

# ARGUMENTARIUM MASSNAHMENPAKET ZUGUNSTEN DER MEDIEN

## A. Analyse

### Notwendige Antwort auf die Medienkrise

Seit Jahren befinden wir uns in einer Medienkrise. Die Digitalisierung und das Internet setzen sehr vielen klassischen Medien stark zu. Zum einen sind die Werbeeinnahmen ins Netz abgewandert - zu einem guten Teil weg von den Verlagen hin zu den Tech-Giganten wie Google und Facebook. Zum anderen hat das Internet dazu geführt, dass etliche Inhalte im Netz gratis abrufbar sind, was die Konkurrenz viel grösser macht. Der Wohler Anzeiger, die Freiburger Nachrichten oder die Engadiner Post stehen so bei den überregionalen Nachrichten nicht mehr nur mit der Aargauer Zeitung, dem Tages-Anzeiger oder der Südostschweiz in Konkurrenz, sondern auch mit dem Spiegel oder der New York Times. Oder mit Sozialen Medien Instagram, Facebook, Twitter und YouTube. Auf diese Entwicklung reagierten Verlage oft hilflos. Ein Teil des Problems ist hausgemacht, wie beispielsweise die Lancierung von Gratiszeitungen und das Angebot von Gratisinhalten auf Webportalen. Die Folgen der Krise treffen jedoch alle: Medienkonzentration und somit der Verlust der Medienvielfalt und vieler Stellen im Journalismus, ein sichtbarer Abbau von Qualität und die Zunahme von Fake News.

### Systemrelevant für die Demokratie

Für die Demokratie ist qualitativ gute Medienberichterstattung zentral. Wenn es den Medien wirtschaftlich schlecht geht und sie sich allein nicht mehr finanzieren können, ist es die Pflicht eines demokratischen Gemeinwesens, sie zu unterstützen. Denn Journalismus kann man nicht einfach wie andere Tätigkeiten in Billiglohnländer verschieben. Nicht umsonst nennt man die Medien die Vierte Staatsgewalt. Ohne qualitativ hochstehenden Journalismus keine Demokratie. Politische Debatten und das gesellschaftliche Leben auf allen Ebenen brauchen flächendeckende Berichterstattung. Behörden und Geldmächtige brauchen die Kontrolle durch die Öffentlichkeit. In den USA hat sich gezeigt, dass der Niedergang der lokalen Berichterstattung einherging mit niedrigerer Stimmbeteiligung, geringerem politischem Engagement, grösserer Polarisierung und zunehmender Desinformation. So weit sind wir in der Schweiz noch nicht. Aber es könnte auch bei uns soweit kommen.

Medien haben sich im bisherigen Geschäftsmodell zu einem gutem Teil über Werbung und Anzeigen finanziert und nur zu einem geringeren Teil über Leser:innenbeiträge. Fallen erstere Einnahmen weg und wandern gleichzeitig die Leser:innen ab, sinkt das Budget und damit auch die Ressourcen für Recherche und qualitativ hochstehende Berichterstattung. Dies führt wiederum dazu, dass die Medien für die Konsument:innen noch weniger attraktiv sind. Ein Teufelskreis. Eine direkte Demokratie in einem föderalistischen und mehrsprachigen Land ist aber auf gut und korrekt informierte Bürger:innen angewiesen. Der Wohler Anzeiger ist nicht die New York Times, berichtet dafür aber über Politik und das Geschehen in Wohlen. Das ist nicht einfach ersetzbar. Medienvielfalt für unsere Demokratie systemrelevant.

