

# Presse- und Meinungsvielfalt in Gefahr

## Dringliche Erhöhung der indirekten Presseförderung für die Sicherung des Service Public der Presse

Ausbau indirekte Presseförderung zur Sicherstellung der journalistischen Grundversorgung in der Schweiz.

**Schnellster Weg: Anpassung des Postgesetzes, losgelöst vom BGeM**

- **Abstufung nach kleinen und grossen Zeitungen**  
(Bisher: Einheitssatz für alle kleinen Zeitungen)
- **Finanzierung über den Bundeshaushalt**  
(Wie bisher)
- **Abonnierte Tages-, regionale Wochenpresse und Sonntagszeitungen**  
(Bisher: abonnierte Lokal- und Regionalzeitungen)
- **Aufhebung Auflagebeschränkung und Kopfblattausschluss**  
(Bisher: bis 40'000 Exemplare ohne Kopfblätter)
- **Förderung der Frühzustellung**  
(Bisher: nur Tageszustellung über Postboten)
- **Erhöhung der Förderung um 90 Millionen**  
(Bisher: 30 Millionen pro Jahr)

Eine zeitnahe Stärkung der indirekten Presseförderung hilft den Printmedien den demokratie-relevanten Journalismus in Zeiten der Transformation zu gewährleisten.

**Es besteht ein grosses staatspolitisches Interesse, für finanzierbaren und qualitativ hochstehenden Journalismus in allen Landesteilen**

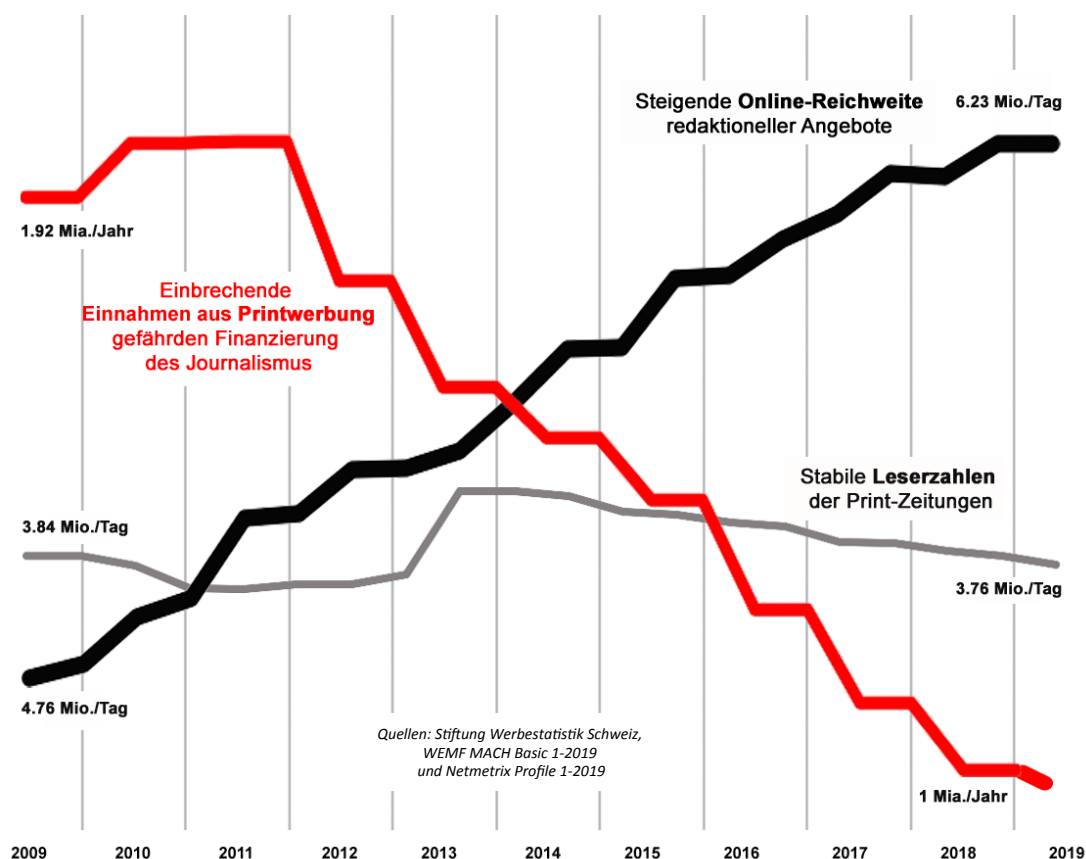
- Journalismus ist gefragt – Zeitungen haben kein Nachfrageproblem
- Halbierung der Werbeeinnahmen in 10 Jahren beschleunigt Konsolidierung in der Branche
- Digitalisierung läuft auf Hochtouren, kann Erosion der Einnahmen aber nicht ausgleichen
- Dank der IPF konnte Lokal- und Regionalpresse publizistische Leistung gewährleisten. Nicht geförderte Zeitungen sind unter massivem Druck
- Frühe Verfügbarkeit einer Zeitung entscheidend für das Überleben eines Printprodukts. Frühzustellung muss zwingend gefördert werden

Redaktionelle  
Unabhängigkeit  
gewährleistet!

**Zeitungen sind für 90% der Abstimmenden die wichtigste Quelle zur Meinungsbildung!\***

\* VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 4. März 2018

# Der Markt ist im Umbruch. Journalismus hat kein Nachfrageproblem. Wegbrechender Werbeumsatz gefährdet Pressevielfalt



## Lesermarkt: Zeitungen haben kein Nachfrageproblem, qualitativer Journalismus ist gefragt

Durch Innovationen hat die Presse im Onlinebereich bereits eine grosse Reichweite bei den Lesern erreicht. Die Printleserschaft ist trotz rückläufiger Auflagen relativ stabil. Tageszeitungen verzeichnen im Durchschnitt 2.1 Leser pro Exemplar, Sonntagszeitungen sogar 2.8 Leser pro Exemplar. Die abnehmende Zustellmenge führt zu weiter steigenden Zustelltarifen.

Online kann den Umsatzrückgang im Printbereich nicht ausgleichen. Es ist bisher nicht gelungen, im digitalen Bereich ein tragfähiges Geschäftsmodell zu etablieren. Journalismus hat einen Wert: Der Aufbau von Bezahlangeboten verläuft vielversprechend, benötigt aber noch viel Zeit.

## Werbemarkt: Printwerbung bricht ein, gefährdet Finanzierung des Journalismus

Die Presse 2018 hat im Werbemarkt nach einem Rückgang der Umsätze von 9,6 Prozent noch 1'009 Mio. Franken netto Umsatz erzielt. Die umsatzstärkste Pressekatgorie ist mit 610 Mio. Franken und einem Rückgang von 11,9 Prozent die Tagespresse und die regionale Wochen- und Sonntagspresse. Die geringsten Umsatzrückgänge verbucht die Kategorie Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse mit einem Minus von 2,6 Prozent.

Seit dem Jahr 2000 hat die Presse insgesamt zwei Drittel der Werbeeinnahmen verloren. Die Finanzierung des Journalismus wird mit dem fortschreitenden Rückgang der Werbevolumen immer herausfordernder. Eine Bodenbildung ist leider auch 2019 nicht in Sicht.

**Indirekte Presseförderung: Dringlich – Demokratierelevant – Wirkungsvoll – Unbürokratisch**