

Votum zur Interpellation
Lokale Medien im Thurgau – Partner oder Störefried

Geschätzter Ratspräsident

Geschätzte Damen und Herren

In Ergänzung zu den Hinweisen des Interpellanten Peter Bühler möchte ich noch ein paar Gedanken aufgreifen.

Aus den verschiedenen Voten der Vorredner ist klar geworden, dass das Thema weiter gefasst werden muss, denn es geht letztlich darum, mit welchen Möglichkeiten die Zeitungsverlage ihre Existenz festigen und halten können.

1. Wann erreichen wir die Grenzen der heutigen Kommunikationsflut?

Social Media, Fernsehen und Zeitungen kämpfen um Abos, Klicks und Marktanteile. In dieser Informationsflut hat das gedruckte Blatt heute einen schweren Stand. Die Verlage haben deshalb gehandelt, indem sie selber auf digitale Medien umgestellt haben bzw. diese anbieten. In dieser Datenflut übernehmen immer mehr Algorithmen die Aufgabe, das Kundenverhalten zu erkennen und zu steuern. Internationale Grosskonzerne wie Facebook sind darin führend. Die Medienbranche in der Schweiz tut deshalb gut daran, wo immer möglich zusammen zu spannen und sich u.a. mit redaktionell hoher Qualität vom Mainstream zu differenzieren.

2. Wie steht es um die Qualität der redaktionellen Beiträge?

Die Berichterstattung wird immer kurzlebiger. Schlagzeilen gehen in wenigen Minuten nach den Ereignissen rund um den Globus. Wer will denn einen Tag später das bereits Bekannte noch in schriftlicher Form lesen. Die Beiträge in den Apps sind oft kurz gefasst, manchmal von Staatspräsidenten selber geschrieben. Und doch noch lebt der Markt in der Schweiz. Es ist bekannt, dass Medienunternehmen mit ihren Standpunkten auf politische und gesellschaftliche Fragen Einfluss nehmen wollen. Dies wirkt sich auf Inhalt und Ausrichtung der Beiträge aus. Der Leserschaft ist es überlassen, aus den bezahlten Medien auszuwählen. Hingegen versuchen die Gratisblätter grossflächig, viele Konsumenten zu erreichen und so mit hohen Auflagen Inserenten zu gewinnen. Ja, der Strukturwandel ist zurzeit noch immer im Gange. Die Kleinen wehren sich gegen grosse und finanzkräftige Verlage. Mein Onkel selber erlebte in

Bülach, wie ein 150-jähriges Familienunternehmen unter dem Druck des Verdrängungswettbewerbs sowie einem veränderten Umfeld seine Eigenständigkeit vor zirka 15 Jahren aufgeben musste. Im Nachhinein war der Verkauf eine gute Entscheidung, weil die tiefe Auflage die eigenständige Weiterführung des Verlags bedroht hätte.

3. Die Informationspolitik des Kantons

Der Kanton bzw. die einzelnen Departemente schicken allen Redaktionen ihre Medienmitteilungen. Die Lokal/Regionalblätter entscheiden, was sie aufnehmen und für ihre Region wichtig beurteilen.

Heute gibt es im Thurgau eine Tageszeitung und mehrere lokale bzw. regionale Wochenzeitungen. Die TZ hat eine Auflage von 30'000, erreicht deshalb viele Haushalte im Kanton nicht mehr. Die Frauenfelder Woche wiederum hat als klassische Wochenzeitung eine Auflage von 35'700 hat. Als Amtsblatt für die Stadt Frauenfeld verzeichnet sie dort die höchste Leserschaft. Der Frauenfelder Verlag sieht sich denn auch weniger als Konkurrenz zur TZ, denn als ergänzendes Angebot.

Partner oder Störenfriede

Ob eine partnerschaftliche Zusammenarbeit in der Zukunft gelingen wird, wird sich zeigen. Es müsste gelingen, sich mit einem starken Auftritt von den anderen oft global tätigen Konkurrenten zu differenzieren. Wie es auch der Regierungsrat ausführt, liegen die Chancen der Printmedien auch in der Nähe zur Leserschaft. Vermutlich muss dieses Vertrauen auch wieder zurück gewonnen werden. Sicher gehören viele Politiker zu denen, die sich starke Medienpartner im Thurgau wünschen. Solche, die eine ausgewogene Berichterstattung zum Ziel haben und das gesellschaftliche Miteinander stärken. Als Erfolgsfaktor kann dies dazu beitragen, den Kanton weiter voranzubringen.