

Arbeit im Fach Medienethik, eingereicht bei Matthias Loretan im Fachbereich  
Gesellschaftswissenschaften der Universität Freiburg.

# **Publizistische Konzentration**

**Versuch einer medienethischen Beurteilung**

Meier Oliver  
Mühlegasse 19  
3210 Kerzers  
Tel. 031 755 62 93  
[oli.meier@freesurf.ch](mailto:oli.meier@freesurf.ch)

# Inhaltsverzeichnis

<b>A</b>	<b>Einleitung</b>	1
<b>B</b>	<b>Hauptteil</b>	3
1.	Publizistische Konzentration	3
1.1	Begriffe und Indikatoren	3
1.2	Die Situation in der Schweiz	4
2.	Medienethische Implikationen	7
<b>C</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	14
<b>D</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	16

# A Einleitung

Die Medienlandschaft befindet sich weltweit in einer Phase des Umbruchs. Begriffe wie Digitalisierung und Individualisierung, aber auch Sättigung und Nivellierung beherrschen die medienpolitischen Debatten. Gleichzeitig mehren sich die Rufe nach einer umfassenden Qualitätssicherung sowie einer verstärkten Kontrolle der medialen Mechanismen, die ständig an Dynamik und Komplexität gewinnen. Augenfällige Fehlritte von Presse und Fernsehen haben in den letzten Jahren zudem ein Klima des Misstrauens geschaffen und den Verantwortlichen zum Teil harsche Kritik eingebracht. Kaum noch wird die Notwendigkeit von Kontrollinstanzen bestritten, vielmehr dreht sich die Frage um die Gewichtung von Selbst- und Fremdkontrolle bzw. dem Grad staatlicher Eingriffe. Offensichtlich tut sich hier ein Konfliktfeld auf, das letztlich die ganze Medienlandschaft betrifft und im wesentlichen von ethischen Fragen bestimmt wird. Gerade das Aufeinandertreffen von grundlegenden demokratischen Elementen wie der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit mit ökonomischen Faktoren birgt ein grosses Konfliktpotential in sich.

Mit dem Begriff der Medienkonzentration hat sich in den letzten 20 Jahren ein Phänomen angekündigt, das zwar durchaus im wirtschaftlichen Trend liegt, mit den Medien aber einen besonders sensiblen Bereich betrifft. Manche sehen in der Oligopolisierung oder gar Monopolisierung ganzer Regionen die Gefahr der vollständigen ökonomischen Vermachtung und einseitigen Beherrschung der Meinungs- und Willensbildung. Bedenken gelten aber auch dem überbordenden Unterhaltungsangebot, das zur Trivialisierung des Denkens und damit letztlich zu einer umfassenden Entpolitisierung führe.<sup>1</sup> Gerade die freie Meinungsbildung gehört zu den Grundpfeilern jedes demokratischen Systems und muss deshalb um jeden (auch ökonomischen) Preis erhalten bleiben. Ein besonderer Fall zeigt sich gegenwärtig in Italien, wo der Wahlsieg des Medienunternehmers Silvio Berlusconi ernsthafte Bedenken bezüglich einer Vereinigung von medialer und politischer Macht auslöst.<sup>2</sup>

Bei der Medienkonzentration handelt es sich um eine gesamteuropäische und medienübergreifende Entwicklung, die viele Länder vor ähnliche Probleme stellt. Es erstaunt nicht, dass der Europarat ein aus sechs unabhängigen Experten bestehendes Beratungsgremium gebildet hat, das sich mit der steigenden Medienkonzentration beschäftigt

---

<sup>1</sup> Scharf, Wilfried. Neo-Bonapartismus in der politischen Meinungsbildung. In: Schatz, Heribert/Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): *Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft?* Opladen 1997. S. 99.

<sup>2</sup> Zur Situation: [www.italian.it/isf/](http://www.italian.it/isf/) (Homepage der Italienischen Medienorganisation «Informatione senza

und die Auswirkungen der Neuen Medien auf die Vielfalt prüfen soll.<sup>3</sup> Dabei wird ausdrücklich festgehalten, dass die demokratischen Grundrechte unabhängig von Wettbewerbsrecht und Telekommunikationsrecht zu erhalten seien.

Die vorliegende Arbeit beschränkt sich im wesentlichen auf die medienethischen Implikationen des Phänomens im Bereich der (Schweizer) Presselandschaft, die im wesentlichen dem europäischen Trend folgt, bedingt durch die hohe Zeitungsdichte aber anderen Voraussetzungen unterliegt. Trotz dieser Einschränkung kann die Entwicklung aber niemals losgelöst von der Medienkonzentration als Gesamtphänomen betrachtet werden, zumal gerade die grossen Medienkonzerne verschiedene Teilmärkte bearbeiten, der Vorgang im Bereich der Printmedien also immer bloss Teil einer umfassenden Strategie ist.

Nach einigen Erläuterungen zu den Begriffen der Medien- und Pressekonzentration sowie den entsprechenden Indikatoren, soll ein Überblick bezüglich der konkreten Situation in der Schweiz gegeben werden. Daran anschliessend sollen einige medienethische Überlegungen angestellt werden, wobei insbesondere nach den Funktionen der Presse innerhalb eines demokratischen Systems bzw. den daraus zu folgernden Auswirkungen einer zunehmenden publizistischen Konzentration gefragt werden muss. Es folgt ein Blick auf die neuerdings zur Diskussion stehende staatliche Presseförderung, die zwar im Sinne der Erhaltung der Meinungs- und Informationsvielfalt geschaffen worden ist, in ihrer gegenwärtigen Organisationsform aber offensichtlich wenig dazu beiträgt und somit neu überdacht werden muss.

---

frontiere«), 01.08.2001.

<sup>3</sup>[www.europarat.de](http://www.europarat.de) (Im Mai dieses Jahres ist der Salzburger Kommunikationswissenschaftler Peter A. Bruck zum Vorsitzenden des Gremiums bestellt worden.), 01.08.2001.

## B Hauptteil

### 1 Publizistische Konzentration

#### 1.1 Begriffe und Indikatoren

Der Begriff der Pressekonzentration ist grundsätzlich im Zusammenhang mit jenem der Medienkonzentration zu denken. Auch in der Schweiz zeigen sich klare Tendenzen hin zu grossen Medienunternehmen oder gar Multimedia-Konzernen, die nicht mehr nur im Bereich der Printmedien tätig sind, sondern auch bei den elektronischen Medien in Form von Beteiligungen Fuss gefasst haben.<sup>4</sup> Der Begriff des Verlags als eigentlicher Inhaber und Herausgeber von bestimmten Zeitungen und Zeitschriften ist häufig nicht mehr angebracht. Zu den ökonomischen Konzentrationen gehören folglich nicht nur die horizontalen Verflechtungen auf einzelnen Medienmärkten, sondern zunehmend auch die medienübergreifenden Konzentrationen.<sup>5</sup> Zu nennen ist hier zum einen der Begriff der vertikalen Verflechtung, bei welcher Medienunternehmen in vor- und nachgelagerte Märkte expandieren, d.h. verschiedene Produktionsstufen vereinigen.<sup>6</sup> Eine andere Form von medienübergreifenden Zusammenschlüssen stellt die diagonale Konzentration dar, bei der ein Medienunternehmen seine Aktivitäten auf andere Medien- und Wirtschaftsbereiche ausdehnt.

