

«Service public» – à la carte?

Obwohl alle Tätigkeiten der SRG mit dem Auftrag zum «Service public» begründet werden, sucht man vergeblich nach einer gesetzlichen Definition desselben. Dass Leistungen nicht klar umschrieben sind, aber öffentlich finanziert werden, wirft politische Fragen auf. Die Aktion Medienfreiheit hat ein entsprechendes Positionspapier erarbeitet.

Artikel 93 der Bundesverfassung ist der entscheidende Passus: Hier wird der Leistungsauftrag von Radio und Fernsehen geregelt. Die Bestimmung geht zurück auf das Jahr 1984 – also auf eine Zeit, wo einzelne Berggebiete noch keinen Fernseh- oder Radioanschluss hatten. Für diese etwa 200 dünnbesiedelten Bergregionen wollten die Politiker etwas unternehmen: Die Versorgung mit SRG-Programmen sollte für sämtliche Regionen und Bevölkerungsteile sichergestellt werden.

Dass sich die Situation in den vergangenen dreissig Jahren fundamental verändert hat, liegt auf der Hand: Heute verfügt fast jedes Bergdorf nicht nur über Mobiltelefon- und Internetempfang, sondern es ist den Einwohnern auch möglich, eine ganze Palette ausländischer Sender zu empfangen. Facebook und Twitter sind auch in den Schweizer Alpen angekommen – eine Situation, die 1984 noch unvorstellbar gewesen ist.

Subsidiäre Rolle des Staates

Anno 1984 ortete die Politik staatlichen Handlungsbedarf: Die Versorgung mit Radio und Fernsehen sollte sichergestellt werden. In einer Zeit, wo einzelne Bevölkerungsteile nicht einmal einen TV-Anschluss haben, versteht man diese Überlegungen. Ebenso klar ist, dass in der heutigen Situation, wo neben einer Vielzahl privater Radio- und Fernsehsender eine immense Programmvielzahl auch via Internet zugänglich ist, staatliche Interventionen mehr stören als nützen.

Die technisch-finanzielle Begründung für den staatlichen Leistungsauftrag fällt weg: Technisch kann heute jeder Fernseh- und Radioprogramme empfangen, und die Hürde hoher Investitionskosten ist zu einem beträchtlichen Teil weggefallen. Heute kann man auch mit einfacheren Mitteln Radio- und Fernsehprogramme produzieren. Eben-

so hat sich die gesellschaftlich-politische Begründung relativiert: Der Informationsfluss läuft nicht mehr nur über Radio und TV: Das Internet gewinnt an Bedeutung und ist bereits heute für einen grossen Teil der Bevölkerung erste Informationsquelle.

Immer mehr Staatsinterventionen

Während der Bereich der Printmedien mehrheitlich privatwirtschaftlich organisiert ist, bereitet die zunehmende Regulierung von Radio, Fernsehen und mittlerweile sogar dem Internet Sorgen. Legitimiert und begründet wird die Flut neuer Vorschriften mit dem Begriff «Service public». Es sei nötig, dass der Staat die Grundversorgung sicherstelle. Würde man alles privaten Anbietern überlassen, seien die Versorgungssicherheit und die Programmqualität nicht mehr gewährleistet.

In Wahrheit ist es genau umgekehrt: Die unzähligen Staatseingriffe und die umfassende Finanzierung der staatlichen Medienkanäle behindern die Entwicklung der Märkte. Kleinere, private Sender leiden unter der Übermacht der staatlich finanzierten Medien. So kann kein wirklicher Wettbewerb entstehen, was sich negativ auf die Medienvielzahl – d.h. auf die Auswahl für die Konsumenten – auswirkt. Dies ist nicht nur ein Schaden für die Zuschauer und Zuhörer, sondern wirkt sich auch negativ für die direkte Demokratie aus: Eine grosse Vielfalt verschiedener Medien ist zwingende Voraussetzung für lebendige politische Diskussionen.

«Service public» nicht definiert

Aus diesem Grund ist es dringend nötig, den Begriff «Service public» genau zu umreissen. Doch man sucht vergeblich nach einer entsprechenden Definition. Der Bundesrat geht sogar noch weiter: Wie aus seiner Stellungnahme vom 18. Mai 2011 auf eine Motion von Filippo Leutenegger hervorgeht, ist die

Editorial



Wer gehofft hat, der Bund nütze die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) für eine Liberalisierung, ist arg enttäuscht. Statt endlich freiheitliche Rahmenbedingungen im Medienmarkt zu schaffen, schlägt der Bundesrat Vorschriften und Massnahmen vor, welche die Staatsabhängigkeit der Medien weiter verstärken, behördliche Interventionen ermöglichen und so Innovation und Wettbewerb bremsen bzw. verhindern.

