

2013

Jahresbericht ZVM



Zentralschweizer Verein Medien-
schaffender ZVM

Inhalt

Editorial	3
Wenn alle zahlen, sollen auch alle profitieren	4
Nick Lüthi, Redaktor Medienwoche	4
Das Jahr 2013	6
Mitgliederzahlen 2013	8
Mitgliederbestand per Ende 2013	9
Jahresrechnung ZVM 2013	10
Hilfsfonds ZVM 2013	11
Budget 2014	12
102. Generalversammlung ZVM.....	14
Traktanden	14

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen

„Es wurde noch nie so viel Niveauloses dargeboten wie heute, aber es gab auch noch nie so viel Gehaltvolles. Gleichzeitig hat sich die für die Mediennutzung verfügbare Zeit nicht verändert.“ Das Zitat stammt von Pietro Supino, Verwaltungsratspräsident von Tamedia, und ist nachzulesen im aktuellen Jahresbericht des Zürcher Medienhauses. Und er ergänzt: „Dank neuer Möglichkeiten der Kommunikation finden immer mehr Kontakte ausserhalb des traditionellen Mediensystems statt.“ Wer überleben will, muss sich also neu ausrichten. Oder anders ausgedrückt: Unsere Branche befindet sich im Strukturwandel.

Dieser macht auch vor unserem Einzugsgebiet nicht Halt. Bei der Neuen Luzerner Zeitung AG, dem grössten Player in der Region, wurde Ende letzten Jahres das Reformprojekt Modul B ausgelöst. Es soll das Unternehmen fit machen für die Zukunft. Die Rede ist von einer neuen Online-Strategie, aber auch sehr viel von Synergien. Das riecht nach Stellenabbau. Veit Dengler, der neue CEO der NZZ-Mediengruppe, zu der auch die Neue Luzerner Zeitung AG zählt, sieht dies leicht anders. Viele Leute würden den Begriff Synergie fälschlicherweise als Synonym zum Wort sparen verwenden. Dabei würde Synergie nichts anders bedeuten als zusammenarbeiten. „Das ist für mich der Punkt. Wo kann man sinnvoll zusammenarbeiten? Wenn man das richtig macht, ergeben sich oft automatisch bessere oder kostengünstigere Produkte“, sagte er im Interview mit der Werbewoche.

Im Verlaufe dieses Jahres wird es sich zeigen, wohin der Weg genau führt.

In diesem Jahresbericht wird immer wieder von Sparen die Rede sein. Aber nicht nur. Das Jahr 2013 stand in der Zentralschweizer Medienbranche auch für den Wechsel. Und Nick Lüthi von der Medienwoche zeigt uns in seinem Gastbeitrag auf, dass 2013 auch für sehr viel Erfreuliches stand.

Dominik Buholzer

Präsident
Zentralschweizer Verein Medienschaffender

Wenn alle zahlen, sollen auch alle profitieren

Das notorische Krisengerede in der Branche lässt gerne vergessen, dass eigentlich Aufbruchsstimmung herrscht. Doch viele neu gegründete digitale Medien haben ein Problem: das Geld. Darum ist es an der Zeit, auch über bisher verschmähte Finanzierungsformen zu reden.

Nick Lüthi, Redaktor Medienwoche

Sie schiessen zwar nicht gerade wie Pilze aus dem Boden, aber in der Medienlandschaft sind sie nicht mehr zu übersehen. Hier Zentral+, dort Watson, drüben in der Westschweiz Sept, am Bildschirm für die Jungen joiz und daneben eine ganze Reihe kleiner und kleinster junger Nischenangebote im Netz. Allen ist gemeinsam, dass sie nicht mehr vom Gleichen bieten, sondern für ihre Zielgruppe oder das Verbreitungsgebiet neue journalistische Formen erproben. Dabei handelt es sich um Experimente mit ungewissem Ausgang. Die Macher nehmen grosse unternehmerische Risiken in Kauf.



Damit scheint die digitale Revolution eines ihrer grossen Versprechen einzulösen: Noch nie war die Gründung von neuen Medien so einfach wie heute. Keine teuren Druckmaschinen, keine komplexe Zustelllogistik, nur noch Redaktion und Verlag, die mit immens viel günstigeren Produktionsinstrumenten arbeiten können, als dies noch vor wenigen Jahren der Fall gewesen wäre. So einfach geht das. Im Prinzip.

Ein zweiter Blick zeigt schon ein etwas weniger optimistisches Bild. Gründen ist einfach, Durchhalten schwierig. Die meisten neuen Medienprojekte stehen erst am Anfang und ihre Erfolgsaussichten sind alles andere als klar. So verlockend einfach der Einstieg in das digitale Mediengeschäft aussieht, so pickelhart erweist sich das Geldverdienen.

