



Neues Bundesgesetz über elektronische Medien; Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Fragebogen

Stellungnahme eingereicht durch

Kanton <input type="checkbox"/>	Verband, Organisation, etc. <input checked="" type="checkbox"/>
Absender: SP Schweiz Theaterplatz 4 3011 Bern	

Bitte den ausgefüllten Fragebogen wenn möglich elektronisch im Word-Format zurücksenden an rtvg@bakom.admin.ch.

Fragen

1. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass Service-public-Leistungen im Wesentlichen mit Audio- und Videobeiträgen erbracht werden müssen. Begrüssen Sie diese Einschränkung?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Vorbemerkung: Da der Fragebogen keine breite medienpolitische Stellungnahme zulässt, äussern wir uns bei Frage 1 zu weiteren für uns zentralen Medienfragen, die nicht direkt mit der Fragestellung zusammenhängen und wir beantragen, dass diese Aspekte ebenfalls in die weiteren Diskussionen einbezogen werden.

1. Grundsätzliche einleitende Bemerkungen zur Medienpolitik und zum neuen Mediengesetz

Es gibt das verfassungsrechtlich wichtige Ziel, den Bewohnerinnen und Bewohnern der Schweiz ein inhaltlich breites, vielfältiges und umfassendes schweizerisches Medienangebot bei Information, Bildung, Kultur, Unterhaltung und Sport sowie für die im Ausland lebenden Schweizerinnen und Schweizer Informationsleistungen zur Verfügung zu stellen. Vielfältige, unabhängige und qualitativ hochstehende Medienangebote haben eine zentrale demokratiepolitische Bedeutung. Eine starke vierte Gewalt ist eine Bedingung sine qua non für eine funktionierende und lebendige Demokratie. Umso mehr erachten wir die schwindende Medienvielfalt und den Qualitäts- und Angebotsabbau, gerade auch auf lokaler und regionaler Ebene, als Gefahr für die Schweiz. Journalistische Angebote, namentlich im Informationsbereich, sind unter Druck geraten. Medienproduktion, -distribution und -nutzung erfolgen zunehmend konvergent. Die Mediennutzung erfolgt immer mehr orts- und zeitunabhängig. Neue Medienanbieter spielen eine wichtige Rolle und Infrastrukturbetreiber wie Swisscom oder UPC sowie Gerätehersteller bringen eigene Medienangebote auf den Markt. Intermediäre, die Inhalte bündeln oder bereitstellen, selber aber keine publizistische Leistung erbringen (Google, Facebook, Youtube etc.), gewinnen an Bedeutung. Auch ausländische Anbieter wie Netflix mischen mit. Tageszeitungen kommen durch Gratisangebote, Internet sowie sinkende Werbe- und Abonnementseinnahmen unter Druck. Grosse Verlage investieren immer weniger in den Journalismus und tragen damit ebenfalls zur Medienkonzentration bei. Angesichts dieser Ausgangslage ist die Schaffung eines Mediengesetzes eine unabdingbare Notwendigkeit. Wir begrüssen es mit Nachdruck, dass der Bundesrat einen Entwurf für ein solches zur Diskussion stellt mit dem Ziel, Qualitätsjournalismus sowie die Vielfalt an schweizerischen Medienanbieterinnen und -angeboten zu stärken, indem auf nationaler und regionaler Ebene demokratie- und gesellschaftspolitisch relevante Inhalte gefördert werden. Wir begrüssen insbesondere den Zweckartikel, der beinhaltet, dass das Gesetz zur Vielfalt an Medienangeboten beiträgt, deren Qualität fördert und damit einen Beitrag an die demokratische, soziale und kulturelle Entwicklung der Schweiz leistet.

Gleichzeitig halten wir aber auch fest, dass wir der Meinung sind, dass der vorliegende Gesetzesentwurf den anstehenden Herausforderungen in der vorgelegten Form nicht zu genügen vermag. Das neue Mediengesetz sollte u.E. den medialen Service public umfassend aufgreifen und alle Mediengattungen abdecken, insbesondere auch die gedruckte Presse. Online-Medienangebote, die textbasiert sind, sind mit dem Gesetzesentwurf a priori ausgeschlossen. Das gilt für Online-Angebote der Presse sowie für reine Online-Medien, die für die regionale und lokale mediale Vielfalt wichtig sind. Auch Onlinemedien mit nationalem Fokus sind nicht förderberechtigt. Damit werden die Chance und die Notwendigkeit, die mediale Vielfalt abzusichern, verpasst. Gerade auch neue, unabhängige Medien bzw. der Onlinejournalismus, der sich nicht auf Audio- und Videobeiträge beschränkt, sollen u.E. in den Genuss einer direkten Förderung kommen. Gerade diese Angebote ermöglichen es, in Gebieten, wo die Vielfalt eingeschränkt ist und einzelne Medien Meinungsmacht haben, eine alternative Stimme anzubieten. Die einseitige Förderung von Audio und Video ist weder aus publizistischer noch aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer zielfüh-

rend. Die Frage müsste vielmehr lauten, wie die für das jeweilige Thema am besten geeignete Form der Aufbereitung aussieht. Sonst werden ohne publizistischen Grund Anreize für die Produktion von audio- und teuren audiovisuellen Beiträgen geschaffen.

