

Was Parlament und Bevölkerung beschäftigt, treibt die Medienszene selbst erst recht um. Eine Kostprobe davon gab es gestern Nachmittag in Luzern am Swiss Media Forum, dem jährlich stattfindenden Stelldichein der Branche. Bei der Diskussionsrunde mit Ver-



Roger de Weck Marc Walder Doris Leuthard Pietro Supino Veit Dengler

tretern der vier grössten Medienhäuser waren die Rollen klar verteilt: Der Tamedia-Chef und frisch gekürte Verlegerpräsident Pietro Supino und NZZ-CEO Veit Dengler bekämpften die «Expansionsgelüste» der SRG, deren Generaldirektor Roger de Weck hielt dagegen. Pikant die Position von Ringier-Boss Marc Walder: Nachdem er im Sommer 2015 seine Pläne für die Admeira genannte Werbeallianz mit der Swisscom und der SRG bekannt gegeben hatte, kam es im Verlegerverband zum Eklat. Ringier trat aus – seither wirbt Walder für «Kooperation statt Konfrontation» mit der SRG.

## SRG-Onlineverbot bleibt

«Die SRG profitiert von Gebühren in der Höhe von jährlich 1,2 Milliarden

Franken – mehr, als jeder Verleger Umsatz macht», kritisierte Supino. Dieser Wettbewerbsvorteil schränke die privaten Medien zu stark ein. De Weck entgegnete, der Verfassungsauftrag verlange von der SRG, Service public in allen vier Sprachregionen zu bieten. «Hiermit erfüllen wir ein klares Bedürfnis: Wenn ich durchs Land reise, höre ich in jedem Kanton, wir sollten das Radio-Regionaljournal ausbauen.»

Besonders ausgeprägt ist die Angst der Verleger, dass der Bund der SRG eines Tages auch im Internet Werbung erlaubt, womit sie die Privaten auch dort konkurrenzieren würde. «Es gibt kein Grundrecht für die SRG, online Werbung zu schalten», sagte NZZ-Boss Veit Dengler. Medienministerin Doris Leuthard beschwichtigte die erhitzten

Verlegergemüter wenig später in ihrem Referat: «Der Bundesrat hat nie auch nur mit einer einzigen Silbe gesagt, er wolle der SRG Onlinewerbung erlauben», so die CVP-Bundesrätin.

## Gemischtwarenladen statt Publizistik

Bei allen Differenzen – in einem Punkt waren sich in Luzern alle Branchenvertreter einig: Die Medienlandschaft befindet sich mitten im Umbruch, dem vielleicht radikalsten in ihrer Geschichte. Besonders betroffen ist die gedruckte Presse. «Der Werteverfall der Tageszeitungen ist gigantisch», sagte Ringier-CEO Walder. Jeder Verlag reagiert auf seine Weise: Tamedia verdient sein Geld längst mit Onlineplattformen, auf denen Fahrzeuge und Wohnungen angepriesen werden; Ringier hat sich zum Unterhaltungskonzern gewandelt, der Konzerttickets verkauft und Prominente vermarktet; einzig die NZZ setzt in erster Linie auf Publizistik. «Journalismus ist kein gesichertes Geschäftsmodell mehr», sagte Walder. «Wenn ich damit heute noch 80 bis 90 Prozent meines Geldes verdienen würde, hätte ich schlaflose Nächte.» Dengler antwortete cool: «Ich nicht.»

NEUER GESAMTARBEITSVERTRAG

## Verleger verhandeln

Die Verleger sind bereit, mit den Arbeitnehmerverbänden Impressum und Syndicom Gespräche über einen neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) für die Deutschschweiz und das Tessin zu führen. Voraussetzung dafür sei, dass Impressum aus dem Verlegerverband austrete, da es bei GAV-Verhandlungen nicht gleichzeitig die Interessen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern vertreten könne, erklärte der scheidende Verlegerpräsident Hanspeter Lebrument. Die Einführung von Mindestlöhnen stehe freilich nicht zur Debatte. Allenfalls könne über eine zusätzliche Woche Ferien diskutiert werden. Lebrument gab ferner bekannt, der Verlegerverband sei auf seinen Entschluss, den Mitgliederbetrag an den Presserat zu streichen, zurückgekommen. «Wir werden weiter zahlen», so der Samedia-Chef. Die Ankündigung hatte selbst Medienministerin Doris Leuthard zu Kritik bewegt. (DBÜ/SDA)

# «Roger de Weck und ich gehen nicht mehr joggen»

Der neue Verlegerpräsident Pietro Supino hält am Anti-SRG-Kurs fest, reicht Konkurrent Ringier aber die Hand.