Die Aktion Medienfreiheit hat die RTVG-Teilrevision in der Vernehmlassung darum abgelehnt. Einerseits fehlt dem Bundesrat die Kompetenz zur flächendeckenden Einführung einer Mediensteuer (sog. «Abgabe für Radio und Fernsehen»). Zudem wehren wir uns dagegen, dass der Staat nun auch im Bereich Internet Einfluss nehmen und gesetzliche Regelungen treffen will.

Die Konsumenten wünschen sich ein vielfältiges, abwechslungsreiches Programm. Diese Vielfalt entsteht dann, wenn die unternehmerische Freiheit gewährleistet ist – und nicht, wenn der Staat für alles sorgt und kontrolliert.

Leutenegger

Filippo Leutenegger, Nationalrat
Präsident Aktion Medienfreiheit

Landesregierung nicht gewillt, den Begriff «Service Public» gesetzlich klar festzulegen. Angesichts der «dynamischen Veränderung der Medienmärkte» sei es nötig, dass die SRG über einen Spielraum verfüge, um «den Veränderungen rasch Rechnung tragen zu können».

Dass genau diese dynamische Veränderung der Grund ist, welcher eine gesetzliche Definition und eine Beschränkung des Leistungsauftrags erfordert, ignoriert der Bundesrat. Dies zu erklären, ist nun Aufgabe der Aktion Medienfreiheit.

Online-Werbung – um was geht es?

Mit der rasanten technischen Entwicklung ist nicht nur eine grosse Vielfalt elektronischer Medienangebote entstanden, sondern vor allem auch das Internetangebot massiv gewachsen. Im Gegensatz zum klassischen Rundfunk gelten hier bislang grosse Freiheiten, was privaten Anbietern ein gewinnbringendes Wirken ermöglicht. Vom staatlichen SRG-Auftrag war das Internet bislang explizit ausgenommen. Der Bundesrat unternimmt nun alles, um das Internet auch dem Service public zuzuordnen.

Seit etlichen Jahren ist die SRG mit verschiedenen Homepages in allen Sprachregionen online präsent. Diese umfangreichen Online-Aktivitäten führen zu neuen Wettbewerbsverzerrungen; die SRG tritt mit überlangen Spiessen auf. Denn im Internet werden Zeitungs- und Rundfunkanbieter auf der einen Seite und die subventionierte SRG auf der anderen Seite zu direkten Konkurrenten. Die SRG verbreitet die gleichen Inhalte wie private Medien über die gleichen Vertriebswege und greift damit direkt in den privaten Markt ein.

Dank Gebührenerträgen in Milliardenhöhe kann die SRG ihren Internetauftritt aber auf einfache Weise wesentlich attraktiver gestalten. Dadurch generiert sie Zugriffe auf ihre Internetseiten – zum Nachteil für die privaten Verlagshäuser und Rundfunkanbieter. Für private Akteure bedeutet der «Gratisauftritt» der SRG nicht nur, dass sie weniger Zugriffe auf ihre eigenen Homepages haben, sondern

er schmälert auch ihre bezahlten Angebote wie beispielsweise kostenpflichtige Apps.

Verleger sind kritisch

Dass die Verlegerschaft kritisch auf diese Entwicklungen reagiert, liegt auf der Hand. Die Verleger fordern, die SRG solle sich auf Radio und Fernsehen konzentrieren. Aus verständlichen Gründen – denn dies (und nichts anderes) ist ja die Aufgabe der SRG. Die Verleger wehren sich entschieden gegen die Absicht der SRG, in den Online-Werbe-markt vorzustoßen.

Dies mit gutem Grund: Mit Blick auf die rasche technische Entwicklung und die neue Vielfalt privater elektronischer Medien, wären eine Marktliberalisierung und eine Eingrenzung der SRG-Tätigkeiten der richtige Schritt. Bundesbern argumentiert umgekehrt: Die technische Entwicklung sei derart schnell, dass der SRG alle Möglichkeiten verschafft werden müssten, auch

in den neuen Bereichen Fuss zu fassen. Das Internet dient der SRG als Instrument zur Ausweitung ihres staatlich finanzierten Service public.

Der Bundesrat stellte sich auf den Standpunkt, dass die Verleger den Streitpunkt mit der SRG direkt regeln sollen. Diese Argumentation ist insofern etwas irritierend, als dass die besagte Frage sich gar nicht wirklich stellt.

Was gehört zum Service public?

Bislang war klar: Die SRG hat sich um Radio- und TV-Programme zu kümmern. Online-Aktivitäten fallen gemäss bisheriger Auffassung nicht unter den Service public. Die Vielfalt der bestehenden Angebote erfordert auch kein staatliches Tätigwerden.

