

Keine neue Mediensteuer

Wer die RTVG-Revision befürwortet, verkennt die rasch ändernde Medienwelt. Mit dieser Revision wird das Pferd vom Schwanz her aufgezäumt: Zuerst sind die SRG-Aufgaben im modernen «Service public» zu klären.

von Christian Wasserfallen,
Nationalrat, Vizepräsident Aktion Medienfreiheit

Das neue Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) vollzieht einen gravierenden Systemwechsel von einer Gebühren-Finanzierung hin zu einer neuen Mediensteuer. Dies ohne zuerst den «Service public»-Auftrag der SRG zu klären. Das Pferd wird vom Schwanz her aufgezäumt und ein gefährlicher steuerpolitischer Präzedenzfall geschaffen. Wer jetzt dem geänderten RTVG zustimmt, zementiert die SRG, wie sie ist, und verkennt die künftige, dramatisch ändernde Medienwelt. Das hilft weder der SRG noch den privaten Medienhäusern, und schon gar nicht den Steuerzahlern. [Aus diesen Gründen ist die RTVG-Revision am 14. Juni 2015 abzulehnen.](#)

Einige Fakten:

- Nach Artikel 93 der Bundesverfassung leistet die SRG einen Beitrag zur Bildung, kulturellen Entfaltung, freien Meinungsbildung und Unterhaltung. Sie berücksichtigt die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.
- Die SRG betreibt heute 7 TV- und 17 Radiosender in allen Sprachregionen des Landes.
- Allein Swisscom TV hat heute 1 Million Kunden, wovon ca. 80% zeitversetzt mit der Rückspulfunktion fernsehen.
- 91% der Haushalte haben Breitband Internet.
- Die SRG hat ein Gesamtbudget von 1,6 Mrd. Franken. Davon entfallen rund 350 Mio. Franken auf kommerziellen Ertrag.
- Die Billag-Gebühr ist gemäss SRG von 1990 bis heute von 279 auf 462 Franken gestiegen (+ 65%).
- Neu sollen private Medienanbieter 27 Mio. Franken mehr aus den Erträgen der Mediensteuer erhalten.

Diese Zahlen zeigen eindrücklich, welche dominante Stellung die SRG in unserem Land hat. Private Medienhäuser werden mit neuen Geldern angelockt, damit sie ja keinen Widerstand gegen die neuen Regelungen leisten – fatal.

Mit dem neuen RTVG wird zusätzlich versucht, in einer Art Opfersymmetrie mit einer Doppelbelastung für Privatpersonen und Firmen die Mediensteuer so aufzuteilen, dass die Zahlungslast für die Einzelnen sinken würde. Nur: Firmen hören kein Radio und schauen schon gar nicht fern. Diesem Vorgehen ist schon nur deshalb klar zu misstrauen. Die starke Steigerung der Abgabenglast in den letzten Jahrzehnten (+65%) spricht zudem eine andere Sprache und lässt auf weitere signifikante Steigerungen schliessen. Nur eine konsequente inhaltliche Definition der «Service public»-Aufgaben im digitalen Zeitalter sowie eine Kosteneffizienz-Steigerung der SRG werden zu massvollen Gebühren führen. Doch genau dieser Diskussion entzieht sich die vorliegende RTVG-Revision. Erst danach darf es darum gehen, wer wie viel dafür zahlen soll – nicht umgekehrt.

Nötige Diskussion zum kosteneffizienten «Service public» jetzt führen – ein Vorschlag für eine schlanke SRG in der künftigen digitalen Medienwelt:

1. Sprachregionen ausgewogen berücksichtigen: Je kleiner eine Sprachregion, desto mehr «Service public» muss ein Staats-Medienhaus liefern. Oder präzise ausgedrückt: Die rätoromanische Schweiz braucht mehr mediale «Service public»-Inhalte als die deutsche Schweiz. Trotzdem funktioniert die SRG-Welt umgekehrt.