Während kommerzielle Werbung und Kleinanzeigen über Jahrzehnte die Existenz einer blühenden Zeitungslandschaft garantierten, gibt es hiervon immer weniger zu holen. Auch das andere finanzielle Standbein, die Abonnemente, von dem gedruckte Medien lange Zeit gut lebten, bietet für digitale Neulinge wenig Hoffnung auf einen sprudelnden Geldstrom. Selbst die Grossen tun sich schwer damit, ihre bisherigen Kundenbeziehungen vom Papier ins Netz zu verlagern. Und wer nur auf Werbung setzt, kann kaum umhin, zu Formen zu greifen, die der Unabhängigkeit des Journalismus nicht eben zuträglich sind; Stichwort Native Advertising, die perfektionierte Publireportage im Netzkleid.

Doch es gibt bekanntlich einen dritten Weg zur Medienfinanzierung, jener mit öffentlichen Mitteln, wie er sich bei SRG und Privatsendern seit Jahrzehnten bewährt hat. Viele Medienschaffende rümpfen reflexartig die Nase und sehen staatlich gelenkte Propagandamonster heraufdräuen, wenn Gebühren ins Spiel kommen. Die Skepsis ist berechtigt, aber oft nicht ehrlich, wenn nicht auch mit gleicher Schärfe die Abhängigkeit von Werbung kritisiert wird.

Angesichts der Umbruchsituation und dem verbreiteten Willen zum digitalen Experiment lohnt es sich zumindest, die Möglichkeit der Finanzierung über öffentliche Mittel genauer anzuschauen. Zum einen gibt es den Beschluss des Nationalrats, die Radio- und Fernsehgebühr künftig als allgemeine Abgabe zu erheben. Schweizer Haushalte und Unternehmen zahlen künftig nicht mehr für ihren Radio- und TV-Konsum, sondern für die erbrachte publizistische Leistung von SRG und Privatsendern. Ihr Finanzierungsprivileg lässt sich damit ungleich schlechter begründen als unter dem heute noch geltenden Gebührenregime. Es stellt sich unweigerlich die Frage: Wieso nicht auch öffentliche Mittel für Online-Medien?

Zum anderen kommt die Medienförderung wieder aufs Tapet. Heute profitieren Zeitungen von vergünstigten Posttarifen. Dass dies ein anachronistisches Modell ist, signalisierte kürzlich Medienprofessor Otfried Jarren, als er die Förderung von «Holzindustrie» und Postvertrieb als «wenig sinnvoll» bezeichnete. Als Präsident der Eidgenössischen Medienkommission spürt Jarren derzeit den Weg vor für künftige Fördermodelle.

Beschlossen ist noch nichts, aber die Tür aufgestossen für eine Debatte, wie eine vielfältige Medienlandschaft erhalten und gefördert werden könnte.

Das Jahr 2013

Die Hiobsbotschaft kam gut verpackt daher. „Bote der Urschweiz erweitert den Zeitungsverband der Neuen Luzerner Zeitung“, lautete der Titel der Pressemitteilung vom 25. Juni 2013. Dahinter versteckte sich eine faustdicke Überraschung. Denn die Zusammenarbeit mit dem Bote hat seinen Preis. Die Neue Luzerner Zeitung AG gab auf den 1. Januar 2014 die Neue Schwyzer Zeitung auf. Damit endete ein 137-jähriger Konkurrenzkampf. Und die acht Mitglieder des Kopfblattes der Neuen Luzerner Zeitung standen mit einem Schlag vor einer unsicheren Zukunft.

Das schlimmste konnte vermieden werden. Fünf Kolleginnen und Kollegen fanden eine Zukunft auf einer anderen Redaktion, ein Kollege wurde frühpensioniert und zwei wechselten den Beruf.

Das Aus der Neuen Schwyzer Zeitung hatte in erster Linie wirtschaftliche Gründe. Die Regionalausgabe verlor immer mehr Terrain. Am Schluss belief sich die Auflage noch auf 3'200 Exemplaren. In weiter Ferne der Bote der Urschweiz mit einer Auflage von 15'800 Exemplaren.

Vier Monate später sorgte der Medienplatz Schwyz erneut für Schlagzeilen. Beim Bote kommt es in der Chefredaktion zum Generationenwechsel. Jürg Auf der Maur kehrt zurück zu jenem Blatt, wo er 1987 seine journalistische Karriere begann. Er ersetzt Josias Clavadetscher, der auf diesen Sommer hin in Pension geht. Josias war während 14 Jahren Chefredaktor beim Bote.

