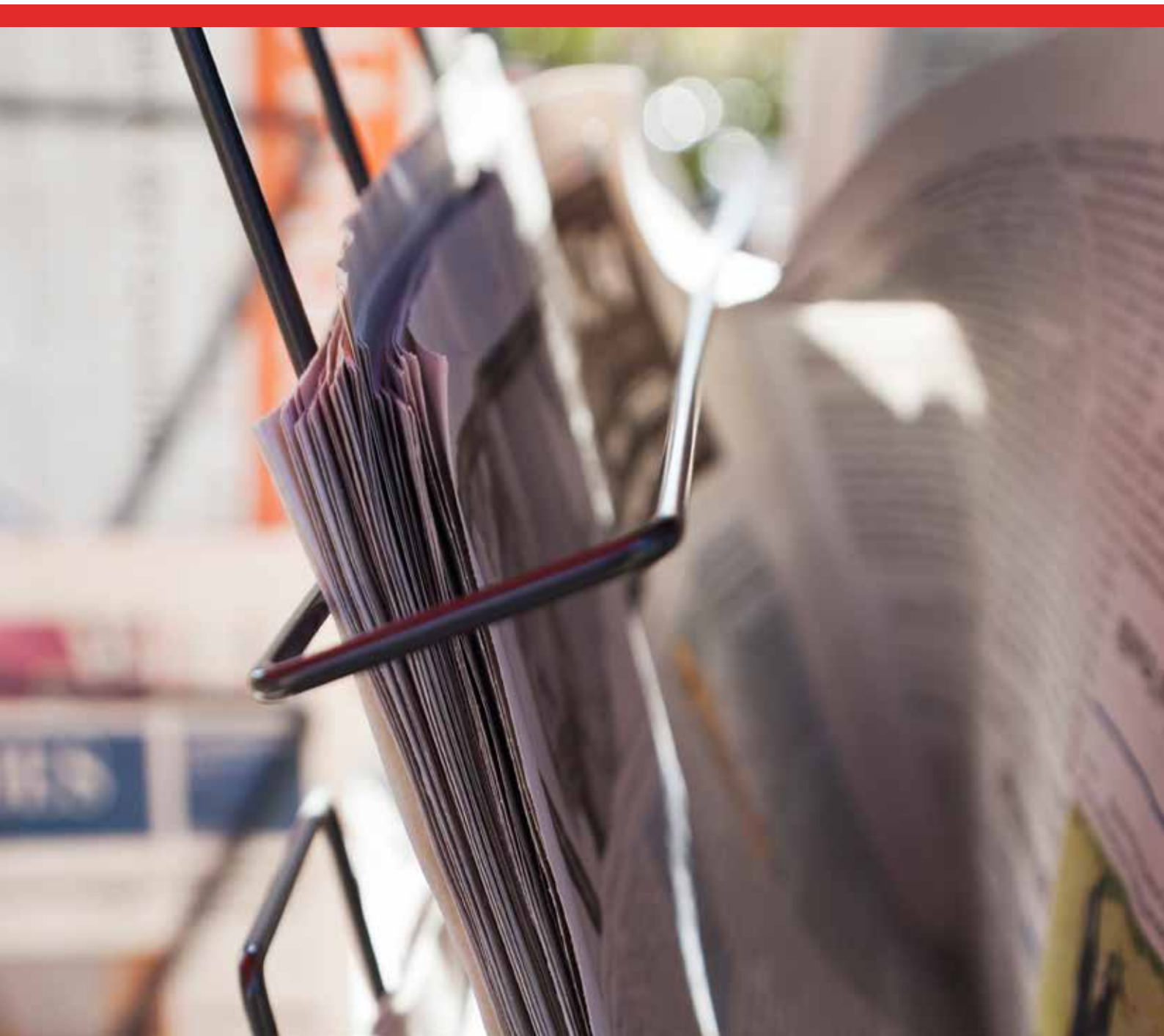


JAHRESBERICHT 2017

Verband SCHWEIZER MEDIEN





Unsere Redaktorinnen
und Redaktoren analysieren
das Zeitgeschehen,
überprüfen Quellen,
interpretieren Ereignisse,
liefern Hintergründe
und helfen Ihnen damit,
Ihre eigene Meinung zu bilden.
Glaubwürdigkeit steht bei uns
an erster Stelle – ohne Alternativen:
**Damit Sie Lügen
von Fakten unterscheiden können.**



Ein Engagement
des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN
www.schweizermedien.ch

Impressum

Herausgeber

Verband SCHWEIZER MEDIEN
Konradstrasse 18, 8021 Zürich
Telefon 044 318 64 64, Fax 044 318 64 62
contact@schweizermedien.ch,
www.schweizermedien.ch

Redaktion

Andreas Häuptli (Leitung), Othmar Fischlin,
Nadine Sonderegger, Mirjam Teitler

Gestaltung

Nadine Sonderegger

Produktion

Mengis Druck und Verlag AG, Visp

Auflage

200 Exemplare

© Verband SCHWEIZER MEDIEN; Abdruck, auch
auszugsweise, nur mit Genehmigung der
Herausgeber und mit Quellenangabe

Plädoyer für eine freie Presse



Dr. Pietro Supino
Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren

Freie, unabhängige Medien sind wichtig für die Demokratie - ganz besonders für eine direkte Demokratie, wie wir sie in der Schweiz pflegen. Sinngemäss nach dem deutschen Rechtsphilosophen Ernst-Wolfgang Böckenförde ist der freiheitliche Staat auf Voraussetzungen angewiesen, die er selber nicht garantieren kann. Dazu gehören unabhängige Medien. Zu dieser Voraussetzung beizutragen, verstehe ich als den Kern unserer verlegerischen Verantwortung.

Mit dieser noblen Aufgabe stehen wir vor der Herausforderung, dass die Medienwelt sich ändert. Neue Formen der Mediennutzung lassen herkömmliche Geschäftsmodelle erodieren - ein Wandel, der vor zwei Jahrzehnten eingesetzt hat und immer schneller voranschreitet. Die rasante technologische Entwicklung, mit der auch die Globalisierung einhergeht, betrifft mehr und mehr die ursprünglich stark fragmentierte Medienbranche.

