Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur

Band: 91 (2011)

Heft: 984

Artikel: Die Medienvielfalt ist ein Trugbild

Autor: Scheu, René

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-168713

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Ohne Scheuklappen

Die Medienvielfalt ist ein Trugbild

von René Scheu

«Die Medienwelt ist aus den Fugen.» Dieser Satz ist so etwas wie die Kernbotschaft des aktuellen Medienlamentos. Er steht in einem neuen Buch der beiden Journalisten Richard Aschinger und Christian Campiche über die Schweizer Medienwelt. Er steht so oder ähnlich in Büchern, Zeitungsartikeln, Fachpublikationen, eigentlich in fast allen Texten, die von Medienschaffenden über Medien verfasst werden. Die Medienkonzentration nehme zu, die Vielfalt ab – geht das Lamento weiter –, die Qualität bleibe auf der Strecke, viele Journalisten und Redaktoren ebenfalls. Am Ende bleibt einzig der Staat, der die Printmedien durch gezielte Förderung retten kann, auch wenn sie niemand mehr liest. Das ist konsequent. Denn es geht hier nicht um die Quote, sondern um das hehre Ziel, die Demokratie zu erhalten. Demokratie braucht eine funktionierende Öffentlichkeit. Medien stellen Öffentlichkeit her. Deshalb muss der Staat Medien schützen und stützen.

Gewiss, Demokratie braucht Öffentlichkeit. Aber Öffentlichkeit wird längst nicht mehr nur durch klassische Medien hergestellt – man denke nur an das Potential von Social Media und Internet. Aber vor allem: die von Medienleuten beschworene Medienvielfalt ist, zumindest was die Schweiz betrifft, ein Trugbild. Was faktisch herrscht, ist ein gut diversifizierter Einheitsbrei, wobei auffällt, dass dessen Vertreter einen besonders schonenden Umgang mit dem Staat pflegen. Ist es aber nicht gerade die Aufgabe der Medien – Stichwort «Aufklärung» –, Gesellschaft und Staat kritisch zu begleiten? Das Problem: niemand beisst gerne die Hand, die ihn füttert. Und so wechseln viele Journalisten nach einigen Jahren redaktioneller Fronarbeit zu Bund oder PR.

Printmedien werden übrigens bereits staatlich privilegiert, durch reduzierte Posttarife und einen reduzierten Mehrwertsteuersatz. Ich glaube nicht, dass dies hilft – im Gegenteil. Darum sage ich es offen: ich will keine Privilegien. Wenn der Staat etwas für die Printmedien tun kann, dann etwas Simples und eigentlich Selbstverständliches: er soll Steuern und Abgaben senken. Dann ist der

René Scheu

Herausgeber und Chefredaktor

Leser auch bereit – sofern wir unsere Arbeit gut machen –, mehr Geld und Zeit in Zeitungs- und Zeitschriftenkonsum zu investieren.

Ist die Zukunft der Printmedien so düster, wie sie viele Medienvertreter schildern? Massenprintmedien haben zweifellos ein Problem in einer hochsegmentierten Gesellschaft – sie müssen allen dienen und dienen darum niemandem richtig. Es zeichnet sich eine Kluft ab. Auf der einen Seite aufgepeppte Gratisnews, die sich über Werbung finanzieren. Auf der anderen Seite Qualitätsinhalte, also Hintergründiges, Tiefsinniges, Orientierungsstiftendes, jedenfalls Eigenständiges, das der Konsument teuer, aber gerne bezahlt. Wer auf Qualität setzt, wird in Nischen arbeiten, die kleiner oder grösser sein können. Diese Nischen sind ein Dorado für Qualitätspublizistik. Nie waren gute Hintergründe, Reflexionen, Essays gefragter als heute und in Zukunft.

In einer solchen Nische positioniert sich der «Schweizer Monat». Wir sind eine Autoren- und Debattenzeitschrift. Wir vertreten eine freiheitliche Grundhaltung, aber wir wollen auch mit Leuten streiten, die dies anders sehen. Wir sind eine Zeitschrift mit Gedächtnis. Wir liefern Ihnen, in Anlehnung an ein Wortspiel des Medientheoretikers Vilém Flusser, keine klassische «Zeitschrift», sondern eine «Dauerschrift»: die Halbwertszeit unserer Inhalte überdauert das Jetzt und schärft gleichzeitig den Blick für die Gegenwart. Je mehr Zeit Sie in die Lektüre investieren, desto mehr intellektuellen Mehrwert erhalten Sie zurück. Das ist unser Anspruch. Das ist unsere Nische. Das ist unsere Chance.

PS: Mehr Anregung zum Thema finden Sie ab S. 14 von Rolf Dobelli.