### Austarierter Kompromiss für Medienvielfalt

Damit es auch weiterhin eine vielfältige Medienlandschaft gibt, braucht es mehr Medienfinanzierung. Diese ist nicht neu: Bereits heute gibt es für die gedruckte Presse eine Förderung über die Verbilligung der Posttarife, allerdings nicht für die Frühzustellung von Tages- und Sonntagszeitungen. Ebenso besteht eine Teilfinanzierung von Radio und TV, sowohl von Privaten als auch von der

SRG. Keine Förderung erhalten heute reine Online-Publikationen. Das ist ungerecht und nicht mehr zeitgemäss. Es zementiert traditionelle Vertriebsstrukturen und verhindert Innovationen. Das neue Medienpaket sorgt dafür, dass sowohl bei der Zustellungsförderung als auch bei der Online-Förderung kleine Medienhäuser proportional wesentlich mehr erhalten als die Grossen. Das begünstigt die Vielfalt zusätzlich. Zugleich werden auch die vielgelesenen Publikationen der grossen Verlage angemessen gefördert. Auch das ist richtig. Das Massnahmenpaket ist insgesamt ein austarierter Kompromiss, der zeitlich auf sieben Jahre befristet ist. Das ermöglicht der Branche besser auf die Herausforderungen zu reagieren und gibt der Politik die Zeit, eine innovative Medienförderung für die Zukunft zu entwickeln – ohne, dass in der Zwischenzeit das ganze System wegbricht.

### **Gegensteuer zum Geschäft der Rechtspopulisten**

Die Folgen, wenn wir nichts tun, sind in Ansätzen auch in der Schweiz schon erkennbar, anderswo aber noch ausgeprägter: Publikationen, die von Hedgefonds aufgekauft und ausgeblutet werden, oder von rechten Milliardären aus Propagandagründen betrieben werden. In der Schweiz stecken diese rechtspopulistischen Kreise auch hinter dem Referendum gegen das Medienpaket, weil es ihr politisches Geschäft erschwert. Als nächsten Schritt planen sie eine Volksinitiative, die der SRG die Mittel halbieren würde, um den Service Public weiter zu schwächen. Die Weltwoche, der Nebel-spalter und das Gratismedien-Imperium von Christoph Blocher sind also nur ein Vorgeschmack, wenn wir jetzt nicht Gegensteuer geben.

Für eine funktionierende Demokratie brauchen wir funktionierende, professionell betriebene Medien und eine unabhängige Medienlandschaft. Darum müssen wir als SP uns voll hinter das Medienpaket von Simonetta Sommaruga stellen – und am 13. Februar für ein klares Ja sorgen.

## **B. Das Medienpaket in Kürze**

Das Massnahmenpaket zugunsten der Medien beinhaltet vier Säulen:

### **120 Millionen für indirekte Presseförderung**

Mit der indirekten Presseförderung werden die Posttarife für die Zustellung von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften ermässigt. Diese Förderung wird auf mehr Titel ausgeweitet und von heute 30 auf neu 50 Millionen Franken erhöht. Neu gibt es auch eine Unterstützung der Frühzustellung von Tages- und Sonntagszeitungen im ganzen Land, die 40 Millionen Franken kostet. Unterstützt werden so rund 170 Titel in allen vier Landesteilen. Die Ermässigung fällt für kleinere Publikationen höher aus. Zudem werden auch Mitgliederzeitungen aus einem breiten Spektrum von Stiftungen, Vereinen und Parteien stärker unterstützt. Das sind rund 1000 Publikationen, die neu 30 statt wie bisher 20 Millionen erhalten. Insgesamt werden für den Bereich der indirekten Presseförderung neu 120 Millionen Franken eingesetzt statt den bisherigen 50 Millionen.

### **30 Millionen für Online-Förderung**

Neu sollen Online-Medien mit jährlich 30 Millionen Franken gefördert werden. Auch neue Anbieter sollen dabei mit einer Start-up-Förderung berücksichtigt werden. Kleinere Online-Medien erhalten proportional deutlich mehr Förderung als grössere. Ebenso werden französisch-, italienisch- oder romanischsprachige Online-Medien stärker finanziert als deutschsprachige. Im Online-Bereich werden somit die Vielfalt und der Minderheitenschutz spürbar gestärkt. Als Bemessungsgrundlage dienen die Einnahmen aus Abonnements, Mitgliedschaften, Tagespässen oder andere Beiträge der Leser:innenschaft. Mit der Förderung ist wie bei der Zustellermässigung kein direkter Leistungsauftrag verbunden. Die Unabhängigkeit der Medien bleibt gewährleistet.

