

DREIKÖNIGSTAGUNG 2026

«IT TAKES TWO TO TANGO»

Die Dreikönigstagung des *Verlegerverbands Schweizer Medien* setzte Anfang 2026 ein klares sicherheits- und medienpolitisches Signal: In Zeiten geopolitischer Spannungen, wachsender Desinformation und des rasanten Einsatzes Künstlicher Intelligenz sind starke, glaubwürdige Medien unverzichtbar für die demokratische Stabilität und die nationale Sicherheit der Schweiz.

Text und Bild: VSM

Bundesrat MARTIN PFISTER, Vorsteher des *Eidgenössischen Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS)*, ordnet die Rolle der Medien in einer grundlegend veränderten Sicherheitslage ein. Europa sei mit einer instabilen und unberechenbaren geopolitischen Situation konfrontiert, klassische militärische Bedrohungen würden zunehmend durch hybride Konfliktformen ergänzt.

Der Informationsraum sei dabei längst zu einem sicherheitspolitischen Schauplatz geworden. Cyberangriffe, gezielte Beeinflussungsaktivitäten und Desinformation zielten darauf ab, Vertrauen in Institutionen zu untergraben, Gesellschaften zu spalten und demokratische Prozesse zu schwächen – auch in der Schweiz. «Wer den Informationsraum eines Landes destabilisiert, schwächt seine Sicherheit», sagt PFISTER.

Medien entscheidend für Demokratie und Sicherheit

Besonders deutlich warnte der Bundesrat vor der beschleunigenden Wirkung neuer Technologien. Künstliche Intelligenz ermögliche es, Desinformation schneller, günstiger und glaubwürdiger zu produzieren und zu verbreiten. «Künstliche Intelligenz wirkt als Brandbeschleuniger bereits bestehender Entwicklungen», sagt PFISTER. Umso



wichtiger sei es, dass Desinformation erkannt, offengelegt und eingeordnet werde. «Ein gesundes Mediensystem ist Teil unserer Sicherheitsarchitektur», betonte er. Qualitätsjournalismus liefere Fakten, ordne ein und schaffe Orientierung.

An diese Einordnung knüpfte ANDREA MASÜGER, Präsident des *Verlegerverbands*, an. «15 Prozent der Jugendlichen in der Schweiz nutzen heute Künstliche Intelligenz, um ihr News-Bedürfnis abzudecken», hält er mit Verweis auf den *Reuters Institute Digital News Report 2025* fest. «Zugleich haben bis zu 90 Prozent der Bevölkerung ein grosses Unbehagen gegenüber KI im Medienbereich.»

KI gefährdet Journalismus und Medienvielfalt

MASÜGER zeigt auf, welche strukturellen Risiken durch KI-Anwendungen für den Journalismus

entstehen und kritisiert, dass KI- und Techplattformen journalistische Inhalte in grossem Umfang und ungefragt nutzen, ohne diese angemessen zu vergüten. «Wir liefern ihnen gratis den Rohstoff zu ihrem Geschäftsmodell», sagt MASÜGER. «Dieses Piratenwesen im KI-Bereich wird zu einem immer grösseren Problem.»

Ohne faire Erlösmodelle drohe eine Erosion der wirtschaftlichen Basis des Journalismus – mit direkten Folgen für Medienvielfalt, Qualität und demokratische Meinungsbildung. Der Bundesrat sei verpflichtet, das Urheberrecht auch gegenüber KI-Diensten durchzusetzen.

KI nutzt Ausschnitte journalistischer Inhalte unbezahlt

«Die Verlage müssen Geld bekommen für den Rohstoff, den andere vergolden», so MASÜGER. Zentrales Anliegen der Medien-

branche bleibe zudem ein Leistungsschutzrecht für die Presse: Auch KI-Dienste nutzen Ausschnitte journalistischer Inhalte, die in der Schweiz – im Gegensatz zur EU – bislang nicht geschützt sind.

Abseits der urheberrechtlichen Diskussionen durchdringt KI längst alle Lebensbereiche. PROF. DR. MIRIAM MECKEL und DR. LÉA STEINACKER machten deutlich, dass KI den Kern demokratischer Öffentlichkeit berührt – sie verändert nicht nur Technologien, sondern das Verständnis von Wahrheit und Verständigung. «Die eigentliche Disruption durch KI betrifft die Wahrheit», sagte MECKEL, womit das Grundmodell dessen unter Druck gerate, worauf Journalismus aufbaue.

«Most tech firms don't want to dance»

Der internationale Schwerpunkt der Tagung machte deutlich, dass nationale Alleingänge angesichts global agierender Plattformen nicht ausreichen.

