SCHWEIZER MEDIEN

JAHRESBERICHT 2024

Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN

INHALT

Editorial 3

Jahresrückblick 2024 4

Präsidium/Geschäftsstelle 10

Dankeschön 12

KURZPORTRÄT

Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN engagiert sich als Branchenorganisation für die Anliegen der Medienhäuser und Verlage in der Schweiz. Im Fokus der Geschäftstätigkeit unserer 70 Mitglieder stehen Print- und Online-Publikationen, wobei nicht wenige auch private Radio- und TV-Sender betreiben.
Der VSM nimmt die Interessenvertretung bei politischen Anliegen in der Schweiz sowie auf internationaler Ebene wahr. Der Verband ist Mitglied der European Newspaper Association (ENPA) und des Weltverlegerverbandes WAN-IFRA.
Das verbandseigene Medieninstitut ist Plattform für den Know-how-Austausch der Schweizer Medienbranche und engagiert sich mit verschiedenen Initiativen im Bereich der Medienbildung und der Förderung der Medienkompetenz.

IMPRESSUM

Herausgeber
Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN
Konradstrasse 18, 8021 Zürich
Tel. 044 318 64 64
contact@schweizermedien.ch
www.schweizermedien.ch

Redaktion
Pia Guggenbühl, Romina Golijanin, Marianne Läderach, Michèle Meissner, Martin Voigt, Andreas Zoller

Gestaltung
Corinta Bürgi-Cito

Fotografie
Gaëtan Bally, Severin Bigler, Pablo Gianinazzi, Gian Kaufmann, Oliver Rüesch

Produktion
Appenzeller Druckerei AG, Herisau

Auflage
130 Exemplare
© Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN; Abdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber und mit Quellenangabe.

JOURNALISMUS STÄRKEN – HEUTE UND MORGEN

Sehr geehrte Damen und Herren
Liebe Mitglieder

Die Herausforderungen, mit denen unsere Branche konfrontiert ist, sind komplex – aber sie sind nicht unlösbar. Mit vereinten Kräften gelingt's: Diese Überzeugung prägt auch die neue Direktion, die im Februar 2025 ihre Arbeit aufgenommen hat. Im Fokus von Präsidium und Geschäftsstelle stehen Kontinuität und zugleich neue Impulse.

Wir gehen neue, innovative Wege und führen bewährte Bemühungen kraftvoll fort – ganz herzlichen Dank an dieser Stelle an den bisherigen Geschäftsführer Stefan Wabel für sein grosses und wertvolles Engagement. Die jüngste Entscheidung des Parlaments zur Erhöhung der indirekten Presseförderung ist ein wichtiges Signal: Eine starke, vielfältige Medienlandschaft ist systemrelevant. Diese Unterstützung kommt nicht von ungefähr – sie ist das Resultat unserer kontinuierlichen politischen Arbeit. Nun muss die Umsetzung rasch und wirkungsvoll zustande kommen.

Auch in der Medienpolitik rund um die digitale Transformation bleiben wir engagiert. Ein zentrales Thema ist die Regulierung von Künstlicher Intelligenz (KI). Der Ständerat hat sich kürzlich für den Schutz geistigen Eigentums vor KI-Missbrauch ausgesprochen – ein weiteres starkes Zeichen. Wir setzen uns weiterhin dafür ein, dass Inhalte von Medienhäusern in der digitalen Welt nicht zu beliebiger Trainingsware degradiert werden.

Und mit der neuen Trägerschaft von «UseTheNews» stärken wir die Nachrichtenkompetenz junger Menschen – eine Investition in die Zukunft des Journalismus. 2024 wurden unter Beteiligung des VSM eine nationale Dachorganisation gegründet, neue Bildungsangebote lanciert und eine breit beachtete Tagung zum Journalismus in Zeiten von Fake News und KI durchgeführt.

Ein weiteres zentrales Anliegen, das der VSM neu vorantreiben will, ist die Stärkung der Werbung in journalistischen Medien. Werbegelder sichern Vielfalt und Qualität. Es braucht diese mehr denn je, damit unabhängige Medien im digitalen Werbewettbewerb bestehen und sich gegenüber übermächtigen, internationalen Tech-Konzernen behaupten können. Im Gegenzug erwartet Werbeauftraggeber bei journalistischen Medien ein Umfeld der Glaubwürdigkeit – diese *Brand Safety* bieten nur unsere Mitglieder.

Der VSM ist ein aktiver, verlässlicher Partner. Gemeinsam mit Ihnen wollen wir weiter an Rahmenbedingungen arbeiten, die unabhängige, private Medien und den Qualitätsjournalismus langfristig sichern. Treten Sie in Kontakt mit uns – ob am SwissMediaForum, an der Dreikönigstagung oder auch persönlich. Eines ist klar: Unser Einsatz für die Medien gelingt nur gemeinsam!

