

Service public: Harzige Debatte

Die Debatte zum «Service public» im Medienbereich verläuft harzig. Nur wenige Parlamentarier sind bereit, den Status quo zu hinterfragen und den staatlichen Grundversorgungsauftrag offen zu diskutieren.

von Gregor Rutz, Nationalrat
Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Die Abstimmung vom Juni 2015 zeigte: Die Bevölkerung will eine medienpolitische Grundsatzdiskussion. Nur 3'649 Stimmen führten damals zur hauchdünnen Annahme der neuen Mediensteuer. Trotzdem: Viele Politiker bekundeten Mühe mit der Vorstellung, sich vom SRG-Monopol zu lösen und auch im Medienbereich mehr Markt und Vielfalt zuzulassen. Wer kritische Fragen stellt, wird als «SRG-Gegner» gebrandmarkt. Privaten Medien wird mangelnde Qualität unterstellt. Kommerzielle Interessen gelten als minderwertig. Der Glaube an staatliche Massnahmen ist bedenklich.



Schwacher Bericht des Bundesrats

Leider ist der «Service public»-Bericht des Bundesrates keine Basis für die medienpolitische Debatte. Die einseitigen Ausführungen überzeugen nicht; zu sehr sind Exekutive und Verwaltung im Status quo verhaftet. Dies irritierte auch die Wettbewerbskommission, welche darauf hinwies, dass es «Grenzen eines öffentlich finanzierten Angebots» gebe und auch hier der Markt zu spielen habe.

Die Realität indes präsentiert sich anders: Die SRG betreibt heute 7 TV- und 17 Radio-Programme sowie diverse Websites. Etliche Programme sind direkte Konkurrenzprodukte zu privaten Angeboten. Die Debatte um die Spartenradios Swiss Pop und Musikkwelle dokumentiert es. Ra-

dio Swiss Pop ist ein Musikkanal ohne Moderation. Dies schätzen Restaurants und Kleiderläden. Doch ist es Staatsaufgabe, Hintergrundmusik für Gewerbebetriebe auszustrahlen?

Die Musikkwelle wiederum produziert ein beliebtes Programm mit volkstümlicher Musik. Die SRG rief den Sender anno 1996 ins Leben. Kleines Detail: Mit Radio Eviva besteht seit 1992 ein privatwirtschaftliches Pendant. Radio Eviva leidet unter der staatlich finanzierten Konkurrenz. Ist es richtig, dass die SRG private Unternehmen konkurrenziert, um Reichweite und Marktanteile zu gewinnen? Bestimmt die Konzession nicht genau das Gegenteil?

SRG nicht Teil des Markts

Service public ist, so die Wettbewerbskommission, «nicht ein eigenes Angebot, welches sich im Markt gegen die Privaten behaupten muss», sondern eine Ergänzung des Marktangebots. Trotzdem wächst das Online-Angebot der SRG, und sie ist zunehmend in Bereichen tätig, die private Anbieter schon abdecken. Mit Admeira strebt die SRG eine führende Rolle in der Werbevermarktung an. Von solchen Aktivitäten steht nichts in der Konzession.

Die SRG muss sich aus konzessionsfremden, privatwirtschaftlichen Bereichen zurückziehen. Programme, die nichts mit «Service public» zu tun haben – zum Beispiel die Ausstrahlung ausländischer TV-Serien – sind privaten Anbietern zu überlassen. Dass die Grundversorgung Informationen und Nachrichten umfasst, ist unbestritten. Dass in kleinen Sprachregionen mehr staatliche Leistungen nötig sind, ist ebenfalls klar. Dass bei Kultur und Sport geprüft werden soll, wo mehr Wett-

Editorial



Konstruktiv statt einseitig

In der Diskussion über den «Service public» gehen die Wogen derzeit hoch. Während es im Nationalrat zunehmend Vorstösse und Voten in Richtung einer freiheitlichen Medienpolitik gibt, verkommt der Ständerat zum verlängerten Arm der SRG.