Neuer Wind weht auch im Hause Maihof. Im Oktober bekam die Neue Luzerner Zeitung AG, die zur NZZ-Mediengruppe zählt, mit Veit Dengler einen neuen CEO. Und der 44-jährige Österreicher machte schnell klar, dass er den Laden umkrepeln will. Er

startete ein Strukturprojekt nach dem anderen. Das Ziel ist klar: Die NZZ-Mediengruppe muss sich neu aufstellen, will sie auch in Zukunft eine Rolle im Schweizer Medienmarkt spielen. Und seither vergeht kein Monat, an dem der neue Kapitän seine Botschaften in irgendeiner Zeitung oder einem Magazin zum Besten gibt. „Zuweilen sind wir altmodischer als die Kunden“, lautete die Überschrift zum Interview mit dem Zürcher Tagesanzeiger. „Kein Weg zurück zur alten, heilen Welt“, der Titel in der Medienwoche.

Gerüchte, wonach die NZZ die Lust an den Regionalmedien verloren hat, dementiert Dengler postwendend. „Wir haben ein ganzes Ökosystem an Medien, die für die Zentralschweiz und für die Ostschweiz wichtig sind. Wir sind uns der Verantwortung für dieses System bewusst und wollen ihm gerecht werden“, so Dengler im Interview mit der Werbewoche.

Dazu wurde Ende vergangenen Jahres das Projekt Modul B lanciert, das die Regionaltitel der NZZ fit für die Zukunft machen soll. Mit ersten Entscheiden beziehungsweise Ergebnissen ist in diesem Jahr zu rechnen.

Schliesslich kündigte im vergangenen Jahr auch noch das MAZ – Die Schweizer Journalistenschule in Luzern einen prominenten Wechsel an. Sylvia Egli von Matt, die während 25 Jahren, am MAZ tätig war, gab bekannt, dass sie die Direktion im März dieses Jahres an Diego Yanez übergibt. Der 55-jährige Yanez war zuletzt Chefredaktor des Schweizer Fernsehens und kehrt damit an den Ort zurück, wo er seine ersten Schritte als Journalist unternahm: nach Luzern. Nach seinem Studium und einem Zwischenspiel als Devisenhändler bei einer Bank war Yanez als Wirtschaftsredaktor beim damaligen Vaterland tätig.

Die Medienbranche befindet sich im Umbruch. Und der Zentralschweizer Verein Medienschaffender? Wir setzen auf Konstanz. Seit Jahren kann ich auf eine bewährte Vorstandscrew zählen. Und es freut

mich, dass sich der heuer zur Wiederwahl stehende Josef Ritler bereit erklärte, nochmals anzupacken. Dies machte auch mir den Entscheid einfach: Gerne stehe ich dem Verein eine weitere Amtsperiode vor.



Vorstand ZVM an der letztjährigen GV, die nach der Führung durch die Papierfabrik Perlen im Restaurant «Die Perle» stattfand.

Mitgliederzahlen 2013

Verstorben

Waldis Alfred, Luzern	Ehrenmitglied ZVM
Eisner Eric, Luzern	Freimitglied
Feichtinger Andreas, Wilen	Aktiv BR
Meyer Peter A., Luzern	Aktiv BR

Austritt

Affolter-Iten Helen, Sursee	Aktiv BR
Baumann René, Littau	„
Beer Marcel, Affoltern am Albis	„
Bugmann Urs, Rothenburg	„
Roelli-Wolff Eva, Luzern	„
Schnüriger Bert, Seewen	„
Wydler Jonas, Luzern	„
Borner Christof, Rütihof	Fördermitglied
Gwerder Helen, Steinen	„
Wyrsh Daniel, Kriens	„
Zimmermann-Gisler Anita, Hünenberg	„
Zurgilgen Elisabeth, Sarnen	„

Kategorienwechsel

Schelbert Werner, Muotathal	Aktiv BR zu Passiv ZVM/Kleiner Verein
Spiess Jolanda, Oberwil b. Zug	Aktiv BR zu Fördermitglied
Studer Annalies, Escholzmatt	„
Wyss Hansjörg, Egotzwil	Fördermitglied zu Aktiv BR

Aufnahme

Infanger Ferreira Irène, Ennetbürgen	Aktiv BR
Mattmann Oliver, Stans	„
Messmer Martin, Zug	„
Schelbert Andrea, Muotathal	Wiederaufnahme Aktiv BR
Oderbolz Laura, Altdorf	Jungmitglied ¹
Fellmann Svenja Luisa, Adligenswil	Nachwuchsmitglied ¹
Lustenberger Martin, Rothenburg	„
Weingart Mira, Hochdorf	„

¹ Junge Mitglieder in Ausbildung zwischen dem 15. und 25. Lebensjahr, die einer nebenberuflichen oder freiwilligen Tätigkeit (z.B. für Jugend- oder Schülermedien) nachgehen, können zwischen der Jungmitgliedschaft und der Nachwuchsmitgliedschaft wählen.