Ihre

Andrea Masüger
Präsident

Pia Guggenbühl
Direktorin

JAHRESRÜCKBLICK 2024

MEDIENFÖRDERUNG UND URHEBERRECHT IM FOKUS

MEDIENPOLITIK

Dem Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN ist es 2024 gelungen, der Politik die Herausforderungen der privaten Schweizer Medienunternehmen zu vermitteln. Eine Anpassung des Schutzes des Geistigen Eigentums ans digitale Zeitalter sowie der Ausbau der indirekten Presseförderung sind unabdingbar, um einen vielfältigen und regional verankerten Medienplatz Schweiz zu erhalten. Das Parlament und der Bundesrat haben im vergangenen Jahr entsprechende Weichen gestellt.

Der Aufstieg von KI-Chatbots hielt auch 2024 an. Für die Schweizer Medienunternehmen bedeutet dies Chancen und Gefahren. Auf der einen Seite können Anwendungen künstlicher Intelligenz helfen – im Zusammenspiel mit dem Menschen – journalistische Prozesse zu verbessern. Auf der anderen Seite grasen Tech-Plattformen journalistische Inhalte mit ihren KI-Anwendungen ab und erstellen damit eigene Produkte, ohne die Verlage zu vergüten. Der Schutz journalistischer Inhalte ist noch wichtiger geworden.

Botschaft zum Leistungsschutzrecht erwartet

Das geplante Leistungsschutzrecht für die Presse, welches den Schutz von Ausschnitten journalistischer Inhalte gewährleistet und eine faire Vergütung sicherstellt, wird definitiv ins Parlament kommen. EJPD-Vorsteher Beat Jans hat angekündigt, die Botschaft zur Gesetzesänderung im ersten Halbjahr 2025 zu verabschieden. Auf der internationalen Ebene hat sich gezeigt, dass ein Leistungsschutzrecht faire Vergütungen ermöglicht, wenn es griffig umgesetzt wird. Das Schweizer Modell, wie es 2023 in die Vernehmlassung gegangen ist, zieht diverse Lehren aus der EU-Direktive. In der Zwischenzeit haben auch europäische Staaten Erfolgsmeldungen erzielen können, in Frankreich fliessen so massgebliche Summen an die Verlage.

Der **Schutz journalistischer Inhalte vor der Nutzung durch KI-Anwendungen** brachte aber eine neue Perspektive in die urheberrechtlichen Diskussionen. Der Bundesrat kündigte eine Auslegeordnung zur KI-Regulierung an, die jedoch erst 2025 folgte – und enttäuschte. Der Bundesrat will viel zu zögerlich und langsam vorgehen. Umso wichtiger ist es, dass das Parlament bereits in diesem Jahr auf den mangelnden Schutz des Geistigen Eigentums vor KI-Missbrauch aufmerksam geworden ist. Die Mitglieder des Ständerates Jakob Stark und Petra Gössi haben entsprechende Interpellationen eingereicht.

Motion Gössi: Wegweisend für KI-Regulierung

Da die Antworten des Bundesrates nicht zufriedenstellend waren, hat die Schwyzer Ständerätin Gössi in der Wintersession mit der **Motion «Besserer Schutz des geistigen Eigentums vor KI-Missbrauch»** reagiert. Sie will den urheberrechtlichen Schutz journalistischer und kreativer Inhalte vor KI-Missbrauch klarstellen. Die Allianz für das nicht nur aus Sicht der Medienbranche, sondern für sämtliche kreativen Branchen und für sämtliche Urheber geistigen Schaffens überlebensnotwendige Anliegen ist in diesem Jahr massiv grösser geworden.

Der VSM ist unter anderem Mitglied der KI-Allianz der Kreativwirtschaft KIK geworden, welche diverse Verbände aus Branchen wie Musik, Film oder Literatur vereint. Zusammen mit der KIK sowie mit weiteren Partnern und Allianzen konnte sich der VSM argumentativ rüsten, um im Folgejahr für die politischen Debatten gerüstet zu sein. Unter dem Motto **fairplay – fairpay** gilt es, die bisherigen Bemühungen im Urheberrecht speziell mit Blick auf KI-Anwendungen auszubauen.

Immenser Spardruck mit dem Entlastungspaket 2027

Neue Ausgaben hatten es im eidgenössischen Parlament schwer. Der Spardruck ist hoch. Eine Expertengruppe um den ehemaligen Direktor der eidgenössischen Finanzverwaltung Serge Gaillard hat dem Bundesrat in einem Massahmenpaket vorgeschlagen, wo der Bund Einsparungen vornehmen kann. Unter anderem soll er die indirekte Presseförderung in der Höhe von 50 Millionen Franken einstellen.

Der Bundesrat hat die meisten Vorschläge der Gruppe in seine Gesetzesvorlage zum Entlastungspaket 2027 aufgenommen. Bei der IPF weicht er immerhin etwas ab: Er will zwar die 20 Millionen der Mitgliedschafts- und Stiftungspresse streichen, die Förderung der Tageszustellung von Tages- und Wochenzeitungen aber nur um 5 Millionen Franken auf neu 25 Millionen jährlich kürzen, statt ganz zu kürzen. Der VSM wird sich in seiner Vernehmlassungsantwort entschieden gegen diese verfehlten Sparbemühungen engagieren – in der aktuellen Situation sind sie mehr denn je verfehlt.