Konzentrationstendenzen lassen sich anhand bestimmter Indikatoren feststellen. Im Bereich der Printmedien sind dies zum einen die Entwicklungen der Anzahl selbstständiger Verlage, zum andern der Anzahl selbständiger Redaktionen. Auch die Zahl der Gebiete mit faktischen Zeitungsmonopolen sowie die Entwicklung des Marktanteils von Verlagsgruppen können Aufschluss über die Verflechtung geben. Das Bundesamt für Statistik schliesslich betrachtet in seiner Untersuchung zur Schweizer Presselandschaft die generelle Entwicklung der Auflagenstärke und vergleicht die Anzahl Titel mit der Zahl der publizistischen Einheiten, um Aufschluss über die publizistische Konzentration zu gewinnen.<sup>7</sup>

Es ist allerdings festzuhalten, dass die statistische Erfassung des Phänomens zum Zwecke einer medienethischen Beurteilung stets mit einer gewissen Problematik verbunden ist. Ausgehend von der Annahme, dass die Zahl der selbstständig redigierten Teile ein Mass für die redaktionelle Konzentration der Presse darstellt, ergeben sich Schwierigkeiten bei der Erfassung, die sich vor allem

---

<sup>4</sup> Als Beispiel dient hier die *Tamedia-Gruppe* mit Sitz in Zürich. Neben zahlreichen Beteiligungen an Zeitungen und Zeitschriften besitzt sie zunehmend Anteile im elektronischen Bereich: *TV3* (50%), *Tele Züri* (50%), *Condor Communications* (70%). Mögliche zukünftige Beteiligungen sind: *Radio 24* und *Tele 24*.

<sup>5</sup> Seufert, Wolfgang. Medienübergreifende Unternehmenskonzentration. S. 259. In: Schatz, Heribert/ Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): *Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft?* Opladen 1997. S. 258-264 sowie Diedrichs, Helmut H.: *Konzentrationstendenzen in der deutschen Tagespresse*. In: *Presse und Pressewesen. Arbeitstexte für den Unterricht*. Stuttgart 1986. S. 72-77.

<sup>6</sup> Zum Beispiel im Bereich der Printmedien: Papierfabrikation, Vertriebsorganisation usw.

<sup>7</sup> Unter einer publizistischen Einheit versteht das Bundesamt für Statistik die redaktionelle Zusammenarbeit verschiedener Blätter (mit gemeinsamem Mantelteil).

durch fehlendes Zahlenmaterial infolge fehlender Offenlegungspflicht sowie zeit- und ressourcenbedingte Probleme erklären lassen. Zudem verhindern die Vielfalt redaktioneller Kooperationen und die häufigen Wechsel in der Zusammenarbeit eine detaillierte Bestimmung der Intensität oder der Art der Kooperation.<sup>8</sup> Eine umfassende medienethische Untersuchung hätte diesen methodischen Hindernissen Rechnung zu tragen. Auch müssten bestimmte Indikatoren wie Auflage, Anzahl Zeitungstitel sowie Publizistischen Einheiten genauer definiert werden, um zu einem zufriedenstellenden Resultat zu gelangen.

## 1.2 Zur Situation und Entwicklung in der Schweiz

Die Presselandschaft in der Schweiz ist nach wie vor eine der vielfältigsten in Europa. Die Zeitungsdichte ist in diesem Land fast dreimal höher als in Grossbritannien und rund viermal so hoch wie in Deutschland.<sup>9</sup> Dessen ungeachtet ist sie in geringem Masse seit den achtziger Jahren, vor allem aber seit dem konjunkturellen Einbruch der neunziger Jahren grossen Veränderungen ausgesetzt. Fusionen, Einstellungen und Konzentrationsprozesse haben die jüngste Vergangenheit entscheidend geprägt und setzen sich weiterhin fort. Auf der Suche nach den Faktoren, die diese Entwicklung verursachten oder zumindest beeinflussten, stösst man auf verschiedene Phänomene mit unterschiedlichem Gewicht.<sup>10</sup>

Ein erster Schritt vollzog sich in der Schweiz mit der Emanzipation der Presse von den politischen Parteien. Dieser Entkoppelungsprozess, der in Grossbritannien und Amerika schon im 19. Jahrhundert begonnen hatte, in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg stattfand und in Italien erst in den neunziger Jahren vor sich ging, setzte in der Schweiz um 1968 ein. Mit der Abkehr von eindeutig ideologisch gefärbten Presseerzeugnissen und dem damit einhergehenden Verlust der politischen Klientel, entstand ein neuer Konkurrenzkampf, in dem zunehmend die journalistische Qualität und damit die vorhandenen Ressourcen über den wirtschaftlichen wie auch publizistischen Erfolg entschieden. Parallel zu diesem Phänomen sorgten insbesondere die steigenden Ansprüche von Seiten der Leserschaft für höhere Produktionskosten. Zu nennen ist hier vor allem der erforderliche Aufbau von Frühzustelldiensten sowie die Notwendigkeit einer umfassenden Berichterstattung in Form von Kompletzeitungen.<sup>11</sup> Auch der Verlust des Informationsmonopols an Radio und Fernsehen und der damit einhergehenden Verlagerung und Ausweitung der Berichterstattung gehört zu den beeinflussenden Faktoren. Schwerwiegende Folgen für die Presse hatte nicht zuletzt der Rückgang bzw. die Umverteilung der investierten Werbegelder im Bereich der Medien. Zeitungen und

---

<sup>8</sup> Bundesamt für Statistik (Broschüre BFS aktuell): Entwicklung der Pressevielfalt 1980–1999. Neuchâtel 2001. S. 3-6.

<sup>9</sup> Lüdi, Raymond: Wieviele Tageszeitungen brauchen wir? In: Media Trend Journal, 12/1997.

<sup>10</sup> Blum, Roger: Auf dem Weg zum Medien-Eintopf? In: Der Bund, 25. Februar 1998, S. 3.

<sup>11</sup> Haslebacher, Martin: Kompletzeitungen bleiben nur wenige. In: Berner Zeitung, 3. Januar 2001, S. 3.