VON DENNIS BÜHLER UND ANTONIO FUMAGALLI

Noch vor anderthalb Jahren antworteten Sie auf die Frage, ob Sie Verlegerpräsident werden möchten: «Mit ganz grossen Buchstaben: NEIN.» Nun sind Sie es. Weshalb diese Kehrtwende?

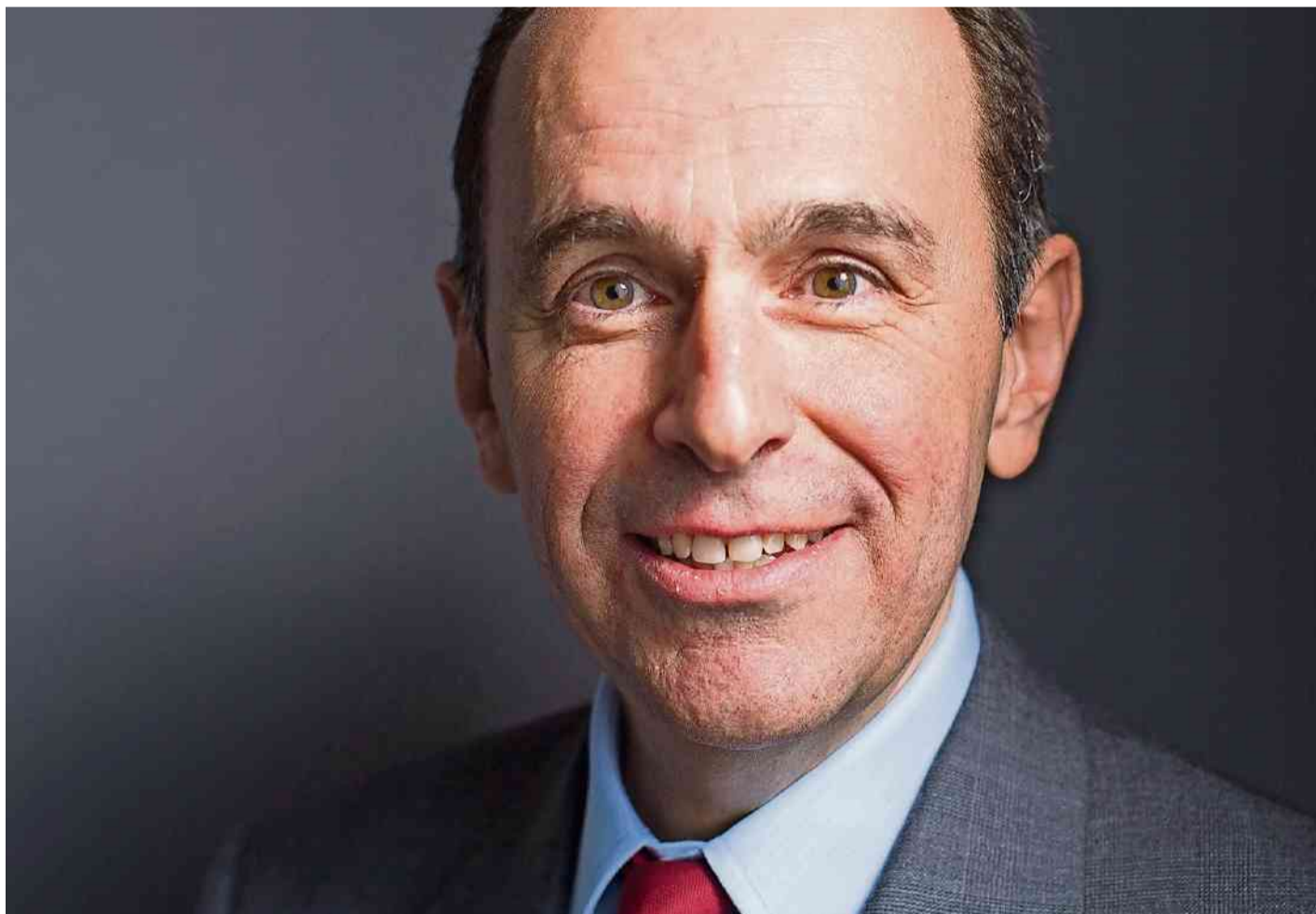
Pietro Supino: Vor anderthalb Jahren sprach der bisherige Verlegerpräsident Hanspeter Lebrument noch nicht von Rücktritt. Nachdem er sich dazu entschlossen hatte, überzeugte er mich, für seine Nachfolge zu kandidieren.