Ausbau der indirekten Presseförderung: Wichtiger Erfolg

Der VSM setzte sich mit grossem Engagement nicht nur dafür ein, dass die IPF nicht gekürzt, sondern vielmehr ausgebaut wird. Die **parlamentarische Initiative von Nationalrätin Christine Bulliard-Marbach** wurde in der Vernehmlassung grossmehrheitlich

unterstützt. So schickte die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates (KVF-N) das dringende Anliegen in der Herbstsession in seine Kammer, wo es ebenso deutlich wie in der Wintersession im Ständerat angenommen wurde.

Diskussionsbedarf gab es bezüglich der Mitgliedschafts- und Stiftungspresse: Der Nationalrat schlug vor, aufgrund des hohen Spardruckes diese Förderung zu streichen. Der Ständerat wollte darauf aber nicht eingehen und kürzte stattdessen je 5 Millionen der Erhöhung bei Tages- und Frühzustellung der Tages- und Wochenpresse. Der VSM unterstützte diesen Kompromissvorschlag, welcher in der Zwischenzeit die Differenzbereinigung überstanden hatte und in beiden Räten deutlich angenommen wurde.

Medienförderung 3.0: Diskussion um künftige Ausgestaltung

Parallel zum befristeten Ausbau der bestehenden Presseförderung ist im Parlament diskutiert worden, wie eine **zukünftige Medienförderung** aussehen könnte. Der VSM stand dieser Diskussion offen gegenüber und hat eine parlamentarische Initiative der KVF-N unterstützt. Leider ist diese im Ständerat überraschend abgestürzt, womit sich das Geschäft vorerst erledigt hat. Die Frage, wie sich die Medienförderung mittel- bis langfristig entwickeln soll, bleibt aber relevant. Der VSM ist weiterhin in dieser Thematik engagiert.

Wie der Ausbau der IPF ebenfalls 2024 durch die Vernehmlassung gegangen sind zwei weitere Vorstösse im Bereich der Medienförderung. Auch der Tenor zu den branchenübergreifenden Massnahmen (parlamentarische Initiative 22.417 von Ständerätin Isabelle Chassot) und der Erhöhung des Gebührenanteils für die privaten Radio- und TV-Stationen (parlamentarische Initiative 22.407 von (Alt-)Ständerat Philippe Bauer) war überwiegend positiv. Beide Vorstösse dürften 2025 ins Parlament kommen.

SRG und Post: Der VSM ist im Dialog

Die Halbierungsinitiative wurde Thema im Parlament. Der VSM nahm an einer Anhörung der nationalrätlichen Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen KVF-N teil. Dabei konnte er einbringen, dass sich die SRG im Online-Bereich einschränken und stärker Rücksicht auf die privaten Medien nehmen soll, wie dies in der Verfassung verankert ist. Zur Halbierungsinitiative und zur Höhe der SRG-Gebühren nahm der VSM aber keine Stellung, da diese die Probleme der privaten Medien nicht löst. Mit dem Amtsantritt von Susanne Wille als SRG-Direktorin wurden Gespräche zwischen der SRG und dem VSM wieder intensiviert.

Der VSM hat sich für den Erhalt der postalischen Grundversorgung eingesetzt. Der Bundesrat hat im Juni eine Stossrichtung für die Revision der Postverordnung verabschiedet, welche deutlich weniger weit ging, als teilweise erwartet wurde. Der VSM ist erleichtert, dass der Bundesrat keine Aufhebung der A-Post vorsieht. Zeitgleich hat der Verband Verhandlungen mit der Post über die Entwicklung der Zustellpreise ab 2026 aufgenommen. Die Postpreise sind seit 2022 jährlich um 1,8 Rappen gestiegen, was den Druck auf die Printzeitungen bei gleichbleibender indirekter Presseförderung weiter erhöht. Der Ausbau der indirekten Presseförderung könnte hier für Entlastung und mehr Spielraum für Investitionen in die digitale Transformation sorgen.

Weitere politische Geschäfte

Der VSM setzte sich für die Stärkung der **Pressefreiheit** ein. Er tat dies unter anderem als Teil des nationalen Aktionsplans zum Schutz der Medienschaffenden, initiiert vom Bundesamt für Kommunikation. Man arbeitete unter anderem an einer Studie zu missbräuchlichen Klagen (sogenannte SLAPPs) gegen Medien, welche noch in Bearbeitung ist.