Weiter auf Seite 2 ►

Editorial

Innovation statt Subvention



Am 14. Juni stimmen wir über die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) ab. Dahinter verbirgt sich die Einführung einer neuen Billag-Mediensteuer: Künftig sollen alle Haushalte bezahlen – auch wenn gar kein Empfangsgerät vorhanden ist. Sogar Blinde und Gehörlose werden künftig zur Kasse gebeten. Unternehmen werden zusätzlich abgezockt, dabei können juristische Personen gar nicht fernsehen oder Radio hören. Die Aktion Medienfreiheit lehnt diese neue Steuer ab und empfiehlt daher ein NEIN am 14. Juni! Ich hoffe, die Stimmbürger durchschauen diese un gerechtfertigte, unangebrachte und unfaire Mediensteuer. Dies wäre ein Signal für eine Trendwende in der schweizerischen Medienpolitik.

Vor der Sicherstellung der langfristigen Finanzierung der SRG hätte sowieso der sogenannte Service Public eng definiert und die Gebühren gesenkt werden müssen. Das würde mehr Freiheiten für private Anbieter und somit mehr Medienvielfalt bedeuten. Stattdessen machen sich Bundesrat und Parlament daran, neue Formen der staatlichen Medienförderung zu entwickeln. Vorstandsmitglied Gregor Rutz zeigt in seinem Artikel auf, warum Innovation gefragt ist und nicht Subventionen.

Ich freue mich, Sie für die Mitgliederversammlung vom 18. Mai einzuladen. Als Gastreferenten dürfen wir Roger Harlacher, Direktor Marketing & Verkauf von Zweifel Pomy-Chips AG und Direktor des Schweizerischen Werbeauftraggeberverbandes (SWA) begrüssen. Medienvielfalt und eine liberale Werbeordnung sind auch für die Werbeauftraggeber zentral.

Natalie Rickli

Natalie Rickli, Nationalrätin
Präsidentin Aktion Medienfreiheit

Die meisten SRG TV- und Radio-Sender grasen in der deutschen Schweiz. Das ist falsch.

2. Subsidiarität im Medienbereich zugunsten der privaten Medienhäuser stärken: Wenn es Private gibt, die mit ausreichender Qualität TV- und Radio-Angebote produzieren können, soll sich die SRG zurückhalten. Artikel 93 der Bundesverfassung umschreibt die Aufgaben der SRG präzise. Gerade beim Begriff «Unterhaltung» ist für die SRG verstärkt Zurückhaltung geboten. Es ist möglich, dass spannende Fussballspiele in der Champions-League oder Unterhaltungssendungen wie «Voice of Switzerland» oder «Supertalente» auf privaten TV-Sendern gezeigt werden. Das entlastet das SRG-Programm und spart Kosten. Der Schweizer Sender 3+ zeigt beispielsweise sehr erfolgreich die Sendung «Der Bachelor». So muss es gehen.

3. Angebote für das webbasierte Medienzeitalter formen und reduzieren: Das Internet-Zeitalter verändert den Medienkonsum wesentlich. Swisscom-TV hat heute schon über 1 Million Kunden, wovon 80% nicht mehr nur linear, d.h. live fernsehen. Die Rückspul-

funktion ist äusserst beliebt. Im Radiobereich sind viele Programme auf DAB+ national verfügbar und mittels online Streaming können Hunderte von privaten Programmen gehört werden. Das heisst nichts anderes, als dass endlos-Musikradios wie Swiss Pop oder ein Jugendsender wie Radio Virus in der Deutschschweiz nicht mehr notwendig sind. Auch SRF 3 entwickelt sich immer mehr zur direkten Konkurrenz zu den zahlreichen tollen Privatradios. Im TV-Bereich sind insbesondere Infokanäle unnötig. Wenn immer mehr die Rückspulfunktion über Web-TV genutzt wird, kann das Programm eines Senders massiv gestrafft und die Ausrichtung auf lineares Fernsehen reduziert werden. Eine Informationssendung wie auch einen Krimi kann man schauen, wann man will. Ausländische TV-Serien, die eingekauft werden müssen, um das lineare Programm zu füllen, braucht es so nicht mehr. Damit werden Kosten gesenkt (Punkt 5) und die Subsidiarität gestärkt (Punkt 2).

4. Online Inhalte der SRG für Private ohne redaktionelle Bearbeitung nutzbar machen: Die SRG-Video- und Audiobeiträge sind den privaten Medienanbietern möglichst kosten-

frei zur Verfügung zu stellen. Statt immer mehr die online Präsenz auszubauen, muss die SRG im Internet eine funktionale Audio- und Videothek anbieten, die echten «Service public» darstellt. Die redaktionelle Verwertung der Bilder und Töne soll Aufgabe der Privaten sein.