Manche Betroffene und Beobachter zeichnen ein düsteres Bild. Es wird befürchtet, dass Medien ihre demokratiepolitisch wichtige Funktion nicht mehr wahrnehmen können, dass die freiheitliche Gesellschaft somit gefährdet sei, und es wird staatliche Hilfe gefordert. Gleichzeitig ist das Medienangebot so gross wie noch nie, und es wächst laufend. Den Bürgerinnen und Bürgern stehen aus lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Quellen immer mehr qualitativ hochstehende, aber auch immer mehr fragwürdige Angebote zur Verfügung - mehr denn je und mehr als ein Mensch sinnvollerweise verarbeiten kann.

Glaubwürdigkeit ist die Voraussetzung dafür. Die Medien erarbeiten sie sich einerseits durch inhaltliche Qualität. Andererseits setzt Glaubwürdigkeit voraus, sich und wir Medienmacher stets neu erfinden. Dass wir die Möglichkeiten der neuen Medienwelt verstehen und sinnvoll im Interesse des Publikums nutzen.

Wir erfahren immer wieder, dass das Publikum unsere Leistungen wünscht, braucht und schätzt. Dass guter Journalismus unverzichtbar ist. Die Statistik bestätigt: Täglich lesen dreieinhalb Millionen Menschen in der Schweiz eine Zeitung, für neun von zehn sind Zeitungen die wichtigste Informationsquelle. Die gute alte Zeitung bildet das Rückgrat der demokratischen Meinungsbildung in der föderalistischen Schweiz.

Doch die gedruckten Zeitungen sind gefährdet, weil ein wachsender Teil des Medienangebots digital hergestellt und verbreitet wird. Die digitalen Kanäle haben gegenüber der Presse den Vorteil von enorm tiefen Verbreitungskosten. Ein Teil der Mediennutzung verschiebt sich auf die digitalen Kanäle, wodurch die gedruckten Auflagen sinken. In der Folge steigen die Vertriebskosten pro gedrucktes Zeitungsexemplar zusätzlich - eine betriebswirtschaftliche Zeitbombe mit fataler Wirkung.

Die Post, welche die Zeitungen vertreibt, nutzt ihr Monopol, um die Kosten ihres Grundversorgungsauftrags und die steigenden Zustellkosten pro Exemplar unseren Zeitungsunternehmen zu belasten. Im jahrelangen Rechtsstreit mit uns ist die Post bisher in allen Verfahren bis vor Bundesgericht unterlegen. Trotzdem weigert sie sich mit formaljuristischen Argumenten, ihre Kostenstruktur transparent zu machen. Damit gefährdet sie nicht nur ihre eigene Glaubwürdigkeit, sondern auch die Zukunft der abonnierten Zeitungen.

Inhalt

Plädoyer für eine freie Presse	3
Schlanker, fokussierter und schlagkräftiger Medieninstitut	5
Kurzporträt Verband SCHWEIZER MEDIEN	8
Führungsgremien (per 1. Juli 2018)	10
Impressionen	12
	14

Eher als eine Medienkrise ist das eine Krise der Medienmacher. Professionell gemachte Medien haben aber die Chance, sich von der Masse abzuheben, ihren Lesern einen Überblick zu verschaffen, Orientierung und Vertiefung zu bieten.

Die Lösung dieses Problems müsste die medienpolitische Priorität sein. Der Bundesrat sollte eingreifen und das Trauerspiel beenden. Bevor nach neuen Formen der Medienförderung gesucht wird, sollte der absurde Poststreit gelöst werden. Dazu braucht es klare Spielregeln zugunsten der staatstragenden Zeitungen. Entweder sollte die Post als öffentliches Unternehmen eine transparente Rechnung vorlegen und dem Zeitungsvertrieb nicht die Kosten der landesweiten Grundversorgung, sondern nur die aus der Zustellung von Zeitungen in ihrem Netz entstehenden Kosten verrechnen. Oder es müsste als Kompensation für die überteuerte Zeitungszustellung die indirekte Presseförderung im Sinne der Abgeltung gemeinwirtschaftlicher Leistungen ausgebaut werden. Dabei ist der Weg weniger wichtig als das Ziel, die Wirtschaftlichkeit und die Unabhängigkeit der Zeitungen als das wichtigste Medium für die politische Meinungsbildung zu erhalten.

Der amerikanische Gründervater Thomas Jefferson hat vor mehr als 200 Jahren gesagt: «Were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter». Wenn er zwischen Staat und freien Medien wählen müsste, würde er sich für Letztere entscheiden.

Stattdessen geht der Entwurf für ein neues Gesetz über elektronische Medien in die entgegengesetzte Richtung. Er dehnt die Gebührenfinanzierung über Radio und Fernsehen hinaus auf reine Internetangebote aus und nimmt dafür eine Schwächung der Position unabhängiger Zeitungen samt ihrer digitalen Angebote in Kauf. Gebührenfinanzierte Web-only-Angebote würden es den privaten Anbietern erschweren, ihre Bezahlmodelle in der digitalen Welt zu etablieren, was aber von existenzieller Bedeutung ist.

Ein Gesetz in der vorliegenden Form wäre schädlich. Der Entwurf ist auch konzeptionell nicht nachvollziehbar. Bereits die Bezeichnung erscheint widersinnig, da es heute keine Medien gibt, die nicht auch elektronisch sind. Sinn, Zweck und Ziel sind völlig offen. Geht die Politik von einer konvergenten Medienwelt aus oder nicht? Im ersten Fall wäre nicht einzusehen, warum wir Verleger als wichtigste Leistungserbringer nicht berücksichtigt werden. Im zweiten Fall müsste sich das neue Gesetz auf Radio und Fernsehen beschränken, was auch der Verfassung entsprechen würde.

Es rächt sich, dass die seit Langem versprochene medienpolitische Grundsatzdebatte umgangen wird. Für die Unabhängigkeit der Medien stellt jede Form der direkten Medienförderung ein Risiko dar. Sie sollte darum ultima ratio bleiben, bis alle Möglichkeiten der indirekten Medienförderung ausgeschöpft sind - von der bewährten indirekten Presseförderung über die Aus- und Weiterbildung und die Forschung auf dem Gebiet der Medientechnologie bis zur Förderung der Medienkompetenz an den Schulen. Auf keinen Fall sollte direkte Medienförderung das privat finanzierte Angebot konkurrenzieren und den Anreiz für private Investitionen schmälern, wie es beim vorliegenden Gesetzesentwurf der Fall wäre. Er mag gut gemeint sein, würde aber das Gegenteil dessen bewirken, was der Bundesrat anstrebt: Statt die Presse- und Meinungsvielfalt zu stärken, würde sie auf lange Zeit geschwächt.

