

Der Staat verteilt den Kuchen



Kurt W. Zimmermann

Kurt W. Zimmermann war Chefredaktor und später Mitglied der Unternehmensleitung von Tamedia. Heute ist er Inhaber eines Zeitschriftenverlags in Italien, Buchautor und Kolumnist für „Weltwoche“ und „Bilanz“.

Der Einfluss des Staats in den Medien nimmt permanent zu. Die zwei grössten Medienunternehmen des Landes sind in staatlicher Hand. Und auch die privaten Verlage kriechen zunehmend ins staatliche Nest.

Die SRG, wie man weiss, ist immer für eine negative Überraschung gut. Aber diese Überraschung hätte man der SRG in ihrer neuesten Jahresrechnung dann doch nicht zugetraut.

Im Pandemie-Jahr 2020 stiegen die Personalkosten beim Schweizer Radio und Fernsehen um fast fünf Millionen Franken. Das muss man erst einmal schaffen.

2020 war für die Medienindustrie die grösste Depression seit der Finanzkrise von 2009. Alle Marktteilnehmer mussten darum beim Personal sparen, die Verlage wie die TV- und Radiostationen genauso wie die Werbe- und die Mediaagenturen. TX Group zum Beispiel senkte die Personalkosten um 16 Millionen Franken, Ringier baute allein in der Schweiz fast 120 Stellen ab.

Und was tut die SRG? Sie tut das Gegenteil.

seine mit staatlichen Gebühren finanzierte SRG. Über Nacht erhöhte er ihr Budget um 50 Millionen Franken. Die 50 Millionen waren deutlich mehr als die 30 Millionen, welche die SRG schliesslich im Vergleich zum Vorjahr an Werbeeinnahmen verlor.

Corona hat eine Tendenz im Medienmarkt deutlich verstärkt. Die Dominanz des Staates ist in der Branche noch stärker geworden. Die Pandemie hat die Rolle des Staates in den Medien enorm gestärkt.

Der Vorsprung der SRG auf die zwei grössten Privatunternehmen Ringier und TX Group beispielsweise ist grösser denn je. 25 Radio- und TV-Programme plus fünf Online-Portale betreibt die SRG mittlerweile. Die SRG macht mit 1,5 Milliarden Franken fast denselben Jahresumsatz, wie ihn die beiden grössten Verlagshäuser TX Group und Ringier in der Schweiz gemeinsam erzielen.

Was allerdings nur wenige wissen: Ringier und TX Group sind nur die Nummern drei und vier im Markt. Vor ihnen liegt neben der SRG noch ein zweites Medienunternehmen, das vom Staat kontrolliert wird; die Swisscom.

Der Staatsbetrieb Swisscom ist hinter der SRG mittlerweile zum zweitgrössten Unternehmen der Schweizer Medienbranche

Die Dominanz des Staates ist in der Branche noch stärker geworden. Die Pandemie hat die Rolle des Staates in den Medien enorm gestärkt.

Das antizyklische Verhalten der SRG ist allerdings leicht zu erklären. Als im Frühjahr 2020 die Auswirkungen von Corona auf den Werbemarkt deutlich wurden, hielt der Bundesrat sofort die schützende Hand über

Die zwei Staatsapparate SRG und Swisscom machen heute zusammen einen Umsatz der ungefähr 40 Prozent des Umsatzes der gesamten Medienbranche der Schweiz entspricht.

geworden - Tendenz weiterhin steigend. Mit Medien macht Swisscom bereits einen Umsatz von rund 1,1 Milliarden Franken im Jahr.

Die wichtigsten Swisscom-Angebote sind neu in ihrer blue-Gruppe gebündelt: blue TV, das früheren Swisscom TV mit 1,5 Millionen Kunden, zu dem nun auch der frühere Bezahlsender Teleclub gehört. Dazu kommt das Online-Portal blue.ch. Mit search.ch und local.ch hält Swisscom zudem die zwei führenden Adress-Plattformen. Und mit 85 Sälen ist man unter der Marke blue Cinema auch der grösste Kinobetreiber der Schweiz.

Der spektakulärste Coup gelang Swisscom mit ihrem blue TV im letzten Sommer. Für 25 Millionen Franken ersteigerte man die Rechte der Fussball-Champions League und botete den Rivalen SRG aus, der bei diesem Preis im Bieterduell aufgab. Es war ein kuriozes Schauspiel, wie zwei Bundesunternehmen sich gegenseitig die Programmkosten in die Höhe trieben. Aber aus Sicht von Swisscom war es folgerichtig. Vier Jahre zuvor hatte der Konzern für jährliche 35 Millionen bereits die Fernsehrechte der Schweizer Fussballliga gekauft.

