

Vorlage an den Landrat

Beantwortung der Interpellation 2018/948 von Miriam Locher: «Medienvielfalt in der Region Basel»

2018/948

vom 14. Mai 2019

1. Text der Interpellation

Am 15. November 2018 reichte Miriam Locher die Interpellation 2018/948 «Medienvielfalt in der Region Basel» ein. Sie hat folgenden Wortlaut:

*In den vergangenen Jahren nahm die Medienvielfalt in der Region Basel stetig ab. Die Gründe dafür sind sicher vielfältig. Zuletzt hat die Tageswoche ihr Aus bekannt gegeben, nachdem zuvor bereits Barfi.ch den Betrieb eingestellt hat und die BaZ nach Zürich verkauft wurde. Aus meiner Sicht liegt eine blühende Medienlandschaft auch im Interesse des Kantons. Nur so ist es möglich, dass sich die Einwohner*innen umfassend und vielseitig informieren können und nicht von einseitiger Medienberichterstattung abhängig sind. Es braucht lokal verankerte und produzierte Medien verschiedener Grösse und Ausrichtung. Dementsprechend erachte ich es als Aufgabe des Kantons beziehungsweise der jeweiligen Direktionen, möglichst alle Medien gleichmässig mit Aufträgen zu berücksichtigen und auf diese Weise Medienförderung zu betreiben. Die Medien erbringen durch ihre intensive Berichterstattung über kantonale Angelegenheiten als Bindeglied der Regierung zur Bevölkerung eine zentrale Kommunikationsleistung, die niemand sonst übertrifft.*

Dazu folgende Fragen:

1. Welche Formen von bezahlten Inseraten (allenfalls auch in Form von Kampagnen) publiziert der Kanton Baselland?
2. Welche Beträge werden seitens Kanton Baselland für Inserate ausgegeben?
3. Wie haben sich diese Kosten während der letzten Jahre entwickelt?
4. In welchen Medien (print und online) werden Inserate in Auftrag gegeben?
5. Nach welchen Kriterien werden die Inserate vergeben, beziehungsweise nach welchen Kriterien werden die jeweiligen Medien ausgesucht?
6. Wie sieht die Aufstellung der Vergabe der Aufträge an die verschiedenen Medien aus? (Aufschlüsselung gemäss Kosten, Medium, Zeitraum)
7. Anerkennt die Regierung, dass Informationsmedien – insbesondere die ganz oder teilweise privatwirtschaftlich finanzierten – auf ihre Kosten die bedeutendste Kommunikationsleistung in der Beziehung zwischen kantonaler Verwaltung zur Bevölkerung erbringen?
8. Sieht die Regierung eine Möglichkeit, diese Informationsleistung in einer Form zu ermöglichen und teilweise zu entschädigen?
9. Welche weiteren Möglichkeiten sieht die Regierung um die Medienvielfalt zu fördern?

2. Beantwortung der Fragen

1. Welche Formen von bezahlten Inseraten (allenfalls auch in Form von Kampagnen) publiziert der Kanton Baselland?

Die verschiedenen Dienststellen und Behörden des Kantons Basel-Landschaft publizieren Inserate insbesondere in folgenden Formen:

- Stelleninserate
- Amtliche Publikationen (inkl. Submissionen, Versteigerungen)
- Veranstaltungshinweise
- Publireportagen

2. Welche Beträge werden seitens Kanton Baselland für Inserate ausgegeben?

Kosten für Stelleninserate werden als Rekrutierungskosten auf Konto 30910000 (Personalrekrutierung) verbucht. Die untenstehenden Zahlen hat die Finanzverwaltung dem SAP-System entnommen und anhand des Buchungstextes manuell bereinigt. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Stelleninserate den grössten Teil der Inseratekosten ausmachen.

Jahr	Kosten für Stelleninserate
2018	CHF 195'011
2017	CHF 277'002
2016	CHF 184'402
2015	CHF 228'375
2014	CHF 367'317

Die übrigen Inseratekosten lassen sich ohne erheblichen Aufwand nicht verlässlich beziffern. Gemäss Kontenplan HRM 2 sind diese grundsätzlich in der Kontengruppe 3102 (Drucksachen, Publikationen) und dort auf Konto 31020010 (Publikationen) zu verbuchen. Eine Auswertung dieses Kontos ist jedoch nicht zielführend, da darauf auch Kosten für andere Publikationen gebucht werden (z. B. Domaingebühren, Webkosten, Newsletterkosten, Broschüren, Imagefilme). Zudem werden Inseratekosten auch auf andere Unterkonten der Kontengruppe 3102 gebucht. Da viele Buchungstexte in dieser Kontengruppe keine eindeutige Zuordnung zu den Inseraten zulassen, ist auch eine manuelle Bereinigung anhand des Buchungstextes nicht zielführend. Somit müssten die übrigen Inseratekosten in den Direktionen und Behörden mit erheblichem Aufwand manuell erhoben werden. Da der Anteil der übrigen Inseratekosten gegenüber den Kosten für Stelleninserate deutlich geringer ist und somit wenig Aussagekraft besitzt, wurde auf diese Erhebung verzichtet.

