



# Parlamentarischer Vorstoss

## Antwort des Regierungsrates

Vorstoss-Nr.: 126-2024  
Vorstossart: Postulat  
Richtlinienmotion: ☐  
Geschäftsnummer: 2024.RRGR.182

Eingereicht am: 03.06.2024

Fraktionsvorstoss: Nein  
Kommissionsvorstoss: Nein  
Eingereicht von: Widmer (Bern, GRÜNE) (Sprecher/in)  
de Quervain (Bern, GRÜNE)  
Jordi (Bern, SP)  
Streiff (Oberwangen b. Bern, EVP)  
Kohli (Wabern, Die Mitte)  
Grosjean (Bern, GLP)  
Zbinden (Mittelhäusern, SVP)

Weitere Unterschriften: 0

Dringlichkeit verlangt: Nein  
Dringlichkeit gewährt:

RRB-Nr.: 1066/2024 vom 30. Oktober 2024  
Direktion: Staatskanzlei  
Klassifizierung: Nicht klassifiziert  
Antrag Regierungsrat: **Annahme und gleichzeitige Abschreibung**

## Jahresabo eines bernischen Medienerzeugnisses für alle 18-Jährigen im Kanton Bern

Der Regierungsrat wird beauftragt, Folgendes zu prüfen:

1. Die Möglichkeit, ein Gutscheinsystem zu schaffen, mit dem in Zukunft alle Jugendlichen im Kanton Bern, die 18-jährig werden, für ein Jahr freien Zugang zu einer gedruckten oder digitalen Zeitung erhalten.
2. Ein solcher Gutschein wäre gültig für ein Abonnement einer digitalen oder gedruckten Bezahl- oder Gratiszeitung aus dem Kanton Bern nach Wahl der betreffenden Person.
3. Welche Medienerzeugnisse für ein solches Gutscheinsystem im Kanton in Bern dafür in Frage kommen könnten.
4. Wie viele Jugendliche von einem solchen Gutscheinsystem jedes Jahr profitieren könnten – und wie gross der Anteil jener sein könnte, die tatsächlich davon Gebrauch machen könnten.
5. Die möglichen Kosten eines solche Gutscheinsystems.
6. Eine mögliche Beteiligung oder Partnerschaft der Medienhäuser.
7. Ob im Wohnraum der entsprechenden Jugendlichen auch eine Gratiszeitung mit guten Artikeln existiert und wie diese berücksichtigt werden kann.

## Begründung:

Die Einführung eines kostenlosen Zeitungsabonnements für 18-Jährige im Kanton Bern könnte vielfältige positive Auswirkungen haben: auf die Jugendlichen, ihre Medienkompetenz, die Demokratie, die Teilhabe und die regionale Medienlandschaft.

Junge Erwachsene stehen oft vor einer Vielzahl von Informationsquellen wie sozialen Medien, denen es häufig an Tiefe und regionaler Relevanz fehlt. Ein kostenloses Zeitungsabonnement für ein Jahr würde ihnen Zugang zu hochwertigen Nachrichten und Informationen bieten und sie ermutigen, sich mit einer breiteren Palette von Themen und Meinungen auseinanderzusetzen.

Ein solches Abonnement fördert die Medienkompetenz der jungen Erwachsenen. Durch regelmässigen Konsum von Zeitungsinhalten entwickeln sie kritische Denkfähigkeiten und lernen, Nachrichten zu analysieren und verschiedene Standpunkte zu bewerten. Dies ist entscheidend für die aktive Teilnahme an der Demokratie und das Treffen informierter Entscheidungen. Konfrontiert mit verschiedenen Perspektiven können sie ein tieferes Verständnis für gesellschaftliche Fragen entwickeln und sich aktiv im öffentlichen Diskurs einbringen.

Das Programm würde zudem die regionale Medienlandschaft stärken. In einer Zeit, in der viele lokale Zeitungen finanzielle Herausforderungen bewältigen müssen, ist es wichtig, die Vielfalt und Qualität der regionalen Berichterstattung zu erhalten. Durch die Abonnemente würden die Einnahmen der Zeitungen erhöht und ihre Reichweite in der jungen Zielgruppe erweitert, was ihre Präsenz – auch digital – stärkt.

In welcher Form eine Berücksichtigung von Gratiszeitungen als Gutscheinempfängerinnen stattfinden könnte, gilt es unter deren Einbezug abzuklären.