Fazit: Wir beantragen, dass Artikel 93 BV breiter ausgelegt wird. Auch aus der verfassungsmässig garantierten Informationsfreiheit (Art. 17 BV) kann die Pflicht zu einer umfassenden Medienpolitik abgelesen werden. In einer langfristigen Perspektive setzen wir uns für eine direkte Medien- und Journalismusförderung ein, die alle Mediengattungen umfasst und eine entsprechende Verfassungsgrundlage muss zu einem späteren Zeitpunkt geschaffen werden. Der geltende Verfassungsartikel ist nicht mehr zeitgemäss.

2. Bemerkungen zur Presseförderung

Es ist uns bekannt, dass für eine direkte Förderung der gedruckten Presse durch den Bund die Verfassungsgrundlage fehlt. Aus diesem Grund fordern wir, dass die 30 Millionen Franken jährlich für die indirekte Presseförderung zugunsten der Lokal- und Regionalzeitungen – basierend auf den bisherigen Kriterien wie keine Einflussnahme auf die redaktionelle Leistung - substanziell angehoben werden, finanziert aus dem Gebührentopf. Dabei muss es sich um zusätzliche Mittel handeln. Wir formulieren aber auch die klare Forderung an die Verleger, dass sie künftig konsequent in den Qualitätsjournalismus, in die Vielfalt und in die regionale Berichterstattung investieren und dies als ihr Kerngeschäft betrachten. Die indirekte Presseförderung darf nicht dazu missbraucht werden, dass einzelne grosse Verlage sich noch mehr aus dem Journalismus zurückziehen, Stellen abbauen, Gewinne an Aktionäre ausschütten und ganze Regionen nur noch mit wenigen Titeln im Kopfblattsystem bedienen.

3. Bemerkungen zu den Bestimmungen rund um die SRG

Gemäss Artikel 38 soll sich die SRG zur Hauptsache aus der Abgabe für elektronische Medien finanzieren. Der Bundesrat erhält die Möglichkeit, eine Obergrenze bei den kommerziellen Einnahmen festzulegen. Erzielt die SRG kommerzielle Einnahmen, die den Maximalbetrag übersteigen, soll sie Reserven bilden, die beim nächsten Entscheid über die Abgabenhöhe berücksichtigt werden. Gegen diese Vorgaben haben wir grundsätzlich nichts einzuwenden. Wir halten aber fest, dass es der SRG möglich sein muss, sich weiterzuentwickeln, wie es der Auftrag an sie festhält. Die zusätzlich vorgesehene Beschränkung bei den Werbeeinnahmen würde aber dazu führen, dass die SRG zu stark eingeschränkt würde. Dies umso mehr, als die Werbeeinnahmen im linearen Bereich weiter abnehmen und die Gefahr besteht, dass die SRG ihren Service public-Auftrag nicht erfüllen kann. Es braucht deshalb einen Ausgleichsmechanismus, der es der SRG langfristig ermöglicht, die Finanzierung des Leistungsauftrags stabil zu halten. Eine Einschränkung für die SRG bei neuen Werbemöglichkeiten müsste mit einer Erhöhung des Abgabeanteils kompensiert werden können. Die Vorschrift, dass das publizistische Angebot der SRG im Wesentlichen aus audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen zu bestehen hat, darf zudem nicht dazu führen, dass künftige zeitgemässe Entwicklungen behindert und Innovationen gehemmt werden. Die Unterscheidbarkeit der SRG soll nicht einfach über das Verbot von Textbeiträgen erzielt werden, sondern durch einen umfassenden Service public-Auftrag.

Bezüglich Auslandangebot lehnen wir den Vorschlag des Bundesrats (Art. 22 Abs. 3 sowie Art. 34) ab. Das heutige SRG-Angebot für das Ausland basiert auf einer Leistungsvereinbarung mit dem Bund und umfasst swissinfo.ch in zehn Sprachen, die Plattform tvsvizzera.it sowie die Zusammenarbeit mit TV5 Monde und 3Sat. Während das Angebot für Auslandschweizerinnen und -schweizer neu Bestandteil der Konzession und über die Abgabe für elektronische Medien finanziert wird, ist das Angebot zur Förderung der Präsenz der Schweiz im Ausland nicht Gegenstand der Konzession. Für dieses Angebot kann der Bund neu eine Leistungsvereinbarung mit der SRG abschliessen, welche Inhalt und Umfang der publizistischen Leistungen festlegt. Die Abgeltung erfolgt über allgemeine Bundesmittel. Wir befürchten, dass mit der Finanzierung über Steuermittel die Unabhängigkeit in Gefahr ist. Die „kann“-Vorgabe beinhaltet zudem das Risiko, dass das Auslandangebot auch wegfallen könnte. Da das Auslandangebot eine wichtige Verbindung zu den

Auslandschweizerinnen und -schweizern ist sowie zum Rest der Welt, beantragen wir, dass auf den Systemwechsel verzichtet wird.