## **28 Millionen mehr für private Radio- und TV-Stationen**

Lokalradios und lokale TV-Stationen berichten täglich über Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport vor Ort. Für diesen Service Public werden sie seit Mitte der 90er-Jahre aus dem Gebührentopf der SRG entschädigt, heute mit rund 81 Millionen. Mit dem Massnahmenpaket kann die Unterstützung um maximal 28 Millionen auf 119 Millionen Franken jährlich erhöht werden. Das kommt der regionalen Berichterstattung zugute.

## **28 Millionen für alle Medien**

Auch Teil der Vorlage sind verschiedene Massnahmen, von denen alle Medien profitieren. Dazu zählen insbesondere die Unterstützung von Nachrichtenagenturen, die Förderung für IT-Infrastrukturprojekte, die Stärkung von Aus- und Weiterbildung von Journalist:innen sowie die Stützung von gemeinsamen Organisationen wie dem Presserat. Insgesamt sind zusätzlich maximal 23 Millionen Franken aus dem Gebührentopf für solche Massnahmen vorgesehen, was zusätzlich zu den bisherigen 5 Millionen eine allgemeine Unterstützung von 28 Millionen Franken ergibt.

## **C. Unsere Argumente**

### **Das Medienpaket stärkt die Unabhängigkeit der Medien**

Das Medienpaket stärkt die Unabhängigkeit der Schweizer Medien. Denn die Einflussnahme von Inserenten und mächtigen «Mäzenen», die Medien finanzieren, oder auch von Grosskonzernen ist das grösste Problem für die Unabhängigkeit der Medien. Die im Medienpaket vorgesehene öffentliche Förderung reduziert diese Abhängigkeit und setzt Anreize für mehr Publikumseinnahmen. Zudem bleiben Staat und Medien klar getrennt, es gibt keine Auflagen und Leistungsaufträge für die Verlage. Die Förderung ist im Gesetz transparent ausgewiesen und garantiert. Die politische Haltung oder Linie der Publikationen ist nicht entscheidend. Darum ist die vorgesehene staatliche Medienförderung keine Gefahr, sondern im Gegenteil eine Stärkung für die Unabhängigkeit der Medien.

### **Das Medienpaket sichert den Medien-Service-Public in Stadt und Land**

Während die SRG-Stationen die nationale beziehungsweise sprachregionale Grundversorgung mit Radio- und TV-Programmen sicherstellen, leisten die regionalen Radio- und TV-Stationen einen unverzichtbaren Service Public in ihren jeweiligen Regionen. Die privaten Lokalradios und Regionalfernsehen informieren ihr Publikum umfassend und rund um die Uhr mit Nachrichten zu den wichtigsten Ereignissen im jeweiligen Sendegebiet. Sie sollen gemäss dem neuen Medienpaket mehr Beiträge aus dem Gebührentopf erhalten. Zudem sichert die ausgebauten Förderung für Presse und Online-Medien das Überleben der kleinen und mittleren Medien in den ländlichen Regionen unseres Landes (z.B. Engadiner Post) und stärkt zugleich neue Angebote in den Städten (z.B. die Online-Medien Republik, Bajour).

### **Das Medienpaket ist ein Ausgleich zum wachsenden Einfluss der Tech-Giganten**

Während traditionelle Medien immer mehr unter Druck geraten, sind die grossen Techfirmen wie Facebook, Google oder Tiktok weiterhin auf Erfolgskurs. Viele Werbegelder fliessen von Schweizer Verlagen hin zu diesen Plattformen. Die sozialen Medien leisten keinen redaktionellen Mehrwert und bieten nur eine schwache Kontrolle gegen Desinformation, Fake News und Hate Speech. Die neusten Enthüllungen zu Facebook zeigen, welche Gefahren für die Demokratie von unkontrollierten Plattformen ausgehen können. Das Medienpaket hilft den Schweizer Medien gegen diese Konkurrenz zu bestehen und weiterhin eigene Inhalte zu produzieren.