Zeitschriften mussten einen Teil der Werbeeinnahmen an die visuellen Medien abgeben. Zudem hatten sie infolge der Rezession in den neunziger Jahren einen beträchtlichen Rückgang an Inserateinnahmen in Kauf zu nehmen.<sup>12</sup>

Ein Blick auf die konkrete Entwicklung der Anzahl Titel und publizistischer Einheiten sowie der Auflagenstärke belegt die Auswirkungen der obengenannten Faktoren. Eine Analyse vom Bundesamt für Statistik zeigt, dass die *Zahl der Titel* in den letzten zwanzig Jahren gesamtschweizerisch massiv zurückgegangen ist und legitimiert damit den in diesem Zusammenhang oft verwendeten Begriff des *Titelsterbens*. Während zu Beginn der achtziger Jahre in der Schweizer Presselandschaft noch 268 Blätter anzutreffen waren, verminderte sich deren Zahl bis 1999 um ein Viertel.<sup>13</sup> Der grösste Einbruch war im Zeitraum zwischen 1995 und 1998 zu beobachten, wo ein Titelverlust von 18 Prozent resultierte. Seit 1998 hat sich die Lage wieder weitgehend stabilisiert, von einem abgeschlossenen Prozess kann aber nicht die Rede sein. Von den Fusionen und Einstellungen waren in erster Linie die Lokal- und Regionalzeitungen mit einer Auflage von weniger als 10'000 Exemplaren betroffen. Interessanterweise ist in den vergangenen zwanzig Jahren keine Verschiebung der Gewichte der verschiedenen Sprachregionen auszumachen. Die Deutschschweiz und die Romandie weisen denselben Titelverlust von ungefähr 25 Prozent auf. Nach wie vor am stärksten vertreten sind die deutschsprachigen Blätter mit einem Anteil von rund 67 Prozent an den gesamten Printmedien und einem Anteil von rund 80 Prozent bei den Tageszeitungen. Am markantesten zeigt sich die Entwicklung im Bereich der Tagespresse: Während 1980 noch 143 Zeitungen täglich erschienen verminderte sich deren Zahl bis 1999 um 70, wobei die Deutschschweiz fast die Hälfte ihrer Titel verloren hat.<sup>14</sup>

Eine noch massivere Reduktion zeigt ein Blick auf die Zahl der *Publizistischen Einheiten*. Unter diesem Begriff werden in der Literatur alle im Inhalt mehr oder weniger verschiedenen Zeitungen zusammengefasst, die über einen gemeinsamen Mantel, also über einen gemeinsamen aktuellen überlokalen Teil verfügen.<sup>15</sup> Gemäss dieser Definition wurden 1980 216 publizistische Einheiten gezählt. Nach einem minimalen Anstieg war ab 1985 ein zunächst leichter, in den neunziger Jahren jedoch ein enormer Rückgang der publizistischen Einheiten zu beobachten. 1999 belief sich ihre Zahl noch auf 148, was gegenüber 1980 einer Verminderung von 31 Prozent entspricht. Besonders ausgeprägt war dieser Vorgang in den Jahren 1994 bis 1997. Allein in diesem Zeitraum ist die Zahl der publizistischen Einheiten um fast einen Fünftel gesunken.<sup>16</sup>

<sup>12</sup> Auf die Medien entfielen 1999 78% der gesamten Werbeausgaben in der Schweiz. Der Anteil der elektronischen Medien ist dabei mit 12% zwar noch gering, aber höher als 1995 (10,7%).

<sup>13</sup> Bundesamt für Statistik. Entwicklung der Pressevielfalt. S. 7.

<sup>14</sup> Diese Zahl entnehme ich der Schweizer Taschenstatistik aus dem Jahr 2001. In der Broschüre des BFS über die Entwicklung der Pressevielfalt weist die Deutschschweiz im selben Zeitraum einen Verlust von rund 30% auf. Es handelt sich somit entweder um einen Fehler oder eine andere Definition des Titelbegriffs.

<sup>15</sup> Als Beispiel dient hier die *Neue Luzerner Zeitung*, die mit ihren fünf kooperierenden Titeln (*Neue Nidwaldner Zeitung*, *Neue Obwaldner Zeitung*, *Neue Schwyzer Zeitung*, *Neue Urner Zeitung* sowie *Neue Zuger Zeitung*) eine publizistische Einheit bildet.

<sup>16</sup> Bundesamt für Statistik. Entwicklung der Pressevielfalt. S. 9-11.

Vergleicht man nun den Wert von 31 Prozent mit jenem der Reduktion der Titelzahl so wird klar, dass die Anzahl Titel pro Einheit zunehmend gestiegen ist. Dieses Phänomen legt die Tendenz zur *publizistischen Konzentration* offen und zeigt, dass immer mehr Blätter sich die Mantelseiten teilen, die Pressevielfalt also immer stärker eingeschränkt wird.

Parallel zum Titelsterben ist im Zeitraum der letzten zwanzig Jahre eine leichte Zunahme der Zeitungsauflagen festzustellen. Verglichen mit 1980 sind die absoluten Auflagenzahlen vor allem bei der deutschschweizerischen Presse gewachsen. Zusätzlich zur beschriebenen publizistischen Konzentration war Mitte der achtziger Jahre bis Mitte der neunziger Jahre eine *Konzentration der Auflagen* festzustellen. Immer weniger Zeitungen produzieren also eine immer grössere Auflage.<sup>17</sup> Die Entwicklung der Auflagenstärke der publizistischen Einheiten verdeutlicht diese Tendenzen. Infolge der publizistischen Konzentration ist die mittlere Auflage dieser Einheiten in den letzten zwanzig Jahren um 60 Prozent gestiegen.<sup>18</sup> Wie bei der publizistischen Konzentration betrifft die Auflagenkonzentration in erster Linie die deutschschweizer Tagespresse. Die drei auflagenstärksten Zeitungen – der *Blick* (309'309), der *Tages-Anzeiger* (268'179) und die *Neue Zürcher Zeitung* (169'623) deckten 1999 14 Prozent der gesamten Auflage der Tageszeitungen ab.<sup>19</sup>

In vielen Städten und Regionen der Schweiz hat der publizistische Wettbewerb in den letzten Jahren derart abgenommen, dass heute im Bereich der Tagespresse in 16 von 26 Kantonen faktisch eine Monopolsituation herrscht.<sup>20</sup> Nachdem ab Mitte der neunziger Jahre vor allem die Ostschweiz von regelrechten Fusionswellen betroffen war, hat die Entwicklung mittlerweile auch das Mittelland erfasst. Zu den neusten Vorgängen gehören hier einerseits die Kooperation der *Berner Zeitung* mit den beiden Regionalblättern *Thuner Tagblatt* sowie *Berner Oberländer* und andererseits die Fusion zwischen der *Aargauer Zeitung*, der *Solothurner Zeitung*, dem *Oltner Tagblatt* sowie dem *Zofinger Tagblatt* zur *Mittelland Zeitung*. Dieses Vorhaben wurde im Juni dieses Jahres von der Wettbewerbskommission nach eingehender Prüfung gutgeheissen.<sup>21</sup> Ähnliche Vorgänge in den Jahren zuvor führten zur Bildung der *Neuen Luzerner Zeitung* sowie der *Südostschweiz*, die mit einer Auflage von 138'883 mittlerweile zur viertgrössten Zeitung avanciert ist. Auch in St. Gallen erscheint seit Anfang 1998 mit dem NZZ-kontrollierten St. Galler Tagblatt nur noch eine einzige Tageszeitung, deren Kopfblätter von Will über den Thurgau bis ins Toggenburg und ins Rheintal reichen.<sup>22</sup>

Zwar bestehen teilweise Alternativen, die das Monopol etwas dämpfen: So könnte man im Wallis und in Freiburg die Tageszeitung der anderen Sprache konsultieren, im Aargau erscheint eine zweite Tageszeitung an der Peripherie des Kantons, und in Luzern, Zug und Schaffhausen werden dreimal bzw. einmal wöchentlich Alternativblätter publiziert. Untersuchungen zeigen jedoch, dass solche

<sup>17</sup> Allein in den letzten fünf Jahren ist ein Wachstum von 27 Prozent zu beobachten.