Im Parlament war die **Werbefreiheit** ein grösseres Thema. Diverse Vorstösse wurden behandelt, mehrheitlich mit dem Ziel, die Werbefreiheit einzuschränken. Solche Massnahmen erhöhen den Druck auf die Werbeeinnahmen der Medienunternehmen, welche ohnehin bereits zu Grossteilen zu den internationalen Tech-Plattformen abwandern. Der VSM setzt sich, auch über die **Schweizerische Lauterkeitskommission,** für faire und dem Jugendschutz verpflichtete Werbung ein. Legale Produkte sollen grundsätzlich aber legal beworben werden dürfen.

Die Umsetzung der Tabakwerbeinitiative wurde im Parlament fortgesetzt. Obwohl die Initianten nie ein komplettes Werbeverbot in Zeitungen vorgesehen hatten, stehen die Zeichen mittlerweile auf einem De-facto-Verbot. In der Differenzbereinigung setzte sich die Lösung durch, Tabakwerbung dann zu erlauben, wenn mindestens 98% der erreichten Abonnentinnen und Abonnenten erwachsen sind. Da dies nur auf einige wenige Zeitungen zutrifft, dürfte Werbung von Tabakprodukten im Print in Zukunft gar nicht mehr stattfinden.

Der VSM setzte sich bei diesen und weiteren Themen für die Interessen seiner Mitglieder und der gesamten Medienbranche ein. Dabei konnte er auch auf die Unterstützung diverser Partner, etwa der Allianz «Pro Leistungsschutzrecht», der KIK und der Dachverbände, deren Mitglied er ist, zählen: economiesuisse, Schweizerischer Arbeitgeberverband SAV und Kommunikation Schweiz (KS/CS).

Politische Anlässe

Insgesamt führte der VSM im 2024 drei **Sessionsanlässe** durch, welche allesamt sehr gut besucht waren. In der Frühjahrssession waren Mitglieder der WBK-N sowie der beiden KVF zu je einem Frühstück zu Gast, an dem der Schutz journalistischer Inhalte im Internet bzw. generell die Medienpolitik Thema waren.

Den Abschluss der Sessionsanlässe machte ein mit über 20 Parlamentsmitgliedern sehr gut besuchter Apéro im MAISON in Bern. Auch diesmal konnten sich Politik und Chefredaktionen austauschen und das medienpolitisch ereignisreiche Jahr ausklingen lassen.

Zusätzlich zu den Sessionsanlässen führte der VSM im August zum dritten Mal die **Soirée Médias** anlässlich des Locarno Film Festival durch. Anlässlich des 125-Jahr-Jubiläums durften noch mehr Gäste aus Politik, Medien, Wirtschaft und Kultur als üblich im komplett ausgebuchten Teatro Paravento begrüsst werden. Zur grossen Feier passte die Teilnahme von Medienminister Albert Rösti sowie rund 40 Mitgliedern des Parlaments.

VERHANDLUNGEN

GAV-Verhandlung
2024 haben weitere Verhandlungsrunden zwischen den Vertretern der Arbeitnehmenden und dem VSM stattgefunden. Die beiden Parteien konnten sich weiter annähern, weswegen es realistisch scheint, dass 2025 eine Einigung erzielt wird. Konkret gehen die Bemühungen zu einer Branchenvereinbarung in eine finale Phase.

INTERNATIONALE VERBÄNDE

ENPA (European Newspaper Publishers' Association)
Das Jahr war aus Sicht der ENPA geprägt von wichtigen Gesetzesvorhaben für die Presse- und Medienlandschaft sowie den EU-Wahlen.

Der **European Media Freedom Act (EMFA)** wurde im April in diesem Jahr verabschiedet und wird von den EU-Staaten schrittweise bis Mai 2027 umgesetzt. Die Verordnung gilt generell ab dem 8. August 2025. Die ENPA war an mehreren Punkten in den Prozess eingebunden.

Auch der **EU-AI-Act** wurde beschlossen. Wichtige Schutzmassnahmen für Verlage wurden damit verabschiedet, darunter urheberrechtliche Verpflichtungen für KI-Anbieter und eine Ausnahme für die Presse von Kennzeichnungspflichten für KI-generierte Inhalte unter bestimmten Bedingungen. In der zweiten Jahreshälfte begann die Umsetzung dieser Vorgaben, wobei die ENPA sich an Konsultationen und technischen Diskussionen zur Gestaltung des AI Office Templates beteiligte.

Auch die Umsetzung des **Digital Markets Act (DMA) und des Digital Services Act (DSA)** ist ein Schwerpunkt der ENPA. Sie setzt sich für faire Zugangsbedingungen für Verlage gegenüber Plattformen wie Google und Facebook ein. Dabei geht es um Themen wie eine angemessene Vergütung für Inhalte, die Vermeidung von Selbstbevorzugung durch grosse Plattformen und die Regulierung von KI-Technologien. Schliesslich befasst sich der Bericht mit der Umsetzung der **DSM-Urheberrechtsrichtlinie (analog Leistungsschutzrecht)** und der Diskussion über die digitale Infrastruktur der EU.

