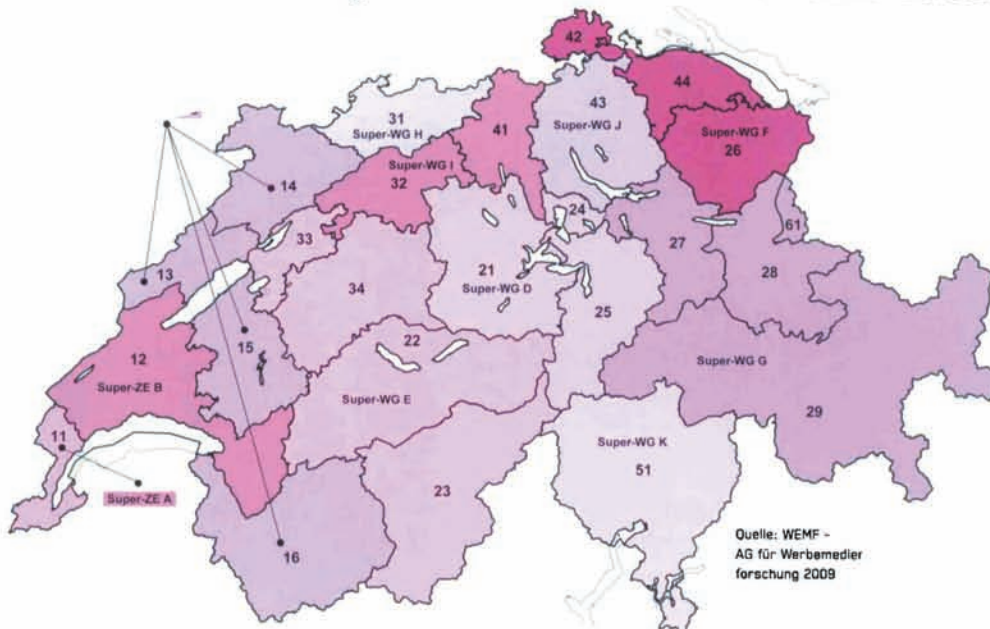


«In ländlichen Gebieten muss man digitaler handeln und sein»

SUPER-WG OSTSCHWEIZ Im von der WEMF definierten Super-Wirtschaftsgebiet F gibt es mit der Tagblatt Medien AG ein grosses Medienhaus, dazu aber auch den «Sonderfall» Schaffhausen, eine «Südostschweiz»-Ecke, viele Anzeiger und Gratiszeitungen, Radio- und TV-Stationen sowie ein umstrittenes Konzessionsgebiet – und einen «recht starken» Online-Bereich mit Zukunft.



Die elf WEMF-Super-Wirtschaftsgebiete. Das Super-WG F umfasst 42 Schaffhausen, 44 Thurgau und 26 St.Gallen sowie Appenzell.

VON BETTINA BÜSSER

■ Die beiden Appenzell, Schaffhausen, St.Gallen und der Thurgau bilden zusammen das Super-WG F. Christian Ruppner, Managing Partner und Mitglied der Geschäftsleitung der St.Galler Kommunikationsagentur Freicom AG, vergleicht das Gebiet mit dem Super-WG D in der Zentralschweiz: «Eine grosse Stadt, ein grosser Kanton, dazu mehrere kleinere Kantone.» Ähnlichkeiten sieht er auch bei der Mediensituation im Super-WG F: «Schaff-

hausen ist ein Spezialfall, ansonsten gibt es mit dem «Tagblatt» eine Zeitung, die einen sehr grossen Teil des Gebiets abdeckt, es gibt Tele Ostschweiz, das eine gute Abdeckung hat, dazu die Radios FM1 und Top. Damit gleicht das Super-WG F den Super-WGs Zentralschweiz oder Aargau/Solothurn: ein Fernsehen, ein, zwei grosse Radios und eine sehr grosse Zeitung, und das meiste davon gehört zum selben Medienhaus.»

Darüber hinaus macht laut Ruppanner «die traditionell sehr hohe Anzahl von Gratiszeitungen und Anzeigern» das Super-WG F aus: «Das ist speziell und wahrscheinlich historisch bedingt. Ich war etwas überrascht, dass die Gratiszeitungen und Anzeiger weiterhin Bestand hatten und auch auf dem Werbemarkt funktionieren, nachdem «20 Minuten» in die Region gekommen ist.»