Die Mitgliedschaft für Nachwuchsmitglieder ist kostenlos. Nach dem vollendeten 25. Lebensjahr werden sie automatisch zum **impressum** Jungmitgliedern (1/2 Beitrag) oder zu Jungmitgliedern in Ausbildung, wenn sie eine journalistische Ausbildung absolvieren (1/4 Beitrag).



Rundgang durch die Papierfabrik Perlen AG

Mitgliederbestand per Ende 2013

Aktivmitglieder BR	208
Aktivmitglieder ohne BR	4
Fördermitglied (früher Passiv)	37
Kandidatin	1
Nachwuchsmitglied	4

Total	254
Kleiner Verein / Passiv ZVM	25



Das Ende des journalistischen Outputs...

Jahresrechnung ZVM 2013

BILANZ	2012	2013
AKTIVEN		
Postcheck	22794.51	22620.51
Bank LKB	24695.86	24744.22
Summe AKTIVEN	47490.37	47364.73
PASSIVEN		
Eigenkapital	60778.95	47490.37
Summe PASSIVEN	60778.95	47490.37
Verlust	-13288.58	-125.64
ERFOLGSRECHNUNG	2012	2013
BETRIEBSERTRAG		
Mitgliederbeiträge ZVM	675.00	625.00
Mitgliederbeiträge via impressum	10725.45	11450.65
Zinsertrag	93.69	61.26
Übrige Einnahmen	4250.00	-
Summe BETRIEBSERTRAG	15744.14	12136.91
AUFWAND		
Lohnaufwand Sekretariat	3957.10	2615.25
MAZ-Beiträge	1180.40	1187.20
Sektionsbeitrag Freie	320.00	340.00
Tagungsspesen	77.00	77.00
Ordentliche GV	2596.00	1070.00
Vorstandssessen	1054.10	468.40
Spesen Vorstand	74.30	-
Diverser Aufwand (i-Paper, Mitgliederwerbung)	3650.00	2449.80
Beitrag Hilfsfonds	530.00	512.00
Mietzins	2400.00	2400.00
Büromaterial	655.47	284.80
Spesen Sekretariat	-	97.10
Telefon, EDV, Internet	436.95	387.35
Porti	1448.60	367.65
Drucksachen	9769.20	-
Geschenke	874.60	-
Postcheckspesen	9.00	6.00
Summe AUFWAND	29032.72	12262.55
Verlust	-13288.58	-125.64

Hilfsfonds ZVM 2013

				Saldo
01.01.2013	Übertrag	23981.74		23981.74
03.04.2013	Übernahme Mitgliederbeitrag		375.00	23606.74
30.12.2013	Mitgliederbeiträge 2013 (256 Mitglieder à Fr. 2.--)	512.00		24118.74
31.12.2013	Zins 2013	34.62		24153.36



Die PM7 – seit Herbst 2010 in Betrieb



Nahm sich Zeit für uns: Michel E. Segesser

Budget 2014

ERTRAG	
Mitgliederbeiträge ZVM	600.00
Mitgliederbeiträge via impressum	11350.00
Zinsertrag	60.00
Summe ERTRAG	12010.00
AUFWAND	
MAZ-Beiträge	1120.00
Sektionsbeitrag Freie	340.00
Tagungsspesen	75.00
i-Paper impressum	1200.00
Lohnaufwand Sekretariat	3000.00
Ordentliche GV	1500.00
Vorstandssessen	600.00
Diverser Aufwand	100.00
Beitrag Hilfsfonds	500.00
Mietzins	2400.00
Büromaterial	300.00
Spesen Sekretariat	50.00
Telefon, EDV, Internet	400.00
Porti	300.00
Drucksachen	0
Postcheckspesen	10.00
Summe AUFWAND	11895.00
Gewinn	115.00



Salva Leutenegger (impressum Zürich) und Stefan Ragaz (Dozent und Autor) im Gespräch



Hochstapler...Papier, nicht Journalisten!



Die "Kommando-Zentrale" der PM7

102. Generalversammlung ZVM

- ➔ Freitag, 27. Juni 2014
- ➔ Hotel Monopol, Luzern
- ➔ 19 Uhr Generalversammlung
Seminarraum ODEON, 2. Stock
- ➔ 20 Uhr Gespräch mit MAZ-Direktor Diego Yanez
- ➔ Anschliessend «Apéro riche» im Bankettraum 1. Stock

Traktanden

1. Wahl Stimmenzähler
2. Protokoll der GV vom 3. Mai 2013
3. Jahresbericht des Präsidenten
4. Jahresrechnung und Hilfsfonds 2013
5. Revisorenbericht und Décharge-Erteilung
6. Budget und Festsetzung der Mitgliederbeiträge
7. Wahlen
8. Informationen **impressum**
9. Varia