Im ersten Quartal 2024 wurde die Verordnung zur Regulierung politischer Werbung verabschiedet. Sie legt neue Transparenzpflichten für politische Werbung fest. Die ENPA setzte sich dafür ein, dass nur Artikel, die eine Wahlbeeinflussung beabsichtigen, von der Regulierung erfasst sind. Dies ist entscheidend, da die ursprünglich weit gefasste Definition politischer Werbung auch journalistische Inhalte wie Meinungsartikel und Wahlberichterstattung hätte erfassen können.

Auch die im April verabschiedete EU-SLAPP-Richtlinie ist ein zentrales Thema. Sie muss bis Mai 2026 in nationales Recht umgesetzt werden und soll Schutzmechanismen gegen missbräuchliche Klagen bieten. Die ENPA weist darauf hin, dass Betroffene etwa die Möglichkeit erhalten, SLAPP-Klagen frühzeitig abweisen zu lassen. Allerdings könne der Schutz entfallen, wenn Gerichte Medienbeiträge als «Desinformation» einstufen.

Ein weiteres Thema ist die EU-Regulierung zur Abholzung von 2023, die hohe gesetzliche Anforderungen für Presseverlage und die gesamte Holzlieferkette mit sich bringt. Es wird darauf verwiesen, dass die Umsetzung nach Druck von ENPA und anderen Akteuren um ein Jahr auf Dezember 2025 verschoben wurde. Zudem setzt sich der Verband weiterhin für Klarstellungen ein, insbesondere zu den Geolokalisierungspflichten für Verlage, Druckereien und Händler.

Neu vertritt Dr. Roman Bretschger den VSM im ENPA-Vorstand. Er folgt auf Dr. Hans Heinrich Coninx, der zum Ehrenmitglied ernannt wurde.

WAN-IFRA (World Association of News Publishers)
Die medienpolitischen Aktivitäten der WAN-IFRA konzentrieren sich auf Informationsvermittlung, Forschung und internationale Zusammenarbeit. Mitglieder wurden über aktuelle politische Entwicklungen durch Briefings und persönliche Zusammenfassungen informiert. Wichtige Themen waren unter anderem der kanadische Online News Act, Fortschritte in der Medienpolitik Neuseelands und Australiens sowie Entwicklungen in der EU-Politik, insbesondere im Bereich Künstliche Intelligenz und Medienregulierung.

Eine umfassende Studie analysierte Presseförderungsmodelle in zehn Ländern, während das Medienpolitik-Forum im Rahmen des World News Media Congress zentrale Herausforderungen durch technologische Entwicklungen beleuchtete, insbesondere Fragen der Vergütung journalistischer Inhalte durch Plattformen und mögliche gesetzliche Regelungen zur Sicherung der Nachhaltigkeit des Nachrichtenwesens.

Mit EU-Förderung wurden zwei Projekte umgesetzt: NewsArcade entwickelte eine Plattform zur Nachrichtenkompetenzförderung, auf der Nutzer journalistische Arbeitsprozesse simulieren. CHASE widmet sich der Bekämpfung geschlechtsspezifischer Hassrede im Internet und testete in mehreren Ländern Massnahmen zur besseren Erkennung von Hassrede.

WAN-IFRA engagiert sich zudem auf globaler Ebene. Auf Konferenzen in Indien und Panama wurden regulatorische Fragen zu KI, Urheberrecht und Medienplattformen diskutiert. Darüber hinaus bleibt die Organisation ein wichtiger Akteur in internationalen Gremien wie dem Internet Governance Forum und EURODIG. In Zusammenarbeit mit der Columbia University wurde das Thema Saving Journalism weiter vorangetrieben.

Neu ist **Ladina Heimgartner Präsidentin der WAN-IFRA.** Der VSM ist überaus erfreut, dass eine Schweizerin und Vertreterin des VSM dem Weltverlegerverband vorsteht.

MARKETING & KOMMUNIKATION

Jubiläum 125 Jahre VSM – ein besonderes Jahr im Zeichen des Journalismus

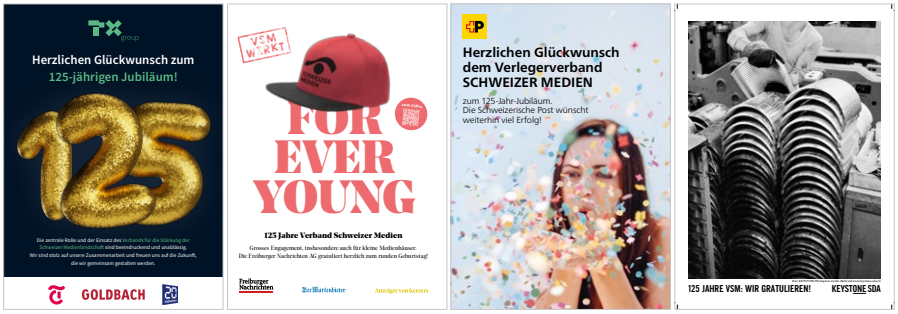
Das 125-Jahr-Jubiläum des Verlegerverbands SCHWEIZER MEDIEN war ein wichtiges Jahr, das wir intensiv nutzten, um die Anliegen des VSM und die Bedeutung eines starken, unabhängigen Journalismus in den Fokus zu rücken. Mit gezielten Veranstaltungen, Publikationen und Partnerschaften haben wir unsere Kernbotschaften erfolgreich platziert.