Bemerkungen zur Ausrichtung auf die Sprachregionen gemäss Artikel 25: Der Programmauftrag der SRG geht von einer Gleichwertigkeit der Medienangebote in der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz aus. Das Gesetz verlangt ein Mindestangebot an linearen Programmen, um sicherzustellen, dass auch Menschen mit traditionellem Nutzerverhalten Zugang haben. Aus diesem Grund sieht das Gesetz vor, dass in der Deutschschweiz, in der Romandie sowie in der italienischsprachigen Schweiz mindestens je ein Radio- und Fernsehprogramm vorzusehen ist. Die Bedürfnisse des Rätoromanischen wiederum sind gemäss Gesetzesentwurf lediglich angemessen zu berücksichtigen. Auch der Hinweis auf die Festlegung von Grundsätzen zur Berücksichtigung zusätzlicher Radio- und Fernsehbedürfnisse der Svizra Rumantscha fehlt. Die Formulierung ist ein Rückschritt zur heutigen Regelung und wir beantragen die gesetzliche Verankerung eines Radioprogramms als lineares Minimalangebot für die rätoromanische Sprachregion.

Bemerkungen zu den Kooperationen, die die SRG eingeht: Wir sind der Meinung, dass es der SRG möglich sein sollte, Kooperationen geringeren Ausmasses ohne allzu grosse Einschränkungen eingehen zu können. Die in Artikel 29 Absatz generell gefasste Genehmigungspflicht schränkt u.E. den Spielraum unnötig ein und wir sind der Meinung, dass sich diese Vorgabe auf Beteiligungen von erheblichem Ausmass beschränken sollte.

Bemerkungen zum Shared content: Wir begrüssen die Regelungen zum Shared content in Artikel 30. Es fehlen aber noch Präzisierungen bezüglich des Urheberrechts. Eine Übertragung von Inhalten ist nur dann möglich, wenn die SRG über die entsprechenden Nutzungsrechte verfügt. Sind die Urheber- und Nutzungsrechte eines Beitrags auf die Nutzung durch die SRG selbst beschränkt, sind der Nutzung von Shared content Grenzen gesetzt. Dies ist im Gesetz entsprechend klarzustellen.

Die Vorgaben in Bezug auf die demokratiefunktionale Bedeutung des publizistischen Angebots der SRG (Art. 21 Grundsätze) und den Hinweis auf den «citizen value» begrüssen wir. Wir unterstützen es, dass ein Gewinnstreben mit der Funktion der SRG als Erbringerin eines Dienstes für die Allgemeinheit als unvereinbar bezeichnet wird. Auch den Inhalt des Leistungsauftrags (Art. 22), die Inhalte für spezifische Bevölkerungsgruppen (Art. 23) sowie die Qualitätsanforderungen (Art. 24) unterstützen wir.

4. Bemerkungen zum regionalen und lokalen Service public

Artikel 46 regelt die Grundsätze für Medienanbieterinnen, die sich publizistisch auf den lokalen, regionalen oder sprachregionalen Raum beziehen und einen Anteil aus der Abgabe für elektronische Medien erhalten. Solche Angebote haben eine besondere demokratierelevante Funktion. Uns fehlen aber Vorgaben für eine flächendeckende regionale und insbesondere sprachregionale Abdeckung für Radio und Fernsehen und damit verbunden langfristige Leistungsvorgaben für einen Service Public in den Regionen. Wir sind zudem der Meinung, dass die bestehenden regionalen Radio- und Fernsehangebote in ihrer Existenz nicht gefährdet werden dürfen. Sie sollen mindestens im bestehenden Umfang finanziert werden. Falls nötig, müssen die Mittel für Medienanbieterinnen mit Leistungsvereinbarung insgesamt erhöht werden. Die Leistungsvereinbarungen sollen zudem gemäss Entwurf in Artikel 53 nur noch für fünf Jahre abgeschlossen werden. Danach muss sich eine Medienanbieterin erneut bewerben. Heute gilt die Konzession für zehn Jahre. Aus Gründen der Planungssicherheit sollte u.E. an der bestehenden Regelung festgehalten werden. Auch den vorgeschlagenen Artikel 47 zum Medienangebot mit regionalen Informationsleistungen sehen wir kritisch. Diese Angebote sind für die demokratische Meinungs- und Willensbildung wichtig. Gemäss Vorschlag des Bundesrats sind nun keine flächendeckenden Versorgungsgebiete wie heute mehr vorgesehen. Vielmehr soll der Bundesrat nur noch schweizweit grossflächige Gebiete definieren, in denen Leistungsvereinbarungen abgeschlossen werden können, aber nicht müssen. Innerhalb dieser Kommunikationsräume sollen Regionen definiert wer-

den, in denen Leistungsvereinbarungen abgeschlossen werden. Ohne die Vorgabe eines flächen-deckenden Versorgungsgebiets befürchten wir aber, dass es Räume geben könnte, die medial nicht ausreichend erschlossen werden und wir stellen die vorgeschlagene Lösung aus Gründen des medialen Service public in Frage.