Aufgeschreckt durch die liberalen Forderungen aus dem Nationalrat hat die SRG das Lobbying intensiviert – auf Kosten der Steuerzahler. Die Parlamentarier wurden von Roger de Weck persönlich bis zur letzten Minute bearbeitet, so dass in der Frühlingssession der Vorschlag für eine Mitsprache des Parlaments bei der SRG-Konzession knapp scheiterte. Die SRG überlässt nichts dem Zufall: Kantone, Städte, Kultur-, Sport- und Wohltätigkeitsorganisationen, aber auch Religionsgemeinschaften und Wirtschaftsverbände werden aktiv bearbeitet. Alle sollen ein Bekenntnis für die SRG und gegen die «No Billag»-Initiative aussprechen. Ein massvoller Gegenvorschlag soll um jeden Preis verhindert werden. Steuerzahler, Konsumenten, aber auch die privaten Medienunternehmen gehen völlig vergessen.

Darum braucht es die Aktion Medienfreiheit: Wir engagieren uns für faire und freiheitliche Rahmenbedingungen für private Anbieter. Um die Meinungsvielfalt in unserer Demokratie zu gewährleisten, braucht es Medienvielfalt. Dazu braucht es eine offene Service public-Diskussion mit dem Ziel, künftig ein konstruktives Nebeneinander von SRG und Privaten zu haben.

Ich freue mich auf Ihre Teilnahme an der Mitgliederversammlung vom 15. Mai. Unser Gastreferent Roger Blum wird über seine anspruchsvolle Tätigkeit – dem Vermitteln zwischen Bürgern und Journalisten – als neuer Ombudsmann der SRG Deutschschweiz berichten.

Natalie Rickli, Nationalrätin
Präsidentin Aktion Medienfreiheit

bewerb möglich ist, scheint hingegen auch unproblematisch. Es geht schlicht darum, dass die SRG nicht alles, was Private machen, parallel auch noch macht.

«Service public» als Ergänzung

Die medienpolitische Debatte interessiert den Bundesrat kaum. Während das Parlament erst diskutiert, arbeitet man bereits

mit Hochdruck an einem neuen Mediengesetz. Obwohl völlig unklar ist, ob das Parlament so ein Gesetz überhaupt wünscht. Die Regierung will die «No Billag»-Initiative ohne Gegenvorschlag durchwinken, obwohl noch Gerichtsverfahren laufen, die den Bund zwingen, den Gebührenzahlern die zu Unrecht erhobene Mehrwertsteuer zurückzuzahlen.

Wer einen guten «Service public» möchte, muss sich der Diskussion über die «No Billag»-Initiative stellen. Ein Überdenken des SRG-Auftrags – und auch eine Senkung der Gebühren – ist zwingend, wenn man die Existenz der Verleger und privaten Anbieter nicht kaputt machen will. ■ ■

Online-Journalismus: Erst schreiben, dann nachrecherchieren

Gerne rufen Online-Journalisten morgens zwischen 9 und 10 Uhr an und wollen eine Stellungnahme zu irgendetwas, was sie auf dem Arbeitsweg gesehen oder ein «Leserreporter» ihnen zugetragen hat. Die Stellungnahme muss sofort kommen, denn der Artikel muss um 12 Uhr bereit sein, wenn offenbar viele Leute in den Büros akuten Newshunger verspüren.

von Filippo Leutenegger



Der Zeitdruck ist enorm, und die Online-Schreiber geben den Druck ungefiltert weiter an die Leute, die Auskunft geben sollen. Ob diese gerade etwas anderes zu tun hätten und ihre Arbeit nicht immer stehen und liegen lassen können, um den

Journalisten zu bedienen, interessiert kein bisschen. Auch der Inhalt der Auskunft interessiert den Journalisten nicht zwingend, Hauptsache, es ist ein O-Ton im Artikel, weil es sich theoretisch so gehört.

Bei diesem Tempo passieren oft Fehler. In der Regel ist das kein Drama. Die Online-Redaktionen sind meist unkompliziert bereit, Fehler zu korrigieren. Allerdings habe ich es schon mehrmals erlebt, dass Fehler online korrigiert wurden, aber am nächsten Tag trotzdem im Print erschienen sind.

Ich mache mir keine Illusionen, dass die Entwicklung im Online-Journalismus Richtung Mid-Risk-Journalism geht, will heissen: Man lässt einen Ballon steigen, obwohl man nicht sicher ist, ob er korrekt gefüllt ist. Es muss aber auch für Online-Medien eine rote Linie geben. Die ist noch nicht ausgehandelt, es gibt dazu noch keine vorherrschende Meinung. Ich bin der Ansicht: Auch in Online-Medien sollte es nicht vorkommen, dass man einen Artikel publiziert, ohne die Stellungnahme der Angeprangerten abzuwarten.