Sonderpublikation persönlich zum Jubiläum 125 Jahre VSM

Den Auftakt bildete unsere **Sonderpublikation des Fachmagazins persönlich** mit dem Titel «Engagiert für guten Journalismus». Die Ausgabe beleuchtete die Herausforderungen und Chancen der Medienbranche und fand durch unsere digitalen Kanäle eine breite Resonanz.

Die Dreikönigstagung, die Lokalmedientagung sowie die Trendtagung Fach- und Spezialmedien boten uns wichtige Plattformen, um zentrale Anliegen des VSM zu diskutieren und zu vermitteln. Zudem offerierte der VSM den Medien-Apéro am SwissMediaForum, das als zentrale Austauschplattform für Persönlichkeiten aus Medien, Politik und Wirtschaft dient.

Ein besonderes Highlight war die **Soirée Médias im Rahmen des Locarno Film Festival,** bei der wir Bundesrat Albert Rösti und hochrangige politische Vertreter begrüssen durften. Die Botschaft des Bundesrats «Ohne Verleger keine Demokratie» setzte ein starkes Zeichen für die Relevanz privater Medienhäuser und die Notwendigkeit politischer Unterstützung. Und natürlich wurde auch intern gefeiert: Mit unseren Mitgliedern liessen wir das Jubiläumsjahr beim **Sommer-Grillfest** hochleben und stärkten den Zusammenhalt innerhalb des Verbandes.



Jubiläumsanzeigen TX Group AG, Freiburger Nachrichten AG, Post CH AG, Keystone-SDA-ATS AG

Unsere Botschaft: Seit 125 Jahren engagieren wir uns für guten Journalismus – dieser ist heute wichtiger denn je. Der Kampf gegen Desinformation, die Herausforderungen durch Künstliche Intelligenz und der Schutz geistigen Eigentums sind zentrale Themen, für die wir uns weiterhin mit Nachdruck einsetzen.

Gattungsmarketing für die Presse – Print wirkt

Die Kampagne «Print wirkt» erfreute sich weiterhin grosser Beliebtheit und die verschiedenen Anzeigensujets wurden von den Mitgliederverlagen rege eingesetzt. Die Kampagne hat zum Ziel, die Gattung Print mit all ihren Qualitäten bei den Anspruchsgruppen der Branche wieder in den Fokus zu rücken. An dieser Stelle ganz herzlichen Dank für die tolle Unterstützung der Kampagne durch die VSM-Mitglieder.

Das aktualisierte Anzeigen-Sujet «Es ist Zeit» von Ende 2024

Auf der **Kampagnen-Website www.printwirkt.ch** werden viele gute Argumente gezeigt, die für die Werbewirkung von gedruckten Zeitungen sprechen. Hier wird auch der Faktencheck gemacht und weit verbreitete Mythen und Irrtümer über Printmedien mit Fakten widerlegt. Im Downloadbereich der Website stehen verschiedene Infografiken und Faktenblätter zur Wirkungsweise von Printmedien als Werbeträger für die VSM-Mitglieder zur Verfügung.

Mit dem Label «Print wirkt» war der VSM auch an verschiedenen Branchenevents und in Branchenmedien präsent, um die für die Branche wichtige Kampagne zu promoten. Die Inhalte von «Print wirkt» werden auch regelmässig auf LinkedIn verbreitet.

Künstliche Intelligenz – KI-Kompass des VSM

Bild generiert mit ChatGPT-4

Das Thema Künstliche Intelligenz (KI) ist seit geraumer Zeit in aller Munde und omnipräsent. Es ist zu dem Überthema schlechthin geworden und dominiert die Schlagzeilen nicht nur in der Medien- und Werbebranche. Längst sind die neuen KI-Tools auch im Arbeitsalltag der Branche angekommen.

Der VSM hat bereits Ende 2023 mit einem KI-Manifest klar Stellung bezogen und seine Forderungen zur Regulierung von Künstlicher Intelligenz veröffentlicht. Darin fordert der VSM, dass sich KI nur im Rahmen der Schweizer Rechtsordnung bewegen darf. Es gilt, die Chancen von KI im Journalismus und in den Medienunternehmen zu nutzen (hierzu hat der VSM Handlungsempfehlungen) und dabei gleichzeitig die journalistischen Inhalte urheberrechtlich zu schützen und deren Nutzung durch KI-Systeme transparent zu machen.

Im Rahmen seiner Initiative «KI-Kompass», die Anfang 2024 mit einem Dossier auf der VSM-Website ergänzt wurde, hat der Verband bereits drei Input Sessions zu KI in Medienunternehmen durchgeführt. Damit gibt der VSM einen Überblick über die wichtigsten Themen rund um generative KI und fördert den Wissensaustausch innerhalb der Branche.