5. Bemerkungen zum Geltungsbereich des Gesetzes

Das neue Gesetz soll gemäss Artikel 2 nur noch die SRG und schweizerische Fernsehprogramme sowie Medienangebote mit Leistungsvereinbarung regulieren. Die Konzessions- oder Meldepflicht für alle schweizerischen Medienanbieter entfällt. Wir lehnen diese Fokussierung aus grundsätzlichen Überlegungen ab. Es braucht im Minimum eine Meldepflicht für alle schweizerischen Medienanbieter, um Transparenz bezüglich der Besitzverhältnisse, der Anzahl Beschäftigte und des inhaltlichen Fokus zu erhalten. Diese Daten sind wichtig, damit eine Übersicht über die Medienbranche möglich wird. Wir sind zudem der Meinung, dass auch Radiosender ohne Leistungsvereinbarung den Grundsätzen des Gesetzes unterliegen sollen. Dafür spricht, dass sie damit weiterhin Mindestanforderungen unterliegen würden, die nicht von anderen Gesetzen abgedeckt sind. Dazu gehören insbesondere die Pflicht zur sachgerechten Darstellung von Tatsachen und Ereignissen, die Impressumspflicht sowie das Verbot religiöser und politischer Werbung.

6. Bemerkungen zur Verbreitungspflicht

Bei der Verbreitungspflicht in Artikel 64 sind wir der Meinung, dass Präzisierungen nötig sind. Der Vorschlag des Bundesrats beschränkt sich auf lineare Medienangebote, die Gegenstand einer Konzession oder Leistungsvereinbarung sind. Wie aber sieht es mit der Weiterverbreitungspflicht für nicht lineare Angebote aus und wie kann sichergestellt sein, dass Service public-Angebote auf Drittplattformen auffindbar sind?

7. Bemerkungen zum Replay-TV

Die Bestimmung zum zeitversetzten Fernsehen in Artikel 68 adressiert aus unserer Sicht ein bestehendes Problem nicht in ausreichendem Mass. Wir unterstützen mit Nachdruck die Möglichkeit, Replay-TV nutzen zu können. Auf der anderen Seite sollen die Bestimmungen so ausgestaltet sein, dass die Bedingungen für die Fernsehveranstalter nicht nachteilig sind, indem sie durch Überspulen der Werbung hohe Verluste erleiden. Es ist deshalb eine Lösung anzustreben, die es den Programmveranstaltern erlaubt, beim zeitversetzten Fernsehen mitreden zu können. Ausserdem sollen die TV-Sender die Bedingungen für die Übernahme ihrer Programme ins zeitversetzte Fernsehen mit den TV-Verbreitern selbst verhandeln können. Diese Frage soll im Urheberrechtsgesetz geregelt werden.

8. Bemerkung zu den Arbeitsbedingungen

Die Rahmenbedingungen für den besseren Schutz der Arbeitnehmenden bzw. für moderne und faire Arbeitsbedingungen müssen auf gesetzlicher Ebene verbindlich festgeschrieben werden. Journalistische Qualität und Arbeitsbedingungen sind zwei Seiten derselben Medaille.

9. Bemerkungen zur Konzentrationsregulierung

Die Entwicklungen der Medien und insbesondere der Printmedien zeigen deutlich, dass der Journalismus kein Gut ist, das durch den Markt reguliert werden kann. Wir beantragen deshalb die Aufnahme von Massnahmen, die eine wirksame Regulierung der Konzentration im Medienbereich ermöglichen. Ziel muss sein, die Vielfalt der Eigentümer und der Meinungen in allen Medienarten zu stärken. Eine Regulierung, die ganz auf Wettbewerb abstellt und nicht zwischen Medienwirtschaft und "klassischen" Wirtschaftszweigen unterscheidet, kann Vielfalt nicht ausreichend sicherstellen. Die Bestimmungen im Kartellgesetz bzw. im RTVG vermögen die Problematik nicht gezielt zu adressieren, da die Meinungsmacht kein Kriterium ist. Die aktuellen Entscheide der WEKO (Zusammenschluss AZ-Medien mit NZZ-Regionalmedien) zeigen, dass trotz Bedenken der Weko

selber medienpolitische Ziele keine Rolle spielen. Entsprechend verlangen wir im Interesse der Vielfalt Massnahmen zur Konzentrationsregulierung, wie sie verschiedene europäische Länder kennen. In anderen europäischen Ländern wurden spezifische Instrumente zur Regulierung des Prozesses der Konzentration im Medienbereich geschaffen, insbesondere Vorgaben von Kriterien für die Übernahme von bestehenden Medien. Ein derartiges Modell wird beispielsweise in Norwegen und anderen skandinavischen Ländern eingesetzt. Die Lagebeurteilung in diesem Bereich muss auch den Besonderheiten der Medienlandschaft der Schweiz und der direkten Demokratie Rechnung tragen. Die Massnahmen zur Regulierung im Medienbereich müssen selbstverständlich in völliger Unabhängigkeit der betroffenen Medien sichergestellt werden.