Lebrument, der knorrige Verleger aus Graubünden, polterte gerne lautstark, wenn ihm etwas nicht passte. Welchen Stil verfolgen Sie? Das dürfen Sie beurteilen, wenn ich dereinst mein Amt meiner Nachfolge übergeben werde.

Mit Lebrument teilen Sie die Abneigung gegen die SRG. Und das, obwohl Sie in einem Interview mit der «Schweiz am Sonntag» vor fünf Jahren sagten, dass SRG-Generaldirektor Roger de Weck Ihr Joggingpartner und ein guter Freund sei. Was gilt nun?

Joggen gingen wir schon lange nicht mehr, auch wenn es uns beiden wohl guttun würde (lacht). Auf der persönlichen Ebene verstehen wir uns weiterhin gut, auf der geschäftlichen haben wir Differenzen. Damit man mich richtig versteht: Sowohl der Verband Schweizer Medien als auch ich persönlich befürworten eine gebührenfinanzierte SRG, und eine Abneigung gibt es nicht. Bremsen müssen wir jedoch ihre Expansion, die sie seit Jahren sowohl kommerziell als auch inhaltlich vorantreibt.

Ihr Powerplay gegen die SRG trägt erste Früchte. Am Mittwoch beauftragte der Nationalrat den Bundesrat, den Service-Public-Bericht unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsgedankens zu überarbeiten. Sprich: Eine Mehrzahl der Parlamentarier kann sich vorstellen, dass die SRG nur noch jene Angebote aufrechterhält, die nicht von privaten Verlegern erbracht werden können. Es freut mich, dass die längst nötige Service-Public-Debatte endlich seriös



«Ich sehe für den Journalismus eine grosse Zukunft», sagt der neue Verlegerpräsident Pietro Supino.

GAETAN BALLY/KEystone

PERSÖNLICH

## Der neue Präsident der Verleger

Pietro Supino wurde ins Zürcher Medienhaus Tamedia geboren – sein Urgrossvater war der Unternehmensgründer. Seit 2007 steht der 50-Jährige dem Verwaltungsrat vor. Unter seiner Führung entwickelte sich der Konzern zur grössten privaten Mediengruppe in der Schweiz. Auch im Verband Schweizer Medien, dem er seit neun Jahren angehört, spielt der italienisch-schweizerische Doppelbürger seit längerem eine prägende Rolle. Der Anwalt profilierte sich insbesondere bei Fragen zum Verhältnis zur SRG. Gestern nun wurde er in Luzern ohne Gegenkandidat zum Nachfolger von Hanspeter Lebrument als neuer Präsident des Verlegerverbands gewählt. Neuer Vizepräsident ist Peter Wanner, Verleger der AZ Medien (die auch «Die Nordwestschweiz» herausgeben). Neu ins Präsidium gewählt wurde unter anderem Samedia-CEO Andrea Masüger. (DBÜ/FUM)

geführt wird. Klar ist für mich: Strukturhaltung ist kein brauchbares Rezept für die Zukunft. Die Welt hat sich verändert, unser Mediensystem aber ist tief in der Vergangenheit verhaftet.