Mit meinen Kollegen im Präsidium sowie Andreas Häuptli und seinem Team auf der Geschäftsstelle unseres Verlegerverbands messen wir diesen medienpolitischen Fragen ein grosses Gewicht zu. Ebenso wichtig ist uns die Pflege und Entwicklung des Branchenwissens gerade in anspruchsvollen Zeiten des Wandels. Allen Beteiligten und unseren Mitgliedern möchte ich an dieser Stelle für den grossen Einsatz im vergangenen Jahr und für ihre Verbundenheit danken.

Freundliche Grüsse

Dr. Pietro Supino
Präsident

Schlanker, fokussierter und schlagkräftiger

Medienpolitik

Das Jahr 2017 war äusserst intensiv in Bezug auf die medienpolitischen Herausforderungen. Durch den Wechsel in der Generaldirektion der SRG hat sich das Verhältnis entspannt. Das Bekenntnis am No-Billag-Abstimmungssonntag von SRG-Generaldirektor Gilles Marchand, die verfassungsmässig verbriefte Rücksichtnahme auf die Privaten ernst zu nehmen, wird begrüsst. Auch wenn im Zusammenhang mit dem neuen Mediengesetz viele Fragen offen sind, hoffen wir in Abstimmung mit der SRG zu einer komplementären Medienordnung zurückzufinden.

Mit der Post haben sich die Fronten eher verhärtet. Die Post hat bei den Zustellzeiten ein Zugeständnis gemacht, die Zeitungen in Gebieten ohne Frühzustellung bis zum Mittag in den Briefkasten zu legen. Beim für uns sehr viel gewichtigeren Verfahren rund um die Tarifgestaltung geht es leider weiterhin nur schleppend voran. Mehr dazu weiter unten unter «Juristische Verfahren».

Der Polit-Newsletter vor und nach den Sessionen hat sich zu einem wichtigen Sprachrohr für die Bekanntmachung unserer Positionen entwickelt. Im Editorial des monatlichen VSM-Newsletters werden medienpolitische Positionen aktualitätsbezogen und pointiert begründet. Beide Massnahmen tragen viel dazu bei, dass die Anliegen der Medienhäuser gehört werden.

In vielen persönlichen Gesprächen mit Parlamentariern und bei Sessionsanlässen konnten wir unsere Forderungen erklären und begründen. Wir haben dabei viel grundsätzliches Verständnis für die schwierige Lage der Verlage gespürt, was uns hoffen lässt, dass in der Debatte über das neue Mediengesetz die Presse als wichtigste Gattung zur politischen Meinungsbildung ihrer Stellung entsprechend geachtet und berücksichtigt wird.

Nachfolgend ausgewählte Aktivitäten rund um die Interessensvertretung.

Am 14. Februar hat eine Delegation des VSM in einer Anhörung der Kommission für Verkehr und Fernspreche (KVF) des Nationalrates zu unseren Problemen mit der Post Stellung nehmen können. Daraus hervorgegangen ist das Bekenntnis der Post, die Zeitungen ab September 2017 in Gebieten ohne Frühzustellung wieder bis zur Mittagszeit zuzustellen.

Im Mai hatte der VSM in einer Anhörung der KVF des Ständerates die Möglichkeit, seine Bedenken zur Teilnahme der SRG an der Werbevermarktungsallianz Admeira zu präsentieren.

Anfang Juli konnten wir in einer weiteren Anhörung der nationalrätlichen KVF unsere Vorstellungen zur angestrebten Bereitstellung von SRG-Inhalten für die Privaten (Open Content) sowie die zu setzenden Richtlinien für Kooperationen der SRG präsentieren. Beide Themen tauchen auch wieder im Entwurf des neuen Mediengesetzes auf.

Ab dem Herbst kam die intensive medienpolitische Debatte rund um die No-Billag-Initiative so richtig in Fahrt, die mit einem Nein-Anteil von 71,6% zum bekannten, glücklichen Ende für die SRG und die privaten Radio- und TV-Anbieter geführt hat.

Noch im September war die Bevölkerung gemäss einer vom VSM durchgeführten Umfrage nahe an einer Annahme der No-Billag-Initiative. Die Mobilisierung durch Interessengruppen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport hat richtigerweise ein Umdenken gebracht. Auch mit dem am Schluss überaus klaren Resultat ist die SRG aber gefordert, ihren Platz in der sich rasch wandelnden Medienlandschaft im Sinne eines komplementären Angebotes zu den Privaten neu zu definieren.

Am 14. November 2017 fand die zweite Service-public-Tagung statt, an der unter anderem der neue SRG-Generaldirektor Gilles Marchand seine erste Rede vor der Medienbranche hielt.



Politikerpanel an der Service-public-Konferenz vom 14. November mit Natalie Rickli (SVP), Edith-Graf-Litscher (SP), Thierry Burkart (FDP) und Beat Vonlanthen (CVP), moderiert von Matthias Ackeret, Verleger «persönlich».

Juristische Verfahren

Der VSM war auch im letzten Geschäftsjahr gezwungen, zwei grosse Prozesse weiterzuführen: Zum einen führt der VSM ein Verfahren gegen die SRG im Zusammenhang mit der Werbevermarktungsfirma Admeira AG. Im Juli 2015 informierten die SRG, die Swisscom und Ringier, dass sie ihre Werbeinventare künftig gemeinsam vermarkten. Das Bakom und UVEK prüften sodann, ob durch die Beteiligung der SRG der Entfaltungsspielraum der privaten Medien gefährdet sei. Der VSM und weitere Medienunternehmen forderten als Direktbetroffene Parteistellung in diesem Verfahren. Ende Februar 2016 lehnte das UVEK diesen Antrag ab und gewährte der SRG die Beteiligung am Joint Venture ohne jegliche Auflagen. Diese Verfügung zog der VSM erfolgreich an das Bundesverwaltungsgericht und anschliessend ans Bundesgericht weiter. Beide Instanzen gewährten dem Verband Parteistellung. Parteistellung bedeutet zum einen Akteneinsicht und zum anderen auch das Recht, seine Argumente und Einschätzungen in das Verfahren einzubringen: Es ist unbestritten, dass der öffentliche Rundfunk aufgrund der Grösse Mittel und nicht zuletzt auch wegen seiner inhaltlichen Qualität die privaten Medien in ihrer Existenz gefährdet. Durch Admeira mit der crossmedialen Abschöpfung von Werbemitteln wird dieser Druck noch verstärkt.

