

“Wir empfehlen eine Stiftung zur Vitalisierung des Journalismus“

Prof. Dr. Otfried Jarren

ist Präsident der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK), die die schweizerische Bundesregierung (Bundesrat) und die politische Öffentlichkeit in medienpolitischen Fragen beraten soll und im Jahr 2013 ihre Arbeit aufnahm. Otfried Jarren ist seit 1997 Ordinarius für Publizistikwissenschaft am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ) der Universität Zürich (UZH) und dort Leiter der Abteilung „Medien & Politik“. Als Prorektor für die Geistes- und Sozialwissenschaften gehört er ferner seit 2008 der Universitätsleitung der UZH an. In unserem Interview nimmt er Stellung zu Aufgaben und Arbeit des obersten medienpolitischen Beratungsgremiums in der Schweiz.



© Universität Zürich

Prof. Otfried Jarren ist Gründungspräsident der Schweizer Eidgenössischen Medienkommission (EMEK).

Schlüsselbegriffe: Medienpolitik | Mediensystem Schweiz | Medienwandel | Media Governance

MedienWirtschaft: Prof. Jarren, sind Sie der oberste medienpolitische Berater der Schweizerischen Eidgenossenschaft?

Otfried Jarren: Nein. Ich habe lediglich die Ehre, die neu begründete Eidgenössische Medienkommission zu präsidieren.

MedienWirtschaft: Der Schweizer Bundesrat hatte im November 2012 zunächst Sie als Kommissionspräsidenten gewählt und erst im März 2013 die anderen EMEK-Mitglieder nacherkoren – dies darf man wohl schon als einen besonderen Ausweis des Vertrauens in Ihre Kompetenzen und Integrität deuten. – Warum hat die Schweizer Regierung die EMEK geschaffen?

Otfried Jarren: Der durch die Digitalisierung getriebene rasante Medienwandel führt natürlich auch im schweizerischen Mediensystem zu einem massiven Anpassungs- und Veränderungsdruck. Gerade in einem vergleichsweise kleinen Land, das zudem auch noch in drei unterschiedliche Sprachregionen aufgeteilt ist, ist dieser Druck naturgemäß besonders intensiv zu spüren. Als der Schweizer Bundesrat feststellte, dass seine medienpolitischen Aufgaben durch diese Entwicklung erwartbar anspruchsvoller und teils auch konflikthaltiger werden und ein immer breiteres fachliches Analyse- und Prognosewissen erfordern, beschloss

er, die EMEK als ein beratendes Gremium verwaltungsexternar Expertinnen und Experten aus den verschiedenen Bereichen des Mediensektors zu etablieren. Es wurden bewusst keine Interessenvertreter gewählt, sondern der Bundesrat hat sich für die Ernennung von fachlich ausgewiesenen Persönlichkeiten entschieden. Die derzeit 13 Mitglieder repräsentieren somit eine breite Expertise aus den Bereichen Verlagswirtschaft, öffentlicher und privater Rundfunk, Medienwissenschaft, Aus- und Weiterbildung, Online-Medien, Journalismus, Werbebranche und Zivilgesellschaft.

MedienWirtschaft: Welche Aufgaben und Pläne hat die EMEK, was hat sie bereits „abgearbeitet“?

Otfried Jarren: Die EMEK hat allgemein die Aufgabe, die schweizerische Medienlandschaft zu beobachten, zu analysieren und Empfehlungen zu ausgewählten medienpolitischen und -regulatorischen Fragen abzugeben, die beispielsweise Regierung oder Verwaltung an die Kommission richten. Neben der beratenden Funktion kann die Kommission jedoch auch eigene Themen aufgreifen, um den öffentlichen und politischen Diskurs über medienrelevante Fragestellungen in der gesamten Schweiz wissenschaftlich und fachlich fundiert zu fördern. Dies tut die Kommission beispielweise auch durch öffentliche wie nicht-öffentliche An-

hörungen von Expertinnen und Experten oder Angehörigen relevanter gesellschaftlicher Gruppen.

Im ersten EMEK-Bericht, der im vergangenen Herbst publiziert worden ist, haben wir zunächst eine grundsätzliche Situations- und Problemanalyse der publizistischen Medien in der Schweiz vorgenommen und aufbauend auf einem eher kritischen Befund mehrere neue Formen von Maßnahmen zur Medienförderung vorgeschlagen.

Die Kommission arbeitet derzeit an einem zweiten Bericht, der sich mit einer Bestandsaufnahme der Aufgaben und Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Schweiz, übergreifender formuliert: dem gesamten „Service Public“ im Bereich der medial vermittelten Kommunikation, befassen wird und dessen Veröffentlichung für Ende 2015 geplant ist. Es ist aber nicht ausgeschlossen, dass wir auch Teilberichte oder Stellungnahmen zu Einzelfragen publizieren. Perspektivisch plant die Kommission, sich mit den Auswirkungen und der Regulierung sozialer Netzwerke zu befassen sowie mit den Aufgaben der angewandten Medienforschung im Hinblick auf eine gesellschaftlich relevante Analyse des Medienwandels.

