

Oktober 2011

Medienvielfalt ist nicht Meinungsvielfalt

Die Medienbranche unterliegt einem unerbittlichen Strukturwandel: Währenddem die Nutzung des Internets stetig ansteigt, sinken in Print und TV die Leser- resp. Zuschauerzahlen. Auch die Meinungsvielfalt ist gefährdet und muss in einer Demokratie unter allen Umständen erhalten werden. Gefragt sind jedoch Lösungsansätze durch die Verleger selbst und keine staatliche Steuerung.

von Nationalrat Filippo Leutenegger,
Präsident Aktion Medienfreiheit

Das Internet ist daran, die Medienbranche völlig umzukrempeln: Die Zeiten, welche die Menschen online sind und surfen, nehmen kontinuierlich zu. Dagegen sinkt die Nutzung im Print und TV, und dies mit drastischen, aber unterschiedlichen Folgen.

In der Schweiz hat die SRG trotz besorgniserregendem Zuschauerschwund keinen finanziellen Einbruch, weil die Konzessionsgebühren nicht am Publikumserfolg gemessen werden, sondern an der Bevölkerungszahl. Und diese steigt seit Jahren wegen der Zuwanderung stark an, was der SRG alleine 2009 30 Millionen und 2010 16 Millionen Franken mehr Konzessionsgelder in die Kasse spülte. Umgekehrt geht es der Printbranche, welche die sinkenden Abonnenten- und Reichweitenzahlen finanziell gleich doppelt zu spüren bekommt. Deshalb mussten die Verleger die Kosten dramatisch senken und gleichzeitig das nutzungsintensive, aber noch wenig rentable Online ausbauen. Für viele schlechtpositionierte Verlage kam aber jede Restrukturierung zu spät, und es folgte eine beispiellose Konzentration, die noch nicht lange nicht abgeschlossen ist. Heute beherrschen de facto wenige grosse Medienhäuser wie die SRG, Tamedia, Ringier, NZZ und Springer Schweiz das publizistische Geschäft.

Die Politik beschäftigt sich immer noch mit Förderungsmodellen für gefährdete regionale Verleger oder mit einer neuen Haushaltsteuer für die SRG. Dabei verkennt die institutionelle Politik, dass kein Förde-

rungsmodell den radikalen Strukturwandel aufhalten, sondern bestenfalls hinauszögern kann. Die Politik geht auch von der falschen These aus, dass eine staatlich unterstützte und gesteuerte Medienvielfalt die publizistische Vielfalt garantieren soll. Dies ist ein fataler Irrtum, denn der publizistische Arbeitsmarkt hat sich stark von den Verlagsstrukturen gelöst und bildet sozusagen einen eigenen Markt (interner Jargon: «Journikuchen»).

Schauen wir uns doch diesen «Journikuchen» einmal an. Die Mehrzahl der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz leben und arbeiten in den grossen Städten Zürich, Bern, Basel, Lausanne und Genf. Zürich ist die unbestrittene, ungekrönte Hauptstadt. Auf Stadtgebiet Zürich befinden sich die Macht- und Schaltzentralen der grossen Medienhäuser, welche das publizistische Geschehen vorgeben und bestimmen, nationale Storys oder Kampagnen fahren. Im urbanen Zürich leben und arbeiten die meisten Journalistinnen und Journalisten, was auch die publizistische Wahrnehmung massiv beeinflusst. Früher haben Journalisten einen grossen Teil ihrer Laufbahn bei einer Zeitung oder im Radio bzw. TV verbracht, heute hat sich das Verhalten komplett geändert. Viele Journalisten sind sozusagen privilegierte Wanderarbeiter und wechseln von einem Medienhaus zum anderen. Sie sind dadurch vielfältig vernetzt und oft auch privat und familiär mit Ex-Kolleginnen bzw. -Kollegen liiert. Politisch stehen sie mehrheitlich im politischen Mainstream: Links

Editorial



Die Stimmung ist gereizt, die Messer sind gewetzt. Die SRG, allen voran der neue Generaldirektor Roger de Weck, will trotz üppigen Konzessionsgebühren in die Onlinewerbung einsteigen. In den Chefetagen der SRG macht sich aber deswegen Skepsis breit. Etliche Kadermitglieder haben Mühe mit dieser offensiven kommerziellen Strategie. Das Kriegsbeil ausgegraben haben nun das erste Mal seit vielen Jahren die Verleger. Für sie ist die de Weck's Strategie ein Frontalangriff, der definitiv an die Substanz der Verlage geht.

Der Bundesrat hat dringend empfohlen, dass sich die beiden Parteien auf einen gemeinsamen Weg einigen sollen. Aber den gibt es kaum, deshalb ist in dieser Zukunftsfrage die Eskalation fast unvermeidlich geworden.