Verlagshaus Zehnder mit starken Titeln

Eine Rolle bei der Position der Anzeiger spielt sicher das Verlagshaus Zehnder, das in der Deutschschweiz 25 Gratis-Wochenzeitungen herausgibt und in Wil beheimatet ist: Seine Ostschweizer Titel haben eine starke Stellung; in den Top 10 der WEMF-Reichweitenliste der

Region liegen die «Wiler Nachrichten» mit einer Reichweite von 13 Prozent auf Rang 7, die «St.Galler Nachrichten» (10,4 Prozent) auf Rang 9. Weitere Gratisanzeiger – aus dem Haus Tagblatt Medien – in den Top 10; die Gesamtausgabe des Anzeigers St.Gallen/Appenzell/Thurgau liegt mit einer Reichweite von 27,7 Prozent auf Rang 2. Rang 4 belegt die Anzeiger-Ausgabe St.Gallen/Appenzell (20 Prozent).

Von ausserhalb schaffen es nur Sonntagstitel in die Top 10 des Super-WG F: «SonntagsBlick» (Rang 3, 21,3 Prozent), «Sonntagszeitung» (Rang 6, 14,3 Prozent) und «SonntagsBlick»-Magazin (Rang 8, 12,9 Prozent). Die «Schaffhauser Nachrichten» liegen – trotz ihrer regionalen «Spezialisierung» – mit einer Reichweite von 10,3 Prozent auf Platz 10. An der Spitze steht die Gesamtausgabe des «St.Galler Tagblatts» mit einer Reichweite von 45,7 Prozent.

«Das «Tagblatt»-Zeitungsverbundsystem mit seinen sieben Regionalausgaben deckt, mit Ausnahme von Schaffhausen und dem südlichen Teil von St.Gallen, das SWG F ab. Das sind etwa 90 Prozent des Gebiets. Wir erreichen dort Haushaltsabdeckungen zwischen 40 und 60 Prozent», sagt Daniel Ehrat, Gesamtleiter der St.Galler Tagblatt AG und deren Tochter-

gesellschaften. Ehrat bezeichnet das Super-WG F als «sehr starkes und potentes Wirtschaftsgebiet, in dem unterschiedliche Kulturen auf kleinstem Raum aufeinandertreffen», das man mit den «Tagblatt»-Medien mehr oder weniger vollumfänglich abdecken könne: «Das «Tagblatt»-Konstrukt kommt sowohl im nationalen wie auch im lokalen und regionalen Markt sehr gut an. Im nationalen Markt hat man durch die Integration der «Thurgauer Zeitung» rund 30 Prozent mehr Leistung erhalten und bezahlt nur 20 Prozent mehr.»

Region Schaffhausen – ein Sonderfall

Die Region Schaffhausen wird medial von der Meier + Cie AG abgedeckt – und zählt sich nicht ganz zur Ostschweiz: «Die «Schaffhauser Nachrichten» haben ein Werbekombi mit den Zürcher Regionalzeitungen, mit «Landbote» und «Thurgauer Zeitung» arbeiten wir beim Stellenkombi zusammen. Wir sind also einerseits auf die Ostschweiz, andererseits auf Zürich ausgerichtet», sagt Norbert Neining, Unternehmensleiter und VR-Präsident der Meier + Cie AG: «Mental und gefühlsmässig» gehöre Schaffhausen zur Ost-



«Das «Tagblatt»-Konstrukt kommt im nationalen wie auch im lokalen und regionalen Markt sehr gut an.»

Daniel Ehrat, Gesamtleiter St.Galler Tagblatt AG



«Wir sind also einerseits auf die Ostschweiz, andererseits auf Zürich ausgerichtet.»

Norbert Neininger, Unternehmensleiter der Meier + Cie AG



Das zur NZZ Medien-Gruppe gehörende «St.Galler Tagblatt» ist ein dominanter Medienakteur im Super-WG F mit mehreren Kopfblättern und regionalen Ausgaben wie die «Thurgauer Zeitung».



«Der restliche Teil des Kantons St.Gallen gehört nicht zu unserem Sendegebiet.»

Günter Heuberger, Geschäftsführer Top-Medien

schweiz, wirtschaftlich hingegen eher zu Zürich.

Neben den «Schaffhauser Nachrichten», die laut Neininger «ihrer Abdeckung wegen und weil wir schon seit langer Zeit immer in vernünftige Kombis eingebunden sind» der Partner für die nationale Werbung sind, gibt die Meier + Cie AG die «Klettgauer Zeitung», den «Steiner Anzeiger» sowie, zusammen mit Giorgio Behr, den «Schaffhauser Bock» heraus. Ausserdem gehören Radio Muno, das Schaffhauser Fernsehen sowie die mehreren Online-Plattformen zum Unternehmen. Nicht zur Meier + Cie AG gehören im Schaffhausischen etwa «Schleitheimer Bote», «Anzeiger am Rhein», «Andelfinger Zeitung» und «Thaynger Heimatblatt».