«In Zeiten globaler Unsicherheit ist es wichtiger denn je, dass wir grenzübergreifend zusammenarbeiten», hielt KAREN RØNDE, CEO der *Dänischen Medien-Verwertungsgesellschaft*, fest. Die Präsidentin des Weltverlegerverbands *WAN-IFRA*, LADINA HEIMGARTNER, CEO *Ringier Medien Schweiz*, ergänzte: «Es sind klare rechtliche Leitplanken und eine

konsequente Durchsetzung der Regeln notwendig». RØNDE warnt die Schweiz in ihrem Referat, nicht dieselben Fehler wie in Dänemark zu machen. Nur wenn alle Puzzleteile vorhanden sind – darunter eine faire Vergütung journalistischer Inhalte – ist eine Koexistenz von KI und Journalismus möglich. Doch gerade bei der Kooperation der Tech-Giganten sehe es düster aus: «It takes two to tango. But most tech firms just don't want to dance», so RØNDE. So haben *Meta*, *TikTok* und weitere Akteure ein Schiedsverfahren unter der Leitung des Dänischen Kulturministers ignoriert. Was die gesetzlichen Grundlagen betrifft, sei Dänemark der Schweiz aber voraus. «Es wird eine Weile gehen, bis die Schweiz hier nachgezogen hat», blickt HEIMGARTNER in die Zukunft. Und parallel dazu müssten auch die weiteren Puzzleteile kommen. Laut RØNDE geht es dabei um «safeguarding democracy».

Norwegen in Sachen Medienkompetenz voraus

Nebst RØNDE zeigte auch der Beitrag von MARTE INGUL, Konzerndirektionsmitglied des norwegischen Verlags *Amedia*, an der Dreikönigstagung auf, wie ähnlich die Herausforderungen der Medien 2026 global sind. Der Appell, die Medienkompetenz zur Bekämpfung von Desinformation zu stärken, wird aus dem Vorreiterland Norwegen bekräftigt. «Die Demokratie steht auf dem Spiel, wenn die Demokratiekompetenz bei den Jugendlichen sinkt», so INGUL. *Amedia* begegne dieser Gefahr mit einem umfassenden Programm, das 15- bis 20-Jährigen Gratis-Zugang zu Zeitungen gewährt, die an den Schulen verteilt würden. «Früher war es einfacher, bei jungen Menschen die Gewohnheit zu entwickeln, Medien zu consu-

mieren». Im digitalen Zeitalter ohne Zeitung auf dem Küchentisch muss diese Gewohnheit proaktiv gefördert werden. In der anschliessend von CAROLIN ROTH moderierten Podiumsdiskussion pflichtet PROF. DR. MARK EISENEGGER dem Ruf nach mehr Medienkompetenzförderung bei: «Es gibt einen Verdrängungseffekt, weil zwar mehr Medien, aber weniger Journalismus konsumiert werden. Journalismus muss als lebendiges Objekt noch aktiver in die Schulen getragen werden.» Dabei sieht DR. TANJA ZU WALDECK, COO der *TX Group AG*, auch die Medienunternehmen in der Pflicht, die attraktive Angebote für sie schaffen müssten. Parallel dazu begrüsst sie aber auch eine nationale Strategie für eine flächendeckende Stärkung der Medienkompetenz.

Werbung wirkt in journalistischen Medien besser

Dass Glaubwürdigkeit ein zentraler Wert journalistischer Medien ist, zeigte auch die Diskussion um den Werbemarkt. Werbung im Umfeld glaubwürdiger, faktengeprüfter Medien wirkt wesentlich besser als auf Social-Media-Kanälen, belege die Konsumentenstudie von *gfs-zürich* wissenschaftlich», sagt PIA GUGGENBÜHL, Direktorin des VSM. DR. MARKUS WIRTH, Verwaltungsratspräsident von *OneLog* und COO *Ringier Medien Schweiz*, betonte, dass Werbeauftraggebende rational handeln: «Wenn Reichweite ein Bedürfnis ist, müssen wir noch besser liefern.» Jedoch: Jeder Franken, der den Medien durch Plattformen entzogen wird, fehlt letztlich für die nachhaltige Finanzierung von Qualitätsjournalismus.

> schweizermedien.ch



Mehr Informationen



VAREO PRO

Für Offset und Digital

Der Vareo PRO ist der idealste Klebebinder für Weiterverarbeitungsspezialisten und Druckereien, die mit konventionellen Druckverfahren arbeiten oder im Digitaldruck tätig sind. Ob mittlere, kleine oder Kleinst-Auflagen, der Vareo PRO ist ein Alleskönner und steht für herausragende Bindequalität – und das sogar bis hinunter zu Auflage 1. Beim Drei-Zangen-Klebebinder ist bereits das erste produzierte Buch verkaufbar.

mullermartini.com/vareopro