10. Bemerkungen zur Transparenz von Besitz- und Eigentumsverhältnissen bei Medienunternehmen

Wir beantragen gesetzliche Rahmenbedingungen, die sicherstellen, dass die Besitz- bzw. Eigentumsverhältnisse von Medienunternehmen offengelegt werden müssen. In einem Land, in dem die Bürgerinnen und Bürger mehrmals pro Jahr über komplexe Vorlagen befinden und wo es gerade auch auf lokaler und regionaler Ebene journalistische Qualität und Vielfalt braucht, sind wir auf eine unabhängige vierte Gewalt angewiesen. Werden Medienunternehmen von Personen oder Organisationen mit einer einseitigen (politischen) Agenda beherrscht, ohne dass dies transparent ist, besteht die Gefahr, dass die freie Meinungsbildung beeinträchtigt wird.

11. Bemerkungen zu den ausländischen Werbefenstern

Ausländische Werbefenster entziehen dem Schweizer Markt pro Jahr über 300 Millionen Franken. Das geschieht ohne jeglichen Gegenwert, denn davon wird nichts in Schweizer Produktionen investiert und deshalb sollte das Mediengesetz in Artikel 12 Absatz 3 dazu genutzt werden, Abhilfe zu schaffen. Ausländische Programme bzw. Sender mit überwiegend an das in der Schweiz lebende Publikum gerichteten Werbefenstern sollten denselben Beitrag an die Schweizer Filmförderung leisten wie inländische Programme, unabhängig davon, wo sich der Sitz des Unternehmens befindet.

12. Bemerkungen zur Verantwortung der grossen Internetplattformen bei der Finanzierung

Auch Online-Anbieter, Plattformen wie Google oder Facebook, sollen für Medienbeiträge, die über ihren Dienst abrufbar sind, einen Beitrag entrichten. Dieser soll für Aus- und Weiterbildung, die direkte Medienförderung sowie die Filmförderung eingesetzt werden. In Europa werden entsprechende Modelle diskutiert und die Schweiz soll nach Lösungen suchen, die praktikabel sind und dem Ziel, die Medienvielfalt zu fördern, dienen.

2. Heute werden Radio- und Fernsehkonzessionen vom Bundesrat (SRG) und UVEK (andere Veranstalter) erteilt, das BAKOM ist Aufsichtsbehörde. Der Gesetzesentwurf sieht eine unabhängige Kommission für elektronische Medien vor, die insbesondere die Service-public-Mandate erteilt (SRG-Konzession, Leistungsvereinbarungen mit anderen Medienanbieterinnen) und beaufsichtigt. Zudem entscheidet sie über die indirekte Medienförderung (Artikel 71 bis 74, siehe unten). Begrüssen Sie die Schaffung einer solchen unabhängigen Kommission?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Der verfassungsrechtlich festgeschriebenen Staatsunabhängigkeit der Medien messen wir höchste Bedeutung bei und würdigen die diesbezüglichen Bestrebungen des Bundesrats. Die vorgeschlagene stärkere Entkoppelung der Medienregulierung von der Exekutive ist grundsätzlich posi-

tiv zu werten. In Demokratien sind unabhängige Medienregulierungsbehörden Standard, um eine politische Einmischung in Medienaufsicht und inhaltliche Fragen zu vermeiden. Auch der Umstand, dass die Mitglieder der KOMEM unabhängige Expertinnen und Experten sein sollen, ist begrüssenswert. Ob die KOMEM, so wie sie vorgeschlagen wird, aber wirklich dazu geeignet ist, für eine bessere Lösung zu sorgen als sie heute besteht, bezweifeln wir. Aus dem Gesetzesentwurf wird nicht klar, ob Vertreterinnen und Vertreter von Medienunternehmen ohne Leistungsvereinbarung oder andere Interessenvertreterinnen und -vertreter Mitglied der KOMEM sein könnten. Aus Gründen der Unabhängigkeit der Mitglieder und damit verbunden der Glaubwürdigkeit der Kommission müsste dies mit einer klaren Formulierung ausgeschlossen werden. Es stellt sich dann aber die Frage, wer als Mitglied in dieser Kommission – neben der Wissenschaft - in Frage kommen würde. Als Wahlorgan ist der Bundesrat vorgesehen und damit ist wieder eine gewisse Nähe zur Exekutive gegeben, die es ja gerade nicht mehr geben sollte. Weiter erachten wir die im Entwurf skizzierte Autonomie in Kombination mit der Machtfülle als zu umfassend. Die nicht genau definierten Kompetenzen bzw. der nur minimal definierte rechtliche Rahmen namentlich bei der Vergabe der Konzession und der Leistungsaufträge lassen grosse regulatorische Eingriffe in die Tätigkeiten der von der Aufsicht betroffenen Veranstalter befürchten. Auch die Aufsichtstätigkeiten, die der KOMEM zukommen würden, sind nicht eindeutig eingegrenzt. Zudem erachten wir die Sanktionen, die die KOMEM ergreifen könnte, als sehr weit gehend.