Zudem könnte das Programm die soziale Ungleichheit im Zugang zu Informationen verringern. Nicht alle jungen Erwachsenen haben die finanziellen Mittel für ein Zeitungsabonnement. Der Kanton Bern würde durch kostenlose Abonnemente sicherstellen, dass alle jungen Menschen Zugang zu hochwertigen Nachrichten haben, unabhängig von ihrem sozioökonomischen Hintergrund.

Insgesamt würde ein einjähriges kostenloses Zeitungsabonnement für 18-Jährige im Kanton Bern die Medienkompetenz und demokratische Teilhabe der Jugendlichen fördern, die regionale Medienlandschaft stärken und den Zugang zu qualitativ hochwertigen Informationen für alle sicherstellen.

Der Kanton Freiburg hat Mitte März 2024 ein solches Gutscheinsystem mit 79:13 Stimmen verabschiedet.

## Antwort des Regierungsrates

Für den Regierungsrat ist unbestritten, dass die Medienbranche schon seit mehreren Jahren einem markanten Strukturwandel unterworfen ist – auf dem Lesemarkt ebenso wie auf dem Werbemarkt: Sowohl die klassischen Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften) wie auch die klassischen elektronischen Medien (Radio, Fernsehen) verlieren an Reichweite. Die Anzahl verkaufter Abonnemente sinkt, aber auch die kostenlose Zeitung «20 Minuten» hat über die Jahre an Nutzerinnen und Nutzer eingebüsst (wenn auch weniger stark als dies bei Kaufzeitungen der Fall ist; in den letzten beiden Jahren stieg die Auflage zudem wieder leicht an). Dennoch entstanden in den letzten rund 10-12 Jahren auch neue Medienprojekte wie «Watson», «nau.ch», «Heidi.news» oder «Republik» auf nationaler Ebene sowie im Kanton Bern «Plattform J», «Ajour.ch», «Journal B» oder «Hauptstadt». Dabei handelt es sich um werbefinanzierte News-

Portale oder durch Leserinnen und Leser sowie Spenden finanzierte Online-Medien. Weiter hat zum Beispiel der «Berner Bär» seine redaktionelle Berichterstattung spürbar ausgebaut. Die Situation bei lokalen oder kommunalen Medien scheint generell stabil, auch wenn die Herausforderungen gross sind und nicht bei sämtlichen Titeln gesichert sein dürfte, dass sie sich weiterhin in der heutigen Form auf dem Markt werden halten können (vgl. die schwierige Situation beim Berner Landboten und beim Anzeiger Region Bern sowie die kürzlich kommunizierten Sparmassnahmen bei Tamedia).

Gleichzeitig verlagert sich der Werbemarkt stetig weg von den klassischen Medien auf andere und vorab digitale Kanäle, allen voran auf Social-Media-Kanäle wie Instagram, Facebook oder TikTok sowie internationale Onlineplattformen wie Google. Auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht nehmen klassische Medien deshalb bei grossen Unternehmen wie TX Group (Tamedia) und Ringier zusehends eine untergeordnete Rolle ein, die Rendite wird über anderweitige Aktivitäten erzielt (z. B. Entertainment, digitale Marktplätze, Beteiligungen).

Mit den dargelegten Veränderungen geht einher, dass die Mediennutzung in der Schweiz durch einen zunehmenden Konsum digitaler Kanäle geprägt ist. Klassische Medien werden durch Social Media oder Plattformen wie YouTube oder Spotify (Podcasts) ersetzt – oder aber auch gar nicht: Gerade bei jüngeren Zielgruppen nimmt der Anteil derjenigen zu, die sich bewusst gegen den Konsum klassischer Medien entscheiden. Die Bereitschaft, für Nachrichten zu zahlen, ist entsprechend gering bis verschwindend.

Dass sich mit diesen Veränderungen der Medienlandschaft und des Medienkonsums auch die politische Kommunikation verändert, liegt auf der Hand. So spielt die klassische Medienkommunikation z. B. in der Behörden- und Regierungskommunikation des Kantons Bern zwar immer noch eine wichtige Rolle, jedoch gewinnt die multimediale Informationsvermittlung über eigene digitale Kanäle deutlich an Bedeutung. Hierzu gehören z. B. Internet (be.ch), Intranet, Social Media (Instagram, X, Facebook, YouTube), Newsletters (u. a. Newsabo des Kantons sowie themenspezifische Newsletter einzelner Ämter der Kantonsverwaltung) oder auch Apps wie «easyvote» oder «VoteInfo» zur ebenso verständlichen wie ausführlichen Information über kantonale Abstimmungsvorlagen.