5. Kostentransparenz bei der SRG schaffen und Kosteneffizienz steigern: Wenn schon Mediensteuern eingeführt werden sollen, dann hat die Mittelverwendung erst recht transparent zu sein.

Wenn private TV-Stationen mit mir ein Interview führen, rückt eigentlich immer nur eine Person an, welche die Videokamera führt, Fragen stellt und für das Redaktionelle verantwortlich ist. Bei der SRG sind zig Personen nötig, um die gleichen Inhalte zu fertigen. Besonders auch die teuren Eigenproduktionen müssen überdacht werden. Die Kosten für eine Sendeminute der SRG, welche aufgrund fehlender Kostentransparenz nicht wirklich ersichtlich sind, dürften deutlich höher sein als jene der privaten Sender. ■ ■

Liberaler Medienpolitik unter Achtung der Schweizer Landesvielfalt

Die kulturelle Vielfalt prägt die Schweiz. Diesem Reichtum gilt es Sorge zu tragen – auch in der medienpolitischen Diskussion.

von Marco Romano, Nationalrat, Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Die Vielfältigkeit der Schweiz ist ein prägendes Element unseres Landes. Je nach Betrachtung findet man Pluralität, sei es in der Landschaft sei es in den soziokulturellen Charakteren der Bevölkerung. Vier Sprachen und Kulturen sowie unterschiedliche Lebensgewohnheiten koexistieren in Respekt einer institutionalisierten und gelebten Pluralität. Im Vergleich zu anderen Ländern stützt sich die Existenz der Schweiz stark auf diese Vielfalt; Föderalismus und Subsidiarität gehören zu den Grundelementen. So werden in den eidgenössischen Räten mindestens drei Sprachen gesprochen. Der Internetauftritt des Bundes wird in allen vier Landessprachen geführt. Die SSR SRG bietet ein breites Angebot in vier Sprachen, aber keine Zeitung und kein Onlinemedium schafft die Hürde der Mehrsprachigkeit komplett zu überspringen; das Angebot bleibt de facto regional.

Rein utilitaristisch und betriebswirtschaftlich betrachtet, birgt dieses vielfältige Konstrukt – sowohl für Private als vor allem für die öffentliche Hand – hohe Kosten mit sich. Mehr Einheit würde mit Sicherheit zu

weniger Ausgaben führen. Die schweizerische Vielfalt ist aber ein wertvoller Reichtum für unser Land.

Diese Grundsätze fehlen mir persönlich, wenn ich die medienpolitische Diskussion auf nationaler Ebene betrachte. Die öffentliche Debatte verläuft je nach Landesgegend unterschiedlich. Nicht nur, weil man anders denkt, sondern vielmehr, weil je nach Region die heutige Realität als auch die Rahmenbedingungen für die mittelfristige Zukunft sehr unterschiedlich sind. Bestehendes Angebot, Konkurrenzsituationen und Werbepotential im Raum Zürich können nicht mit der Situation im Tessin oder in den italienischen Tälern des Bündnerlands verglichen werden. Die Anzahl Rundfunkhörer, Fernsehzuschauer und Zeitungsleser variiert massiv. Das ausländische Angebot wirkt anders und die Medienvielfalt ist zwischen den einzelnen Räumen unvergleichbar.

Rasante Entwicklungen

Die Medienlandschaft entwickelt sich rasant. Die Pluralität der Schweiz bleibt bestehen und beeinflusst die regionale Entwicklung.

Unser Land muss seine Vielfältigkeit bewahren und sie als Potential noch besser nutzen. Eine klare und moderne Definition des «Service Public» ist deshalb dringend nötig. Dazu gehört, dass ein Grundangebot in allen drei offiziellen Sprachen und ein Teilangebot in Rätoromanisch angeboten wird. Im Rahmen des öffentlichen Angebots der elektronischen Medien ist das heute bereits der Fall. Es besteht jedoch noch Verbesserungspotential: Wenn man davon ausgeht, dass jede Sprachregion ein gleiches minimales Angebot verdient, besteht in der italienischen Schweiz kein Überangebot. Die Chancen zur Entfaltung einer echten privaten Konkurrenz sind zudem regional unterschiedlich.