Trotzdem ist der Bundesrat der Auffassung, dass die SRG mittelfristig «im Interesse der Gebührendzahlenden» auch im Internet kommerziell tätig sein soll. Dass die Gebührendzahler ihre Gebühren nicht freiwillig zahlen und ein grosser Teil von ihnen nicht einmal SRG-Programme konsumiert, scheint die Landesregierung nicht zu würdigen. Ist es wirklich im Interesse der Konsumenten, wenn das SRG-Quasimonopol nun auch noch im Internet manifest wird?

Faktum ist: Mit den quersubventionierten Online-Plattformen der SRG erwächst den privaten Anbietern weitere Konkurrenz. Würde dort auch noch die Möglichkeit zu Werbeeinnahmen geschaffen, wäre die Stellung der SRG noch dominanter und die Marktverzerrung noch dramatischer. Darunter leidet die Medienvielfalt. Darum muss dieser Entwicklung Einhalt geboten werden.



Werden Sie Mitglied der Aktion Medienfreiheit

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

- Einzelmitglied (Jahresbeitrag CHF 50.–)
- Firmen mit 1 bis 9 Mitarbeitern (CHF 200.–)
- Firmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern (CHF 500.–)
- Firmen ab 50 Mitarbeiter (CHF 1000.–)
- Gönner (ab CHF 1000.–)

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**

Heikler Bundesratsentscheid zur Online-Werbung

Der Bundesrat komme den Verlegern entgegen und verbiete der SRG die Onlinewerbung – so kommentierten die Medien den Entscheid vom 14. September. Wer genauer hinschaut, merkt aber schnell: An sich hat der Bundesrat genau umgekehrt entschieden. Der SRG sollen «im Internet mehr publizistische Möglichkeiten» eingeräumt werden. Zudem arbeitet das UVEK «Vorschläge für eine Konzessionsänderung» aus.

von Nationalrat Thomas Müller, Vorstand Aktion Medienfreiheit

Die staatliche SRG verfügt in der schweizerischen Medienlandschaft über ein Quasi-Monopol. Die wirtschaftlichen und rechtlichen Freiräume für private Anbieter sind gerade im Bereich der elektronischen Medien eng begrenzt. Weit über 90 Prozent der Gebührengelder fliessen direkt in die SRG-Kasse, während sich die privaten Sender mit bescheidenen 4 Prozent begnügen müssen. Unter diesen Voraussetzungen kann nie ein fairer Kampf um Marktanteile und eine Stärkung der Medienvielfalt entstehen.

Ein Bereich, in welchem private Anbieter bislang keine staatlichen Einschränkungen zu gewärtigen hatten, ist das Internet. Während der SRG das Schalten von Werbung auf Webseiten ausdrücklich verboten ist, steht den privaten Anbietern – namentlich den Verlagshäusern – diese attraktive Einnahmequelle offen. Die Vielfalt von Online-Portalen, auf welchen News veröffentlicht und kommentiert werden, ist ein Paradebeispiel für funktionierenden Wettbewerb ohne Staatseingriffe.

Problematische Online-Werbung

Vor diesem Hintergrund habe ich am 14. April 2011 einen Vorstoss eingereicht, mit welchem ich vom Bundesrat ein ausdrückliches Verbot für Online-Werbung für die SRG verlange. Es wäre völlig falsch, wenn die bereits bestehende Wettbewerbsverzerrung auch noch den Bereich Internet erfassen würde.

Der Bundesrat stellte in seiner Antwort vom 6. Juni 2011 zwar fest, dass eine Öffnung der Online-Werbung für die SRG eine «direkte Konkurrenzierung privater Marktteilnehmer» zur Folge hätte. Jedoch müsse dem «dynamischen Wandel im Medien-



bereich» Rechnung getragen werden: Die SRG müsse auch auf dem Internet präsent sein können, wenn dies ausländische TV-Stationen, welche in der Schweiz empfangbar sind, auch seien. Da der Internetauftritt zur Erfüllung des Programmauftrags nötig sei, werde der Bundesrat beauftragt, den «erforderlichen Umfang in der Konzession zu bestimmen».

Der Bundesratsentscheid vom 14. September 2012 wiederholt diese Absicht: Die Landesregierung strebt eine «Flexibilisierung der heutigen Vorgaben» an, um zu verhindern, dass die SRG «angesichts der grenzüberschreitenden Konkurrenz marginalisiert wird».

Bundesrat macht reine SRG-Politik

Statt den Fokus auf die gesamte Medienlandschaft Schweiz zu richten, argumentiert

der Bundesrat auch bei seinem Entscheid von Mitte September nur aus der Optik der SRG. Er verbietet der SRG die Online-Werbung nicht aus grundsätzlichen, ordnungspolitischen Überlegungen. Der Bundesrat sieht derzeit noch keine Notwendigkeit, Online-Werbung zu erlauben. Dies, weil sich die SRG-Werbeerträge positiv entwickeln und vor diesem Hintergrund eine Lösung, welche den Verlegern gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen bietet, als für die „SRG wirtschaftlich tragbar“ erscheint.