«Dazu kommt etwa Tele Diessenhofen, Radio Top und Tele Top, sie senden ebenfalls in Schaffhausen», zählt Neiningen auf. «Wir sind eine medial extrem gut versorgte Gegend.» Und: «Das Bundesamt für Kommunikation hat, um das «schlimme Monopol» der Meier + Cie AG zu brechen, die TV-Konzession mit Gebührenfinanzierung an Tele Top und nicht an unser Schaffhauser Fernsehen vergeben.»

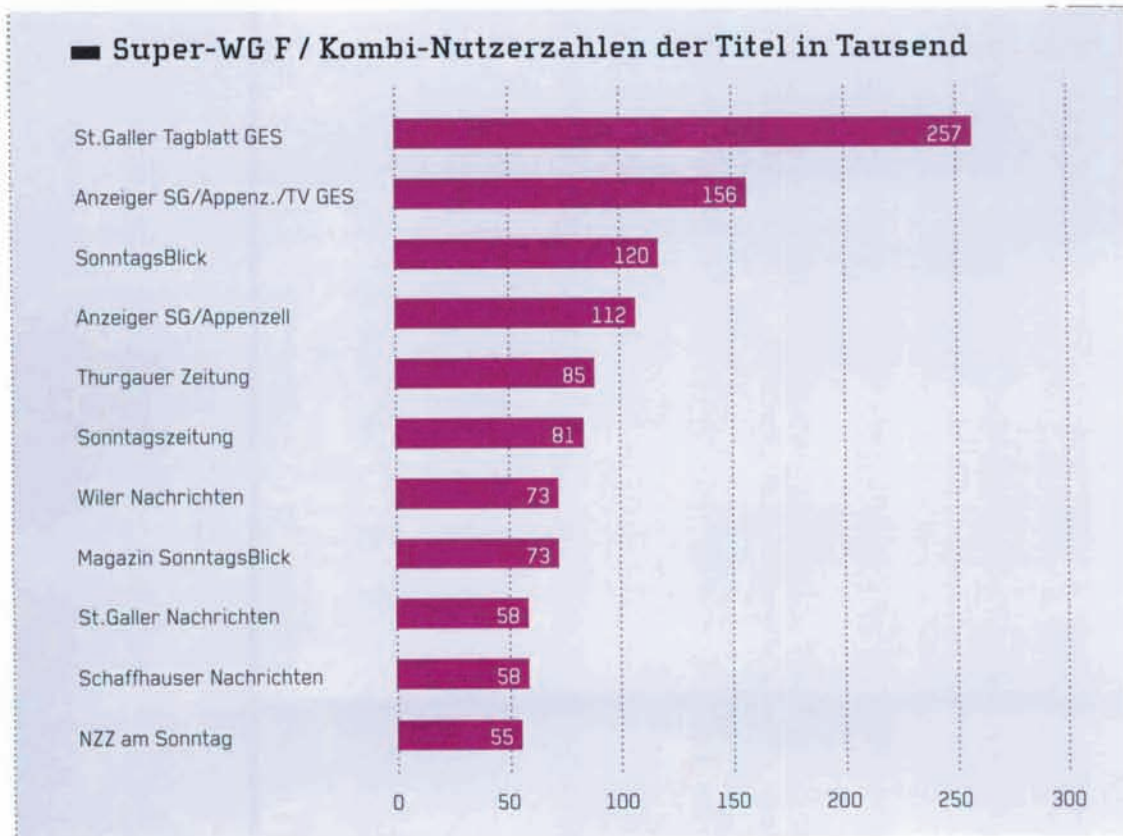
Print-Landschaft einfacher als Radioszene

Tatsächlich ist die Übersicht über die Print-Landschaft im Super-WG F etwas einfacher als diejenige über Radio und TV in der Region. Im Print gibt es im Tageszeitungsbereich die sieben «Tagblatt»-Ausgaben, die «Schaffhauser Nachrichten», dazu die mit dem «Südostschweiz»-Verbund zusammenarbeitenden «Werdenberger & Obertoggenburger», «Sarganserländer» sowie «Die Südostschweiz Glarus, Gaster/See». Dazu kommen regional verankerte Zeitungen vom «Appenzeller Volksfreund» bis zum «Thaynger Heimatblatt» sowie die Gratisanzeiger.

Der Radio- und TV-Bereich hingegen ist von den Konzessionsgebieten geprägt – und deshalb komplexer: «Die Verbreitungsgebiete von Radio und Fernsehen sind durch die zuge teilten Konzessionsgebiete vorgegeben. Tele Ostschweiz (TVO) deckt nur den Oberthurgau ab,

der Rest des Thurgaus liegt im Konzessionsgebiet von Tele Top. Beim Radio bieten wir FM1 Süd und FM1 Nord an, um der regionalen Verbundenheit im Werbemarkt, aber auch im publizistischen Bereich Rechnung zu tragen», sagt Daniel Ehrat von der St.Galler Tagblatt AG. In Schaffhausen senden die Meier + Cie AG-Sender Munot und Schaffhauser Fernsehen, dazu aber auch Radio und Tele Top.