## **Das Medienpaket ist zeitgemäss und fördert auch Onlinemedien**

Immer weniger Menschen abonnieren gedruckte Zeitungen oder konsumieren lineares TV- oder Radioprogramm. Sie informieren sich lieber online. Heute werden Onlinemedien im Gegensatz zu Zeitungen oder Radio und Fernsehen nicht gefördert. Das ist nicht zeitgemäss. Der Einbezug der Onlinemedien in die Medienförderung anerkennt den Wandel der Zeit und stärkt auch junge und innovative Online-Portale, die qualitativ hochstehenden Journalismus betreiben (Republik, Bajour, Tsüri.ch, Hauptstadt, Il Bernina, Zentralplus etc.).

## **Das Medienpaket leistet einen Beitrag zum Schutz der Demokratie**

Ohne unabhängige Medien und eine qualitativ hochstehende und vielfältige Medienlandschaft gibt es keine Demokratie. Glaubwürdige und fundierte Berichterstattung sind die Voraussetzung für einen informierten politischen Diskurs. Unsere direkte Demokratie und unsere regionale und sprachliche Vielfalt sind umso mehr darauf angewiesen, dass Berichterstattung stattfindet, gerade auch in den Regionen und Gemeinden. Ohne starke lokale und regionale Medien wird die Information der Bevölkerung erheblich geschwächt, was die demokratischen Prozesse in den Gemeinden und Kantonen gefährdet. Das Medienpaket stärkt das Mediensystem und damit die Demokratie in einer heiklen Phase.

## **D. Argumente auf dem Prüfstand**

### **Profitieren nicht vor allem reiche Grossverlage wie Ringier, CH-Media oder die Tages-Anzeiger-Gruppe von Pietro Supino, die Dividenden ausschütten und entsprechend gar keine Förderung brauchen?**

Klar, auch grosse Verlage profitieren von der indirekten Presseförderung und insbesondere von der ermässigten Frühzustellung der Tages- und Sonntagszeitungen. Schlicht und einfach, weil grosse Verlage mehr Zeitungen vertreiben und die Ermässigung pro vertriebene Zeitung ausbezahlt wird. Aber das Gesetz sieht vor, dass die Ermässigung für kleinere Publikationen höher ist als für grössere. Und die Online-Förderung stärkt kleine Medienhäuser noch überproportionaler. Deshalb hat Pietro Supino gegen diesen Erfolg der SP bis am Schluss lobbyiert. Klar ist: Grosse Verlage könnten auch auf die Medienförderung verzichten, weil sie genug profitable Geschäftsfelder haben. Für kleinere Verlage und Publikationen gilt dies hingegen eben nicht. Für sie ist öffentliche Unterstützung überlebenswichtig.

Zudem: Wir können doch nicht alle Journalist:innen und alle Medien und letztlich uns selbst in unserer direkten Demokratie dafür bestrafen, dass Herr Supino sich selbst und der Familie Conix zu viele Dividenden auszahlt!

### **Werden die Medien nicht vom Staat abhängig und damit unkritisch, wenn sie mehr Geld erhalten?**

Nein. Das Gesetz ist so ausgestaltet, dass die Förderbeiträge im Gesetz transparent verankert und über die sieben Jahre Geltungsdauer auch nicht verändert werden können. Zudem gibt es keine Leistungsaufträge und inhaltlichen Bedingungen. Die Einflussnahme von Inserenten oder «Mäzenen», die Medien finanzieren, ist hingegen eine grosse Gefahr für die Unabhängigkeit der Presse. Die Medienförderung ermöglicht es den Medien darum, auch in Zukunft unabhängig zu bleiben. Mit dem Erhalt der Medienvielfalt sinkt auch die Gefahr, dass sich ein unkritischer Journalismus ausbreiten kann.

