

Eidgenössische Medienkommission – Anhörung 11. November 2014

Es gilt das gesprochene Wort.

Teil 1: Verena Vonarburg, Direktorin Verband Schweizer Medien

Sehr geehrte Damen und Herren

Auch wir von den drei Schwesterverbänden Schweizer Medien, Médias Suisses und Stampa Svizzera, der Interessengemeinschaft der grossen und kleinen privaten Medienhäuser der Schweiz, danken Ihnen für die Möglichkeit, hier sprechen zu dürfen.

Was ist Service public, wenn er nicht einfach als Kampfbegriff verstanden werden soll, der je nach Wetterlage beliebig mit Inhalt gefüllt wird? Wir definieren den Service public wie folgt: Service public im Medienbereich ist das Grundnahrungsmittel für informierte Bürgerinnen und Bürger: Er ist alles, was für die Meinungsbildung und für den Zusammenhalt in einer demokratischen Gesellschaft essentiell, was identitätsstiftend ist.

Auch private Medien, auch Zeitungen und Newsplattformen liefern mit ihren publizistischen Leistungen Service public, von den grossen Zeitungen bis hin zu den regionalen und den lokalen, ganz kleinen Zeitungen. Stündlich, täglich, wöchentlich. Wir Bürgerinnen und Bürger lesen in Zeitungen und auf Newsportalen, informieren uns, stimmen zu, regen uns auf, widersprechen und bilden uns so frei eine Meinung, das heisst, wir können mitreden und vor allem mitentscheiden. Medien tragen als Foren, als Marktplatz der Meinungen, in hohem Mass zu dem bei, was uns als Schweiz ausmacht.

Artikel 93 der Bundesverfassung gibt den Service public konstitutionell aus Sicht von Radio und Fernsehen vor. Wobei Absatz 4 gerne in Vergessenheit gerät, obwohl er die Grundvoraussetzung für eine reichhaltige Medienlandschaft Schweiz bildet. Absatz 4 von Artikel 93 verlangt von Radio und Fernsehen, auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, Rücksicht zu nehmen. Dieser Bestimmung wird heute zu wenig Rechnung getragen, wenn die SRG Ihr Angebot erweitert.

Wir anerkennen die Rolle der SRG in der Medienlandschaft. Es geht uns nicht darum, die SRG abzuschaffen. Unser wichtigstes Ziel ist eine Schweizerische Medienlandschaft ohne Wettbewerbsverzerrungen zwischen der SRG und den privaten Medienangeboten. Die Medienpolitik muss darum besorgt sein, bestehende Marktverzerrungen auszuschalten. Die Schweiz braucht gute Rahmenbedingungen für die Medien, wenn sie ihre für die Demokratie wichtige Medienvielfalt erhalten will.

Früher war jede Mediengattung (TV, Radio, Zeitungen) von der Technologie her in einem bestimmten, eigenen Markt tätig. Heute findet der Wettbewerb zunehmend im Internet statt. Die geltenden Regeln waren für die alte, technologiefokussierte Realität gemacht. Heute sind sie zu ergänzen, um die Wettbewerbsverzerrung im Netz zu vermeiden.



Absatz 4 von Artikel 93 ist aktueller und nötiger denn je: Der gebührenfinanzierte Rundfunk muss auf die anderen Marktteilnehmer Rücksicht nehmen. Er hat sich im Wesentlichen auf die Weiterverbreitung seiner herkömmlichen TV- und Radioangebote zu beschränken und das Angebot nicht unbesehen zu erweitern. Es geht hier um nichts mehr und nichts weniger als um Fairplay. Im Netz trifft die SRG, die von allen finanziert ist und sichere, jährlich steigende Einnahmen hat – die Gebühreneinnahmen steigen wegen des starken Bevölkerungswachstums in der Schweiz jährlich – die SRG also trifft im Netz auf Private ohne Honigtopf.

Private müssen ihr gesamtes Angebot ohne Gebühren- oder Steuergeld finanzieren. Innovation im Netz ist das Zauberwort. Innovation im Experimentierfeld Online ist spannend, ist eine grosse Herausforderung, weckt Erfindergeist, erfordert Risikobereitschaft und kostet Geld. Die gebührenfinanzierte SRG darf aus diesem Grund online nicht auch noch Werbeplatz verkaufen und so noch mehr Einnahmen generieren. Onlinewerbung muss den Privaten vorbehalten bleiben. Wir sind sehr froh, dass uns das Departement Leuthard jüngst einmal mehr zugesichert hat, das Onlinewerbeverbot für die SRG bleibe bestehen. Auch in Deutschland ist den Öffentlich-Rechtlichen die Onlinewerbung richtigerweise untersagt. Dadurch wird Wettbewerbsverzerrung vermindert. Die SRG soll unseres Erachtens zudem verpflichtet werden, ihre TV-Werbezeit zu kostendeckenden Preisen zu verkaufen. So werden Dumpingpreise der SRG verhindert, wie man diese zum Beispiel heute im Tessin findet.

Unser wichtigstes Anliegen neben dem Thema Onlinewerbung ist das Folgende: Bürgerinnen und Bürger bezahlen den Service public der SRG. Diese von der Allgemeinheit finanzierten Inhalte dürfen nicht das private Angebot konkurrenzieren. Möchten Dritte auf das Material der SRG zugreifen und ihr publizistisches Service-public-Angebot im Internet mit SRG-Inhalten ergänzen, soll es kostenlos zur Verfügung stehen.



Teil 2: Daniel Hammer, Generalsekretär Médias Suisses

Die digitale Revolution hat eine völlig neue Situation geschaffen. Die Medienkonsumgewohnheiten haben sich bereits stark verändert. Wir konsumieren Medien auf zahllosen Kanälen, weiterhin auch auf Papier. Neue Medien ergänzen das Traditionelle. Zukunftsgerichtete Medienpolitik heisst Neues fördern und Bewährtes weiterhin ermöglichen. Der Service public régional wird sehr stark auch von lokalen und regionalen Zeitungen erbracht. Wir setzen uns darum weiterhin ein für die indirekte Presseförderung mittels Posttaxenverbilligung. Dies als unerlässliche Massnahme in Zeiten des Umbruchs in der Medienlandschaft.

Für Printprodukte steigen die Kosten für die Distribution ständig. Um in Zeiten des Transformationsprozesses die Printmedien zu unterstützen, die für den demokratischen Diskurs auf allen föderalistischen Ebenen (lokal, regional, national) nach wie vor eine zentrale Rolle spielen, sollte der Bund eine Unterstützung der Distribution als Infrastrukturbeitrag gewähren. Zeitungen und Zeitschriften in der Schweiz sollen in der Früh- und der Tageszustellung zu einem fixen Preis pro Stück transportiert werden. Die Post wird dafür entschädigt. Die flächendeckende und kostengünstige Zeitungszustellung ist ein wichtiger Service public zu Gunsten der Bürgerinnen und Bürger.

Wir sind schliesslich wie die EMEK auch dafür, dass die sda als Service-Public-Anbieterin par excellence für deren Leistungen stärker vom Bund entschädigt wird. Das ist eine ideale, nicht marktverzerrende Massnahme.

Medien sind immer stärker multimediale Plattformen, welche die unterschiedlichen Mediengattungen kombinieren. Sie werden zunehmend zu Trägern des Service public. Die SRG soll sich entwickeln dürfen, immer aber nur in dem Mass, wie sie die Entwicklungsmöglichkeiten der Privaten nicht bedroht. Rücksichtnahme ist nicht nur Verfassungsgebot, sondern gehört zur erfolgreichen Schweizer Kultur.