Fazit: Grundsätzlich befürworten wir die Schaffung einer unabhängigen Medienkommission, beantragen aber, dass die von uns genannten kritischen Punkt in der Botschaft beantwortet werden.

3. Heute erteilt der Bundesrat die SRG-Konzession. Der Gesetzesentwurf sieht die unabhängige Kommission dafür vor. Wer soll Ihrer Meinung nach künftig die SRG konzessionieren?

unabhängige Kommission

Bundesrat

Bemerkungen:

Aufgrund der grossen Bedeutung der Konzession für die Demokratie sind wir der Meinung, dass weiterhin der Bundesrat für die Konzessionserteilung zuständig sein soll. Da zudem der Bundesrat über die Höhe der Mittel, die der SRG zufließen sollen, bestimmt, ist es auch aus Kohärenzgründen wichtig, dass der Bundesrat für die Konzessionserteilung verantwortlich bleibt.

4. Heute hält der Bundesrat das Online-Werbeverbot der SRG in der Verordnung fest. Der Gesetzesentwurf sieht neu vor, das Online-Werbeverbot der SRG im Gesetz zu verankern. Erachten Sie ein solches Verbot auf Gesetzesstufe als richtig?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Wir unterstützen das Online-Werbeverbot für die SRG, beantragen aber, dass dieses weiterhin in der Verordnung geregelt ist. Eine Regelung auf Verordnungsstufe ermöglicht es, allenfalls notwendige Kompensationen für wegbrechende TV-Werbeentnahmen auf einfachem Weg über eine Verordnungsanpassung zu ermöglichen. Heute profitieren vor allem die grossen Internetanbieter von der Online-Werbung in der Schweiz. Diese investieren aber nicht in die Publizistik oder in Schweizer Produktionen und der SRG muss es möglich sein, sich auf dem Markt zu behaupten (siehe auch unsere Ausführungen bei Frage 1).

5. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass der Bundesrat die SRG verpflichten kann, einen Teil ihrer Mittel für Koproduktionen mit privaten schweizerischen Medienanbieterinnen im Bereich Sport und Unterhaltung zu verwenden (Artikel 39). Begrüssen Sie diesen Vorschlag?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Kooperationen zwischen SRG und privaten schweizerischen Medienanbietern bei Sport und Unterhaltung sollten im Sinne des Service public gefördert werden.

6. Der Gesetzesentwurf sieht mehrere indirekte Medienfördermassnahmen vor (Artikel 71-74). Begrüssen Sie solche grundsätzlich?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Wir unterstützen die vorgesehenen indirekten Medienfördermassnahmen mit Nachdruck. Sie tragen dazu bei, professionellen, vielfältigen und qualitativ hochwertigen Journalismus zu fördern.

7. Eine indirekte Medienfördermassnahme betrifft die Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden. Der Gesetzesentwurf sieht vor, Aus- und Weiterbildungsinstitutionen zu unterstützen (Artikel 71). Erachten Sie diese Massnahme als sinnvoll?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Die Anforderungen an den Journalismus sind gestiegen und die Unterstützung der Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden erachten wir im Sinne der Professionalität als zentral. Die damit angestrebte Förderung der Demokratierelevanz der Medien ist zu begrüßen. Adressatinnen der Unterstützung sollen gemäss Entwurf Aus- und Weiterbildungsinstitutionen sein, die Angebote für Medienschaffende elektronischer Medien anbieten. Auch hier verweisen wir auf unsere eingangs erwähnte Haltung, dass der Geltungsbereich zu eng gefasst ist. Die Trennung der Ausbildung für Medienschaffende bei elektronischen bzw. bei Printmedien ist eine künstliche und Artikel 71 Absatz 2 sollte deshalb gestrichen bzw. angepasst werden.

Zum Förderbereich bei der Weiterbildung sollten auch Service-Plattformen von journalistischen NPO's gehören, sofern sie einen direkten und engen Bezug zu demokratierelevanten journalistischen Inhalten haben.