Mehr zu diesem Thema finden Sie im Artikel von Nationalrat Thomas Müller auf Seite 2. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen des neuesten Newsletters der Aktion Medienfreiheit.

Filippo Leutenegger, Nationalrat
Präsident Aktion Medienfreiheit

bzw. Grün und seit neuestem Grünliberal. Eine jüngst veröffentlichte Universitätsstudie bringt es auf den Punkt: Von 343 Deutschschweizer Befragten gaben 37% an, dass die SP bevorzugen, 22% die GLP und 16% die Grünen, also total 75% Links-Grün. Die Bevölkerung wählt genau umgekehrt. Es ist also an der Zeit, dass sich die Verleger künftig nicht nur um ihr verlegerisches Geschäftsmodell kümmern, sondern auch um ihre publizistische Ausrichtung.

Streitsache Online-Werbung der SRG

Die SRG bekommt 96 Prozent aller (Zwangs-)Gebühren und betreibt 8 Fernseh- und 18 Radiokanäle. Das führt de facto zu einer Monopolstellung, die letztlich die Medienvielfalt gefährdet. Online-Werbung würde den privaten Anbietern erlauben, zusätzliche Mittel zu beschaffen. Sofern sich die SRG aus diesem Geschäft heraushält.

von Nationalrat Thomas Müller,
Vorstand Aktion Medienfreiheit

Die Schweizerische Radio- und Fernseh-Gesellschaft (SRG) ist formell zwar eine private Organisation. Faktisch ist sie jedoch längst zum quasi staatlichen Fernsehen und Radio geworden. Über ihre Kanäle bestimmt sie wesentlich, was und mit welcher Grundhaltung landesweit zum Thema wird. Private Medien haben im Wettbewerb um Marktanteile das Nachsehen. Der massgebliche Grund liegt in der Finanzierung. Für private Fernseh- und Radiostationen verbleiben von den (Zwangs-)Gebühren von über 1 Milliarde Franken gerade einmal 4 Prozent. Die privaten Printmedien müssen sich vollumfänglich selbst finanzieren; mit der Folge, dass die privaten Titel bei immer weniger Verlagshäusern konzentriert sind. Im Gleichschritt mit der Abnahme der Angebotsvielfalt wächst der Mainstream-Journalismus. Das ist für die Meinungsbildung in der direkten Demokratie nicht unbedenklich.

Online-Werbung als Chance

Die SRG und die privaten Medien ergänzen ihr Informationsangebot durch Internetauftritte. Der neue Zugang zum Publikum schafft auch eine neue Plattform für Werbung. Nach geltendem Recht ist die Online-Werbung der SRG nur mit Einschränkungen erlaubt. Darum ist ein medienpolitischer Streit entstanden. Bundesrat und SRG denken an die Lockerung der Einschränkungen. Die privaten Verleger beanspruchen die Online-Werbung für sich. Sie wollen auf diesem Weg zusätzliche Mittel generieren, um die Medienvielfalt wenigstens auf dem heutigen Stand zu erhalten und zu finanzieren.

Vorstoss eingereicht

Das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG; Art. 14 Abs. 3) ermöglicht dem Bundes-



rat, die Online-Werbung der SRG teilweise oder ganz einzuschränken. Aufgrund der aktuellen Situation im Medienbereich mit der de facto Monopolstellung der staatlichen Sender und ihrer (Zwangs-)Gebührenfinanzierung habe ich mit einer Motion angeregt, dass der Bundesrat die SRG von der Online-Werbung ausschliesst und diese Finanzierungsmöglichkeit den privaten Verlegern vorbehält. Der Eingriff ist gerechtfertigt, weil der Wettbewerb im Schweizer Medienmarkt die durch die einseitige Gebührenverteilung bereits verzerrt ist. Die schon bestehende Wettbewerbsverzerrung zu Gunsten der SRG erfährt durch deren Ausschluss von der Online-Werbung lediglich eine Korrektur zu Gunsten der Verleger und zum Erhalt der Medienvielfalt.

Der Bundesrat beantragt die Ablehnung der Motion. Das Parlament wird einen medienpolitischen Entscheid treffen müssen.

Wahlempfehlung

Die Aktion Medienfreiheit empfiehlt für die eidg. Wahlen vom 23. Oktober 2011 folgende Kandidaten für den Nationalrat:



Filippo Leutenegger, FDP
Kanton Zürich, Liste 3, Platz 3



Christian Lüscher, FDP
Kanton Genf, Liste 13, Platz 2



Thomas Müller, SVP
Kanton St. Gallen, Liste 2, Platz 5



Natalie Rickli, SVP
Kanton Zürich, Liste 1, Platz 7



Gregor Rutz, SVP
Kanton Zürich, Liste 1, Platz 21

Bitte setzen diese Kandidaten
2x auf Ihre Liste.
Herzlichen Dank!