Eine übermässige Kommerzialisierung würde ferner gegen den verfassungsmässigen Grundsatz der Rücksichtnahme (Art. 93 Abs. 4) verstossen. Daher kennt das Radio- und Fernsehgesetz eine Schutznorm zu Gunsten der privaten Medien im nicht konzessionierten Bereich. Das Bundesgericht hat im Februar dieses Jahres bestätigt, dass die privaten Medien durch Admeira in ihrem Entfaltungsspielraum erheblich beschränkt sein könnten. Deshalb hat das oberste Schweizer Gericht dem VSM und seinen Mitstreitern Parteistellung eingeräumt. Nun muss das Verfahren unter Wahrung der Verfahrensrechte der privaten Medien neu aufgerollt werden: Das Bakom muss erneut prüfen, ob eine Gefährdung privater Medien durch

das Joint Venture möglich ist. Sollte sich dies herausstellen, müsste das UVEK griffige Massnahmen zum Schutz der Privaten verfügen – oder als ultima ratio der SRG die Teilnahme verbieten.

Auch im Postverfahren, das sich um die Zustellungstarife von Zeitungen und Zeitschriften dreht, musste sich der VSM die Parteistellung über mehr als vier Jahre bis vor Bundesgericht erstreiten. Die Post weigert sich bis heute, den sogenannten Agglomerationstarif gesetzeskonform umzusetzen. Das Postgesetz schreibt nämlich vor, dass Presseerzeugnisse zu einem privilegierten – also nicht kostendeckenden – Tarif befördert werden müssen. Auch in diesem Verfahren muss das Bakom nun prüfen, ob die Rechte der Presseverleger gewahrt werden. Die Post versucht das Verfahren weiter mit vielen taktischen Fallgruben hinauszuzögern. Der VSM vertraut auf das Bakom als Aufsichtsbehörde und hofft, im nächsten Jahr an dieser Stelle von einem erfolgreichen Verfahrensausgang berichten zu dürfen.

Weiter hat der VSM zwei kritische Vernehmlassungen zur Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) und zur neuen SRG-Konzession verfasst. Wir beanstanden insbesondere, dass der SRG durch diese neuen Regelungen eine Expansion im Online-Bereich ermöglicht würde, die weit über die heutigen Verhältnisse hinausginge und eine weitere Kommerzialisierung ermöglichen würde. Vor diesem Hintergrund bringt sich der VSM auch differenziert in die GeM-Debatte (GeM: Gesetz über elektronische Medien) ein.

Organisation

Die Verbandsgeschäftsstelle hat sich im Jahr 2017 organisatorisch neu aufgestellt. In der vom Präsidium verabschiedeten neuen Struktur setzt der Verband auf die beiden Hauptstandbeine der Interessensvertretung und der Marktentwicklung. Personell wurde Kapazität in den ersteren Bereich verlagert, damit die medienpolitischen Anliegen noch gezielter vertreten werden können.

Durch die Auslagerung der Ausbildungsgänge ans MAZ und die Fachhochschule Nordwestschweiz hat sich

der Raumbedarf stark verringert. Die Geschäftsstelle ist per 1. September in neue, kleinere Räumlichkeiten umgezogen.

Sozialpartnerschaft

Der VSM hat im Herbst 2017 die Verhandlungen mit den Gewerkschaften aufgenommen. Dies nachdem Impressum, wie gefordert, aus dem VSM ausgetreten ist. Unser an der Jahresversammlung 2016 von den Mitgliedern verabschiedete GAV-Vorschlag diente dabei als Verhandlungsbasis. Die Verhandlungen sind zum Zeitpunkt des Drucks des Geschäftsberichtes noch im Gange. An der Mitgliederversammlung wird über den Stand der Dinge informiert.

Distribution

Die Post wollte auf das Jahr 2018 die Tarifregelung für Beilagen zum Nachteil der Verlage verändern. Der Verband hat erwirkt, dass festverbundene Beilagen bis 50 Gramm, die nicht schwerer sind als das Hauptprodukt, weiterhin über das Gewicht der Zeitungen und Zeitschriften abgerechnet werden können.

Forschung

Der VSM hat sich mit dem Beschluss an der Mitgliederversammlung zusammen mit Tamedia, NZZ, Ringier und der SRG an der ETH Media Tech Initiative mit einer einmaligen Einlage von 500'000 Franken aus dem Ausbildungsfonds beteiligt. Als Erstes wird die Professur besetzt.

Marketing

Gattungsmarketing für Printwerbung

Im Frühling 2017 sind die drei Wirkungsstudien von Zweifel Chips, Fleurop und Flaschenpost in einer Broschüre zusammengefasst erschienen. Sie wurden den Verlagen für den Einsatz im

Kundengespräch abgegeben und mehreren Fachzeitschriften beigelegt. Über mehrere Monate wurden Online-Banner auf den Websites und in den News-Mails von «Persönlich» und «Werbewoche» geschaltet. Für den individuellen Einsatz im Verkauf konnten die Verlage ihre eigene Printzeitung mit den Top-Argumenten für Print und Informationen zum eigenen Titel produzieren.

Gemeinsame Abogewinnung

Die Verbundaktion Presseshow zur Abogewinnung wurde 2017 wiederum im Frühling und Herbst durchgeführt. Für die teilnehmenden Verlage konnten 9356 Probe- und 1280 Langzeitabonnenten gewonnen werden. Über den Online-Kiosk www.presseabo.ch wurden 1311 Abonnements generiert. Leider sind die Erfolgswahlen rückläufig. Der VSM muss sich überlegen, wie die Abogewinnung in Zukunft unterstützt werden kann.