8. Der Gesetzesentwurf sieht als weitere indirekte Medienfördermassnahmen vor, dass Selbstregulierungsorganisationen und Nachrichtenagenturen unterstützt werden können (Art. 72 f.). Stimmen Sie dieser Massnahme zu?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Die vorgesehene Grundlage zur Unterstützung der Selbstregulierung elektronischer Medien, als Beispiel wird der Presserat genannt, der als Selbstregulierungsorgan nicht nur Beschwerdeinstanz ist, sondern auch zur Vermittlung der Standards journalistischer Berufsethik beiträgt, stärkt die journalistische Qualität und das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer und wird von uns unterstützt.

Auch die Unterstützungsmöglichkeit für unabhängige schweizerische Agenturen, die zur journalistischen Qualität gerade auch der kleinen Medien beitragen und allen Medienanbietern offen stehen, begrüssen wir mit Nachdruck. Die Unterstützung der Grundversorgung von Medien sollte sich aber nicht nur auf elektronische Medien beziehen, sondern auf alle Mediengattungen. Die SDA hat eine unverzichtbare Aufgabe als unabhängige Lieferantin von Informationen aus allen Themenbereichen, die für eine Demokratie relevant sind. Abbaumassnahmen aber gefährden die mediale Grundversorgung, insbesondere in der französischen und italienischen Schweiz, aber auch in ländlichen Regionen der Deutschschweiz. Wir begrüssen deshalb den Entscheid des Bundesrats, dass das UVEK eine Leistungsvereinbarung mit einer nationalen Agentur wie der SDA abschliessen kann und dass aus der Abgabe für Radio und Fernsehen jährlich bis zu zwei Millionen Franken verwendet werden können, um die Kosten solcher Agentur-Dienstleistungen zu decken. Es ist eine staatspolitische Aufgabe, die Zukunft unabhängiger journalistischer Medien und insbesondere der einzigen Nachrichtenagentur der Schweiz zu sichern. Die Monopolsituation ist aber zu hinterfragen, vor allem da sich die SDA weitgehend im Besitz ihrer Kunden befindet und diese zunehmenden Druck ausüben und rein betriebswirtschaftlich operieren. Wir fordern deshalb eine nationale Nachrichtenagentur, die sich mit einem gesetzlich verankerten Service public-Auftrag zu einem umfassenden Service public bekennt, der in allen Landesgegenden regional verankert ist, redaktionelle Leistungen in den Amtssprachen Deutsch, Französisch und Italienisch in hoher Qualität anbietet und die Bedürfnisse regionaler Medien aufnimmt. Eine solche Nachrichtenagentur soll nicht profitorientiert sein und eine klare Arbeitsteilung zwischen Journalismus und kommerziellen PR-Tätigkeiten beachten.

Wir beantragen, dass in die Vorlage zum Mediengesetz die Schaffung einer Stiftung als Variante aufgenommen wird, um die genannten Vorgabe zu erfüllen und die nötige Unabhängigkeit zu gewährleisten.

9. Der Gesetzesentwurf sieht die Unterstützung von Nachrichtenagenturen vor (siehe Frage 8). Würden Sie es begrüßen, wenn anstelle einer Nachrichtenagentur die SRG ein Mandat für Agenturleistungen erhalten würde?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Die SRG würde mit einer solchen Bestimmung in einen unerwünschten Rollenkonflikt kommen und andere potenzielle Anbieter konkurrenzieren, was nicht erwünscht sein kann. Die Doppelrolle - die SRG wäre gleichzeitig Kundin und Lieferantin - würde auch die Gefahr eines Interessenkonflikts bergen und es bestünde das Risiko, dass andere Kunden das Angebot nicht im gewünschten Mass akzeptieren. Zudem käme es zu einem Abbau bei der Vielfalt der Angebote und Meinungen.

10. Der Gesetzesentwurf sieht als weitere indirekte Medienfördermassnahme vor, dass innovative digitale Infrastrukturen, die der publizistischen Qualität und Vielfalt dienen, unterstützt werden können (Artikel 74). Stimmen Sie dieser Massnahme zu?

Ja

Nein

Falls ja: was wären aus Ihrer Sicht die Anforderungen an förderungswürdige Projekte?

Bemerkungen:

Konzerne wie Google und Facebook prägen durch ihre Algorithmen das Medienangebot und stellen eine direkte Konkurrenz zu publizistischen Medienanbietern dar, ohne selber in die Publizistik zu investieren. Die vorgesehenen indirekten Fördermassnahmen von innovativen IT-Lösungen, die eine technologische Unterstützung vorsehen, erachten wir in diesem Kontext als sinnvoll. Damit wird gerade auch kleinen und mittleren Medienunternehmen geholfen, die Digitalisierung zu bewältigen.

11. Gibt es neben den erwähnten noch weitere Fördermassnahmen zu Gunsten elektronischer Medien, die Sie als notwendig und sinnvoll erachten?

Ja

Nein

Falls ja: welche?