Die heutige Tessiner Medienvielfalt ist befriedigend. In den kommenden Jahren stehen wichtige medienpolitische Debatten und Richtungsentscheide vor uns. Mit der technologischen Entwicklung wird sich sehr viel ändern. Die Vielfalt der Schweiz muss weiter gestärkt werden. Der Wettbewerb muss unter Achtung dieser Schweizer Besonderheiten gefördert werden. ■ ■

Gefährliche staatliche Medienförderung

Wer sich als Politiker für Medienvielfalt einsetzt, liegt voll im Trend. Viele Politiker meinen damit aber nicht etwa ein freiheitliches, wettbewerbliches System, sondern verlangen vielmehr staatliche Fördermassnahmen und Subventionen. Das ist gefährlich: In einer freien Demokratie müssen die Medien unabhängig vom Staat organisiert und finanziert sein.

von Gregor Rutz, Nationalrat, Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Immer wieder hört man, die schweizerische Medienlandschaft leide unter zu wenig Vielfalt. Ich teile diese Auffassung nur bedingt. Wo tatsächlich zu wenig Vielfalt besteht, hat dies einen einfachen Grund: Die staatlichen Interventionen haben ein Ausmass angenommen, welches als ungesund bezeichnet werden muss.

Die staatlichen Förder- und Kontrollmassnahmen nehmen immer weitere Dimensionen an. So profitieren die Printmedien nicht nur von einem reduzierten Mehrwertsteuer-Satz von 2,4% und von Vorzugstarifen für die Beförderung von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften, sondern auch von Werbeeinschränkungen für Radio und Fernsehen, welche die Printmedien stützen sollen. Elektronische Medien wiederum, d.h. Radio und Fernsehen, profitieren ebenfalls vom reduzierten Mehrwertsteuer-Satz sowie von der Erhebung von Zwangsgebühren für die SRG und der damit verbundene Ausschüttung von Gebührenanteilen an Veranstalter ohne ausreichende Finanzierungsbasis.

Dies erklärt auch, warum sowohl die Verleger als auch die privaten Radio- und TV-Stationen die vorliegende RTVG-Revision befürworten: Mit dieser Gesetzesrevision

werden zusätzliche Geldmittel für private Veranstalter gesprochen. Die Abhängigkeit vom Staat wird also weiter erhöht.

Für freie Medien

Um mehr Medienvielfalt und einen lebendigen Wettbewerb unter möglichst vielen privaten Veranstaltern zu erreichen, muss die Politik von der Anspruchsmentalität und dem Streben nach dem Versorgungsstaat wegkommen. Mit staatlichen Leistungen und gesetzlichen Interventionen lässt sich nicht mehr Wettbewerb herstellen – im Gegenteil.

Dies haben viele Politiker nicht begriffen. Immer wieder verlangen Vorstösse Konzepte und Massnahmen für eine umfassende staatliche Medienförderung. Die diesbezüglichen Debatten vom vergangenen Februar in der Staatspolitischen Kommission sowie in der Medienkommission des Nationalrats zeigten, dass die Forderungen nach einer indirekten und direkten Medienförderung nach wie vor nicht vom Tisch sind. Politiker – aber auch Professoren und sog. «Medienexperten» – verlangen sogar Fördergelder und staatliche Massnahmen für Internetportale. Dies zeigt die Absurdität der Diskussion: Gerade das Internet bringt

eine riesige Vielfalt von Angeboten hervor und bietet auch wirtschaftlich interessante Perspektiven. Hier sind Fördermassnahmen definitiv unangebracht.

RTVG-Revision dokumentiert chaotische Zustände

Die RTVG-Revision, über welche wir am 14. Juni befinden, zeigt die verfahrenere medienpolitische Situation anschaulich: Die Politik diskutiert über Finanzierungsfragen ohne genau zu wissen, was überhaupt finanziert werden soll. Die Frage nach der Definition des «Service Public» ist nämlich nach wie vor unbeantwortet. Das Parlament schiebt dieses Traktandum seit Jahren vor sich her.

