

De Wecks düstere Vision

SRG-Direktor Roger de Weck gibt den gedruckten Zeitungen noch eine Lebensspanne von drei bis fünf Jahren. Er sieht die Gefahr, dass danach Investoren mit politischen Interessen zuschlagen könnten. Und meint damit Christoph Blocher.



Klare Worte: SRG-Direktor Roger de Weck fordert neue Finanzquellen für den Journalismus.
Bild: Christa Heinzer/zvg

Er war Chefredaktor von renommierten Zeitungen wie dem «Tages-Anzeiger» und der «Zeit» in Deutschland. Heute ist Roger de Weck SRG-Direktor und kämpft mit viel Herzblut für den Service public. In dieser Funktion sprach er am Samstag vor 250 Zuhörern an der Universität Bern anlässlich der Veranstaltung «Medien im Umbruch – Direkte Demokratie in Gefahr?».

De Weck bezeichnete sich selbst zwar als Optimisten. Doch die Zukunft der gedruckten Zeitungen malte er in den düstersten Tönen. «Mit Zeitungen kann man in der Schweiz vielleicht noch drei bis fünf Jahre Geld verdienen. Dann ist Schluss», lautet seine Prophezeiung.

«Das Substrat zur Finanzierung wird immer dünner», betonte de Weck. Dies, weil zum einen die Werbung zu den Giganten des Internet abwandere. Die Verleger hätten bloss ein Zehntel der Werbeeinnahmen, die sie bei den gedruckten Zeitungen verloren haben, zurückholen können.

Die Folgen der Gratiskultur

Und auch bei den Nutzern sei die Zahlungsbereitschaft gering. Dies, weil die jungen Nutzer mit der Gratiskultur im Internet aufgewachsen seien. «Nachrichten sind heute eine Commodity – Massenware. Nur noch mit Vertiefung kann man eventuell Geld verdienen», lautet sein ernüchterndes Fazit.

Wegen sinkender Einnahmen seien die Verlage gezwungen, in den Redaktionen Journalisten mit vertieften Fachkenntnissen zu entlassen. Die abnehmende Zahl von Werbekunden führe zudem dazu, dass die Abhängigkeit der Zeitungen von den verbliebenen grösser werde.

Stefan Schnyder
stv. Nachrichtenchef, Leiter Wirtschaft
@schnyderlopez 30.10.2016

Artikel zum Thema

Steht Roger de Weck vor dem Rücktritt?



Auf den derzeitigen SRG-Chef Roger de Weck soll im Herbst 2017 sein Stellvertreter Gilles Marchand folgen.

[Mehr...](#)

09.10.2016

Eine sehr gewagte Wette

Adrian Zurbriggen, stv. BZ-Chefredaktor, zur Rolle der SRG in der Werbeallianz Admeira. [Mehr...](#)

Adrian Zurbriggen. 07.10.2016

Bundesrat will an Vormacht der SRG nicht rütteln

Dass der Bundesrat die Volksinitiative zur «Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren» ablehnt, steht längst fest. Nun liefert er die entlarvende Begründung nach, warum er auch auf einen Gegenvorschlag verzichtet. [Mehr...](#)

Von Peter Meier 20.10.2016

Dann übte er scharfe Kritik an Markus Somm, dem Chefredaktor der «Basler Zeitung», die SVP-Strategie Christoph Blocher gehört. «Somm hat gesagt, dass er es gut fände, wenn Inserenten Druck auf die Redaktionen ausübten. Welch ein Verfall der Sitten!»

Boulevard und Populismus

Diese Entwicklung und die zunehmende Bedeutung des Internets führe zu einer Boulevardisierung, ist der Medienmanager mit dem Habitus eines Intellektuellen überzeugt.

Und hier sieht er Parallelen zum zunehmenden Erfolg von Populisten in der Politik: «Die Stilmittel des Boulevards und jene der Populisten sind sehr ähnlich», sagte er. Sie huldigten beide einer Faszination für den starken Mann. Sie liebten den Konflikt und Ausgrenzungen. Und sie nähmen «schreckliche» Vereinfachungen vor.

De Weck ist überzeugt, dass diese Entwicklung nicht ohne Folgen bleibt: «Das hat einen massiven staatspolitischen Niederschlag», sagte er. So werde die politische Kultur beschädigt, ist er überzeugt.

Auch weil in den Kommentarspalten der Hass salonfähig geworden sei. Und dann stellte de Weck diese Entwicklung – wohl etwas gewagt – in eine historische Dimension: «Gut 70 Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs steigen die Hitzköpfe wieder aus ihren Löchern», stellte er warnend fest.

Abschied vom Journalismus

Die Reaktion der Medienhäuser auf diese Entwicklungen beobachtet de Weck mit Sorge: «Viele Verlagshäuser kehrten dem Journalismus den Rücken. Der deutsche Axel-Springer-Verlag besitzt nur noch ihre Goldesel, die <Bild>-Zeitung, und die <Welt>.»

Verlagshäuser würden immer mehr zu Handelsplattformen. «Und wenn die Verlagshäuser dann die Zeitungen verkaufen wollen oder müssen, gibt es politische Interessenten», sagte de Weck. Diese deckten nicht das ganze politische Spektrum ab. Dabei spielte er auf Christoph Blocher an, dem die «Basler Zeitung» gehört. «Bei dieser Entwicklung stehen wir erst am Anfang», ist der 63-Jährige überzeugt.

In Bezug auf die gedruckten Zeitungen ist er überzeugt, dass diese neue Finanzierungsquellen brauchen werden. Auch die SRG könnte laut ihm hier eine Rolle spielen. So habe die SRG den Vorschlag eingebracht, dass sie die Werbeeinnahmen, die über einen bestimmten Betrag hinausgehen, für die Finanzierung der Ausbildung von Journalisten oder der Nachrichtenagentur SDA bereitstellen könnte.

Doch das dürfte laut de Weck nicht reichen: «Es wird eine Finanzquelle brauchen, welche über die SRG hinausgeht.» Für ihn steht fest, dass es eminent wichtig sei, hier eine Antwort zu finden: «Die Frage, wie künftig Journalismus finanziert werden kann, ist eine Kernfrage der Demokratie.»

«SRG-Kritiker wollen Macht»

Und de Weck wäre nicht de Weck, wenn er seiner Analyse nicht einen SRG-Werbespot nachgeschoben hätte. Ein solcher kann nie schaden. Ganz besonders im Hinblick auf die No-Billag-Initiative, über die das Volk abstimmen wird. «Der Service public ist wichtiger denn je.» Im Gegensatz zu anderen Medienhäusern habe die SRG den Vorteil, dass sie nicht zu kaufen sei.

Den SRG-Kritikern aus dem rechten Lager unterstellte er, dass es ihnen letztlich um

die Machtübernahme gehe. Dies zeige sich an der Aussage des früheren Zürcher SVP-Nationalrats Christoph Mörgeli, der gefordert habe, dass jeweils die grösste Partei den SRG-Direktor stellen soll. «Dann wäre die SRG tatsächlich ein Staatssender», betonte de Weck. (Berner Zeitung)

(Erstellt: 30.10.2016, 18:48 Uhr)