

Nationalrat Hans Kaufmann (ZH)

Korrektheit ist kein Wegweiser

«Wir leben davon, dass wir jeden Tag Unkorrektes produzieren. Korrektheit ist für uns kein Wegweiser.» (Michael Ringier, Ringier-Geschäftsbericht 2005, Seite 4)

Es bedarf schon einer grossen Portion Unverfrorenheit, mit solchen peinlichen Aussagen im Prolog eines Zeitungsverlags-Geschäftsberichtes Rechenschaft über ein Geschäftsjahr abzulegen. Wenn man nun noch bedenkt, dass ein Teil des 68-Mio.-Franken-Gewinns des Ringier-Verlages 2006 nur dank staatlichen Zuschüssen an den Zeitungstransport und seitenweise Inseraten für das Sexgewerbe erzielt wurde, muss man sich als Steuerzahler fragen, ob es tatsächlich eine Staatsaufgabe sein kann, solche hochprofitablen Verlagshäuser weiterhin mit Steuergeldern zu unterstützen. Umso mehr sie doch jeden Tag «Unkorrektes produzieren».

Noch höhere Gewinne wies mit 98 Mio. Franken (+23 Prozent) im Jahre 2006 der Tamedia-Verlag aus. Auch dieser verdient mit Hunderten von Anzeigenseiten des Sexgewerbes Geld. Und auch dieser Verlag gehört zu den grössten Nutzniessern der staatlichen Beihilfen an die Zeitungstransporte. Die

NZZ vermochte ihr Gruppenergebnis 2006 von 14 Mio. auf 31 Mio. Franken zu steigern. Es dürfte übrigens kein Zufall sein, dass diese Rekordergebnisse der Schweizer Grossverlage erst unmittelbar nach der Annahme des 80-Mio.-Franken-Pressförderungs-geschenkes im Nationalrat publiziert wurden. Hätte man sie vorher bekannt gegeben, hätten vielleicht selbst die Nationalräte gemerkt, dass eine solche Förderung mit Staatsgeldern angesichts dieser Millionengewinne unnötig ist. Ein Verbot von Sexinseraten könnte als Zensur oder Einschränkung der Meinungsfreiheit ausgelegt werden. Deshalb dürfte es schwierig sein, solche zu verbieten, zumal es nicht sehr einfach ist, den gewerblichen Charakter dieser Inserate nachzuweisen. Das Mindeste, was man aber von staatlicher Seite her tun müsste, wäre eine Streichung jeglicher Unterstützungen für solche Publikationsorgane. Es ist doch keine Staatsaufgabe, den Menschenhandel und die Prostitution mit indirekten Subventionen an die Schweizer Presse zu fördern.

Von den rund 50 Mio. Franken, die an die privaten Fernsehstationen fliessen, profitieren mehrere Grossverlage, denen solche Sender gehören. Zeitungen profitieren zudem vom ermässigten Mehrwertsteuersatz von 2,4 Prozent statt 7,6 Prozent. Und einige dieser Verlage (Tagesanzeiger, NZZ, Basler Zeitung etc.) profitieren auch von «Gratismieten» im 42 Mio. Franken teuren Medienhaus des Bundes an der Berner Bundesgasse. Die Schweizer Zeitungsverlage erhalten somit eine Kumulation von staatlichen Unterstützungen, denn nebst den erwähnten Vergünstigungen soll nun auch noch die indirekte Presseförderung mittels Posttaxenverbilligung in Höhe von 80 Mio. Franken weitergeführt werden.



Diese Pressesubventionierung wurde in den 90er-Jahren gesetzlich verankert. Heute sieht das Postgesetz in Art. 15 vor, dass die Post für die Beförderung von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften Vorzugspreise zu gewähren hat. Der Bund leistete der Post für die daraus entstehenden ungedeckten Kosten eine jährliche Abgeltung. Mit dem Entlastungsprogramm 2003 hat das Parlament den jährlichen Beitrag des Bundes von 100 Mio. auf 80 Mio. Franken gesenkt und auf Ende 2007 befristet. Die Presse soll nun aber weiterhin von verbilligten Posttaxen profitieren können. Die Post hat für 2006 ebenfalls ein Rekordergebnis von 837 Mio. vorgelegt. Darin enthalten sind u. a. die 80 Mio. Franken indirekte Presseförderung, welche die Steuerzahler statt die Zeitungsverlage bezahlt haben.

Wer heute aus finanziellen Gründen keine Zeitung abonnieren will, kann sich vielerorts mit Gratiszeitungen eindecken. Der Preis einer Tageszeitung kann somit kaum ein Argument für einen Transportkostenbeitrag sein. Heute kann man via Internet das gesamte Informationsbedürfnis abdecken, und vor allem kann man auf die Originalquellen zurückgreifen. Die frühmorgendliche Zustellung von Zeitungen mag in abgelegenen

Regionen zwar gelegentlich ein Problem darstellen, aber hier füllen Regionalradios und Fernsehen die Lücke. Die Medienumfrage nach der Nutzerhäufigkeit (GfS, Univox-Survey 2004) zeigt denn auch, dass der tägliche Fernsehkonsum (69 Prozent) jenen der Zeitungen (67 Prozent) sogar übertrifft und der Radiokonsum (64 Prozent) nur unwesentlich nachsteht.

Die Argumente, mit denen sich die vereinigte Schweizer Presse weiterhin von den Steuerzahlern aushalten lassen will, sind nicht stichhaltig. So wird etwa behauptet, die Lokalpressespiele in der föderalistischen Schweiz für die politische Information und Meinungsbildung eine zentrale Rolle. Wie bescheiden die diesbezüglichen Eigenleistungen z. B. im Zusammenhang mit PR-Meldungen von Behörden noch sind, hat kürzlich eine Studie des Medienforschungsinstitutes Publicom (29.1.2007) nachgewiesen. Geradezu pervers ist die Behauptung, dass dieses Modell einer indirekten Förderung die Unabhängigkeit der Presse wahre. Dies würde umgekehrt bedeuten, dass nicht subventionierte Presseorgane abhängig sind. Von einer Pressevielfalt kann in der Schweiz trotz Presseförderung schon seit Jahren nicht mehr gesprochen werden, denn es sind wenige Grossverlage, die die Szene beherrschen, angefangen bei der Sonntagspresse bis zu den Kopfblättern, mit denen Regionalzeitungen ideologisch gleichgeschaltet werden.

Das Giesskannenprinzip führte aber auch zu einer Unterstützung privater Verbands-, Genossenschafts- oder Clubzeitungen wie die Migros- und Coop- oder die TCS- und Hauseigentümer-Zeitungen. Auch diese Unternehmen oder Organisationen zählen zu den grössten Nutzniessern dieser Subventionen. Auch hier muss man sich fragen, warum die Steuerzahler spezifische Interessensgruppierungen zwangsweise finanzieren müssen.

Es ist höchste Zeit, mit diesen unsinnigen Geschenken an die Presse – hier handelt es sich tatsächlich um Steuergeschenke – aufzuräumen. Vor allem sollen Subventionen an Presseerzeugnisse mit täglichen Anzeigen des Sexgewerbes sofort eingestellt werden. Eine unabhängige Presse benötigt keine Staatszuschüsse, sonst ist sie abhängig.

© Carsten Medom Madsen – FOTOLIA