Mediensteuer: Ein schlechter Witz wird Realität

AKTION
MEDIENFREIHEIT

Seit Jahren steigen die Empfangsgebühren für Radio und Fernsehen. Wir Schweizer zahlen die höchsten Gebühren in ganz Europa. Nun will das Parlament den Kreis der Gebührensahler noch einmal ausweiten: Künftig soll nicht nur von allen Privatpersonen, sondern auch von den Unternehmen eine «Haushaltabgabe» erhoben werden – unabhängig davon, ob ein Empfangsgerät vorhanden ist.

von Nationalrätin Natalie Rickli,
Vizepräsidentin Aktion Medienfreiheit

Seit Jahren steigen die Zwangsabgaben in der Schweiz an. Man wird das Gefühl nicht los, dass bald jede Lebenshandlung irgendeine Gebührenpflicht nach sich zieht. Besonders störend ist dies dort, wo die mit der Gebühr verbundene Leistung eigentlich billiger wird oder sogar ganz wegfällt. So zum Beispiel bei Fernsehen und Radio: Während früher mit viel technischem Aufwand eine landesweite Verbreitung der SRG-Programme bewerkstelligt werden musste, ermöglicht heute das Internet auch in den hintersten Winkeln der Schweiz den Anschluss an die internationale Medienwelt. Auch im Calanca- und im Münstertal kennt man mittlerweile englischsprachige TV-Stationen. Man ist nicht mehr zwingend auf die Programmangebote aus dem Leutschenbach angewiesen. Umso unverständlicher ist es, dass die staatlichen Sender ihre Leistungen immer mehr ausweiten und sich dies mit Zwangsabgaben finanzieren lassen.

Gebührensenkungen überfällig

Grund genug, um eine Gebührensenkung zu fordern. So formulierte ich mit einigen Gleichgesinnten die «Gebührenmonster»-Petition, welche das Parlament in der vergangenen Herbstsession beraten hat. Diese Petition zeigt deutlich, wie breit abgestützt die Forderung nach einer Gebührensenkung ist: 143'297 Personen haben das Begehren unterzeichnet. Es wurde von der SVP, von den Jungfreisinnigen sowie von den Jung-

parteien der CVP, Lega, EDU und SVP unterstützt. Eine breite Allianz also, welche sich den drei Hauptforderungen anschloss:

1. Die Radio- und Fernsehgebühren sind auf 200 Franken pro Jahr zu senken.
2. Die Einsparungen der Billag sind den Gebührensahler zurückzuerstatten.
3. Das Parlament soll eine «opting out»-Regel ermöglichen: Personen, welche nachweislich weder ein Fernseh- noch ein Radiogerät besitzen, sollen von den Gebühren befreit werden.

Das Parlament war jedoch einmal mehr nicht gewillt, auf diese Forderungen einzugehen. Die Petition wurde ignoriert und als «unrealistisch» abqualifiziert: Der Nationalrat lehnte die Forderungen mit 107 zu 56 Stimmen ab. Dafür stimmten nur die geschlossene SVP-Fraktion sowie vier CVP-Vertreter und drei Freisinnige.

Haushaltabgabe eingeführt

Gleichzeitig will das Parlament eine Mediensteuer einführen: Mit der sogenannten Haushaltabgabe müssen alle Privatpersonen und alle Unternehmen zahlen – unabhängig davon, ob ein Empfangsgerät vorhanden ist. Mit der Haushaltabgabe sollen die Gebühren an den «technologischen Wandel» angepasst werden, dafür würden Inkasso und Gebühren für den Einzelnen günstiger, heisst es aus Bundesbern. Wahr ist das Gegenteil: Gar nichts wird günstiger.



Eine Gebühr zahlt man immer für eine Leistung, die man in Anspruch nimmt. So waren die Empfangsgebühren für Radio und Fernsehen bislang geschuldet, wenn man einen Fernseher oder ein Radiogerät besass. Neu sollen jeder Haushalt und auch Betriebe zahlen – unabhängig davon, ob man Radio hört oder Fernsehsendungen anschaut. Wer keine entsprechenden Geräte besitzt und heute nichts bezahlt, muss der Billag in Zukunft jedes Jahr die volle Gebühr (heute 462 Franken) entrichten. Wer heute nur ein Radiogerät daheim hat und entsprechend 169 Franken Gebühren zahlt, schuldet in Zukunft ebenfalls 462 Franken pro Jahr.