Die schweizerische Medienpolitik braucht dringend einen Marschhalt. Zuerst einmal muss definiert werden, was der Staat in der heutigen, modernen Medienlandschaft überhaupt noch an Leistungen erbringen muss. Wenn die Leitplanken des «Service Public» festgelegt sind, ist die Finanzierungsfrage zu klären – wahrscheinlich betragen die Empfangsgebühren dann noch etwa die Hälfte der heutigen 462 Franken. Gleichzeitig muss der gewonnene Spielraum den privaten Veranstaltern zur Verfügung gestellt werden: Wer in der Schweiz Radio und Fernsehen machen möchte, soll dies auch tun können. Und zwar ohne staatliche Programmaufträge und fragwürdige Kontrollen durch unterbeschäftigte Universitätsprofessoren. ■ ■

Parlamentarische Vorstösse

15.3350
(Motion)

Änderung des Betriebsreglements für das Medienzentrum Bundeshaus (Gregor A. Rutz)

14.4181
(Interpellation)

Unfaire Berechnungsgrundlage der Post bei der Zeitungsdistribution (Natalie Rickli)

IMPRESSUM

Aktion Medienfreiheit
Rötelstrasse 84
8057 Zürich
info@medienfreiheit.ch
www.medienfreiheit.ch

Aktion Medienfreiheit erhält den «Liberal Award 2014»

Im vergangenen November 2014 erhielten Nationalrätin Natalie Rickli und ihr Vorgänger, Stadtrat Filippo Leutenegger, den «Liberal Award 2014» als Vertreter der Aktion Medienfreiheit. Diese Auszeichnung wird von den Jungfreisinnigen Kanton Zürich an liberal denkende und handelnde Persönlichkeiten oder Gruppierungen übergeben. Rickli und Leutenegger wurden für ihr langjähriges Engagement in der Medienpolitik ausgezeichnet.

Die Preisträger haben durch ihre Tätigkeit an der Spitze der Aktion Medienfreiheit in Bundesbern wichtige liberale Akzente gesetzt in der sonst von Staatsinterventionen geprägten Medienpolitik.

Das Engagement für eine freiheitliche Medienlandschaft und gegen unnötige Staatseingriffe verbindet die Aktion Medienfreiheit und die Jungfreisinnigen. Diese betonen zu Recht, dass für jedes freie Land freie Medien unerlässlich sind: Als «vierte Gewalt» haben die Medien eine wichtige Aufgabe in unserem Staat. Darum müssen sie kritisch und unabhängig sein. Die Aktion Medienfreiheit und ihre Vorgängerorganisationen kämpfen seit Jahrzehnten gegen unnötige Gesetzesbestimmungen und staatliche Interventionen im Medienbereich. Mit dem langjährigen Präsidenten der Aktion Medienfreiheit, Filippo Leutenegger, und der amtierenden Präsidentin Natalie Rickli setzen sich zwei bekannte Persönlichkeiten gegen immer mehr Subventionen, Bürokratie und für mehr Wettbewerb in der Medienlandschaft sowie gegen die ständige Erhöhung der Billag-Gebühren ein. Für diesen Einsatz zeichneten die Jungfreisin-



Filippo Leutenegger (Stadtrat Zürich), Natalie Rickli (Nationalrätin, Präsidentin Aktion Medienfreiheit), Andri Silberschmidt (Präsident Jungfreisinnige Kanton Zürich).

nigen des Kantons Zürich und das «Liberal Award Comitee» Natalie Rickli und Filippo Leutenegger am 28. November 2014 mit dem Liberal Award aus. Natalie Rickli freute

sich anlässlich der Verleihung: «Diese Auszeichnung ist eine grosse Ehre für die Aktion Medienfreiheit. Sie verpflichtet aber auch. Unser Engagement ist nötiger denn je!» ■ ■

Werden Sie Mitglied der Aktion Medienfreiheit

Die Aktion Medienfreiheit ist auf Ihre Unterstützung angewiesen. Werden Sie Mitglied oder Gönner.

- | | |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Einzelmitglied (Jahresbeitrag CHF 50.–) | <input type="checkbox"/> Firmen ab 50 Mitarbeiter (CHF 1000.–) |
| <input type="checkbox"/> Firmen mit 1 bis 9 Mitarbeitern (CHF 200.–) | <input type="checkbox"/> Gönner (ab CHF 1000.–) |
| <input type="checkbox"/> Firmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern (CHF 500.–) | |

Name/Ansprechperson: _____

Firma: _____

Strasse, Nr: _____

PLZ, Ort: _____

Senden Sie diesen Talon via **Fax** an 043 500 40 59, via **Post** an Aktion Medienfreiheit, Rötelstrasse 84, 8057 Zürich, oder melden Sie sich jetzt gleich im Internet an unter **www.medienfreiheit.ch**