Q-Zertifizierung

Der VSM hat 68 Fach- und Spezialpublikationen als Q-Titel zertifiziert. Für die Publikationen wurde wieder der Folder

mehreren Fachtiteln beigelegt, die Onlineplattform www.q-publikationen.ch geführt und an der Marketingmesse EMEX für die Q-Titel ein Pressecorner eingerichtet.

Q-Award gedruckt und digital

Den Q-Award hat die Zeitschrift HR Today gewonnen. Wie schon im Vorjahr wurde mit www.wegwandern.ch auch eine rein digitale Plattform ausgezeichnet.

Gemeinsam gegen Fake News

Im Frühling 2017 hat der Verlegerverband eine Kampagne mit Testimonials von Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Werbung gestartet, die das Vertrauen in die publizistische Leistung stärken soll. Der VSM dankt für den zur Verfügung gestellten Anzeigenraum.

Abschluss 2017

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schliesst das Jahr 2017 mit einem kleinen Verlust von 7'727 Franken ab. Budgetiert war ein Gewinn von 17'179 Franken.

Die Mitgliederbeiträge sind mit 1'014'439 Franken stabil. Mehraufwand ist durch die 2017 getätigten IT-Investitionen in die neue Office-Cloud-Lösung von Google und die Anschaffung des neuen CRM-Systems entstanden. Diese Investitionen werden den Verband in den Folgejahren finanziell entlasten. Gleiches gilt für den per 1. September vollzogenen Umzug in kleinere und kostengünstigere Räumlichkeiten. Damit spart der Verband zukünftig jährlich rund 90'000 Franken.

Der Verband ist finanziell gesund. Die Veränderungen in der Branche sind aber auch für den VSM herausfordernd. So fällt nach dem Konkurs der Publicitas zukünftig ein zahlendes Mitglied weg. Ein Dienstleistungsabbau oder eine Erhöhung der Mitgliederbeiträge ist weiterhin nicht geplant.

Wahlen Präsidium

An der Mitgliederversammlung 2017 wurden alle bisherigen Präsidiumsmitglieder wiedergewählt. Hanspeter Kellermüller, heutiger Generalsekretär der NZZ Mediengruppe und früherer VSM-Geschäftsführer, ist als Nachfolger von Veit Dengler ins Präsidium gewählt worden. Als Präsident amtiert weiterhin Dr. Pietro Supino, Vize bleibt Peter Wanner.

Internationale Verbände

ENPA

Auch 2017 vertrat die ENPA die Interessen der Verlage, wenn es im Rahmen der EU um die Formulierung und Festlegung von Normen ging, die direkte oder indirekte Auswirkungen auf die Arbeit der Medienbranche haben.

Bei der anstehenden Reform des Urheberrechts soll eine rechtliche Anerkennung der Verlage miteingeschlossen sein. Die Reform zielt gleichzeitig auf eine Verbesserung der Verhandlungsposition der Verlage bei Lizenzverträgen



Medieninstitut

ab. Hinzu kommt ein Schutz vor unerlaubter Vervielfältigung und digitaler Verbreitung von Presse- und Verlagspublikationen. Die Verabschiedung wurde im Sommer 2018 auf den Herbst 2018 vertagt.

Aktiv zur Sprache gebracht wurden auch die Bedenken von Verlagen bezüglich der E-Privacy-Verordnung der EU. Sie würde eine direkte Kommunikation zwischen den Unternehmen und den Internet-Nutzern erschweren.

Intensiv beteiligt ist die ENPA über die an der Formulierung einer Richtlinie zur Regulierung des audiovisuellen Bereichs. Hier setzt sie sich für tiefere Mehrwertsteuersätze für elektronische Publikationen ein.

WAN-IFRA

Bei WAN-IFRA sprechen die Zahlen des Jahres 2017 für sich. In 24 Ländern besuchten insgesamt 600 Medienschaffende Kurse zu den Themen Medienvielfalt und Medienfreiheit. 60 Medienpartner aus 12 Ländern lancierten Massnahmen, um mehr Frauen in Vorgesetztenpositionen zu bringen. In diesem Zusammenhang fand im Juni 2017 in Durban der erste Women News Event mit 200 Teilnehmenden statt.

Gesamthaft nahmen im Berichtsjahr 9000 Führungskräfte aus der Medienbranche an der WAN-IFRA-Expo, an Kongressen, Studienreisen und an einer Veranstaltungsreihe teil, die dem Thema digitale Medien gewidmet war. Die Teilnehmenden stammten aus 1300 Verlagsunternehmen und 100 Ländern.

Veröffentlicht wurden zahlreiche Mitgliederberichte. Sie reichen von einem Leitfaden zur Optimierung der Handhabung von Papier bis hin zu einem strategischen Bericht von Experten zum Thema «Geld machen mit Facebook».

Die WAN-IFRA lancierte überdies ein einzigartiges e-Learning-Programm namens Media Management Accelerator (MMA), das sich auf die Gewinnung digitaler Einnahmen konzentriert. Der VSM hat sich mit der WAN-IFRA zusammengetan, um bis Mitte 2018 eine deutschsprachige Version des Programms zu erstellen.

Die Gewährleistung einer zeitgemässen Aus- und Weiterbildung für Fachkräfte ist ein Grundanliegen an einen Branchenverband.

In der Medienbranche, deren Rahmenbedingungen und Herausforderungen sich ständig ändern, stellt diese Anforderung allerdings eine permanente Challenge dar.

Veranstaltungen

Die Weiterbildungsveranstaltungen des Medieninstituts bilden eine Art Branchen-Seismograph. Es sind die Mitglieder unseres Verbands, die uns relevante Inhalte zum Programm vorschlagen. Themen, welche die Branche interessieren oder die aktuellen Entwicklungen und Trends reflektieren.

Trendtagungen und Inhaltsschwerpunkte 2017

- **Dreikönigstagung:** Jahresauftakt-Veranstaltung der Medienbranche
- **Lokalmedien:** Der Leser als Reporter; Content-Marketing; Native Advertising

- **Medienrecht:** Mediaagenturen und ihre Geschäftsfelder
- **Fach- und Spezialmedien:** Neue Märkte erschliessen durch die digitale Transformation

Input-Sessions

Diese beliebten, kostenlosen, jeweils einem aktuellen Thema gewidmeten Veranstaltungen richten sich exklusiv an VSM-Mitglieder. Dabei beleuchten kompetente Experten aktuelle Themen in einem Kurzreferat und beantworten Fragen beim Networking.