MedienWirtschaft: Zu welchem kritischen Befund ist die EMEK in ihrer Situationsanalyse der publizistischen Medien in der Schweiz gelangt?

Otfried Jarren: Wie die Leser der MedienWirtschaft natürlich wissen, haben wir auch in der Schweiz eine Finanzierungskrise insbesondere bei den regionalen und nationalen Tageszeitungen. In der Folge hat die Marktkonzentration erheblich zugenommen, mit Auswirkungen auf den journalistischen Arbeitsmarkt wie auf die journalistischen Arbeitsbedingungen. Durch die Branchenkonsolidierung wurde zwar Zeit gewonnen, und die Lage ist heute auch noch nicht dramatisch zu nennen. Aber in einzelnen Regionen wie Landesteilen haben wir erhebliche Konzentrationseffekte. In den nächsten Jahren wird sich die Lage im Bereich der Tagespresse nolens volens weiter zuspitzen, da das Finanzierungsmodell der Tageszeitungen dauerhaft nicht mehr tragfähig ist und sich auf der Online-Seite kein funktionierendes Geschäftsmodell für Angebote abzeichnet, die die publizistischen Leistungen der Tageszeitungen irgendwie ersetzen könnten.

Die EMEK hat sich deswegen dafür ausgesprochen, Schritt für Schritt neue Formen der Medienförderung auf die Spur zu bringen. Der Bericht regt dabei eine ganze Reihe neuer Maßnahmen an, die im Wesentlichen auch einen Politikwechsel ermöglichen und einleiten sollen: Statt staatlich relementierter Medienpolitik, also „Governance“, wird auf die längere Frist für eine Medienpolitik unter „Peerbeteiligung“

argumentiert, also für „Media Governance“. Die Branchenrepräsentanten sollen bei den Fördermaßnahmen mitwirken.

MedienWirtschaft: Welche Fördermaßnahmen empfiehlt die EMEK denn konkret?

Otfried Jarren: Die EMEK empfiehlt vor allem eine gezieltere und differenziertere Medienförderung. Hierzu werden zwei Fördertypen vorgeschlagen. Der erste Typ umfasst Maßnahmen, die kurz- oder mittelfristig umsetzbar sind, weil sie keinen rechtlichen und politischen Regimewechsel erfordern.

In diesem Bereich rät die EMEK, die Postgebührenverbilligungen für Zeitungen nach und nach durch andere Medienförderungsmaßnahmen, nämlich medienübergreifende Maßnahmen, zu ersetzen. Konkret empfiehlt die EMEK hier einen einheitlich reduzierten Mehrwertsteuersatz für Papier- und E-Paper-Abonnements, eine finanzielle Unterstützung der Nachrichtenagentur sda als eine zentrale Infrastruktur des Mediensystems sowie von journalistischen Aus- und Weiterbildungsprogrammen im Bereich multimedialer Arbeitsweisen und zuletzt die Förderung von technischen und medienwirtschaftlichen Innovationsprojekten. Dies auch deshalb, weil die Forschungs- und Entwicklungskompetenz bei den traditionellen Medienunternehmen noch stark unterentwickelt ist. Hier soll eine Gründerkultur, auch durch Vernetzung mit den IT-Labs der Schweizer Universitäten, gefördert werden.

Der zweite Fördertyp ist mittel- bis langfristig umsetzbar, da er auch umfangreichere rechtliche Anpassungen erfordert. Er soll den Wechsel zur „Media Governance“ bringen. Hier regt die EMEK an, eine staatsfern organisierte, aber öffentlich finanzierte Medienstiftung zu gründen, die die Aufgabe hat, publizistische Startups mit Anschubfinanzierungen zu fördern, herausragende redaktionelle und journalistische Leistungen finanziell zu alimentieren sowie relevante Projekte der angewandten Medienforschung zu unterfüttern.

Insgesamt gilt für beide Förderkonzepte: Wenn auch manche dieser Vorschläge auf Widerstand stoßen und von einigen sogar als Zumutungen abgetan werden, ist die EMEK mit ihren Vorstellungen eigentlich doch noch eher „harmlos“ unterwegs. Wichtig ist der Kommission, eine überfällige gesamtgesellschaftliche Debatte über die Zukunft des Mediensystems anzustoßen: Was will die Gesellschaft? Was ist es der Gesellschaft wert, einen unabhängigen und starken Journalismus zu haben? Gleichzeitig sollten wir freilich auch die Maßnahmenimplementierung nicht aus den Augen verlieren, denn der vorgezeichnete Medienwandel wird sicherlich keine Pause einlegen, um auf uns und auf notwendige Anpassungen zu warten.