Bisher gibt es aus Sicht des Regierungsrats allerdings zu wenige Anzeichen, dass unter diesem Strukturwandel die direkte Demokratie, die politische Partizipation oder die Medienkompetenz der Jugendlichen einen grossen Schaden erleiden. So hält sich die Wahlbeteiligung über alle Alterskategorien hinweg zum Beispiel sowohl schweizweit wie auch im Kanton Bern stabil, und Jugendliche bringen sich wie gewohnt über verschiedene direktdemokratische Formen in politische Diskussionen ein. Auch ein stark abnehmendes generelles Interesse an politischen Themen ist bei Jugendlichen nicht evident.

Hinzu kommt, dass politische Bildung und Medienkompetenz in den Lehrplänen der Sekundarstufe I und II verankert sind. Im Lehrplan 21 und dem «Plan d'études romand» gehört es zu den überfachlichen Kompetenzen, dass Schülerinnen und Schüler lernen, mit Informationen sachgerecht umzugehen. Zum Bereich Medien gehört u.a., dass Schülerinnen und Schüler die Medienwelt kennenlernen und erfahren, wie sie diese nutzen können. Sie sollen Medienbeiträge verstehen lernen und deren Einfluss und Bedeutung für Kultur, Wirtschaft und Politik erkennen. Schliesslich sollen sie auch in der Lage sein, Informationen aus verschiedenen Quellen gezielt zu beschaffen, auszuwählen und hinsichtlich Qualität und Nutzen zu beurteilen. Auf Stufe Gymnasium trägt das Fach Geschichte wesentlich zur Entwicklung kritischen Denkens und dem analytischen Umgang mit Informationen bei. Es befähigt die Schülerinnen und Schüler, ihre politi-

schen Rechte und Pflichten wahrzunehmen und vermittelt namentlich auch Medienkompetenzen. In diesem Bereich bieten zudem z. B. der Verlegerverband Schweizer Medien (VSM) zahlreiche Lehrmittel inklusive Schnupperabonnemente für Schulen an.

Trotzdem hat der Kanton Bern mit der Inkraftsetzung des Gesetzes über die Information und die Medienförderung (IMG) per 1.1.2024 die Rechtsgrundlagen geschaffen, um sowohl indirekte Medienförderung zu betreiben wie auch Projekte zur politischen Bildung zu unterstützen. Dafür sind für die Jahre 2024-26 jährlich 150 000 Franken für indirekte Medienförderung und 40 000 Franken für politische Bildung (wovon 10 000 Franken für das Jugendparlament) im Budget bzw. Aufgaben- und Finanzplan vorgesehen. Darüber hinaus unterstützt die Staatskanzlei das Polit-Forum Bern im Rahmen eines Verpflichtungskredits des Regierungsrats für die Jahre 2024-27 mit jährlich 160 000 Franken.

Vor dem Hintergrund neuer Möglichkeiten zur indirekten Medienförderung hat die Staatskanzlei eine Auslegeordnung mit unterschiedlichsten Projekten und Fördermassnahmen gemacht. Angesichts des finanziellen Rahmens war eine Priorisierung zwingend. So hat sich die Staatskanzlei anfangs 2024 entschieden, mit 100 000 Franken den grössten Teil der eingestellten Mittel für einen Leistungsvertrag mit Keystone-SDA zur Förderung der zweisprachigen politischen Berichterstattung über den Kanton Bern einzusetzen. Weitere kleinere Beiträge sind bisher für den JournaFonds und ein Medienprojekt des «UND Generationentandem» gesprochen worden.

Auch die Finanzierung eines Jahresabonnements für Jugendliche war dabei in Erfüllung des Postulats 238-2020 («Politische Bildung von Jugendlichen durch Abgabe eines Zeitungsabos») geprüft worden. Wie erwähnt mussten aber aufgrund des engen finanziellen Rahmens Prioritäten gesetzt werden. Würde von den aktuell rund 9600 18-Jährigen im Kanton Bern schon nur die Hälfte ein Abonnement der Zeitung «Der Bund» inklusive digitalem Zugriff beziehen, würde dies die Steuerzahlenden im laufenden Jahr rund 2,8 Millionen Franken kosten. Hinzu käme ein beträchtlicher Umsetzungsaufwand (Administration, technische Abwicklung, Koordination mit allen Verlagen und Herausgebern etc.).