Die Entwicklung beim Journalismus, insbesondere im Internet, geht zum Primat der Schnelligkeit. Der Auskunftgeber, zum Beispiel die Verwaltung, darf diese Entwicklung nicht mitmachen. Die Verwaltung muss beim Primat der Genauigkeit bleiben, denn eine falsche Auskunft durch eine Behörde kann grosse Auswirkungen haben. Die unterschiedliche Priorisierung – Schnelligkeit gegen Genauigkeit – wird zunehmend Probleme bereiten. Und Konflikte. Der Journalist will auf Teufelkomma rasch Fakten und Stellungnahmen vom Amt. Mitunter sogar begleitet von der Drohung, bei nicht sofortiger Antwort zu behaupten, man habe keine Stellung nehmen wollen. Der Journalist kommt sich dann wahnsinnig kritisch vor, dabei ist er einfach nur dreist.

Viele streiten mit Lust über Standpunkte und werden gerne von gut dokumentierten Journalisten mit kritischen Fragen konfrontiert. Aber sie wollen nicht mit Halbwissen, Halbwahrheiten und handwerklichen Fehlern von gehetzten Journalisten angeschwärzt werden. ■ ■

Medienpolitik: Mehr Freiheit, weniger Staat auch in der Medienwelt?

Die Medienwelt wandelt sich. Nicht nur die Seite der Anbieter ist dabei betroffen, sondern auch jene der Nachfrager. Mit neuen technologischen Möglichkeiten, der industriellen Revolution 4.0 und steigenden Ansprüchen sehen die Bedürfnisse des heutigen Medienkonsumenten anders aus als noch vor ein paar Jahren. Der Konsument will Nachrichten, die auf ihn zugeschnitten sind, und dies zu einem möglichst tiefen Preis.

von Andri Silberschmidt, Präsident Jungfreisinnige, Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Die Medienlandschaft reagiert auf diese Entwicklungen, indem sie neue Abonnements-Angebote schafft. Die privaten Verlage stehen im knallharten Wettbewerb um zahlende Kunden, ob seitens der Leserinnen und Leser oder seitens des Werbemarktes. Es entstehen auch neue Geschäftsmodelle, die sehr erfolgreich sind, sofern sie die Kundenbedürfnisse erfüllen.

Nicht nur im Print, sondern auch im TV wie im Radio wandelt sich das Geschäft auf eine rasante Art und Weise. Das einzige, was sich in den letzten Jahren nicht gewandelt hat, ist die Schweizer Medienpolitik. Wir gehören weltweit nach wie vor zu einer der Nationen mit den höchsten Gebühren für TV und Radio. Die Gebühr wird unabhängig vom Konsum der damit finanzierten Leistungen geschuldet. Ob-

wohl die Produktion von TV und Radio Jahr für Jahr dank dem technologischen Fortschritt günstiger wird, ist der Topf an öffentlichen Gebühren stets angestiegen. Dieses System ist konsumentenfeindlich. Die Politik ist der Meinung, dass jeder Haushalt über CHF 450 pro Jahr für etwas zahlen muss, was man gegebenenfalls nicht oder nur zum Teil konsumiert. Die aktuelle Medienpolitik hat nicht nur einschneidende Konsequenzen für die Haushalte zur Folge – sie hinterlässt auch demokratiepolitisch einen faden Nebengeschmack.

Mit der RTVG-Revision wurden die privaten Medienschaffenden durch eine Erhöhung ihres Gebührenanteils ins Boot geholt. Jegliche Verbesserungen im Wettbewerb der Verlage und privaten TV-Stationen

(sei es im Bereich der Werbung, im Bereich der Konkurrenzierung im Onlinebereich oder im Bereich der Transparenz) sind abhängig vom politischen Goodwill. Wir sind auf dem Weg in Richtung Staatsmedienlandschaft, und das wollen wir alle nicht.

Die «No Billag»-Initiative ist eine Variante, um auf die aktuellen Entwicklungen zu reagieren. Sie fordert, dass auf nationaler Ebene in der Schweiz keine Gebühren oder Steuern zur Finanzierung von Radio oder TV erhoben werden dürfen. Somit hätte jeder Haushalt über CHF 450 mehr Kaufkraft pro Jahr.