3. Wie haben sich diese Kosten während der letzten Jahre entwickelt?

Vgl. Antwort zu Frage 2.

4. In welchen Medien (print und online) werden Inserate in Auftrag gegeben?

Vgl. Antwort zu Frage 6.

5. Nach welchen Kriterien werden die Inserate vergeben, beziehungsweise nach welchen Kriterien werden die jeweiligen Medien ausgesucht?

Die Auswahl der Medien, in denen Inserate in Auftrag gegeben werden, erfolgt insbesondere nach folgenden Kriterien:

- Verbreitung des Mediums (Region, Deutschschweiz, gesamte Schweiz)
- Abonnentenzahl
- Fachmedium
- Anfallende Kosten

Für Stelleninserate gilt zudem der Regierungsratsbeschlusses Nr. 1653 vom 25. November 2008 sowie die Richtlinie des Personalamts betreffend Stellenausschreibungen der Kantonalen Verwaltung, gültig ab 1. Januar 2019. Grundsätzlich gilt, dass für Stelleninserate prioritär Online-Medien zu nutzen sind:

- Stellen werden in erster Linie im Amtsblatt und auf der Homepage Basel-Landschaft (www.bl.ch/jobs) sowie über das Jobs Professional-Abo publiziert. Inserate, die mit dem Professional Abo publiziert werden, sind auf jobs.ch, jobwinner.ch, jobscout24.ch und Partnernetzwerken, bei Fach- /Führungspositionen sowie zusätzlich auf alpha.ch und topjobs.ch ersichtlich.
- Stellen mit Schlüsselpositionen sowie IT oder Funktionsgruppen mit schlechter Rücklaufquote können zusätzlich auf Social Media (Facebook, LinkedIn, Twitter) publiziert werden.
- Wenn die Publikation in Online-Medien nach 2 Wochen einen zu geringen qualitativ brauchbaren Rücklauf zeigt, kann die Vakanz zusätzlich in Printmedien (Fachzeitschriften) publiziert werden.

6. *Wie sieht die Aufstellung der Vergabe der Aufträge an die verschiedenen Medien aus? (Aufschlüsselung gemäss Kosten, Medium, Zeitraum)*

Die Kosten für Stelleninserate verteilen sich auf folgende Kreditoren:

2018	
Kreditoren	in CHF
AD X AG	2'240
Explorum Berufs- und Laufbahnberatung	3'895
Gesell. Schw. Tierärzte	323
IDM AG	318
jobchannel AG	318
jobCloud AG	75'250
PMS AG	2'515
Prospective Media Services AG ¹	96'513
SBK Schweiz. Berufsverband der Pflegefachfrauen und Pflegefachmänner	150
TAGI Alpha	7'458
Universität Bern	108
Verlag Schweiz AG	5'923
Total	195'011

2017	
Kreditoren	in CHF
AD X AG	1'231
APG-SGA Traffic AG	9'180
Basler Zeitung AG	5'929
Bauern Zeit	849
Explorum Berufs- und Laufbahnberatung	3'895
jobCloud AG	6'085

¹ Bei der „Prospective Media Services AG“ handelt es sich um eine Anbieterin, die Stellenausschreibungen über ein Multiposting-Tool vornimmt; dafür hat sie über 1'700 Medienkanäle zur Verfügung. Somit entfallen die untenstehenden Beträge auf eine grössere Anzahl Medien.

Jobs.ch AG	42'865
Moving Media Basel AG	16'805
MPB Recruitment Group AG	16'200
MSG Media AG	18'900
OnlineReports GmbH	5'098
PPB	100
Prospective Media Services AG	83'530
Radio Basilisk	5'685
Regio Nachrichten AG	2'592
Schweizer Agrarmedien AG	308
Schweizer Bauer	1'788
SVDE Schweizerischer Verband	459
Tamedia AG	35'277
tonton GmbH	1'973
typoallee	405
WerbeWeischer Schweiz GmbH	1'648
WION GmbH	16'200
Total	277'002

2016	
Kreditoren	in CHF
ALIS, Schweizer Agrar-, Forst- und Lebensmittelingenieure	250
APG-SGA Traffic AG	9'180
Cordag AG	2'457
Explorum Berufs- und Laufbahnberatung	3'895
jobCloud AG	702
Jobs.ch AG	44'893
Manuela Studer	1'050
MSG Media AG	2'792
PPB	100
Prospective Media Services AG	95'329
Publicitas AG	7'001
Tamedia AG	13'818
Testzentrale der Schweizer Psychologen	127
typoallee	108
WION GmbH	2'700
Total	184'402