Aber auch andere Gründe sprechen aus Sicht des Regierungsrats gegen die Finanzierung eines Medienabonnements für 18-Jährige im Kanton Bern:

- Jugendliche nutzen zunehmend andere digitale und soziale Medien, um sich zu informieren. Ein Gutscheinsystem für traditionelle Medientitel (gedruckt oder digital) zielt an den tatsächlichen Informationsgewohnheiten der Jugendlichen vorbei. Vielmehr müssen sich die Medien an die neuen Gewohnheiten beim Medienkonsum anpassen.
- Mit seinen Förderungsmassnahmen zugunsten der Medien unterstützt der Kanton Bern gemäss Zweckartikel im IMG die Schaffung und den Erhalt einer qualitativ hochstehenden und vielfältigen Berichterstattung zu kantonalen, regionalen und lokalen Themen von politischer Relevanz. Mit dem Kauf von Abonnements unterschiedlichster Medientitel besteht kaum ein Hebel, auf qualitativ hochwertige Medieninhalte im kantonalen politischen Umfeld hinzuwirken.
- Die Situation auf den Medienmarkt ist herausfordernd, jedoch ist kein eigentliches Marktversagen erkennbar. Deshalb ist es nicht am Staat, subventionierend in den Markt einzugreifen.
- Es steht allen Medienverlagen offen, 18-Jährigen im Kanton Bern im Rahmen einer Marketingaktion kostenlose oder vergünstigte Abonnemente anzubieten, um sie als künftige Leserinnen und Leser zu gewinnen. Dazu ist nicht staatliches Handeln notwendig.
- Jungen Menschen steht heute bereits ein vielfältiges Medien- und Informationsangebot zur Verfügung, so etwa in Bibliotheken oder über die Schulen. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene haben bereits heute kostenlosen Zugang zu aktueller Berichterstattung.

- Da der generelle Medienkonsum der jüngeren Generation nach wie vor hoch ist, besteht aus gesellschaftlicher Sicht die Herausforderung darin, der jungen Generation den Wert von journalistisch erarbeiteten Inhalten aufzuzeigen. Dazu gibt es geeignetere Möglichkeiten.
- Es ist fraglich, ob die politische Bildung mit dem vorliegenden Postulat wirklich erreicht würde und nicht viel eher bereits politisch interessierte und medienaffine Jugendliche «beschenkt» würden.
- Ein Gutscheinsystem, das nur für 18-Jährige gilt, könnte als ungerecht empfunden werden, da andere Altersgruppen ausgeschlossen wären. Dies könnte zu Unmut und Missverständnissen in der Bevölkerung führen.
- Die Subventionierung bestimmter Medientitel könnte als Markteingriff betrachtet werden und zu einer Verzerrung des Medienmarktes führen. Dies könnte kleine und unabhängige Medienunternehmen benachteiligen, die möglicherweise nicht von der Gutscheinregelung profitieren.
- Obwohl das Ziel darin besteht, den Zugang zu Medien zu fördern, könnte ein Gutscheinsystem die Medienvielfalt einschränken, wenn Jugendliche sich überwiegend für populäre und etablierte Zeitungen entscheiden und kleinere, spezialisierte Medien dadurch an Bedeutung verlieren.
- Eine staatliche Subventionierung von Medienabonnements könnte die Unabhängigkeit der Presse gefährden oder den Anschein erwecken, dass der Staat Einfluss auf die Medien nimmt. Dies könnte das Vertrauen der Bevölkerung in die Unabhängigkeit der Medien untergraben.

Die Förderung der politischen Bildung oder der Medienkompetenz gerade bei jungen Menschen ist dem Regierungsrat ein Anliegen. Er wird mit Unterstützung der Staatskanzlei aufmerksam beobachten, inwiefern sich die Rahmenbedingungen in diesem Umfeld verändern und regelmässig überprüfen, ob Massnahmen angezeigt sind.

Dem Regierungsrat ist zudem bewusst, dass mehrere Kantone ähnliche Anliegen wie das vorliegende abgelehnt haben und auch auf nationaler Ebene im Parlament keine Mehrheit gefunden haben. Einzelne Kantone wie Freiburg, Waadt oder Genf unternehmen hingegen Versuche mit Mediengutscheinen – die hier gemachten Erfahrungen wird der Regierungsrat zu gegebener Zeit zur Kenntnis nehmen und die Situation gegebenenfalls neu beurteilen.

Zusammenfassend hält der Regierungsrat fest, dass er das postulierte Anliegen zum jetzigen Zeitpunkt ablehnt. Da die Idee eines Gratis-Abonnements für bernische Medienerzeugnisse bereits im Rahmen der Erarbeitung des IMG diskutiert und geprüft wurde und da die vorstehenden Ausführungen Zeugnis einer erneuten Überprüfung des Anliegens sind, beantragt er dem Grossen Rat, das vorliegende Postulat anzunehmen und gleichzeitig abzuschreiben.

Verteiler

- Grosser Rat