Abogewinnung

Im Jahr 2024 beteiligten sich 20 Verlage mit insgesamt 64 Publikationen an der Verbundaktion «Presseabo». Die Bewerbung des Webshops presseabo.ch erfolgte sowohl über die digitalen Kanäle – mit Bannerwerbung auf den Websites der teilnehmenden Verlage und gezielten Mailingaktionen durch den VSM – als auch durch die gedruckte Werbebeilage in den Print-Publikationen.

Die Werbeaktion erreichte eine Gesamtauflage von 1,75 Millionen Exemplaren, was einem Rückgang von 12% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Insgesamt konnten 5722 Abonnements generiert werden. Trotz des anhaltenden Rückgangs der Printauflagen blieb der Umsatz mit einem minimalen Rückgang von 1,4% nahezu stabil.

Pressabo: Gemeinsam Abonnenten gewinnen

Q-Label

Das Q-Gütesiegel steht für Qualität, einheitliche Standards und Transparenz für den Werbemarkt der Fach- und Spezialmedien in der Schweiz.

Im Rahmen einer Neuausrichtung des Q-Labels beschloss der VSM aufgrund zahlreicher Feedbacks aus dem Markt auf den Jahrgang 2025 hin einige entscheidende Neuerungen. So wird die bisher für die Zertifizierung einer Q-Publikation zwingende Auflagenbeglaubigung durch die WEMF AG für Werbemedienforschung nicht mehr alleinige Option sein. Neu können Fachverlage die Auflage ihrer Titel auch notariell beglaubigen lassen. Eine weitere wichtige Neuerung betrifft die VSM-Mitgliederverlage, die ab 2025 ihre Fach- und Spezialpublikationen kostenlos für die Nutzung des Q-Labels anmelden können. Ebenso gibt es für Q-Publikationen, die nicht Mitglieder des VSM sind, neu die Möglichkeit, während einer bestimmten Zeit die Mitgliedschaft beim VSM zu testen und so bereits von den Vorteilen einer VSM-Mitgliedschaft zu profitieren inkl. kostenloser Nutzung des Q-Labels.

An der Trendtagung Fach- und Spezialmedien am 12. November 2024 traf sich die Branche und diskutierte die aktuellen Herausforderungen und Chancen im Bereich der Fach- und Spezialmedien.

Die Verleihung des nächsten Q-Awards ist für die Trendtagung im November 2025 geplant.

MEDIENINSTITUT

Das Medieninstitut begleitet und unterstützt seine Mitglieder mit Fachtagungen, Bildungsangeboten und dem Engagement in der kaufmännischen Grundbildung für die Branche Marketing & Kommunikation. Mit verschiedenen Initiativen und Programmen setzt sich das Medieninstitut für die Förderung der Medien- und Nachrichtenkompetenz ein.

Veranstaltungen

Die drei traditionellen Veranstaltungen des VSM – die Dreikönigstagung, die Lokalmedientagung und die Fachmedientagung – erfreuten sich auch in diesem Jahr grosser Beliebtheit. Neben den spannenden Fachvorträgen, auch von verschiedenen Referentinnen und Referenten, wurde vor allem der persönliche Austausch sehr geschätzt.

Podiumsgespräch an der Trendtagung Fach- und Spezialmedien 2024

Die Teilnehmenden nutzten die Gelegenheiten, ihr Netzwerk zu erweitern und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Darüber hinaus standen der Wissensaustausch und die Vermittlung von Best Practices im Mittelpunkt, wodurch neue Impulse für die Praxis gewonnen werden konnten.

Das VSM-Grillfest fand einmal mehr bei strahlendem Sonnenschein statt. Mit Blick auf die Limmat vom Bauschänzli aus genoss eine bunt gemischte Gästeschar von VSM-Mitgliedern und Freunden des Hauses Köstlichkeiten vom Grill und kühle Getränke.

Medienkompetenz

Im Kontext der aktuellen technologischen und medialen Entwicklungen bieten die kostenlosen VSM-Angebote wie das Online-Lehrmittel **«www.was-lese-ich.ch – Journalismus verstehen»**, der digitale Selbsttest **www.newstest.ch** sowie die Newsroom-Workshops bewährte und viel genutzte Angebote für Lehrpersonen und Schulklassen.

Ergänzend zu diesen Aktivitäten hat der VSM gemeinsam mit der Schweizer Nachrichtenagentur Keystone-SDA und der SRG **www.UseTheNews.ch** ins Leben gerufen. Die Initiative baut auf dem gleichnamigen internationalen Netzwerk auf. UseTheNews versteht sich als nationale Dachorganisation zur Stärkung der Nachrichtenkompetenz und verfolgt den Zweck, die Bevölkerung zu befähigen, selbstbestimmt Medien zur Bildung der eigenen Meinung zu nutzen. Als nationaler Brückenschlag zwischen Bildung, Wissenschaft und Journalismus verbessert UseTheNews die Koordination von Anbietern im Bereich Nachrichtenkompetenz und verhilft den Partnern zu mehr Sichtbarkeit und Wirkung. Eine Geschäftsstelle sichert die Kommunikation, richtet Veranstaltungen aus und initiiert in Zusammenarbeit mit Partnern neue Projekte. Der Verein UseTheNews wird finanziell durch die Stiftung Mercator Schweiz unterstützt.