Dass National- und Ständerat nicht einmal eine «opting out»-Klausel zugelassen haben, ist unverständlich. Dass die Linken einfach Ausnahmen für sozial Schwache fordern und der Gewerbeverband Kleinbetriebe ausnehmen will, ist ebenso falsch. Dieser erneute Fehlentscheid zeigt: Hier hat die Aktion Medienfreiheit noch viel Arbeit. Bei der Behandlung der entsprechenden Gesetzesvorlage werden wir uns noch einmal vehement für das «Opting out» einsetzen.

Parlamentarische Vorstösse

- 11.3989 (Motion) Offenlegung der redaktionellen Positionen und der Behördeninformation vor Abstimmungen (Thomas Müller)
- 11.5278 (Frage) Abschiedsgeschenk der SRG an Armin Walpen (Natalie Rickli)
- 11.5194 (Frage) Nationaler Telefon-Dolmetscherdienst (Natalie Rickli)
- 11.3839 (Motion) Nicht ausbezahlte 67 Millionen Gebührengelder zurück an die Gebührensahler (Natalie Rickli)

Medienmacht und Meinungsfreiheit

Die Berichterstattung zum Wahlkampf 2011 zeigt es einmal mehr: Statt dass in den Zeitungen und in elektronischen Medien Analysen vorgenommen und Meinungen ausgetauscht würden, schreiben die meisten Blätter einander ab. Der geneigte Leser sieht sich mit einem Einheitsbrei konfrontiert – einzig «Wochenzeitung» und «Weltwoche» bilden Ausnahmen.

von Kantonsrat Gregor A. Rutz, Vorstand Aktion Medienfreiheit

Staatliche Medienförderung und der daraus resultierende Einheitsbrei sind nicht neu. Schon früher strebten die Medien nach staatlicher Unterstützung und Monopolen. Die erste Zeitung der Welt erschien um 1605 in Strassburg. Johann Carolus, Verleger der Wochenzeitung «Relation aller fürnehmen und gedenckwürdigen Historien», wandte sich in besagtem Jahr an den städtischen Rat und bat um ein «Privilegium», um ihm das Monopol als Zeitungsherausgeber zu sichern. Allfällige Konkurrenten, so bat er, sollen mit einer Geldstrafe abgeschreckt werden. Als Gegenleistung offerierte er den Stadträten vier Gratis-Abonnements.

Diese liessen sich nicht beirren und wiesen das Begehren ab. Trotzdem nahm Johann Carolus das Projekt an die Hand und veröffentlichte seine Zeitung. Bald kamen weitere Zeitungen dazu, während sich in der Zeit des Dreissigjährigen Krieges das europäische Postnetz rasch entwickelte. Gerade der Krieg selbst beschleunigte die Nachfrage nach Informationen und Nachrichten. Die neuen Periodika boten eine Plattform für Stellungnahmen. So wurden die Zeitungen zunehmend parteischer; die Presse wurde letztlich sogar zu einem Instrument der Kriegsführung.

Interessen bleiben gleich

Die Interessen der Medienmacher haben sich seit dem Dreissigjährigen Krieg kaum geändert. Während die SRG ihre Monopolstellung auf Biegen und Brechen verteidigt, buhlen private Fernseh- und Radiostationen um staatliche Gebührenteile. Verleger lassen sich den Zeitungsvertrieb grosszügig vom Staat subventionieren, während die Politiker immer mehr Werbeverbote aussprechen, um die Bevölkerung zu «schützen».

Die traurige Folge dieser verfehlten Politik: Die Medienerzeugnisse verschmelzen zunehmend zu einem Einheitsbrei, statt dass – wie in freien Demokratien gewünscht – ein reger Austausch verschiedener Ansichten und Meinungen stattfinden würde. Der Wettbewerb verbessert die Qualität des Angebots; dies gilt in der Wirtschaft wie auch in der Medienwelt. Darum ist die Medienvielfalt gerade aus Sicht der Konsumenten wichtig. Die Redewendung, man «lüge wie gedruckt», bezieht sich auf das weit verbreitete Misstrauen gegenüber Druckerzeugnissen, welche schon immer für Verfälschungen anfällig waren. Im Dreissigjährigen Krieg hatten die meisten Leser nur eine Meinung zur Verfügung. Leider sehen sich viele Schweizer Leser heute wieder mit derselben Situation konfrontiert. Es würde der Demokratie gut anstehen, dies zu verbessern.



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

Veranstaltungen:

Herbstversammlung
2011

Besuch in der Redaktion von 20 Minuten

Wir freuen uns, Sie zu unserer diesjährigen Herbstversammlung einzuladen. Besuchen Sie mit uns die auflagestärkste Schweizer Tageszeitung: 20 Minuten.

Dienstag,
1. November 2011

Die Einladung finden Sie in der Beilage zu diesem Newsletter.

IMPRESSUM

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