Bemerkungen:

Bei folgenden weiteren Massnahmen erscheint uns der Förderbedarf gegeben:

1. Nutzungs- und Medienforschung

Die Finanzierung der Nutzungsforschung zugunsten von Mediapulse soll gemäss Gesetzesentwurf entfallen. Dieser Vorschlag läuft den Interessen der regionalen und lokalen Veranstalter entgegen und wir beantragen die Weiterführung der Nutzungsforschung bzw. deren Finanzierung,

wie sie bisher geregelt war. Transparenz bezüglich Reichweite und Akzeptanz von journalistischen Angeboten ist eine wichtige Voraussetzung, um im Interesse des Service public gezielt tätig werden zu können. Regionale Anbieter werden diese Lücke nicht füllen können. Wir sind aber durchaus der Meinung, dass eine Anpassung an das digitale Umfeld angezeigt wäre. Neu sollte auch die konvergente Nutzungsforschung unterstützt werden können. Mit einer Branchenlösung könnte vermieden werden, dass ausländische Veranstalter mit Werbefenster profitieren, ohne sich zu beteiligen. Auch die Medienforschung sollte u.E. aus der Medienabgabe finanziert werden. Politik und Gesellschaft sind auf unabhängige Forschung angewiesen.

2. Förderung von schweizerischen und europäischen Werken

Es braucht Massnahmen, die Innovation und Kompetitivität der Schweizer Medienangebote sowie die unabhängige Produktion fördern. Entsprechende Angebote unterstehen dem Gesetz gemäss Vorschlag aber nur, wenn sie eine Leistungsvereinbarung haben. Lineare Fernsehprogramme ohne Leistungsvereinbarung müssen wenigstens noch Minimalvorgaben einhalten. Online-Angebote hingegen müssen keinerlei Vorgaben berücksichtigen, auch nicht im Bereich Kultur. Damit wird Artikel 71 BV, der festhält, dass der Bund qualitativ hochstehende und vielfältige Werke aus dem Bereich Film fördern kann, nicht respektiert und wir beantragen eine entsprechende Ergänzung. Auch die EU anerkennt, dass die kulturelle Vielfalt auf lokaler Ebene gestärkt werden muss und sieht entsprechende Massnahmen vor. Wir beantragen, dass die europäischen Entwicklungen in das Mediengesetz einbezogen werden, insbesondere die Revision der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Darin wurde eine Ausweitung des Geltungsbereichs beschlossen auf audiovisuelle Inhalte in sozialen Medien sowie ein Mindestanteil von 30 % für europäische Werke für Abrufdienste. Die Schweiz soll entsprechende Vorgaben übernehmen, die der Förderung von Werken aus der Schweiz und aus Europa dienen. Mittelfristig muss das Ziel sein, dass die Schweiz wieder Teil des EU-Programms Creative Europe wird. Das Mediengesetz muss so ausgestaltet sein, dass die Voraussetzungen dafür gegeben sind. Für nationale und sprachregionale lineare Fernsehprogramme soll die Regel, Schweizer Filme zu fördern, gemäss Gesetzesentwurf nur angewendet werden, wenn es sich um Anbieterinnen handelt, die Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilme zeigen. Diese Einschränkung ist aufgrund der Entwicklungen im Medienbereich zu einschränkend und wir beantragen, Artikel 12 Absatz 2 entsprechend zu erweitern.

Auch die Verbreiter von Mediendienstleistungen wie Kabelnetzanbieter oder die Swisscom sollten zur Vielfalt beitragen. Sie sollen u.E. verpflichtet werden können, einen Teil ihres Services für schweizerische und europäische Werke bzw. für unabhängige Produzentinnen und Produzenten zu reservieren.

3. Förderung von Medienkompetenz

Der Förderung der Medienkompetenz von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen ist in Zusammenarbeit mit den Bildungsorganisationen grosse Bedeutung beizumessen. Dabei soll es insbesondere darum gehen, aufzuzeigen, wie Medienunternehmen funktionieren und wie sie, zusammen mit den grossen Plattformen, persönliche Daten gewinnen und verwenden. Es geht auch darum, die Mediennutzerinnen und -nutzer zu befähigen, Fake news von seriösen Angeboten zu unterscheiden.

4. Journalistische Non Profit-Organisationen

Journalistische Non Profit-Organisationen wie beispielsweise „Reporterinnen und Reporter ohne Grenzen“ tragen zu Qualität und Vielfalt bei. Eine minimale Finanzierung dieser Strukturen ist nötig, um deren Überleben zu ermöglichen. Eine Anpassung von Artikel 71 würde dies ermöglichen. Der Artikel soll so angepasst werden, dass auch die Angebote und Dienstleistungen von NPOs im Bereich Journalismus von der Förderung erfasst werden können.

5. Langzeitarchivierung

Artikel 31 sieht eine Langzeitarchivierungspflicht für die SRG vor. Diese Bestimmung sollte ergänzt werden. Der Bund soll die Möglichkeit haben, die Schaffung von gemeinsamen Infrastrukturen für die Langzeitarchivierung von Kulturgut zu unterstützen und wir beantragen eine entsprechende Ergänzung in Artikel 74 Absatz 2 Buchstabe a.