<sup>18</sup> Bundesamt für Statistik. Entwicklung der Pressevielfalt. S. 14-16.

<sup>19</sup> Stadler, Rainer: Die Auflagenentwicklung der Schweizer Presse. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 4. Mai 2001, S.79. Andere Zahlen bei: Haslebacher, Kompletzeitungen bleiben nur wenige, S. 3.

<sup>20</sup> Blum: Auf dem Weg zum Medien-Eintopf?, S. 3.

<sup>21</sup> Pressemitteilung der Wettbewerbskommission vom 2. Juli 2001.

<sup>22</sup> Nussbaumer, Hannes: Die Medien als Ratstraktandum. In: *Tagesanzeiger*, 22. März 2001, S. 72.

Alternativblätter die Monopolzeitungen kaum herausfordern und bloss zu einem Informationszuwachs führen, nicht aber zu mehr Eigenleistungen und zu Meinungsvielfalt.<sup>23</sup>

## 2 Medienethische Implikationen

Die Betrachtung der Entwicklungen im Bereich der Titel, der publizistischen Einheiten sowie der Auflagenstärke hat gezeigt, dass sich die Schweizer Presselandschaft in den letzten zwanzig Jahren tiefgreifenden Veränderungen ausgesetzt sah, die mit den Begriffen der publizistischen Konzentration und der Auflagenkonzentration umschrieben worden sind. Wie bereits festgehalten wurde, ist die statistische Erfassung des Phänomens mit gewissen methodischen Problemen verbunden, die einen eindeutigen Blick auf die Verhältnisse verhindern und dementsprechend die Möglichkeiten einer zufriedenstellenden medienethischen Beurteilung einschränken.

Im Unterschied zu den ebenfalls zunehmenden Konzentrationstendenzen in anderen Wirtschaftszweigen verlangt die vorliegende Problematik eine Beurteilung in zweifacher Hinsicht. Zusammenschlüsse im Medienbereich beinhalten zum einen wettbewerbsrechtliche Aspekte, die von der Wettbewerbskommission auf der Grundlage des Kartellgesetzes von 1985 zu beurteilen sind. Deren Zuständigkeit entzogen bleiben jedoch sämtliche Aspekte des öffentlichen Interesses, zu denen die Gewährleistung der Meinungsvielfalt sowie die Möglichkeit zur politischen Meinungsbildung gehören. Im Unterschied zu anderen europäischen Ländern kennt die Schweiz keine gesetzlichen Bestimmungen, die Pluralismus im Mediensektor ausdrücklich garantieren würden. Es ist festzuhalten, dass sich eine medienethische Beurteilung vorwiegend der letzteren Thematik zu widmen hat und die wettbewerbsrechtlichen Fragen an dieser Stelle ausgeklammert werden müssen. Klar ist indessen, dass die Häufung von Zusammenschlüssen und Kooperationen den Wettbewerb beschränkt und zu ineffizienten Märkten führt.<sup>24</sup>

Schon bei einer oberflächlichen Betrachtung der beschriebenen Entwicklung zeigt sich, dass hier ein Problem zu beobachten ist, bei dem sich ein ethisches Spannungsfeld zwischen den ökonomischen Aspekten sowie dem demokratischen Anspruch einer umfassenden Meinungs- und Informationsvielfalt öffnet. Als zentraler Punkt im Zusammenhang mit der zunehmenden publizistischen Konzentration erweist sich die Frage, was die Printmedien unter den veränderten Bedingungen zum notwendigen Pluralismus beitragen können, bzw. ob und in

---

<sup>23</sup> Blum: Auf dem Weg zum Medien-Eintopf?, S. 3.

welchem Masse auf das konstatierte Phänomen tatsächlich eine Einschränkung der Meinungsvielfalt und der politischen Meinungsbildung folgt. Gerade die Frage, inwieweit die Informations- und Meinungsfreiheit gefährdet sind, wird in der aktuellen Debatte durchaus kontrovers beurteilt und soll hiermit in den Mittelpunkt gestellt werden.<sup>25</sup>

Eine umfassendere Untersuchung hätte aber auch zu beurteilen, ob grosse medienübergreifende Unternehmen wirklich besondere Produktionskostenvorteile haben, oder ob der ökonomische Vorteil der «Grösse» nicht auch im Medienbereich eher darin besteht, dass marktbeherrschende Stellungen meist mit überdurchschnittlichen Gewinnen verbunden sind.<sup>26</sup> Diese Frage ist auch aus medienethischer Sicht von Interesse, da es durchaus möglich erscheint, dass ein rationeller Ressourceneinsatz ein qualitativ besseres Angebot zur Folge haben könnte. Hiermit verbunden ist die Tatsache, dass den Massenmedien mit den beiden Modellen des Aussenpluralismus sowie des Binnenpluralismus seit jeher zwei unterschiedliche Arten zur Verfügung stehen, um die Vielfalt der Information und der Meinungen zu sichern.<sup>27</sup>

Zur Beurteilung der medienethischen Implikationen der publizistischen Konzentration muss im weitem berücksichtigt, dass die Presse im gesamten Mediensystem zwar spezifische Funktionen erfüllt, im Bereich der Information und Meinungsbildung aber längst von den elektronischen Medien verdrängt oder zumindest konkurrenziert worden ist. Hier ist es interessant zu sehen, dass die Schweizerische Bundesverfassung den Beitrag der Medien zur ebenfalls in der Verfassung festgehaltenen freien Meinungsbildung explizit dem Radio und Fernsehen zuweist.<sup>28</sup> Hinsichtlich der Printmedien ist dagegen kein Auftrag formuliert, wohl aber die Pressefreiheit verankert.<sup>29</sup> Im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen aus dem Jahre 1991 wiederum erteilt der Gesetzgeber diesen beiden Medien den Auftrag, «zur freien Meinungsbildung, zu einer allgemeinen vielfältigen und sachgerechten Information der Zuhörer und Zuschauer sowie zu deren Bildung und Unterhaltung bei[zu]tragen und staatsbürgerliche Kenntnisse [zu] vermitteln.»<sup>30</sup> Mit diesem Hinweis soll noch einmal unterstrichen werden, dass die medienethischen Implikationen der beschriebenen Thematik nicht alleine aus Sicht der Printmedien formuliert werden können, sondern eine umfassende Sichtweise notwendig ist, da die Meinungsvielfalt nur durch das Mediensystem als ganzes gewährleistet werden kann.