Inhalte 2017

- Kundengewinnung mit E-Mail-Marketing
- Werbemarktanalyse: Wo wirbt eigentlich mein Kunde?
- Qualitative Argumente für den Anzeigenverkauf
- Möglichkeiten und Grenzen der Google-Analysertools

Unsere aktuellen Veranstaltungen finden Sie auf der VSM-Website: www.schweizermedien.ch



Dreikönigstagung, 9. Januar 2018, AURA Eventsaal, Zürich

Weiterbildung Medienmanagement

Ein neues, modulares Weiterbildungsangebot mit Seminaren und Studiengängen für Medienfachleute und Medienmanager wurde zusammen mit dem MAZ – der Schweizer Journalistenschule – und der Fachhochschule FHNW in Olten 2017 erstmals ausgeschrieben. Die Weiterbildungsreihe startete im Frühjahr 2018 mit dem ersten Kurs am MAZ.

Kurse MAZ

- Seminar Basiswissen Medienbranche: für Neueinsteiger
- Aufbauseminar Medienmanagement: Brush-up Medien-Fachwissen

Studiengang an der FHNW

- CAS Unternehmensmanagement für Medienmanager

Wir danken den Kooperationspartnern für die professionelle Zusammenarbeit in den Arbeitsgruppen.



Dreikönigstagung, 10. Januar 2017, WTC, Zürich



Dreikönigstagung, 10. Januar 2017, WTC, Zürich



Trendtagung Fach- und Spezialmedien, 22. November 2017, Folium, Zürich



Kurzporträt Verband SCHWEIZER MEDIEN

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN engagiert sich als Branchenorganisation für die Interessenvertretung der Medienhäuser und Verlage in der Schweiz.

Schwerpunkt des Geschäftsfeldes unserer 100 Mitglieder bilden Print und Online, wobei nicht wenige auch private Radio- und TV-Sender betreiben.

Der VSM nimmt die Interessenvertretung bei politischen Anliegen in der Schweiz und auf internationaler Ebene wahr. Der VSM ist Mitglied der European

Newspaper Association (ENPA) und im Welt-Medienverband WAN-IFRA.

Der VSM finanziert, konzipiert und organisiert zahlreiche Branchenmarketing-Massnahmen. Er betreut auch erfolgreich seit vielen Jahren Abogewinnungsaktionen.

Mitglieder des VSM profitieren von all diesen Aktivitäten: von vergünstigter Teilnahme an Tagungen, Kongressen, von kostenloser Rechtsberatung, von Presseausweisen für ihre Medienschaffenden

und von attraktiven Networkingmöglichkeiten in einer ganzen Reihe von Gremien und Arbeitsgruppen.

Über das zum Verband gehörende Medieninstitut verfügt der VSM auch über die einzige spezifisch medienwirtschaftliche Ausbildungsstätte der Schweiz. Das Medieninstitut ist Plattform für Know-how-Austausch der Schweizer Medienszene und bietet praxisbezogene Kurse an.

Weitere Informationen auf:
www.schweizermedien.ch

Geschäftsstelle (per 1. Juli 2018)



Andreas Häuptli
Geschäftsführer



Othmar Fischlin
Leiter MEDIENINSTITUT



Dr. Mirjam Teitler
Rechtskonsultentin



Jon Baumann
Public Affairs / Kommunikation



Angelica Muritu
Marketing / Mitglieder



Florian Schaffner
Marketing / Finanzen



Nadine Sonderegger
Marketing / Mitglieder



Janine Surber
Assistenz Public Affairs & Recht

Präsidium



Dr. Pietro Supino
Präsident
Verleger, VR-Präsident Tamedia AG



Peter Wanner
Vizepräsident
Verleger, VR-Präsident AZ Medien AG



Gilbert A. Bühler
CEO Freiburger Nachrichten AG



Dr. Hanspeter Kellermüller
Generalsekretär NZZ-Mediengruppe



Dr. Beat Lauber
Verwaltungsrat Meier + Cie.
Schaffhausen, Mengis Gruppe Visp
und Zürichsee Medien Gruppe



Andrea Masüger
Delegierter des Verwaltungsrates
Somedia Press AG



Christof Nietlispach
VR-Präsident Freiamter Regional-
zeitungen AG



Markus Somm
Verleger und Chefredaktor
Basler Zeitung Medien

Ehrenpräsidenten



Dr. Hans Heinrich Coninx
Verwaltungsratspräsident SDA



Hanspeter Lebrument
Verleger und VR-Präsident Somedia AG

Führungsgremien (per 1. Juli 2018)

Präsidium

Dr. Pietro Supino, Präsident, VR-Präsident, Tamedia AG, Zürich
Peter Wanner, Vizepräsident, VR-Präsident und Verleger, AZ Medien AG, Baden
Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
Dr. Beat Lauber, VR bei Zürichsee Medien, Meier Cie AG, Mengis AG
Andrea Masüger, Delegierter des Verwaltungsrates Somedia Press AG
Christof Nietlispach, VR-Präsident, Freiamter Regionalzeitungen AG, Wohlen
Markus Somm, Verleger, Chefredaktor und Geschäftsführer, Basler Zeitung AG

Präsidiums-ausschüsse

Finanz- und Anlageausschuss

Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg

Geschäftsstelle

Andreas Häuptli, Geschäftsführer
Othmar Fischlin, Leiter MEDIENINSTITUT
Dr. Mirjam Teitler, Rechtskonsultantin
Jon Baumann, Public Affairs / Kommunikation
Angelica Muritu, Marketing / Mitglieder
Florian Schaffner, Marketing / Finanzen
Nadine Sonderegger, Marketing, Mitglieder
Janine Surber, Assistenz Public Affairs & Rechtsberatung

Partnerverbände

MÉDIAS SUISSES (Association des médias privés romands)

Thierry Mauron, Präsident
Christine Gabella, Generalsekretärin

STAMPA SVIZZERA (Associazione ticinese editori di giornali)

Giacomo Salvioni, Präsident
Peter Keller, Vizepräsident

Departement Aussenbeziehungen

Dr. Pietro Supino, VR-Präsident, Tamedia AG, Vorsitz
Gilbert A. Bühler, Freiburger Nachrichten AG
Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Markus Somm, Basler Zeitung AG
Peter Wanner, AZ Medien AG

