



## Medienmitteilung

Luzern, 22. September 2016

### Doris Leuthard spielt den Verlegern den Ball zu

Die Medienministerin Doris Leuthard rief in ihrer Rede am SwissMediaForum die versammelten Entscheidungsträger aus der Medienwelt zur aktiven und konstruktiven Mitarbeit an einer zukunftsfähigen Schweizer Medienlandschaft auf. Nach einer kleiner Nachhilfestunde zum Medienartikel in der Bundesverfassung erklärte sie, dass die Herausforderungen des TV- und Zeitungsmarkts ein neues Mediengesetz nötig machten, welches sie ab Anfang 2018 in die Vernehmlassung schicken möchte.

Die derzeit oft gehörte Kritik an der SRG liess Leuthard weitgehend ins Leere laufen. Die Breite des Verfassungsauftrags mache es schwierig, Programme zu streichen oder die Gebührengelder zu kürzen. Mit Blick auf die Ängste vor einer Lockerung des Online-Werbeverbots der SRG konnte sie ihr Publikum hingegen beschwichtigen. «An den Werbeverböten wird sich nichts ändern», sagte sie.

Keine 100 Millionen für Peter Wanner

Die Bundesrätin appellierte an die Innovationskraft der Schweizer Medienunternehmen, und an deren Kooperationsbereitschaft. «Der Kampf gegen die SRG ist kein Kampf der in die Zukunft führt», warnte sie. Eine schwache SRG würde nicht den Verlegern dienen, sondern Plattformen wie Facebook und Google, zu welchen immer mehr Werbegelder abflössen.

Auf die Idee des AZ-Verlegers Peter Wanner angesprochen, 100 Millionen von der SRG abzuzweigen und einem privaten TV-Anbieter zukommen zu lassen, reagierte Leuthard abschlägig. Mit dem Herauspicken von einzelnen Aufträgen wie Rosinen sei der Service Public nicht abzudecken. Diese müssten dreisprachig ausgeführt werden. Der Service Public sei nur als Gesamtpaket zu bewältigen, erklärte sie.

Weiterhin Eiszeit zwischen Supino und Walder

Vor der Magistratin besetzten die Spitzen der drei grössten privaten Medienhäuser sowie der SRG die Bühne. Im Gespräch mit dem Gründer und Programmleiter des SwissMediaForums, Patrik Müller, kreuzten Veit Dengler (CEO NZZ), Marc Walder (CEO Ringier), Pietro Supino (Tamedia-Verleger) und Roger de Weck (Generaldirektor der SRG) die Klänge.

Der Ton war höflich, doch in der Sache schenken sich Supino, der Stunden zuvor zum Präsidenten des Verlegerverbands gewählt worden war, und Walder nichts. Ringier sehe keinen Anlass, sich dem Verlegerverband wieder anzunähern, sagte Walder. Das Verlagshaus war ausgetreten, nachdem es nach der Gründung der Werbevermarktungsfirma Admeira (von Ringier, Swisscom und der SRG) viel Kritik einstecken musste. «Die zwei grossen Themen des Verlegerverband der letzten 12 Monate waren der Kampf gegen Admeira und der Kampf gegen die SRG», beschwerte sich Walder.

Walder und de Weck wehrten sich ihrerseits gegen die Behauptung, Admeira gebe den anderen Medienhäusern keinen Zutritt. «Wir sind offen», sagte de Weck. Er ist überzeugt, dass die Kooperation, die die Werbevermarktung und die Bearbeitung von Nutzerdaten umfassen soll, für den Medienstandort Schweiz ein Fortschritt wäre. Dabei werde an den bestehenden Werbebeschränkungen selbstverständlich festgehalten, sagte der SRG-Direktor.

Der frischgebackene Verlegerverbandspräsident Supino wiederholte dagegen seine Überzeugung, Admeira sei ein Versuch, der SRG die Hintertür zu «mehr Kommerz» zu öffnen. Ausserdem seien die technischen Innovationen betreffend Big Data bislang bloss Zukunftsmusik. Düstere Prognosen zeichnet der Tamedia-Verleger auch für seine eigenen Angestellten. Dass die journalistische Leistung auch in Zukunft erbracht werde, sei nicht seine Sorge. Allerdings werde sein Unternehmen in 5 oder 10 Jahren nicht mehr gleich viele Leute beschäftigen können wie heute.

#### Britischer Innovator zum Abschluss

Rund 470 Personen aus der Medienbranche nahmen am SwissMediaForum 2016 teil. Am Freitagvormittag erwarten sie weitere Talks, etwa zur Innovation im digitalen Bereich und zum Medienphänomen Donald Trump. Dazu kommen Break-Out-Sessions zum digitalen Storytelling, zum investigativen Wissenschaftsjournalismus und zum Umgang der Medien mit dem Rechtspopulismus. Den Abschluss macht der ehemalige Chefredaktor des «Guardian», der früh in das Digitalgeschäft der britischen Tageszeitung investierte.