---

<sup>24</sup> [www.wettbewerbskommission.ch/site/g/medien/Medienmitteilungen](http://www.wettbewerbskommission.ch/site/g/medien/Medienmitteilungen) (10. August 2001).

<sup>25</sup> Scharf, Neo-Bonapartismus in der politischen Meinungsbildung, S. 98.

<sup>26</sup> Seufert, Medienübergreifende Unternehmenskonzentration, S. 259.

<sup>27</sup> Blum, Roger: Berner Medien: Vielfalt, Kampf und Strategien. In: Der Bund, 26. Januar 1996, S. 2.

<sup>28</sup> BV, Art. 93.

<sup>29</sup> BV, Art. 17 (Medienfreiheit).

Da die Notwendigkeit der Informations- und Meinungsvielfalt bzw. die Wichtigkeit der politischen Meinungsbildung für das Funktionieren eines demokratischen Systems weitgehend unbestritten ist, soll sie hier als nicht weiter zu diskutierende Grundannahme eingeführt werden soll. Im Sinne der Feststellung, dass diese Aufgabe im wesentlichen dem Mediensystem als Ganzes zukommt, muss hier allerdings nach dessen konkreten Funktionen innerhalb einer demokratischen Gesellschaft gefragt werden.<sup>31</sup> Entsprechend den vorhandenen Bedürfnissen des sozialen Systems lassen sich die Funktionen in die drei Hauptbereiche der politischen, der sozialen und der ökonomischen Aufgaben einteilen, wobei letztere hier nicht näher beleuchtet werden soll.

Zu den politischen Funktionen zählt zuerst einmal die Herstellung von Öffentlichkeit als wichtigste Bedingung für die Erhaltung des Systems.<sup>32</sup> Im Weiteren ist die Gewährleistung der Artikulation, der politischen Bildung sowie der politischen Sozialisation im Sinne der Ermöglichung einer aktiven Teilnahme am demokratischen Prozess zu nennen. Ebenfalls von zentraler Bedeutung ist die Kritik- und Kontrollfunktion, die jedoch in den letzten Jahren zu heftigen Diskussionen geführt hat und teilweise sogar in Frage gestellt wird.<sup>33</sup> Gerade bezüglich der politischen Funktionen leisten die Printmedien einen wichtigen Beitrag, zumal sie aufgrund ihrer besonderen Dispositionen für eine ausführliche und tiefgreifende Auseinandersetzung besonders geeignet sind. Das heisst aber auch, dass eine zunehmende publizistische Konzentration nicht nur grössere Auswirkungen auf die Vielfalt der Meinungen und Informationen hat, sondern auch auf deren Qualität, wobei sich hier wiederum die komplexe Frage nach den Folgen eines rationelleren Ressourceneinsatzes stellt, die im Rahmen dieser Arbeit nicht beantwortet werden kann.

Die wohl wichtigste soziale Funktion des Mediensystems zeigt sich im Bereich der Sozialisation, d.h. die Erziehung durch Kultur und zur Kultur. Dazu gehört die Vermittlung von gesellschaftlich relevanten Normen, Werten und Leitbildern. Weitere Leistungen zeigen sich im Bereich der Integration, der Rekreation sowie der sozialen Orientierung im Sinne einer Versorgung mit umweltrelevanten Informationen. Auch hier leisten die Printmedien offensichtlich einen wichtigen Beitrag bezüglich der Vermittlung von Werten und Normen sowie der sozialen Orientierung. Etwas geringer ist ihr Einfluss auf die Gewährleistung der

---

<sup>30</sup> RTVG, Art. 3,1. Ziff.a.

<sup>31</sup> Das Folgende aus: Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 3., überarbeitete Aufl., Wien/Köln/Weimar 1998. S. 368-400.

<sup>32</sup> Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In: Publizistik 4/1964. S. 291-304.

<sup>33</sup> Hierzu beispielsweise: Russ-Mohl, Stephan: Es fehlt die fünfte Gewalt im Staat. In: Tagesanzeiger, 10. März 1997, S. 2 sowie Blum, Roger: Der Journalismus als Unruheherd. In: Neue Zürcher Zeitung, 2. März 2001, S. 77.

Rekreation einzuschätzen, zumal Statistiken zeigen, dass der grösste Teil der Mediennutzer zwecks Entspannung und Erholung immer noch die elektronischen Medien und hier vor allem das Fernsehen bevorzugen.<sup>34</sup>

Bevor nun beurteilt werden kann, in welchem Masse der Beitrag der Printmedien zur Erfüllung dieser Aufgaben durch die publizistische Konzentration eingeschränkt wird, müssen allfällige Dysfunktionen betrachtet werden, die gegebenenfalls sogar eine Verminderung der Meinungs- und Informationsvielfalt legitimieren könnten.<sup>35</sup> Im Bereich der politischen Leistungen lassen sich aus dysfunktionaler Perspektive grundsätzlich zwei Einwände formulieren. Zum einen besteht offensichtlich die Tendenz zu einer gewissen Inszenierung des politischen Diskurses, wobei die notwendige Sachdiskussion zugunsten einer zunehmenden Personifizierung in den Hintergrund gedrängt wird und primär den Kriterien der öffentlichen Meinung gehorchen muss.<sup>36</sup> Es ist jedoch offensichtlich, dass es sich hier um ein inhaltliches Problem handelt, welches durch eine Reduktion des Angebots bei weitem nicht gelöst werden kann und von den festgestellten Konzentrationserscheinungen kaum betroffen ist.

Eine weitere Dysfunktion betrifft das vieldiskutierte Phänomen der Informationsüberflutung mit den damit einhergehenden Sättigungserscheinungen beim Publikum. Hier ist es zumindest theoretisch möglich, dass der befürchtete Rückgang der Meinungs- und Informationsvielfalt zu einer Verbesserung der Situation führen könnte. Betrachtet man das Problem jedoch aus praktischer Sicht, so wird klar, dass eine allfällige Auflösung jener Dysfunktion infolge der beschriebenen Entwicklung in Abrede gestellt werden muss. Als Folge der Informationsvermehrung vollzog sich sowohl im Pressebereich als auch im Bereich der elektronischen Medien eine Segmentierung des Marktes und daraus folgend eine Segmentierung des Publikums, wobei gewisse Tendenzen zur Selbstregulation erkennbar sind.