Genau daran aber krankt das Schweizer Mediensystem: Es fehlt eine politische Gesamtoptik. Statt sich auf die Grundwerte des liberalen Rechtsstaats und der direkten Demokratie zu besinnen und auf diesem Weg freiheitliche Leitplanken zu setzen, dreht sich die gesamte Medienpolitik nur um die übermächtige SRG. Massnahmen, welche die SRG stützen, finden politische Mehrheiten, während Schritte zur Liberalisierung der Rechtsordnung, welche die Rahmenbedingungen für private Unternehmen verbessern würden, kaum je eine Zustimmung erreichen.

IMPRESSUM

Aktion Medienfreiheit

Rötelstrasse 84

8057 Zürich

info@medienfreiheit.ch

www.medienfreiheit.ch

Medienpolitische Standortbestimmung

Am 27. August führte die Aktion Medienfreiheit in Bern eine Medienkonferenz durch. Präsident Filippo Leutenegger, Vizepräsidentin Natalie Rickli sowie Vorstandsmitglied Thomas Müller nahmen eine medienpolitische Standortbestimmung vor. Die Stellungnahme der Aktion Medienfreiheit zur Teilrevision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) sowie das neue Positionspapier zum «Service public» standen im Mittelpunkt der Präsentation.

Die Medienkonferenz wurde durch Präsident Filippo Leutenegger eröffnet. Er unterstrich die Hauptziele der Aktion Medienfreiheit: Die Stärkung der Meinungsvielfalt, der Kampf gegen unnötige staatliche Interventionen sowie der Einsatz für eine freiheitliche Gesetzgebung. Vor diesem Hintergrund müsse auch die Diskussion über den «Service public» geführt werden.

Eng mit dem staatlichen Auftrag zur Grundversorgung hängt die Erhebung einer Empfangsgebühr zusammen. Ursprünglich war diese Gebühr als Entgelt für die Benutzung einer öffentlichen Dienstleistung gedacht: Jeder Haushalt sollte eine Möglichkeit haben, SRG-Programme zu empfangen. Wer auf diese Möglichkeit verzichtete, schuldete dem Staat folglich auch keine Gebühr.

Mit der neuen «Abgabe für Radio und Fernsehen» wird dieses Prinzip durchbrochen. Neu sollen sämtliche Haushaltungen und auch Unternehmen zahlungspflichtig werden. Damit wird aus der ursprünglichen Empfangsgebühr neu eine Mediensteuer. Dafür jedoch fehlt dem Bundesrat die verfassungsmässige Kompetenz. Darum bekämpft die Aktion Medienfreiheit diese neue Steuer.

SRG gewinnt, Private verlieren

Nicht nur die Einführung dieser Mediensteuer stört die Aktion Medienfreiheit an der jüngsten Teilrevision des RTVG. Wie Vizepräsidentin Natalie Rickli ausführte, sprechen auch weitere Punkte gegen diese Vorlage. So würde mit einer Erhöhung des Gebührenanteils für private Radio- und Fernsehstationen deren faktische Abhängigkeit vom Staat weiter verstärkt. Aus Sicht der Aktion Medienfreiheit müssten stattdessen die Rahmenbedingungen optimiert werden: Nur eine Stärkung der unternehmerischen Freiheit, die Erweiterung der Konzessions-



Natalie Rickli, Filippo Leutenegger und Thomas Müller (v.l.n.r.) bei der Medienkonferenz in Bern

gebiete und eine Verringerung der Auflagen führen zu mehr Wettbewerb.

Zudem missversteht der Bundesrat den «Service public»: Dies ist kein Auftrag zur staatlichen Programmgestaltung. Vielmehr muss zunächst einmal definiert werden, was der «Service public» genau umfasst. In einem zweiten Schritt ist dann zu entscheiden, wer diesen Auftrag am besten umsetzen kann. Dabei sind selbstverständlich auch bereits bestehende Leistungen privater Anbieter zu berücksichtigen, was unter Umständen ein staatliches Aktivwerden als nicht mehr nötig erscheinen lässt.

Fragwürdige Online-Aktivitäten der SRG

Zum Abschluss referierte Nationalrat Thomas Müller über den Bereich Internet. Geht es nach dem Willen des Bundesrates, soll auch der Online-Bereich bis ins letzte Detail geregelt werden. Unter dem Titel «übriges publizistisches Angebot» soll der SRG auch im Internet quasi ein Freipass ausgestellt werden. Die Aktion Medienfreiheit wehrt sich gegen Online-Werbung für die SRG. Zumindest in diesem Bereich soll der Wettbewerb weiterhin spielen. Den privaten Anbietern dürfen diese Möglichkeiten, Werbegelder zu generieren, nicht auch noch verbaut werden.