



Verleger treten für eine Stärkung der freien Kommunikation ein

Zürich, 11. September 2008 – Mit der heutigen Mitgliederversammlung begann der zweitägige Kongress des Verlegerverbandes SCHWEIZER PRESSE, welcher dieses Jahr unter dem Motto «Médias sans frontières» in Montreux stattfindet. Rund 400 Branchenvertreter sowie Gäste aus Wirtschaft, Kultur und Politik fanden sich zum jährlichen Treffen der Schweizer Medienbranche am Genfersee ein.

Die Mitglieder von SCHWEIZER PRESSE beschlossen eine Umbenennung des bisherigen «Departements Ethik» in «Departement Publizistik». Damit soll noch besser zum Ausdruck gebracht werden, dass die Verleger künftig ihre publizistische Verantwortung stärker wahrnehmen wollen, gehört die Publizistik doch zum Kernbereich der verlegerischen Tätigkeit. Dazu passt auch, dass die Verleger seit jüngster Zeit auch im Presserat vertreten sind – ein Umstand, der an der Mitgliederversammlung begrüsst wurde.

Der Verband konnte sich seinen Mitglieder finanziell in solidem Zustand zeigen und präsentierte auch für das nächste Jahr eine breite Palette von Aufgaben und Dienstleistungen, welche er für die Branche erbringen wird. Dazu gehören auch zwei Projekte, welche speziell vorgestellt wurden.

SCHWEIZER PRESSE engagiert sich seit Jahren im Gattungsmarketing, wozu vor allem die bekannte Image-Kampagne «Das kann nur ein Inserat» sowie die halbjährlichen Abo-Gewinnspiele gehören. In Ergänzung dazu soll nun eine breit angelegte Crossmedia-Kampagne für das Lesen von Zeitungen und Zeitschriften durchgeführt werden. Diese soll den vielfältigen Nutzen und die Vorteile der Presse aufzeigen. Darüber hinaus soll die Kampagne aber auch auf die Bedeutung der Textmedien mit Blick auf die gesamtgesellschaftliche Entwicklung und die individuelle Bildung aufmerksam machen.

Die freie kommerzielle Kommunikation ist die Grundlage freier Medien. Der Verband SCHWEIZER PRESSE engagiert sich deshalb gegen weitere Einschränkungen der Werbefreiheit. Zusammen mit weiteren schweizerischen Kommunikationsverbänden will man sich zu einem Aktionsbündnis zusammenschliessen. Dessen Stossrichtung liegt dabei in der Entwicklung eines konstruktiven, sachlichen Dialogs unter den Beteiligten und in der Sensibilisierung der verschiedenen Akteure für die gesamtgesellschaftliche Bedeutung freier Kommunikation.

Schliesslich unterstützte der Verband – wie zuvor schon die Konferenz der Chefredaktoren – die Empfehlungen der Schweizer Orthographische Konferenz (SOK) zur Rechtschreibung in Presse und Literatur. Die SOK wurde von Sprachwissenschaftlern und Praktikern der Presse und der Verlage gegründet, um die von der Rechtschreibreform beeinträchtigte Einheitlichkeit und Sprachrichtigkeit der Rechtschreibung in Presse und Literatur der Schweiz wiederherzustellen.

Für weitere Auskünfte:

Hanspeter Kellermüller, Geschäftsführer Verband SCHWEIZER PRESSE, 044 318 64 64