Interview

MedienWirtschaft: „Harmlos unterwegs“ – das sehen die Betroffenen wohl teilweise anders. Die Zeitungsverleger werfen Ihnen vor, dass eine Abschaffung der Postgebührenverbilligung die Medienkrise noch deutlich verschärfen würde. In einer Pressemitteilung des Verlegerverbandes zu dem Bericht hieß es wörtlich: „Dass in einem Bericht, der vorgibt, die Medien fördern zu wollen, das Schwergewicht auf eine Maßnahme gelegt wird, die zum Zeitungssterben beiträgt, mutet mehr als seltsam an.“

Otfried Jarren: Wir hatten nicht erwartet, dass die Verleger diesen Vorschlag mit lautem „Hurra!“ begrüßen. Doch ist die Kommission der prinzipiellen Auffassung, dass sich die Medienförderung grundsätzlich auf publizistische Leistungen und den Nutzen dieser Leistungen für das Publikum und die Gesellschaft beziehen soll, nicht aber auf bestimmte Mediengattungen oder Technologien. Subventionen für Unternehmen machen also keinen Sinn, wenn die Mittel nicht dorthin gelangen, wo sie gesellschaftlich hinkommen sollen. Die Postgebührenverbilligung mutet vor diesem Hintergrund wie ein Anachronismus an. Die vorgeschlagenen infrastrukturellen Förderungen der Nachrichtenagentur und der journalistischen Ausbildung sowie auch von technischen Innovationsprojekten werden ja auch von den Verlegern goutiert, ebenso auch die empfohlene Ausweitung der Mehrwertsteuerermäßigung auf E-Paper.

MedienWirtschaft: Auf scharfen Widerspruch stieß auch Ihr Vorschlag der Einrichtung einer Medienstiftung zur direkten Förderung publizistischer Startups und hervorragender journalistischer Leistungen. Kein geringerer als der CEO der NZZ-Mediengruppe, Veit Dengler, schrieb hierzu in einem Leitkommentar der Neuen Zürcher Zeitung, die EMEK würde mit diesem Vorschlag den „Medien die Totenglocke läuten“, da eine solche staatlich unterhaltene Stiftung die Unabhängigkeit der Medien zwingend untergraben würde.

Otfried Jarren: In dieser Haltung zeigt sich ein unbegründeter politischer Steuerungspessimismus. Dass eine staatliche Etablierung von unabhängigen Förderstiftungen, in denen Unterstützungsmaßnahmen durch professionelle Peerentscheidungen sinnvoll beschlossen werden können, bei entsprechender institutioneller Ausgestaltung durchaus möglich ist, zeigt das Beispiel des Schweizerischen Nationalfonds (SNF), der als privatwirtschaftlich institutionalisierte Stiftung staatliche Fördermittel für die wissenschaftliche Forschung vergibt. Die Unabhängigkeit und professionelle Legitimation der Mittelvergabe wird beim SNF nicht in Frage gestellt. Warum sollte dies bei einer Medienstiftung nicht ebenfalls funktionieren können? Hier wird vielfach ohne große Kenntnisse und ideologisch argumentiert. Natürlich: die Medienfreiheit ist ein hohes Gut. Dieses Gut ist zu wahren. Aber Journalismus und Medien müssen auch vor den Einflüssen der Werbe- und PR-Branche geschützt werden.

Generell zeigt sich auch international, dass eine aktive Medienförderungspolitik nicht im Widerspruch zur unbedingten

Gewährleistung der Medienfreiheit steht. Gerade jene Gesellschaften, die in der Medienförderung besonders aktiv und fortschrittlich sind, wie etwa die skandinavischen Länder, rangieren in allen internationalen Rankings zur Gewährleistung materieller Medienfreiheit stets auf den Spaltenplätzen. Es spricht also sehr viel dafür, dass wir auf Dauer mehr aktive Medienförderung brauchen, gerade um die Werte der Medienfreiheit und -unabhängigkeit nachhaltig zu sichern und zu bewahren. Eine unabhängige Stiftung etwa nach dem Vorbild des Schweizerischen Nationalfonds, der in der Governance natürlich der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) vergleichbar ist, wäre also ein gesellschaftlich intelligenter Weg dorthin. Allerdings müssen sich die Peers auch noch entsprechend organisieren; das trifft vor allem auf den Journalismus zu.

MedienWirtschaft: Ihr Optimismus und Ihre Hoffnungen in allen Ehren, aber kämpfen Sie da nicht auf verlorenem Posten? Gute Kenner der Schweizer Medienszene wie der NZZ-Medienredakteur Rainer Stadler prognostizieren der EMEK, dass die Stiftungsidee am Widerstand der maßgeblichen Branchenvertreter scheitern wird.

