

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	23.04.2024
Thema	Medien
Schlagworte	Volksabstimmung, Referendum
Akteure	Schweizerischer Gewerbeverband (SGV)
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1965 - 01.01.2021

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Gerber, Marlène
Heidelberger, Anja

Bevorzugte Zitierweise

Gerber, Marlène; Heidelberger, Anja 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Medien, Volksabstimmung, Referendum, Schweizerischer Gewerbeverband (SGV), 2014 – 2018*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 23.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Radio und Fernsehen	1

Abkürzungsverzeichnis

KVF-NR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
SGB	Schweizerischer Gewerkschaftsbund
RTVG	Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
SRF	Schweizer Radio und Fernsehen
SGV	Schweizerischer Gewerbeverband
KdK	Konferenz der Kantonsregierungen
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
VSM	Verband Schweizer Medien
RSI	Radiotelevisione Svizzera (Radio und Fernsehen der italienischsprachigen Schweiz)

CTT-CN	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
OFCOM	Office fédéral de la communication
SSR	Société suisse de radiodiffusion
USS	Union syndicale suisse
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision
RTS	Radio Télévision Suisse
USAM	Union suisse des arts et métiers
CdC	Conférence des gouvernements cantonaux
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de recherche)
MS	Médias Suisses
RSI	Radiotelevisione Svizzera (Radio et télévision en Suisse italienne)

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Radio und Fernsehen

BUNDESRATSGESCHÄFT
DATUM: 27.09.2014
MARLÈNE GERBER

Sogleich nach der parlamentarischen Verabschiedung kündigte der Schweizerische Gewerbeverband (SGV) das **Referendum gegen die RTVG-Vorlage** an. Der Verband stellte sich gegen die doppelte finanzielle Belastung der Unternehmer, welche die Abgabe künftig sowohl als Bürger wie auch als Unternehmen zu entrichten hätten. Dies, sofern sie mit ihrem Unternehmen einen Jahresumsatz von über CHF 500'000 generieren, wobei der Umsatz die Höhe der Abgabe bestimmt, die der Bundesrat in sechs Tarifkategorien festzulegen gedenkt. In seiner Botschaft zur RTVG-Revision hatte der Bundesrat mit Rückgriff auf die Mehrwertsteuerstatistik 2010 festgehalten, dass bei Definition des Mindestumsatzes bei einer halben Million weniger als 30% aller Unternehmen abgabepflichtig wären. Für einen Drittel aller abgabepflichtigen Unternehmen (Jahresumsatz CHF 500'000 bis 1 Mio.) würde die Abgabe ähnlich bis gleich hoch ausfallen wie diejenige der Privathaushalte. Die 327 in der Schweiz registrierten Unternehmen, die mit einem Jahresumsatz von über CHF 1 Mrd. in die höchste Tarifstufe eingeteilt würden, hätten pro Jahr eine Abgabe in der Höhe von CHF 39'000 zu entrichten. Gemäss bundesrätlicher Botschaft hätten über 80% aller abgabepflichtigen Unternehmen jedoch nicht mit einer Abgabe über einem Betrag von CHF 1'000 zu rechnen. Mitte Dezember gab der SGV-Direktor Hans-Ulrich Bigler bekannt, dass das Komitee "Nein zur Billag-Mediensteuer" bereits weit über die nötigen 50'000 Unterschriften sammeln konnte. Die Referendumsfrist endet am 15. Januar 2015.¹

BUNDESRATSGESCHÄFT
DATUM: 15.01.2015
MARLÈNE GERBER

Mitte Januar 2015 deponierte der Gewerbeverband (SGV) sein **Referendum gegen die RTVG-Vorlage** mit 91'990 Unterschriften bei der Bundeskanzlei, wovon deren 91'308 gültig waren und womit die erforderliche Anzahl Unterschriften (50'000) für das Zustandekommen eines Referendums bei Weitem übertroffen wurde. Der SGV störte sich nicht primär an der Einführung einer generellen Abgabe für alle Haushalte, sondern vielmehr an der "Zwangsabgabe" für Unternehmen, wie der Direktor des SGV, Hans-Ulrich Bigler, vor den Medien zu Protokoll gab. Sogleich meldete sich das Befürworterkomitee unter der Führung der CVP zu Wort, mit dem Ziel, die Einwände des SGV zu relativieren. 75% aller Unternehmen hätten aufgrund ihres geringen Jahresumsatzes (CHF 500'000 oder weniger) keine Abgabe zu entrichten und weitere 9% der Unternehmen hätten mit der neuen Gesetzgebung geringere Zahlungen zu leisten.²

BUNDESRATSGESCHÄFT
DATUM: 15.02.2015
MARLÈNE GERBER

Der **Abstimmungskampf zur RTVG-Vorlage** wurde von Beginn an kontrovers geführt und von den Medien in einer Ausführlichkeit begleitet, die im Vergleich zu den anderen zur Abstimmung stehenden Vorlagen beispiellos blieb. Dabei liess sich nicht verhindern, dass die Debatte nicht nur eine technische und die Umstellungen im Gebührensystem betreffende blieb, sondern gemäss Medien eher in eine Grundsatzdebatte zum Service public und zur Rolle der SRG mündete. Rückblickend ist jedoch auch dieser Beschrieb des Abstimmungskampfes nicht ganz zutreffend, denn die Debatte enthielt wenig Substanz und dafür umso mehr Polemik.