Neben dem Weg über eine Volksinitiative gäbe es aber auch den parlamentarischen Weg, um Verbesserungen im System herbeizuführen. Leider stockt es in der Medienpolitik vor allem im Ständerat. Dabei gäbe es sinnvolle Stossrichtungen hin zu einer freieren Medienlandschaft, ohne den Geldhahn von heute auf morgen zuzudrehen. Man könnte beispielsweise sämtliche Leistungen, die man als «Service public» definiert, ausschreiben und mit dem Anbieter entsprechend Leistungsvereinbarungen abschliessen. Dies hätte zur Folge, dass der Wettbewerb unter den Medienhäusern gestärkt würde. Eine weitere Möglichkeit wäre, die Tätigkeiten des mit öffentlichen Geldern finanzierten «Service public» enger zu definieren.

Als junger Zeitgenosse stimmt es mich nachdenklich, dass Bundesbern die Chance verpasst, die Gesetze nur ansatzweise an die heutige Realität anzupassen. ■■



Herbstanlass bei der Basler Zeitung

Am Herbstanlass vom 10. November 2016 gewährte uns Chefredaktor Markus Somm einen spannenden Einblick hinter die Kulissen der Basler Zeitung. Mit seinem vielseitigen und interessanten Referat über die Geschichte und den Aufbau der Basler Zeitung sowie der spannenden Führung durch die Redaktion, begeisterte er die zahlreichen Besucher und Mitglieder der Aktion Medienfreiheit. In seinen Ausführungen wies Markus Somm auf die schwierigen Rahmenbedingungen hin, mit welchen viele Verleger zu kämpfen haben. Sinkende Auflagen und ein hart umkämpfter Inseratemarkt erschweren die unternehmerische Situation. Die Zeitungen ver-

lagern ihre Aktivitäten zunehmend in den Online-Bereich. Via Newsportale können zusätzliche Leser und Reichweiten gewonnen werden, was wiederum Refinanzierungsmöglichkeiten eröffnet. So können die sinkenden Werbeeinnahmen zumindest teilweise kompensiert werden. Umso wichtiger, so Somm, ist es, dass für die SRG hier auch künftig ein Werbeverbot gilt.

Das Fazit für die Teilnehmer: Für die Verleger ist er enorm wichtig, dass sich die Aktion Medienfreiheit auch künftig für unternehmerfreundliche Rahmenbedingungen einsetzt.



Chefredaktor Markus Somm und Nationalrätin Natalie Rickli

Podium zum Service public



Nationalrat Gregor Rutz, Nationalrat Hans-Ulrich Bigler, Nationalrätin Regula Rytz, Nationalrat Martin Candinas (v.l.n.r.).

Unter dem Motto «Weniger Staat, mehr Freiheit – auch im Medienbereich?» veranstaltete die Aktion Medienfreiheit am 2. Februar 2017 zusammen mit dem Schweizerischen Gewerbeverband eine öffentliche Informationsveranstaltung in Bern. Im Zeitalter des digitalen und technologischen

Wandels ist die Diskussion über die künftige Ausrichtung der Medienpolitik nötiger denn je. Ziel der Veranstaltung war es, den Gästen einen vertieften Einblick in die Haltung der verschiedenen politischen Exponenten zu verschaffen.

Der Begrüssung von Präsidentin Natalie Rickli (SVP) folgte ein eloquent vorgelegtes Referat von Andri Silberschmidt, Präsident der Jungfreisinnigen Schweiz. Die Anwesenden erlebten anschliessend eine spannende medienpolitische Grundsatzdiskussion mit den Nationalräten Regula Rytz (Grüne), Martin Candinas (CVP), Hans-Ulrich Bigler (FDP) und Gregor Rutz (SVP). Hauptthema war die bevorstehende «Service public»-Debatte im Nationalrat. Welche Leistungen müssen zwingend über den Staat finanziert werden? Wo wären Private genau so gut wie die SRG in der Lage, Angebote zu erbringen? Wo konkurrenziert die SRG mit Gebührengeldern private Anbieter und provoziert so Wettbewerbsverzerrungen? Diese und andere Fragen konnten die anwesenden Mitglieder, Behördenvertreter und Journalisten beim anschliessenden Aperó diskutieren.

Wichtige Informationen und Daten:

15. Mai 2017 Mitgliederversammlung in Zürich
22. November 2017 Herbstanlass bei green.ch AG in Lupfig

Impressum

Aktion Medienfreiheit
Postfach 470
8702 Zollikon
info@medienfreiheit.ch
www.medienfreiheit.ch