Otfried Jarren: Die Branche hat den Mythos verinnerlicht, sie werde vor allem vom Staat und von der Politik bedroht. Dass sie aber faktisch viel größeren ökonomischen Zwängen unterliegt und viel umfassenderen Übergriffen aus Wirtschaft und Public Relations ausgesetzt ist, will sie lieber nicht thematisieren. Wie inzwischen schon einflussreiche Wirtschaftsvertreter selbst feststellen, lässt sich die Presse angesichts sinkender Ressourcen immer mehr von starken Interessensvertretern instrumentalisieren. Das alles sollte die Branche stärker bedenken und nicht gleich in alte Reflexe verfallen. Die angedachten Stiftungsförderungen sollen der wachsenden Unfreiheit des Journalismus entgegenwirken und Unabhängigkeit wie auch die Glaubwürdigkeit der Medien sichern. Kurz: Wir empfehlen eine Stiftung zur Vitalisierung des Journalismus in schlechter werdenden Zeiten!

MedienWirtschaft: Eine weitere grundsätzliche Kritik des Berichts hat der Medienjournalist Nick Lüthi formuliert. Er kritisiert, dass die EMEK eine kritische Bestandsaufnahme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unterlassen und damit „heiße Eisen nicht angefasst“ habe.

Otfried Jarren: Von dieser Kritik fühlt sich die Kommission nicht getroffen, denn gerade dieses „heiße Eisen“ werden wir im zweiten Bericht ja in aller Ausführlichkeit bearbeiten und schmieden. Die Kommission führt hierzu gerade ausführliche Anhörungen mit allen relevanten Branchenvertretern und politischen Gruppierungen wie auch mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern durch.

MedienWirtschaft: In Deutschland hat der wissenschaftliche Beirat des Finanzministeriums Anfang des Jahres ein Gutachten publiziert, das eine stärkere Beschränkung des

öffentlicht-rechtlichen Rundfunks auf lediglich solche „meritorischen“ Inhalte fordert, die von privaten Anbietern nicht angeboten würden, obwohl sie gesellschaftlich relevant sind. Wird sich die EMEK auch mit solchen kritischen Gedanken, die mit Stichworten wie „Public Value Test“ oder „Drei-Stufen-Test“ verbunden sind, auseinandersetzen?

Otfried Jarren: Wir werden uns mit allen wissenschaftlichen und politischen Argumenten auseinandersetzen und unterliegen selbstverständlich keinen Denk- und Bewertungsverboten. Zu möglichen Ergebnissen des Berichts kann ich mich freilich nicht vorab äußern.

MedienWirtschaft: Herr Prof. Jarren, die EMEK leistet wichtige, wissenschaftlich fundierte Arbeit zur Begründung neuer Modelle der Medienpolitik. Glauben Sie, dass Ihre Vorschläge und die schweizerische Medienpolitik in Zukunft Modellcharakter für Deutschland und für andere Länder haben werden?

Otfried Jarren: Ja, das kann ich mir durchaus vorstellen. Die Schweiz ist als kleines Land mit kleinen sprachlich differenzierten Teilmärkten schneller und stärker vom Medienwandel betroffen und muss nun medienpolitisch voranschreiten.

Von den Konzepten und Erfahrungen werden andere Länder vielleicht lernen können. Natürlich arbeiten aber auch in Deutschland viele politische Institutionen wie etwa die Landesmedienanstalten an neuen Konzepten für die Regulierung der konvergenten Medienzukunft. Das Hamburger Hans-Bredow-Institut hat hier mit einigen Gutachten zweifelsfrei Grundlagenarbeit geleistet. Doch erscheint mir die Regulierungs-Diskussion in Deutschland sehr stark juristisch dominiert zu sein, was im Zweifel strukturkonservatives Denken in alten Bahnen begünstigt. Es kommt hinzu, dass bestehende Institutionen ein erhebliches Beharrungsvermögen aufweisen. In Deutschland trifft das auf die Landesmedienanstalten zu, die ja weitgehend ohne Funktionen sind – aber viel Geld kosten. Hier könnte durch eine offenere Perspektive mehr Kreativität in die Debatte hineinkommen. Wir verfolgen sehr aufmerksam, was sich in Europa, so auch in Deutschland, tut. Die EMEK will sich zentral auf die real-wissenschaftliche Analyse stützen und zunächst einmal ohne juristische Scheuklappen bestmögliche Lösungen zur Erreichung grundsätzlicher medienpolitischer Ziele beschreiben. Die juristische Umsetzung folgt dann nach.

Das Interview führte Prof. Dr. Frank Lobigs.

new business

Gehören Sie
schon dazu?

nb-Newsletter –
täglich



www.new-business.de