Auch im Bereich der sozialen Leistungen und hier vor allem bezüglich des Unterhaltungsangebotes sind gewisse dysfunktionale Tendenzen zu erkennen, die in der Fachliteratur als Eskapismus bezeichnet werden, worunter jene Fluchterscheinungen verstanden, die sich als Folge einer übersteigerten Mediennutzung zum Zwecke der

---

<sup>34</sup> Domeyer, Barbara: Prognosen, die den Jahrtausendwechsel überleben. In: Media Trend Journal Special 2001 – Trends 2001.

<sup>35</sup> Aus ökonomischer Sicht kann hier von einer allfälligen Notwendigkeit zur Strukturbereinigung gesprochen werden.

<sup>36</sup> In der aktuellen Diskussion werden diesbezüglich die Begriffe des *Politainment* bzw. des *Infotainment* verwendet. Hierzu: Göttlich, Udo/Niewald, Jörg-Uwe: Politischer Diskurs als Unterhaltung? In: In: Schatz, Heribert/Jarren, Otfried/Knaup, Bettina (Hrsg.): *Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft?* Opladen 1997. S. 188-198.

Entspannung, der Erholung und der Unterhaltung ergeben. Es ist jedoch anzunehmen, dass sich dieses Phänomen vorwiegend auf die elektronischen Medien beschränkt, die Printmedien also kaum betroffen sind und in diesem Sinne auch keine Veränderungen als Folge der publizistischen Konzentration zu erwarten sind.

Stellt man sich nun die Frage, inwieweit der Beitrag der Printmedien zur Erfüllung der bezeichneten Aufgaben durch die publizistische Konzentration eingeschränkt wird so zeigt die aktuelle Diskussion, dass sich diesbezüglich kaum eine eindeutige Antwort finden lässt, auf deren Grundlage handfeste Richtlinien ausgearbeitet werden könnten. Es muss hier genügen, einige stichhaltige Argumente zu formulieren, die allenfalls zu einem Entscheidungsprozess beitragen können.

In einem *Bund*-Artikel zeigte der Berner Medienwissenschaftler Roger Blum zu Beginn dieses Jahres anhand eines Beispiels auf, mit welchen Folgen bei einer allfälligen publizistischen Monopolsituation in der Bundesstadt zu rechnen wäre.<sup>37</sup> Mit drei politischen Tageszeitungen, einem amtlichen Anzeiger, drei Gratisblättern, einem Lokalfernsehen sowie zwei lokalen Radiostationen weist die Stadt Bern zurzeit ein bemerkenswertes Medienangebot auf. Von besonderem Interesse ist hierbei der intensive Konkurrenzkampf zwischen der *Berner Zeitung*, die von der Berner Tagblatt Medien AG (BTM) kontrolliert wird und dem *Bund*, der stark vom Zürcher NZZ-Verlag abhängig ist. Im Rahmen dieser Wettbewerbssituation kam es Mitte der neunziger Jahre zwischen diesen beiden Zeitungen zum sogenannten «Anzeiger-Krieg», der im wesentlichen durch die offensichtlichen Regelverstösse bei der Lancierung eines *Tagblatts für die Stadt Bern* durch die BTM ausgelöst wurde. Bei der Berichterstattung zeigte sich nun, dass beide mitbetroffenen Tageszeitungen ausschliesslich aus der eigenen Optik heraus informierten und die Gegenseite nicht zu Wort kommen liessen. Beide Blätter hielten sich somit an das in den letzten Jahren im Rückzug begriffene Modell des Aussenpluralismus, wonach die Meinungs- und Informationsvielfalt durch die Gesamtheit der vorhandenen Medien zu gewährleisten ist, das einzelne Medium also durchaus eine bestimmte politisch-ideologische Färbung ausweisen darf. Ausgehend vom Szenario einer Monopolsituation zeigt sich nun, dass im vorliegenden Fall ein allfälliges Festhalten am aussenpluralen Modell tatsächlich zu einer schwerwiegenden Reduktion der Meinungs- und Informationsvielfalt geführt hätte. Eine wesentlich bessere Situation wäre hier durch eine konsequente Anwendung des binnenpluralistischen Modells gegeben, bei dem sich das einzelne Medium zur Ausgewogenheit im Sinne einer Abbildung aller öffentlich relevanten Positionen verpflichtet.

---

<sup>37</sup> Blum, Berner Medien: Vielfalt, Kampf und Strategien, S. 2.

Damit ist festzuhalten, dass die Gefahr einer verminderten Meinungsvielfalt im Pressebereich um so grösser wird, je konsequenter das Modell des Aussenpluralismus angewandt wird. Diesbezüglich scheint sich die schweizerische Presselandschaft eher in Richtung des binnenpluralen Modells zu entwickeln, womit die potentiellen Probleme etwas abgefedert werden. Heute verstehen sich nicht nur die überparteilich gegründeten «Generalanzeiger» (wie die *Tribune de Genève*, die *24 heures* und der *Tages-Anzeiger*) als Forumszeitungen, sondern auch die in ihren Regionen markbeherrschend gewordenen ehemaligen bürgerlichen Meinungsblätter oder deren Fusionsprodukte (wie die *Berner Zeitung*, die *Basler Zeitung*, die *Neue Luzerner Zeitung* und das *St. Galler Tagblatt*).<sup>38</sup> Es wird deutlich, dass jene Zeitungen, die in ihrer Stadt über ein faktisches Monopol verfügen, fast alle relevanten Themen behandeln und nur wenige «auslassen». Radio und Fernsehen beleben zwar den öffentlichen Diskurs im lokalen Raum, da aber bei den kommerziellen Sendern die Unterhaltungsfunktion dominiert, fordern sie die Zeitungen nicht mehr heraus, sondern ergänzen sie.<sup>39</sup> Gerade weil aber im Zuge der publizistischen Konzentration auch Tendenzen hin zum binnenpluralistischen Modell zu erkennen sind, besteht die Gefahr einer gewissen Nivellierung, die bereits heute im Sinne von einheitlichen Mantelteilen auftritt.

Neben den durchaus erstzunehmenden Einwänden, die sich aus der zunehmenden publizistischen Konzentration ergeben, finden sich in der Diskussion auch gegenläufige Argumente, welche die allgemein befürchteten Auswirkungen teilweise zu relativieren vermögen. Ein Gesichtspunkt ist hierbei die vielbeschworene Notwendigkeit einer Flur- oder Strukturbereinigung im Pressebereich. Argumentiert wird vor allem, der schweizerische Zeitungsmarkt sei hoffnungslos übersättigt und in den meisten Haushalten sei ohnehin seit jeher bloss eine Zeitung anzutreffen.<sup>40</sup> Dieser Aspekt ist nicht von der Hand zu weisen, obwohl er letztlich zu kurz greift. Bezüglich der konstatierten Übersättigung ist zu bemerken, dass es hier um einen relativen Begriff handelt. In keinem anderen Land besitzen die Gliedstaaten einen derart grossen Gestaltungsraum wie die schweizerischen Kantone. Aus diesem Grund ist die publizistische Vielfalt gerade auf dieser Ebene entscheidend für das Funktionieren der Demokratie.<sup>41</sup> Der Einwand, in den meisten Haushalten sei ohnehin nur eine Zeitung vorhanden ist nicht relevant, da es sich bei dem hier zu diskutierenden Aspekt

---

<sup>38</sup> Blum: *Berner Medien: Vielfalt, Kampf und Strategien*, S. 2.

