



Mitgliederversammlung 2016

Luzern, 22. September 2016

DIE LETZTE ANSPRACHE

Von Hanspeter Lebrument, Präsident des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
verehrte Gäste

Die Gattung Rede wurzelt im Journalismus und sie ist vergleichbar mit einem Kommentar oder einem Leitartikel. Entsprechend zeichnet sich die Rede durch klare Botschaften und eine eindeutige Meinung aus – sonst braucht sie nicht gehalten zu werden! Diesem Anspruch will ich auch in meiner letzten Rede als Präsident des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN gerecht werden. Eine solche Rede ist aber kein Selbstzweck – dahinter steckt eine Überzeugung: Nur ein profilierter Verleger-Verband, welcher die öffentliche Auseinandersetzung nicht scheut, kann die Interessen der privaten Medienhäuser erfolgreich vertreten.

Und entsprechend, so dachte ich in den letzten 13 Jahren, müssten auch die Reden des Präsidenten tönen!

Eine Meinung erarbeitet zu haben und sie pointiert zu äussern, genügt aber nicht, um glaubwürdig zu sein und überzeugend Einfluss zu nehmen. Die Zuhörer wollen die gesellschaftspolitischen Massstäbe und Wertvorstellungen des Redners und seiner Institution kennen. Das gilt ganz besonders für die Exponenten eines Medienverbandes.

Deshalb ist es so wichtig, immer wieder auf die grundsätzliche Aufgabe, auf die Essenz, unseres Verbandes zu sprechen zu kommen: Niemand ausser uns kann der Öffentlichkeit klar machen, weshalb die Schweiz als politische Institution konkurrenzfähige, innovative Medienunternehmen braucht; genauso braucht aber auch der Wirtschaftsstandort Schweiz mehrere konkurrenzfähige private Medienhäuser.

Solche Medienhäuser gedeihen aber nur mit dem entsprechenden Freiraum. Die Politik kann diese Rahmenbedingungen erweitern oder verkleinern. Unsere Forderung liegt auf dem Tisch: Angesichts der Herausforderungen vor denen die Medienindustrie steht, angesichts der Neuerfindung unserer Business-Modelle und der Veränderungen der Konsumgewohnheiten der Mediennutzer müssen die Rahmenbedingungen zugunsten der privaten Medienhäuser verändert werden. Bei dieser Forderung geht es nicht nur um die bestehenden Verlagshäuser: Die Digitalisierung und neue technologische Möglichkeiten machen Neugründungen von Medienfirmen in Zukunft leichter möglich als in der Vergangenheit – die Frage ist nur, ob solche jungen Start-ups in der Schweiz für Schweizer Medienkonsumenten gegründet werden oder anderswo auf der Welt.

Selbstverständlich müssen wir auch über journalistische Qualität, über die Definition von Service public und die Höhe und Verteilung von Gebührengeldern diskutieren. Dies sind wichtige Themen der Medien- und Kommunikationswissenschaft und der Politik: Wo finden in Zukunft die grossen Debatten statt? In welchen Medien werden die Bürger über kleine und grosse Ereignisse informiert?

Der Kern der Auseinandersetzung findet aber in der Wirtschaftspolitik statt: Will die Schweiz Rahmenbedingungen schaffen, in denen auch in Zukunft private Medienunternehmen weiterentwickelt

und gegründet werden können? Dies wird dann der Fall sein, wenn alle Anbieter mit gleich langen Spiessen ausgerüstet sind. Dann können sie untereinander konkurrieren; dann wird ihre Innovationsfähigkeit angestachelt. Vor allem aber stärkt eine solche Wirtschafts- und Medienpolitik die Standortqualität der Schweiz grundsätzlich.

Für mich, meine Damen und Herren, besteht kein Zweifel: Ein Schutzwall oder ein zementiertes staatliches Gebühren-Modell erhält unsere Medienlandschaft nicht konkurrenzfähig! Jede Branche muss sich im Zeitalter der Digitalisierung neu erfinden; keine Branche hat aber gleichzeitig gegen einen staatlich abgesicherten Konkurrenten in der Grössenordnung der SRG anzutreten, wie wir das tun müssen. In dieser Frage geht es weniger um tatsächliche oder vermeintliche internationale Konkurrenz, welche einen Zusammenschluss oder eine Kooperation aller Medienhäuser notwendig macht, sondern um die unternehmerische und publizistische Vielfalt im eigenen Land.

Das ist die Botschaft meiner letzten Rede. Das ist die Botschaft unseres Verbandes.

Diese Vielfalt, für die ich plädiere, beeinflusst aber auch den Berufsmarkt für Journalisten und Journalistinnen. Selbstverständlich brauchen wir die bestmöglichen Ausbildungs- und Weiterbildungsangebote. Nur, so frage ich, was nützen diese Angebote, wenn kaum mehr unterschiedliche Arbeitgeber vorhanden wären? Die Potenz einer zukunftssträchtigen, zuversichtlichen Branche lässt sich auch an der Zahl verschiedener möglicher Arbeitgeber ablesen. Die Wahlmöglichkeit bestimmt die Reputation einer ganzen Branche!

Und wir haben weiss Gott genügend Gründe, begabte, ambitionierte, junge Leute von unserer Branche zu überzeugen. Die grosse Mehrheit unserer Verbandsmitglieder befindet sich im Prozess der Neuerfindung ihres Business-Modells, der Digitalisierung und Konvergenz auf guten Wegen. Der Medienplatz Schweiz ist dank privater Investitionen, unternehmerischem Wagemut und einsatzfreudigen, anpassungsfähigen Journalistinnen und Journalisten in einem respektablen Zustand. Entsprechend macht es Freude, sich für ihn einzusetzen.

Ich wünsche meinem Nachfolger und den Mitgliedern im Präsidium des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN dieselbe tiefempfundene Freude, die mich motiviert hat. Ja, es lohnt sich, sich für Journalismus, Medien und private Unternehmen einzusetzen.

Mit dieser Erkenntnis, gewachsen in den letzten 13 Jahren, verabschiede ich mich als Präsident des Verleger-Verbandes. Ich danke Ihnen für Ihre Unterstützung und Ihren Widerspruch – auch das gehört zu unserer Branche.

Es gilt das gesprochene Wort.