Dreikönigstagung, 10. Januar 2024, AURA Zürich

VSM-Mitgliederversammlung, 23. Mai 2024, Kultur- und Kongresszentrum Luzern

Lokalmedientagung, 12. Juni 2024, Zürich Marriott Hotel

Soirée Médias, 10. August 2024, Teatro Paravento Locarno

VSM-Grillfest, 20. August 2024, Bauschänzli Zürich

PRÄSIDIUM 2024

Andrea Masüger
Präsident
Delegierter des Verwaltungsrates
Somedia Press AG

Peter Wanner
Vizepräsident
Verleger und VR-Präsident
CH Media Holding AG

Ladina Heimgartner
Head Ringier Media und
CEO Ringier Medien Schweiz

Dr. Roman Bretschger
Generalsekretär und
Mitglied der Geschäftsleitung
Neue Zürcher Zeitung AG

Christof Nietlispach
VR-Präsident
Freiämter Regionalzeitungen AG

Dr. Ursula Nötzli
Chief Communications &
Sustainability Officer und Mitglied
der Gruppenleitung TX Group

Christoph Nussbaumer
CEO Freiburger Nachrichten AG

EHRENPRÄSIDENTEN

Dr. Pietro Supino

Hanspeter Lebrument

Dr. Hans Heinrich Coninx

GESCHÄFTSSTELLE (ab 1. Februar 2025)

Pia Guggenbühl
Direktorin

Marianne Läderach
Leiterin Medieninstitut

Michèle Meissner
Marketing/Kommunikation

Romina Golijanin
Mitglieder/Medieninstitut/
Administration

Sara Taner
Public Affairs

Martin Voigt
Gattungsmarketing

Andreas Zoller
Leiter Public Affairs

VERABSCHIEDUNGEN

Stefan Wabel
Geschäftsführer VSM
(Austritt Dezember 2024)

Dr. Beat Lauber
Mitglied Präsidium VSM
Verwaltungsrat Meier + Cie AG
Schaffhausen und Vorsitzender
der Gesellschaftsversammlung
des Schweizer Bauer, Bern
(Austritt Mai 2024)

HERZLICHEN DANK FÜR IHR ENGAGEMENT!

Adveritas GmbH – Aerzteverlag Medinfo AG – Akeret Verlag + Druck AG – Alma Medien AG – Architema Verlag AG – AZ Verlags AG – Bachmann Medien AG – Betriebsgesellschaft Schweizer Bauer – Bote der Urschweiz AG – Bote vom Untersee und Rhein AG – CH Media – Druckerei Appenzeller Volksfreund Einsiedler Anzeiger AG – Entlebucher Medienhaus AG espazium – Etzel-Verlag AG – FACHMEDIEN – FMR Fundaziun Medias Rumantschas – Freiämter Regionalzeitungen AG Freiburger Nachrichten AG – Fröhlich Info AG – Galledia Regionalmedien AG – Gammeter Media AG – Gassmann Media AG Gisler 1843 AG – Hotelleriesuisse – Infopro Digital Schweiz GmbH – JardinSuisse – KEYSTONE-SDA-ATS AG – Kreienbühl Druck AG – KünzlerBachmann Verlag AG – Lokalinfo AG Media Focus Schweiz GmbH – MÉDIAS SUISSES – Medienart AG – Medienbotschaft Verlag & Events GmbH – MedTriX AG Meier + Cie. AG Schaffhausen – Müller Medien AG – NEUE FRICKTALER ZEITUNG AG – Neue Mediengesellschaft Zürich AG – Neue Zürcher Zeitung AG – Persönlich Verlags AG Pomona Media AG – Radio Basilisk Betriebs AG – Rätsel Agentur Schweiz AG – Ringier AG – Rosenfluh Publikationen AG – Schaub Medien AG – Schweizer Bauer Betriebsgesellschaft – Schweizerischer Baumeisterverband – Somedia Press AG – STAMPA SVIZZERA – Stämpfli Verlag AG – Stiftung Elternsein – Surseer Woche AG – Swisscom (Schweiz) AG SWS Medien AG Verlag – TCS Schweiz – Theiler Druck AG Trionfini, Satz Druck Verlag AG – TX Group AG Vaduzer Medienhaus AG – Verband Schweizerischer Schreinermeister, Möbelfabrikanten VSSM – Verlag Das Beste GmbH – Vogel Communications Group AG – Vogt-Schild Druck AG – Weltwoche Verlags AG – Werd & Weber Verlag AG – ZT Medien AG – Zürcher Oberland Medien AG