

Medienfinanzierung der Zukunft

Wir von «media FORTI» sind überzeugt, dass unsere Demokratie auf guten Journalismus angewiesen ist – auch wenn sich damit kein Geld mehr verdienen lässt. Wir schlagen deshalb einen neuen Ansatz zur Finanzierung vor.

Guter Journalismus ist teuer

Ob online oder offline: Guter Journalismus ist teuer. Zwar können wir alle heute im Internet selbst journalistisch tätig sein. Doch für eine nachhaltige, kontinuierliche und zuverlässige Produktion journalistischer Leistungen braucht es gut ausgestattete Redaktionen mit Journalistinnen und Journalisten, die Zeit für Recherche, Einordnung und Aufbereitung von Informationen haben. Und das kostet.

Die Digitalisierung erschwert die Finanzierung von Journalismus

Mit der fortschreitenden Digitalisierung wird die Finanzierung von Journalismus auf dem freien Markt immer schwieriger. Nutzerinnen und Nutzer sowie Werbung sind ins Internet abgewandert, aber nicht zu den Onlineangeboten von Medienhäusern, sondern zu Suchmaschinen, sozialen Netzwerken und Kleinanzeigenportalen, die selbst keine publizistischen Inhalte produzieren.

Die Werbeeinnahmen aller Bezahlzeitungen zusammen sind in der Schweiz in den letzten Jahren um eine Milliarde Franken auf noch rund 700 Millionen pro Jahr eingebrochen. Gleichzeitig verdienen die Medienhäuser mit ihren Onlineangeboten nur gerade etwas mehr als 80 Millionen.

Der Journalismus steckt in einer existenziellen Krise

Für Journalismus steht also immer weniger Geld zur Verfügung. Die Redaktionen bei vielen Zeitungen wurden in den letzten Jahren deshalb massiv verkleinert; einige Titel wurden ganz geschlossen. Zudem nehmen Medienkonzentration und Mehrfachverwertung von Inhalten immer stärker zu – das Ergebnis ist weniger Vielfalt in der Berichterstattung.

Die bisherige Medienförderung ist ein Auslaufmodell

Die etablierten Medien werden heute schon vom Staat unterstützt:

- Zeitungsverlage zahlen weniger Mehrwertsteuer und der Transport von Zeitungen mit der Post wird verbilligt. Gefördert wird also nur der Verkauf und Vertrieb auf Papier. Journalismus im Internet geht dagegen leer aus.
- Private regionale Radio- und Fernsehveranstalter erhalten einen Anteil der Radio- und Fernsehgebühr («Billag-Gebühren»). Das Geld darf aber nur für die klassischen Sender gebraucht werden, nicht für innovative Onlineangebote.

Gibt es keine besseren Modelle?

Doch, die gibt es. Wir von «media FORTI» schlagen ein innovatives Fördermodell vor, das auf zwei Beinen steht:

1. Wir brauchen eine neue Infrastruktur für private Anbieter von Journalismus.

Ein immer grösserer Teil der Mediennutzung findet im Internet statt. Doch ein professionelles und modernes Onlineangebot aufzubauen erfordert hohe Investitionen. Statt dass jedes Medium selbst Geld in die Hand nimmt, das dann für den Journalismus fehlt, brauchen wir eine neue Open-Source-Infrastruktur, die der Allgemeinheit gehört. Alle Anbieter, von etablierten Zeitungen, Radio- und Fernsehstationen über Online-Start-ups bis hin zu Bloggerinnen und Bloggern, die sich zur Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten bekennen, erhalten Zugang zu dieser digitalen Infrastruktur. Die Not-for-Profit-Organisation, welche die Infrastruktur aufbaut und betreibt, ist kein Investitionsobjekt. Sie braucht deshalb Gelder von Stiftungen und der öffentlichen Hand. Pro Jahr wird mit Kosten von 5-6 Millionen Franken gerechnet.

2. Wir brauchen eine Onlinemedienförderung.

Den Anbietern auf dieser Plattform steht auch eine Produktionsförderung zur Verfügung, damit sie für ihre journalistischen Aktivitäten über genügend Ressourcen verfügen. Diese Onlinemedienförderung funktioniert unabhängig vom Staat und wird ohne jeden Eingriff in die redaktionelle Freiheit umgesetzt. Solche Modelle funktionieren in Dänemark, Schweden oder Norwegen seit Jahrzehnten. Sie ermöglichen mehr Vielfalt und Qualität. Die Pressefreiheit ist erwiesenermassen trotzdem garantiert. Dänemark beispielsweise investiert pro Jahr ca. 55 Millionen Franken in die Medienförderung.

Und wer zahlt das?

Schon heute fliesst ein Teil der Radio- und Fernsehgebühr an private Medien (2016 rund 67,5 Millionen Franken). Zudem werden für die Verbilligung des Posttransports 50 Millionen Franken pro Jahr investiert, 30 Millionen davon für Zeitungen und Zeitschriften. Dieses Geld kann im Onlinezeitalter besser verwendet werden. Statt nur die klassische Verbreitung von Journalismus auf Papier und über Radio- und Fernsehsender zu fördern, kann dieses Geld technologieutral für die Produktion von Journalismus eingesetzt werden.

Zudem gibt es neue Ideen für die Finanzierung von Journalismus, um Lösungen auf Bundesebene zu ergänzen. In der Romandie beispielsweise arbeitet «FiJou» an einem Konzept, wie Gelder der Kantone und der «Loterie Romande» für Innovationen im Journalismus sowie für den Fortbestand und die Neugründung von Medienangeboten eingesetzt werden können.