## Unter Strukturhaltung verstehen Sie das Festhalten an einer starken SRG. Am Montag befasst sich auch der Ständerat mit dieser Frage.

Wir alle – Politiker und Interessenvertreter – sollten mehr an die Bedürfnisse der Nutzer denken. Um diese zu befriedigen, ist ein komplementäres System aus sich ergänzenden öffentlich finanzierten und privaten Medien das ideale Modell, weil nur dieses eine vielfältige Medienlandschaft ermöglicht. Leider droht die durch Gebühren finanzierte SRG die privaten Medien zu verdrängen. Das kann niemand wollen.

Was die Konsumenten letztlich am meisten interessiert: Wie hoch sollen die Gebühren zugunsten der SRG sein? Ich fand es bereits falsch, über den Wechsel des Gebührensystems abzu-

## «Ich würde mich freuen, wenn Ringier zurück an den Tisch käme.»

stimmen, bevor die Diskussion über das von der Öffentlichkeit gewünschte Angebot geführt ist. Auch jetzt kommt diese Frage zur Unzeit. Wir sollten sie erst beantworten, wenn wir definiert haben, was Service public umfassen soll.

## Nicht nur mit der SRG, sondern auch mit dem Medienhaus Ringier liegen Sie im Streit. Dieses ist letztes Jahr unter Getöse aus dem Verlegerverband ausgetreten. Ist das Tuch endgültig zerschnitten?

Aus meiner Sicht nicht. Ich würde mich freuen, wenn Ringier zurück an den Tisch käme.

Ringier-Chef Marc Walder sagt, für eine Versöhnung mit dem Verlegerverband gebe es keinen Grund. Ein Wiedereintritt ist höchst unrealistisch.

Unrealistisch wäre, wenn ich mit Marc Walder joggen gehen wollte (der CEO der Ringier-Gruppe war früher Spitzensportler, Anm. d. Red.). Mittel- bis langfristig ist eine Rückkehr von Ringier sicher realistisch, ich werde mich darum bemühen. Denn wir haben viele gemeinsame Interessen: der Kampf für die Medienfreiheit, der Vertrieb gedruckter Zeitungen, Aus- und Weiterbildung – um nur einige zu nennen. Als Unternehmer arbeiten Walder und ich ohnehin bereits zusammen. Am wichtigsten ist dabei jobs.ch, das Ringier und Tamedia gemeinsam gehört und sehr erfolgreich ist.

## Zum Streit mit Ringier kam es, da der Verlag mit Swisscom und SRG die Werbeallianz Admeira gründete. Sie beurteilten diese als Pakt mit dem Feind.

Diese Werbeallianz behagt uns privaten Verlegern nach wie vor nicht. Und auch den an Admeira beteiligten Konzernen scheint es nicht ganz wohl zu sein: Sonst hätten sie sich kaum zu gewissen Verhaltensweisen verpflichtet und nun angekün-

digt, das Aktionariat öffnen zu wollen. Der Verlegerverband nimmt diesen Ball gerne auf und geht nun in Gespräche. Aus unserer Sicht besonders interessant wäre eine offene Datenplattform, die idealerweise nicht gewinnorientiert und dank Transparenz auch für die Nutzer ein Mehrwert wäre. Kommt eine solche Lösung zustande, ist nicht ausgeschlossen, dass sich eines Tages weitere Verleger und vielleicht auch Tamedia an Admeira beteiligen.

## Eine persönliche Frage zum Schluss: Wir sind um die dreissig. Können wir in unserem Beruf, den wir lieben, alt werden?

Ich sehe für den Journalismus eine grosse Zukunft. Ihr Job wurde bis anhin mit jedem technologischen Wandel spannender, und Journalisten haben meist eine grosse Lern- und Leistungsfähigkeit an den Tag gelegt. Realistischerweise muss man aber davon ausgehen, dass die Gesamtzahl der Stellen auch in Zukunft sinken wird. Wenn Sie im Journalismus bleiben wollen, haben Sie nur eine Wahl: Sie müssen einfach besser sein als Ihre Konkurrenz (lacht).