<sup>39</sup> Blum: *Auf dem Weg zum Medien-Eintopf?*, S. 3.

<sup>40</sup> Blum: *Auf dem Weg zum Medien-Eintopf?*, S. 3.

<sup>41</sup> Es handelt sich hier um ein Zitat von Andreas Gross, dem Präsidenten der Subkommission «Medien und Demokratie», zu finden bei: Rosenberg, Monika: *Gedankenspiele zur Presseförderung*. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 16. August 2001. S. 11.

um die Erhaltung der Meinungsvielfalt auf einer höher gestellten Ebene handelt und dem Publikum letztlich immer eine Auswahlmöglichkeit gelassen werden muss.

Relativiert werden die Befürchtungen bezüglich einer Reduktion der Meinungs- und Informationsvielfalt durch jene Überlegungen, die vom Göttinger Medienwissenschaftler Wilfried Scharf angestellt werden. Laut Scharf führen die ökonomischen Beherrschungsversuche sowie die Ausnutzung von Marktmacht nicht zwangsläufig «zu einer Vereinheitlichung der politischen Berichterstattung und zur Beeinträchtigung der politischen Meinungsbildung», wobei er die entsprechende Nachfrage und deren gewinnbringende Befriedigung voraussetzt.<sup>42</sup> Als Argumente hierzu führt er die zunehmende Diversifizierung im gesamten Medienbereich sowie die ständig neuen Angebote aufgrund von bestehenden Marktlücken an. Ausgehend von der Annahme, dass jeweils mit mündigen Bürgern zu rechnen ist, unterstreicht er die Machtposition des Rezipienten, dessen Bedürfnisse und Interessen ein permanentes Auswählen implizieren. Daneben wird festgestellt, dass bei einer allfälligen Unterdrückung von Informationen «in der Regel selbst bei hoher Konzentration ein Konkurrent auf den Plan tritt, der ein Interesse hat, die Beschränkung der Meinungsbildung aufzudecken.»<sup>43</sup>

Diese Einwände sind nicht von der Hand weisen, obwohl die Annahme einer allgemeinen und zuverlässigen Selbstregulation etwas gar optimistisch erscheint. Ein wunder Punkt zeigt sich insbesondere bei der Behauptung des «mündigen Bürgers», die als Grundlage der gesamten Argumentation dient, aber durchaus in Frage gestellt werden kann.

---

<sup>42</sup> Scharf: Neo-Bonapartismus in der politischen Meinungsbildung, S. 116.

<sup>43</sup> Scharf: Neo-Bonapartismus in der politischen Meinungsbildung, S. 116f.

## C Schlussbetrachtung

Die Auseinandersetzung mit der publizistischen Konzentration und den daraus zu schliessenden medienethischen Implikation hat gezeigt, dass die vorliegende Situation nicht unterschätzt werden darf und demnach ein gewisser Handlungsbedarf besteht. Mit dem Hinweis auf die spezifischen Funktionen der Printmedien innerhalb eines demokratischen Systems wurde klar, dass die Presse einen wichtigen Beitrag zur Gewährleistung der Meinungs- und Informationsvielfalt leistet. Die Frage, in welchem Masse diese Leistung durch die zunehmende publizistische Konzentration beschränkt wird, konnte dagegen nicht abschliessend beurteilt werden. In der gegenwärtigen Diskussion stehen sich verschiedene Argumente gegenüber, die mehr oder weniger stichhaltig, die Komplexität des Themas beweisen. Aufgrund der besonderen Empfindlichkeit der Verhältnisse und im Sinne des Leitspruchs «wehret den Anfängen!» wurde jedoch offensichtlich, dass die bestehenden medienpolitischen Instrumente kaum genügen und somit unbedingt auch auf den Pressebereich ausgedehnt werden müssen.

Dass die konstatierten Entwicklungen zumindest aus politischer Sicht nicht unterschätzt werden, zeigen diverse parlamentarische Vorstösse aus den letzten Jahren. Die Interpellation von Nationalrat Peter Vollmer im Juni 1998 kritisierte vor allem die aktive Förderung des Werbevolumens bei den elektronischen Medien, wogegen der Anteil der Printmedien zunehmend geschwächt werde.<sup>44</sup> In seiner Stellungnahme wies der Bundesrat auf den bestehenden Zielkonflikt bei der Stärkung der schweizerischen Medienlandschaft hin, der darin besteht, dass sich der Inserate-Anteil der Presse infolge einer allfälligen Erhöhung der Fernsehwerbezeit merklich reduziert, wovon «zusätzliche Impulse zur Zeitungskonzentration ausgehen [könnten].»<sup>45</sup>

In seiner Motion im März letzten Jahres beauftragte der Nationalrat Hans-Jürg Fehr den Bundesrat die Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) mit der gesetzlichen Neuregelung der Presseförderung zu verbinden und beides in einem Mediengesetz zusammenzufassen.<sup>46</sup> Er forderte insbesondere die Sicherung aller relevanten politischen Räume, des publizistischen Wettbewerbs sowie die Garantie demokratiegerechter Öffentlichkeiten. Der Bundesrat hielt in seiner Stellungnahme fest, dass eine Ausdehnung der

---

<sup>44</sup> Interpellation von Peter Vollmer unter dem Titel «Medienpolitisches Unverständnis oder absichtliche Schwächung der Printmedien?» am 24. Juni 1998. Zu finden unter: [www.parlament.ch/afs/data/d/gesch/1998/d\\_gesch\\_19983293.htm](http://www.parlament.ch/afs/data/d/gesch/1998/d_gesch_19983293.htm).

<sup>45</sup> Antwort des Bundesrates vom 16. September 1998.