Die zwei Staatsapparate SRG und Swisscom machen heute zusammen einen Umsatz von 2,6 Milliarden Franken. Das entspricht ungefähr 40 Prozent des Umsatzes der gesamten Medienbranche der Schweiz. Es ist eine schleichende Verstaatlichung einer Branche.

Die privaten Medienhäuser tragen ihren Teil zu dieser Tendenz bei. Sie kriechen zunehmend auch in die staatliche Wärme. Selbst liberale Unternehmen wie die NZZ-Gruppe wollen

inzwischen an staatliche Gelder heran. „Lassen wir einmal die grundsätzlichen Bedenken gegenüber staatlicher Hilfe beiseite“, schreibt die NZZ inzwischen.

Es ist ein ziemlich trauriges Schauspiel, das die Medienbranche zuletzt bot. Die stolze vierte Gewalt, in der Demokratie definiert als Überwachungsinstanz der staatlichen Institutionen, kroch auf den Knien zum Staat und bettelte um Steuergelder. Als erstes holten sie über 70 Millionen Franken an Corona-Nothilfe heraus, primär für ihre Regionalsender und die Zeitungs-Posttaxen. In einer zweiten Stufe wird es künftig für die Verlage das Doppelte davon an jährlichen Staatsgeldern regnen.

Dazu kommen Subventionen von 81 Millionen Franken im Jahr für die regionalen Radio- und TV-Sender der Verlage. Insgesamt subventioniert der Staat über direkte Zuschüsse, verbilligte Postzustellung und Steuererleichterungen bei der Mehrwertsteuer die privaten Medienhäuser nun bereits mit 480 Millionen Franken im Jahr.

480 Millionen ist ein schönes Stück Kuchen. Gratis gibt es das nicht.

Die möglichen Konsequenzen sind bei den privaten Radio- und TV-Sendern gut zu beobachten. Wer von ihnen Subventionen bekommt, muss sich dafür von der Medienpolizei des Bundesamts für Kommunikation kontrollieren lassen, wie man die Qualität sichert, wie man Fehlleistungen verhindert und ob man genügend Personal bezahlt. Auch bei den Zeitungen wünschen sich manche Politiker mehr Einfluss, wenn nun mehr Subventionen an sie fliessen. Die Corona-Krise der Medien kam vor allem für die linken Politiker gerade recht. Ihnen winkt nun die Chance, endlich mehr Kontrolle über die Zeitungshäuser zu bekommen.

Einige Politiker wollen auch mehr Kontrolle über Zeitungen haben, solange sie mehr Subventionen erhalten.

Seit bald zwanzig Jahren möchte die Linke mehr Staat in den privaten Medien. SP-Präsident Christian Levrat setzte sich unablässig für eine „Medienförderung“ ein, weil sie sich davon mehr Einfluss ihrer Politik auf den Redaktionen versprach. Seine Nachfolger übernahmen die Doktrin und dehnten sie auf die staatliche Finanzierung von Online-Medien aus, denn viele von denen stehen politisch links. Die Anbieter von Online-News werden künftig 30 Millionen im Jahr bekommen.

Natürlich verteilen die Politik und der Staat diesen Segen nicht ohne Gegenleistung. Die Politik sagt zwar nicht: Wer zahlt, befiehlt. Sie sagt es anders: Wer zahlt, erwartet Dank.

Die Dankbarkeit ist bereits allorten sichtbar. Noch nie standen die Journalisten so geschlossen hinter der Landesregierung wie in den letzten vierzehn Monaten. Das Tages-Anzeiger-Netz beispielsweise, die grösste Pressegruppe des Landes, schwenkte in den unkritischen Journalismus und verteidigt die Regierung bis heute reflexartig gegen alle Kritiker. Auch die Blick-Gruppe hielt sich mit Kritik an Alain Berset und der Landesregierung auffallend zurück. Das Schweizer Fernsehen wandelte sich oftmals gar zur reinen PR-Truppe des Bundesrats und bot Kritikern nur ungern eine Plattform.

Wie heisst die alte Redensart? Man beisst nicht die Hand, die einen füttert.