Departement Bildung

Leitungsausschuss

Andrea Masüger, Delegierter des Verwaltungsrates Somedia Press AG
Martin Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Priska Hauser, Training & Coaching GmbH, KV Kommunikation
Ruedi Müller, HTW Chur
Andreas Spycher, Adveritas GmbH
Giancarlo Soriano, Tamedia AG
Joachim Tillessen, Fachhochschule Nordwestschweiz
Diego Yanez, MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Aufsichtskommission, Grundbildung Branche Kommunikation

Ursula Gamper, KS/CS Kommunikation Schweiz, Vorsitz
Benno Frick, ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen
Priska Hauser, Geschäftsführerin, Projektleiterin NKG
Regula Kreyenbühl, Mittelschul- und Berufsbildungsamt Kanton Zürich
Kathrin Leder, Leading Swiss Agencies
Pascale Massara, VSD Verband der Schweizer Druckindustrie
Nadine Schneider, Promoswiss
Heinz Schopfer, Schweizer Dialogmarketing
Diky Seematter, Sekretariat Grundbildung Kaufleute
Susanne Weibel, SBVV Schweizerischer Buchhändler- und Verleger-Verband
Maruccio Gianluca, VISCOM Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation
Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Departement Distribution

Leitungsausschuss

Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG, Vorsitz
Walter Lütolf, Tamedia AG
Walter Herzog, Neue Fricktaler Zeitung AG
Gilbert Hirzel, GHC Hirzel Consulting
Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
Roland Kühne, AZ Medien
Jan Hofer, Somedia AG
Dr. Hugo Triner, Bote der Urschweiz AG
Patrick Wehrli, Coop Presse
Jon Baumann, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Elektronische Medien

Leitungsausschuss

Peter Wanner, AZ Medien AG, Vorsitz
Roger Elsener, AZ Medien AG
Dr. Matthias Hagemann, Radio Basilisk Betriebs AG
Silvio Lebrument, Somedia AG
André Moesch, St. Galler Tagblatt AG
Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Jon Baumann, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Medienpolitik

Leitungsausschuss

Markus Somm, Basler Zeitung AG, Vorsitz
Matthias Ackeret, Persönlich Verlags AG
Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
Dominique Reber, Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten
Patrick Warnking, Google Schweiz
Sascha Wigdorovits, Contract Media AG
Kurt W. Zimmermann, Der Schweizer Journalist
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Jon Baumann, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Märkte

Leitungsausschuss Werbemarkt

Dr. Beat Lauber, VR bei Zürichsee Medien, Meier Cie AG, Mengis AG, Vorsitz

Stefan Bai, St. Galler Tagblatt AG
 Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung
 Dr. Simone Bianchi, Società Editrice del Corriere del Ticino SA
 Thomas Brügger, Migros-Genossenschafts-Bund
 Thierry Furrer, Tamedia AG
 Susanne Lebrument, Somedia AG
 Susanne Messerli, Regiopress SA
 Jürg Weber, Regionalmedien NZZ
 Stefan Wabel, Schaffhauser Nachrichten
 Bruno Zürcher, Freiburger Nachrichten AG
 Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Leitungsausschuss Nutzermarkt

Dr. Beat Lauber, VR bei Zürichsee Medien, Meier Cie AG, Mengis AG, Vorsitz
 Stefan Wabel, Schaffhauser Nachrichten
 Harald Amschler, WEMF AG
 Bruno Zürcher, Freiburger Nachrichten AG
 Marcel Tappeiner, Tamedia AG
 Susi Quinter-Schaub, Schaub Medien AG
 Mirko Marxen, Neue Zürcher Zeitung AG

Projektgruppe Auflagenbeglaubigung

Dr. Beat Lauber, Vorsitz
 Harald Amschler, WEMF AG
 Mirko Marxen, Neue Zürcher Zeitung AG
 Marcel Tappeiner, Tamedia AG
 Susi Quinter-Schaub, Schaub Medien AG
 Patrick Wehrli, Coop Presse
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Presstypologie

Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung, Vorsitz
 Ueli Custer, Analysen im Mediamarkt
 Mitja Ruggle, Tamedia AG
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Inseratenstatistik

Jürg Weber, Regionalmedien NZZ, Vorsitz
 Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung
 Cesare Patella
 Mitja Ruggle, Tamedia AG
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Lokalmedien

Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG, Vorsitz
 Martina Gammeter, Gammeter Druck und Verlag St. Moritz AG
 Walter Herzog, Neue Fricktaler Zeitung AG
 Frank Müller, Müller Marketing & Druck AG
 Martin Schmidig, Bote der Urschweiz
 GL-Mitglied SCHWEIZER MEDIEN / MEDIENINSTITUT (projektbezogen)

Projektgruppe Q-Publikation

Eleonore E. Droux, Ärzteverlag Medinfo AG, Vorsitz
 Matthias Böhm, Vogel Business Media AG
 Rolf Gubelmann, Galledia AG
 Andi Huggel, Stämpfli AG
 Darko Panic, Zürichsee Werbe AG
 Thomas Walliser, NZZ Fachmedien AG
 Heinrich Wettstein, Spanflug AG
 Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Kommission Q-Zertifizierung

Ulrich Utiger, AgriPromo, Vorsitz

Eleonore E. Droux, Ärzteverlag Medinfo AG
 Pete Mijnsen, Velomedien AG
 Christian Rufener, Mediaschneider AG
 Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Jury Q-Award

Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN, Vorsitz
 Roland Ehrlé, SWA/ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
 Dr. René Grossenbacher, Publicom AG
 Urs Schneider, Mediaschneider
 Jean-Pierre Ritler, JPR Media GmbH
 Raoul Wanger, Uni Bern

Departement Publizistik

Leitungsausschuss

Hanspeter Kellermüller, NZZ Mediengruppe, Vorsitz
 Daniel Dunkel, Tamedia AG
 Benjamin Geiger, Zürcher Regionalzeitungen AG
 Philipp Landmark, Landmark Media GmbH
 Riccarda Mecklenburg
 Patrik Müller, AZ Medien AG
 Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Departement Recht

Leitungsausschuss

Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg, Vorsitz
 Sandra Hanhart, Tamedia AG
 Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
 Dr. Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
 Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Fachgruppe Medienrecht

Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN, Vorsitz
 Dr. Rolf Auf der Maur, VISCHER AG
 Marcel Bircher, Publicitas AG
 Dr. Christoph Born, Wenner & Uhlmann
 Simon Canonica, Tamedia AG
 Dr. Georg Gremmlispacher, Advokaturbüro Gremmlispacher, Bürkli, Biaggi, Wiprächtiger
 Sandra Hanhart, Tamedia AG
 Kaspar Hemmeler, Schärer Rechtsanwälte
 Dr. Stephan Herren, von Graffenried AG
 Barbara Lehmann, SRG SSR Generaldirektion
 Fanny Ambühl, SRG SSR Generaldirektion
 Michael Schweizer, SRG SSR Generaldirektion
 Dr. Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
 Dr. iur. Fabrizio Andrea Liechi, Von Graffenried Recht
 Rudolf Mayr von Baldegg, Mayr von Baldegg Bieri & Unternährer
 Markus Prazeller, Battagay Dürr Wagner AG
 Prof. Dr. Urs Saxer, Steinbrüchel Hüsey Rechtsanwälte
 Dr. Christoph Schmid, Wenger & Vieli AG
 Dr. Claudia Schoch, Neue Zürcher Zeitung AG
 Dr. Matthias Schwaibold, Rutschmann Schwaibold Partner Rechtsanwälte
 Dr. Marc Schwenninger, Schwenninger Anwaltskanzlei
 Dr. Oliver Sidler, Lilaw Rechtsanwälte
 Tobias Treyer, MCS-LAW Rechtsanwälte

Stand: Juli 2018

Impressionen



Medienrechtstagung, MEDIENINSTITUT, des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN, FIFA Museum Zürich



Trendtagung Lokalmedien, 4. April 2017, Hotel Krone Unterstrass, Zürich



SwissMediaForum – Der Schweizer Medienkongress, 14./15. September 2017, KKL Luzern





Wer rechtzeitig sät, kann später ernten...

Branchen-Know-How im Kompaktformat

Trendtagungen

Fach- und Spezialmedien

u. a. Verleihung des Q-Awards für die beste Fachpublikation
28. November 2018 im Folium, Zürich

Dreikönigstagung

Auftakt-Event ins neue Medienjahr, 9. Januar 2019, AURA Zürich

Lokalmedien April 2019, Zürich

Medienrecht Mai 2019, Zürich

Input-Sessions

Themen-spezifische Kompaktveranstaltungen (exklusiv für VSM-Mitglieder)

Berufliche Weiterbildungen

- Einstiegs- und Aufbau-seminare in die Medienbranche: je 3 Tage am MAZ
- CAS Unternehmensmanagement für Medienmanager: 16 Tage an der FHNW Olten
- Media Management Accelerator: Video-basiertes Selbst-Lernprogramm zur digitalen Transformation in der Medienbranche von WAN-IFRA

Mehr Informationen unter www.medieninstitut.ch



MEDIENINSTITUT
VERBAND SCHWEIZER MEDIEN

7Days Media Services GmbH, Frankfurt a/M – Adveritas GmbH – Aerzte-
verlag Medinfo AG – Agencia de Noviatads Rumantscha – Akeret Verlag
+ Druck AG – Alma Medien AG – Anzeiger von Wallisellen – Archithe-
ma Verlag AG – Audiatur-Stiftung – AZ Medien AG – AZ Verlags AG
– Bachmann Medien AG – Basler Zeitung AG – Berner Oberland Medien
AG BOM – Binkert Medien AG – BL Verlag AG – Bote der Urschweiz
AG – Coop Genossenschaft– Das Beste aus Reader's Digest AG – Docu
Media Schweiz GmbH – Druckerei Appenzeller Volksfreund – Druckerei
Steckborn – Edition Salz&Pfeffer AG – Einsiedler Anzeiger AG – Espazium
– Verlag für Baukultur – Etzel-Verlag AG – FACHMEDIEN – Freiämter
Regionalzeitungen AG – Freiburger Nachrichten AG – Fröhlich Info AG
– Galledia Verlag AG – Gammeter Media AG – Gassman Media AG – Gas-
troSuisse – Genossenschaft Infolink – Gisler 1843 AG – Gossweiler Media
AG – Heller Media AG – Hotelleriesuisse – impressum – JardinSuisse –
KEYSTONE–SDA–ATS AG – Konsumenteninfo AG – Kreienbühl Druck
AG – KünzlerBachmann Verlag AG – Lokalinfo AG – Media Focus Schweiz
GmbH – Mediamile Systems AG – MÉDI-
AS SUISSES – Medi- **VIELEN DANK für** enbotschaft Verlag &
Events GmbH – Meier **Ihr Engagement!** + Cie. AG Schaffhau-
sen – Mengis Druck und Verlag AG – Mig-
ros–Genossenschafts–Bund – Müller Medien AG – NEUE FRICKTALER
ZEITUNG AG – Neue Medien Basel AG – Neue Mediengesellschaft
Zürich AG – NZZ Neue Zürcher Zeitung AG – Persönlich Verlags AG –
Primus Verlag AG – Pro Senectute Schweiz – Radio Basilisk Betriebs AG –
Rätsel Agentur Schweiz AG – Rega TV – Rheintal Medien AG – Rosenfluh
Publikationen AG – Sanatrend AG – Schaub Medien AG – Schweizer Bauer
Betriebsgesellschaft – Schweizerischer Baumeisterverband – S Druckerei
Schüpfheim AG – Somedia Press AG – STAMPA SVIZZERA – Stämpfli
AG – Stiftung Elternsein – Surseer Woche AG – SWA SwissAnnoncen –
swissprofessionalmedia AG – SWS Medien AG Verlag – Tamedia AG – TG
Verlag GmbH – Theiler Druck AG – Trionfini, Satz Druck Verlag AG –
Vaduzer Medienhaus AG – Verband Schweizerischer Schreinermeister und
Möbelfabrikanten – Verlag Spross AG – Verlag Echo von Grindelwald AG
– Verlagsgemeinschaft viscom – Vogel Business Media AG – Vogel Business
Media AG – Vogt–Schild Druck AG – Weltwoche Verlags AG – ZT Medien
AG – Zürcher Oberland Medien AG