<sup>46</sup> Motion von Hans-Jürg Fehr am 24. März 2000. Zu finden unter:

gesetzlichen Bestimmungen auf die Printmedien aus verfassungsrechtlicher Sicht heikel sei, da sich die Bundesverfassung mit der Garantie der Pressefreiheit begnüge.<sup>47</sup> Im Wissen, dass ein Handlungsbedarf besteht hat er jedoch die Subkommission «Medien und Demokratie» damit beauftragt, einen konsensfähigen Entwurf für eine Ergänzung der Bundesverfassung auszuarbeiten. Inzwischen hat die Kommission ihre Arbeit aufgenommen und präsentierte im August dieses Jahres Vorschläge bezüglich eines gezielten Einsatzes von Bundesgeldern im Sinne einer Verbesserung der bereits heute bestehenden Presseförderung aufgrund verbilligter Posttaxen.<sup>48</sup>

Eine neue Studie bestätigt nun die schon lange vermuteten Schwachpunkte bei der Verteilung der Subventionen, von welchen vor allem die Grossverlage zu profitieren scheinen, wogegen die dringend auf Geld angewiesenen Regional- und Lokalmedien bloss ein Viertel der ausgeschütteten 100 Millionen Franken erhalten.<sup>49</sup> Eine Beibehaltung der indirekten Förderung würde bedeuten, dass die Lokal- und Regionalpresse auch in Zukunft einen geringen Vorzug gegenüber anderen Medienprodukten geniessen könnte. Im Sinne der vom Bundesrat gewünschten nachhaltigen Unterstützung plädiert die Studie nun für einen Systemwechsel hin zu einer gezielten, direkten Förderung von wirtschaftlich bedrohten Presseerzeugnissen, der allerdings eine Verfassungsänderung voraussetzt. Als Nachteile eines Systemwechsels lassen sich vor allem zwei Gesichtspunkte anfügen. Einerseits besteht die Gefahr eines unerwünschten Einflusses auf die Presseerzeugnisse und andererseits könnte der publizistische Wettbewerb durch eine selektive Förderung verzerrt werden. «Die Erwartungen an einen Systemwechsel werden auch mit dem Hinweis auf die europäische Erfahrung gedämpft, wonach auch mit Instrumenten der direkten Presseförderung der Konzentrationsprozess bei den Printmedien kaum aufzuhalten sei.» Im weitem muss abgeklärt werden, «welche Presseerzeugnisse überhaupt förderungswürdig [sind], welche Förderungsstrategie zu verfolgen [ist] und in welchen geographischen Räumen jeweils Pressevielfalt herrschen [muss].<sup>50</sup> Damit zeigt sich, dass die Probleme zwar ernstgenommen werden, die Diskussionen aber infolge der Komplexität des Themas noch lange nicht abgeschlossen sind.

---

[www.parlament.ch/afs/data/d/gesch/2000/d\\_gesch\\_20003144.htm](http://www.parlament.ch/afs/data/d/gesch/2000/d_gesch_20003144.htm).

<sup>47</sup> Stellungnahme des Bundesrates vom 28. Juni 2000.

<sup>48</sup> Rosenberg, Gedankenspiele zur Presseförderung, S. 11.

<sup>49</sup> Sury, Alexander: Direktzahlungen für die Kleinen? In: Der Bund, 16. August 2001. S. 13.

<sup>50</sup> Sury, Direktzahlungen für die Kleinen? S. 13.

## D Literaturverzeichnis

- Blum, Roger: Auf dem Weg zum Medien-Eintopf? In: Der Bund, 25. Februar 1998, S. 3.
- Blum, Roger: Berner Medien: Vielfalt, Kampf und Strategien. In: Der Bund, 26. Januar 1996, S. 2.
- Blum, Roger: Der Journalismus als Unruheherd. Glaubwürdigkeit durch Qualitätssicherung. In: Neue Zürcher Zeitung, 2. März 2001, S. 77.
- Bundesamt für Statistik (Broschüre BFS aktuell): Entwicklung der Pressevielfalt 1980–1999. Neuchâtel 2001.
- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 3., überarbeitete Aufl., Wien/Köln/Weimar 1998.
- Custer, Ueli: Immer mehr Zeitungen schliessen sich zu Familien zusammen. In: Media Trend Journal Spezial 1998.
- Custer, Ueli: Mit Geschenken Geld verdienen? In: Media Trend Journal Special 2001 – Trends 2001.
- Custer, Ueli: Newcomer verdrängen Oldies. In: Media Trend Journal, 5/2000, S. 18-31.
- Diedrichs, Helmut H.: Konzentrationstendenzen in der deutschen Tagespresse. In: Presse und Pressewesen. Arbeitstexte für den Unterricht. Stuttgart 1986.
- Domeyer, Barbara: Prognosen, die den Jahrtausendwechsel überleben. In: Media Trend Journal Special 2001 – Trends 2001.
- Dörr, Dieter: Die KEK – ein taugliches Instrument zur Bekämpfung der Medienkonzentration? In: Media Perspektiven, 2/1998, S. 54-60.
- Habermas, Jürgen: Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. In: Presse und Pressewesen. Arbeitstexte für den Unterricht. Stuttgart 1986.
- Haslebacher, Martin: Komplettzeitungen bleiben nur wenige. In: Berner Zeitung, 3. Januar 2001, S. 3.
- Kübler, Friedrich: Medienkonzentrationskontrolle im Streit. Komplexe Randbedingungen und aktuelle Konflikte. In: Media Perspektiven, 7/1999, S. 379-385.
- Lüdi, Raymond: Wieviele Tageszeitungen brauchen wir? In: Media Trend Journal, 12/1997.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Pressekonzentration und Meinungsbildung. In: Presse und Pressewesen. Arbeitstexte für den Unterricht. Stuttgart 1986.

- Nussbaumer, Hannes: Die Medien als Ratstraktandum. In: Tagesanzeiger, 22. März 2001, S. 72.
- Pieper, Annemarie / Thurnherr, Urs: Angewandte Ethik. Eine Einführung. München 1998.
- Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In: Publizistik 4/1964.
- Rosenberg, Monika: Gedankenspiele zur Presseförderung. In: Neue Zürcher Zeitung, 16. August 2001. S. 11.
- Russ-Mohl, Stephan: Es fehlt die fünfte Gewalt im Staat. Von Pressefreiheit, Selbstkontrolle und publizistischer Qualitätssicherung. In: Tagesanzeiger, 10. März 1997, S. 2.
- Saxer, Matthias: Presseförderung aus der Portokasse. In: Neue Zürcher Zeitung, 21. Juli 2001, S. 14.
- Schatz, Heribert / Jarren, Otfried / Knaup, Bettina (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft? Opladen 1997.
- Stadler, Rainer: Die Auflagenentwicklung der Schweizer Presse. In: Neue Zürcher Zeitung, 4. Mai 2001, S.79.
- Stadler, Rainer: «Wirksamere Massnahmen nötig.» Umstrittene Presse- und Medienförderung. In: Neue Zürcher Zeitung, 9. März 2001, o. S.
- Stock, Martin / Röper, Horst / Holznagel, Bernd: Medienmarkt und Medienmacht. Berlin / Heidelberg 1997.
- Sury, Alexander: Direktzahlungen für die Kleinen? In: Der Bund, 16. August 2001. S. 13.
- Wartenweiler, Johannes: Wer hat, dem wird gegeben. In: WochenZeitung, 1. März 2001, S. 3.

## Internet

- <http://www.euoparat.de>
- <http://www.italian.it/isf/>
- <http://www.mediatrend.ch>
- <http://www.parlament.ch>
- <http://www.presserat.ch>
- <http://www.presetext.ch>
- <http://www.statistik.admin.ch>
- <http://www.wettbewerbskommission.ch/site/g/medien/Medienmitteilungen>