Das Entstehen einer Medienwüste verhindern

Die Medien im Allgemeinen und insbesondere jene, die die Berggebiete und ländlichen Räume mit Informationen versorgen, befinden sich in einer schwierigen Situation. Einerseits hat sich die Art und Weise, wie sich Menschen informieren, in den letzten Jahren fundamental verändert. Laut einer im Oktober dieses Jahres veröffentlichten Studie der Universität Zürich[1] nutzen immer weniger Personen journalistische Medien, um Informationen zu erhalten. Diese Entwicklung kann erhebliche Folgen haben, die sich in einem Rückgang der Zuschauer-, Hörer- oder Zeitungsabonnentenzahlen niederschlagen. Dieses Phänomen wird durch die sinkenden Werbeeinnahmen noch verstärkt, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass viele Werbekunden digitale Plattformen und insbesondere die «GAFA»-Konzerne (Google – Apple – Facebook/Meta – Amazon) bevorzugen.

Dieser Trend ist für alle lokalen Medien besorgniserregend – sowohl für private Radio- und Fernsehsender als auch für Printmedien. Denn ihre Schwächung käme einer schlechteren Berichterstattung durch die Akteure gleich, die ihre Region in politischer, sozialer, wirtschaftlicher und geografischer Hinsicht besonders gut kennen. Dadurch wäre es nicht nur schwieriger, sich einen Eindruck von den lokalen oder regionalen Herausforderungen zu schaffen. Es würde auch zu einer Schwächung der sozialen Bindungen führen. Darüber hinaus sind diese Medien willkommene Arbeitgeber und wirtschaftliche Akteure in Bergregionen und ländlichen Gebieten. Gewisse Kantone, beispielsweise Freiburg, haben Massnahmen ergriffen, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken[2]. Die SAB ihrerseits vertritt die Ansicht, dass die Berggebiete und ländlichen Räume nicht zu Medienwüsten werden dürfen. Deshalb ist es notwendig, alle regionalen Medien zu unterstützen. Bei den audiovisuellen Medien geht es darum, den Anteil an der Abgabe für Radio und Fernsehen, der für private Sender bestimmt ist, zu erhöhen (von 6 auf 8%). Bezüglich der Printmedien ist die SAB der Meinung, dass diese indirekt unterstützt werden müssen, indem sich der Bund an den Kosten für die Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften beteiligt. Ein entsprechender Vorstoss wurde übrigens von Christine Bulliard-Marbach, unserer ehemaligen Präsidentin, eingereicht und anschliessend von der Bundesversammlung angenommen[3].

Vincent Gillioz
Chefredaktor montagna

Éviter l'apparition d'un désert médiatique

Les médias en général, et ceux qui desservent les régions de montagne et les espaces ruraux en particulier, sont confrontés à une situation difficile. D'une part, la façon de s'informer a énormément évolué au cours de ces dernières années. Selon une étude de l'Université de Zurich, parue en octobre de cette année[4], de moins en moins de personnes utilisent les médias journalistiques pour s'informer. Cette évolution peut avoir des répercussions non-négligeables, se traduisant par des diminutions de téléspectateurs, d'auditeurs ou d'abonnés à des journaux. Ce phénomène est encore aggravé par la baisse des recettes publicitaires, qui s'explique notamment du fait que certains annonceurs privilégient les plateformes numériques et notamment les GAFA (Google – Meta/Facebook – Amazon – Apple).

Cette tendance est inquiétante pour tous les médias locaux, soit pour les chaînes de radio et de télévision privées, ainsi que pour la presse écrite. Car leur affaiblissement équivaudrait à une moins bonne couverture médiatique par des acteurs qui connaissent particulièrement bien leur région ; tant du point de vue politique, que social, économique ou géographique. Si cela survenait, il serait non seulement plus difficile de se faire une idée quant aux enjeux locaux ou régionaux, mais entraînerait aussi un amenuisement des liens sociaux. Pour leur part, ces médias constituent des employeurs et des acteurs économiques bienvenus dans les régions de montagne et les espaces ruraux.

Certains cantons, comme celui de Fribourg, ont pris des mesures pour contrer cette évolution[5]. Pour sa part, le SAB estime que les régions de montagne et l'espace rural ne doivent pas devenir des déserts médiatiques. C'est pour cela qu'il est nécessaire de soutenir l'ensemble des médias régionaux. En ce qui concerne les médias audiovisuels, il s'agit d'augmenter la part de la redevance nationale de radio-télévision, dédiée aux chaînes privées (de 6 à 8%). Pour la presse écrite, le SAB est d'avis qu'il faut la soutenir de manière indirecte, par le biais de la participation aux coûts générés par la distribution des journaux et revues. Une proposition qui a d'ailleurs été déposée par Christine Bulliard-Marbach, notre ancienne présidente, puis acceptée par le Parlement fédéral[3].

1) News-Deprivation nimmt weiter zu – mit Folgen für die Demokratie – 27.10.2025 – foeg.uzh.ch
2) Siehe Artikel auf den Seiten 12–13.
3) Parlamentarische Initiative 22.423: Für eine unabhängige Presse sind die Beträge zur indirekten Förderung anzupassen

4) News-Deprivation nimmt weiter zu – mit Folgen für die Demokratie – 27.10.2025 – foeg.uzh.ch
5) Voir article aux pages 12–13
6) Initiative parlementaire 22.423 : Pour une presse écrite indépendante, il faut adapter les montants de l'aide indirecte