**Stimmt denn nicht der Spruch «Wes Brot ich ess’, des Lied ich sing»? Werden die Medien nicht noch staatsnahe, wenn sie bedeutende Mittel vom Staat erhalten?**

Die Medien-Teilfinanzierung gibt es heute schon und hat die Unabhängigkeit nie beeinträchtigt. Denn die Unabhängigkeit der Redaktionen hängt von der Professionalität der Journalist:innen und von der Unabhängigkeit der Verlegerschaft ab. Die SRG hat beispielsweise keine Beisshemmungen gegenüber dem Bundesrat oder dem Parlament, wie beispielsweise die kritische Berichterstattung zur Kampfjetbeschaffung zeigt. Zudem sind heute geldmächtige Financiers und grosse Konzerne, die mit dem Entzug von Inseraten oder dem Kauf von Medienhäusern drohen können, eine viel grössere Gefahr für die Unabhängigkeit der Medien. Abgesehen davon stimmt der Spruch nicht immer. Die Schweizer Bauernschaft erhält jährlich Milliarden vom Staat und kritisiert trotzdem bei jeder Gelegenheit den Bundesrat oder die Bundesverwaltung.

**Warum berücksichtigt das Medienpaket nicht auch Gratiszeitungen und Gratis-Online-Portale bei der Förderung? Ist das nicht ungerecht?**

Der grösste Besitzer von Gratismedien ist Christoph Blocher, der seit jeher gegen freie Medien schießt. Damit die Medien in Zukunft weniger abhängig von der Werbung oder solchen mächtigen Financiers werden, brauchen sie auch Einnahmen von ihren Konsument:innen. Darum fördert das Medienpaket genau solche Medien, die es schaffen, Einnahmen bei ihrer Leser:innenschaft zu generieren. Ausserdem wäre eine Förderung von allen Gratismedien schlicht nicht bezahlbar und kaum zu organisieren, weil man keine gesicherte Bemessungsgrundlage hätte.

**Ist die direkte Förderung von Medien, wie sie die Online-Förderung vorsieht, nicht verfassungswidrig? Das sagt doch auch die Wettbewerbskommission.**

Diese Behauptung ist nicht nachvollziehbar. Die Medienkommission des Nationalrats hat mehrere Verfassungsrechtler zur Frage der Verfassungsmässigkeit angehört, die alle zum Schluss gekommen sind, dass die in diesem Gesetz vorgesehene Online-Förderung sehr wohl verfassungskonform ist. Zudem ist gerade die Wettbewerbskommission in Bezug auf die Medien nicht sehr glaubwürdig, da sie bisher noch keine Übernahme im Zusammenhang mit der gefährlichen Medienkonzentration verhindert oder kritisiert hat.

**Finden gute Medien nicht ausreichend Leser:innen, die dafür zahlen? Das Beispiel Republik zeigt doch, es braucht keine Medienförderung.**

Die Republik hat tatsächlich ein gutes Jahr hinter sich und ist seit vergangenem Sommer in den schwarzen Zahlen. Das war aber nicht immer so und die Lage ist wie bei allen Medien fragil. Die Republik ist eine Erfolgsgeschichte, aber diese ist nicht beliebig wiederholbar. Das Online-Medium ist vom Inhalt auch nicht vergleichbar mit einer Tageszeitung, sondern eher mit einer Wochenzeitung. Das heisst, sie deckt nicht alle Ereignisse ab, sondern berichtet selektiv und hat auch keine regionale Berichterstattung. Wichtig ist daher ein breites Angebot, von der Republik bis zu regionalen Zeitungen oder Radios, die für eine vielfältige und thematisch breite Berichterstattung sorgen.