2015	
Kreditoren	in CHF
20 Minuten AG	3'168
ALIS, Schweizer Agrar-, Forst- und Lebensmittelingenieure	250
Basler Zeitung AG	3'517
BLT Baselland Transport AG	17'280
Cordag AG	10'287

Explorum Berufs- und Laufbahnberatung	3'895
Gesell. Schw. Tierärzte	216
Jobs.ch AG	53'447
Manuela Studer	700
Prospective Media Services AG	130'874
Publimedia AG	3'739
Stiftung Telebasel	875
Testzentrale der Schweizer Psychologen	127
Total	228'375

2014	
Kreditoren	in CHF
20 Minuten AG	25'250
Aargauer Woche AG	1'296
Anzeiger Thal Gäu Olten	1'949
APG-SGA Traffic AG	9'180
AZ Anzeiger AG	2'357
Baselland & Basler Woche AG	864
BLT Baselland Transport AG	12'960
Eishockey Club Olten AG	540
Explorum Berufs- und Laufbahnberatung	3'895
Jobs.ch AG	45'723
Le Temps SA	1'166
Prospective Media Services AG	217'545
Publicitas AG	2'859
Publicitas AG Publicconnect	18'685
Publimedia AG	16'733
Regio Nachrichten AG	5'130
Stiftung Telebasel	907
Stumpp Medien AG	278
Total	367'317

7. *Anerkennt die Regierung, dass Informationsmedien – insbesondere die ganz oder teilweise privatwirtschaftlich finanzierten – auf ihre Kosten die bedeutendste Kommunikationsleistung in der Beziehung zwischen kantonaler Verwaltung zur Bevölkerung erbringen?*

Gemäss dem in § 56 Kantonsverfassung statuierten Öffentlichkeitsprinzip sind die Behörden verpflichtet, die Öffentlichkeit über ihre Tätigkeit zu informieren. Mit seiner Öffentlichkeitsarbeit leistet der Kanton selber einen grossen Anteil an diese Information – sei es auf seiner Website, durch telefonische Auskünfte, durch direktes Anschreiben von Bürgerinnen und Bürgern, in Beratungen, durch Publikationen oder auch durch Anwesenheit von Vertreterinnen und Vertretern des Kantons bei Veranstaltungen. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leisten in diesem Zusammenhang hervorragende Arbeit, indem sie kompetent und bürgernah Informationen erstellen, beschaffen und vermitteln. Die regionalen Medien spielen im Zusammenhang mit der Informationsvermittlung an die Bevölkerung natürlich auch eine wichtige Rolle. Oft informieren sie in Zusammenarbeit mit dem Kanton, der die Medien mit den erforderlichen Informationsinhalten bedient (vgl. auch Antwort zu Frage 8).

8. *Sieht die Regierung eine Möglichkeit, diese Informationsleistung in einer Form zu ermöglichen und teilweise zu entschädigen?*

Der Kanton bietet den Medien mit seiner Öffentlichkeitsarbeit (Medienmitteilungen, Pressekonferenzen, Mediengesprächen, Publikationen in Print und online etc.) fundierte Grundlagen für ihre Berichterstattung über den Kanton. Zudem stehen Vertreterinnen und Vertreter des Kantons regelmässig bei Anfragen zur Verfügung, die seitens Medien an den Kanton gerichtet werden. Weitergehende Fördermassnahmen, insbesondere finanzieller Art, sind nicht vorgesehen.

Die Kantonsverfassung gewährleistet in § 6 die Pressefreiheit. Dies bedeutet insbesondere, dass die Medien unabhängig und unbeeinflusst berichten können sollen. Diese Unabhängigkeit wäre nicht mehr gewährleistet, wenn der Kanton einzelne Medien finanziell für die Berichterstattung über den Kanton entschädigen würde.

9. *Welche weiteren Möglichkeiten sieht die Regierung um die Medienvielfalt zu fördern?*

Die Veränderung der Medienlandschaft aufgrund technischer Entwicklungen sowie geändertem Nutzungsverhalten lässt sich nicht aufhalten. Der Regierungsrat setzt sich dafür ein, dass die politischen und insbesondere die gesetzlichen Rahmenbedingungen diesen Entwicklungen gerecht werden und die Medienvielfalt erhalten bleibt. Er äussert sich im Rahmen von Vernehmlassungen des Bundes regelmässig im Sinne der Medienvielfalt in der Region, aber auch darüber hinaus. Zuletzt geschah dies im Rahmen der Vernehmlassung zu einem Bundesgesetz über die elektronischen Medien.

Liestal, 14. Mai 2019

Im Namen des Regierungsrats

Die Präsidentin:

Monica Gschwind

Die Landschreiberin:

Elisabeth Heer Dietrich