«Das Sendegebiet von Radio Top umfasst die Städte Zürich und Winterthur, das Zürcher Ober- und Unterland, den ganzen Kanton Thurgau, die Stadt Schaffhausen und das Toggenburg sowie den Raum bis Rorschach im Kanton St.Gallen», erklärt Günter Heuberger, Geschäftsführer Top-Medien, was «strategisch herausfordernd» sei. Radio Top sendet ein West- und ein Ost-Fenster; die Nutzungszahlen für die verschiedenen Gebiete werden, so Heuberger, «leider nicht gesondert ausgewiesen». «Kompliziert» auch für die Kunden und die Ansprechpartner aus der Region, macht die Sache laut Heuberger, «dass die Sendegebiete von Radio Top und Tele Top unterschiedlich sind.» Das Gebiet von Tele Top umfasst die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen, dazu im Kanton St.Gallen die Regionen Wil und Toggenburg. «Für den Thurgau und Schaffhausen senden wir je ein Fenster, doch Themen aus diesen Regionen sind auch Teil des Mantelprogramms», ergänzt Heuberger. →



Streit um TV-Konzession Komplizierter wird die Sache zudem durch eine Konzessionsstreitigkeit: «Der restliche Teil des Kantons St.Gallen gehört nicht zu unserem Sendegebiet. Wir haben uns mit Tele Sän-tis zwar um die entsprechende Konzession beworben, doch die Sache ist strittig», sagt Heuberger. TVO hat die Konzession erhalten, dann hat, so Heuberger, das Bundesverwaltungsgericht «auf unsere Beschwerde hin» diesen Entscheid wieder aufgehoben: «Das UVEK muss neu entscheiden. TVO hat eine provisorische Konzession erhalten; in der Zwischenzeit hat die Wettbewerbskommission im Teilmarkt Radiowerbung eine

marktbeherrschende Stellung der Tagblatt-Medien festgestellt. Wie es weitergeht, ist offen. Wir stehen mit Tele Sän-tis in den Startlöchern, erhalten aber ohne Aufschaltverfügung keinen Programmplatz im Kabelnetz.» Im Bereich TV gibt es also im Super-WG F aktuell eine gewisse Unruhe, im Print-Bereich gab es sie 2010, als die «Thurgauer Zeitung» von Tamedia zum «Tagblatt»-Verband kam. Im nationalen Werbemarkt wird derlei nur bedingt wahrgenommen – wie, nach Einschätzung von Christian Ruppner von der St.Galler Kommunikations-agentur Freicom AG, die Mediensituation im Super-WG F über-haupt: «Ich formuliere jetzt sehr

zugespißt: Wenn jemand eine nationale Mediaplanung macht, dann sitzt irgendjemand in einer Mediaagentur und kopiert den Mediaplan des letzten Jahres. In diesem Plan ist das «St.Galler Tagblatt» drin, deshalb wird auch in Zukunft das «Tagblatt» drin sein. Wenn allerdings irgendwann die Resultate zurückgehen, wird ein gewisser Druck entstehen, genauer hinzuschauen, eben beispielsweise auf die Online-Versionen von Zeitungen und die anderen Online-Plattformen in der Region.» Denn es gelte für das Super-WG F, was für andere ländliche Gebiete auch gelte: «Der Online-Bereich ist recht stark. Das hängt wohl damit

zusammen, dass man in ländlichen Gegenden viel digitaler sein muss, um überhaupt Anschluss zu haben. Wenn ich in der Stadt Zürich wohne, bin ich am Puls, aber wenn ich auf dem Land lebe, brauche ich eine Verbindung zum Puls. Und das sind heute die Online-Medien.»

Bei dieser Online-Ausrichtung spielt vielleicht auch die Altersstruktur im Super-WG F eine gewisse Rolle: Nach den Daten der MACH Basic 2011-1 ist die Region eher «jung», liegt bei der Altersgruppe 14 bis 34 etwas über dem Deutschschweizer Durchschnitt, bei den Altersgruppen 35 bis 54 und 55 bis 99 leicht darunter. Im Bereich «Lebenswelten» ist der Anteil von Learners, Young Withkids und Withkids im Super-WG F höher als im Deutschschweizer Schnitt, der Anteil der Young Nokids, Nokids und Pensioners etwas tiefer. ■



Die «Schaffhauser Nachrichten» sind mehr auf Zürich ausgerichtet, verfügen aber auch in der Ostschweiz über ein Kombi mit regionalen Zeitungen.

■ MACH-Zielgruppen im Vergleich Super-WG D und Deutschschweiz