Bereits Mitte Februar und somit gut vier Monate vor dem angesetzten Abstimmungstermin, dem 14. Juni 2015, war der Direktor des Gewerbeverbandes (SGV) und Referendumsergreifer – gemäss dem Blick – "stinksauer". In einem Brief warf er der SRG vor, dass diese ihre redaktionelle Neutralität nicht wahre und "völlig einseitig" und "auf Kosten der Gebührenzahler" über die Referendumsvorlage berichte. Der SGV und mit ihm die SVP zogen aus diesen Gründen ihre Teilnahme an einer Podiumsdiskussion zur RTVG-Vorlage zurück, welche von Karin Frei, der Moderatorin der Diskussionssendung "Club" und somit SRG-Mitarbeiterin, geleitet worden wäre. Laut Daten des BAKOM erhält die SRG 92% aller Gelder aus dem Gebührentopf. Diskutieren wollte der Gewerbeverband hingegen in einem anderen Forum, und zwar in der Frühjahrssession im Parlament, wo von der UVEK-Vorsteherin Auskünfte über die Rolle der SRG verlangt wurden. Im Abstimmungskampf zeigte sich die SRG nicht präsent im gekauften Raum, listete auf ihrer Webseite jedoch ausführliche Pro-Argumente auf, wobei sie sich auf den Standpunkt stellte, dass sie sich bereits in der Vernehmlassung

und somit für alle einsehbar positiv zur Vorlage geäussert habe. Ferner gehöre die Förderung der Diskussion über den Service public zum Leistungsauftrag der SRG. Die Diskussion um den Service public lieber vertagen wollte hingegen Bundesrätin Leuthard, welche an der Eröffnung zum Abstimmungskampf betonte, man solle mit dieser Diskussion bis zum Erscheinen des vom Bundesrat zu erarbeitenden Berichts zu den Service-public-Leistungen warten.

Die Referendumsergreifer äusserten ihre Empörung zum Vorgehen der SRG in einem Brief an das BAKOM sowie mit der Forderung, die Finanzkontrolle solle die Finanzströme der SRG untersuchen – dies aufgrund eines Berichts der Zentralschweiz am Sonntag, wonach die Regionalgesellschaften mit Mittelzuweisungen der SRG Abstimmungskampf betreiben würden. Ebenfalls unzufrieden zeigte sich die Gegnerschaft mit dem Text im Abstimmungsbüchlein und reichte eine Stimmrechtsbeschwerde ein. Bei der Formulierung der gegnerischen Argumente durch das Referendumskomitee hatte die Bundeskanzlei korrigierend eingegriffen, indem sie ergänzte, dass "nach Ansicht des Komitees" in den nächsten Jahren bereits mit 1000 Franken Mediensteuer pro Haushalt und Jahr zu rechnen sei (der Bundesrat ging von einem Betrag von CHF 400 aus). Vizekanzler André Simonazzi wies die Anschuldigungen des Referendumskomitees zurück, bezeichnete diese als "tout bonnement absurde" und betonte, dass sich die vom Bundesrat eingebrachten Änderungen darauf beschränkt hätten, dem Stimmbürger die Urheberschaft dieser Behauptung erkennbar zu machen.

Durchs Band war die Kampagne geprägt von diversen, beinahe im Akkord präsentierten Enthüllungen, welche von den Medien nicht in ihrer Breite ausgeschlachtet wurden – evtl. auch aus dem Grund, da bereits wenige Tage später der nächste Vorfall darauf wartete, dargelegt zu werden. So etwa wurde im Rahmen der RTVG-Abstimmung über die bekannt gewordene Höhe des Lohns von SRG-Generaldirektor Roger de Weck berichtet, ebenso über die zuerst mutmassliche und danach tatsächliche Ständeratskandidatur vom damaligen SRG-Verwaltungsratspräsidenten Raymond Loretan und über das vom Bundesgericht festgelegte Verbot, die Empfangsgebühren der Mehrwertsteuer zu unterstellen. Ferner zogen sich durch die gesamte Kampagne gegenseitige Beschuldigungen der Falschinformation, wobei der SGV diese nicht etwa ans Pro-Komitee adressierte, sondern in erster Linie an die SRG – so etwa zur Frage, ob die SRG bei Annahme der Vorlage mehr Geld erhalte oder ob die jetzige Regelung tatsächlich keine Möglichkeit zur Gebührenbefreiung für Unternehmen erlaube, wie die SRG in einer Broschüre festhielt. Auf der anderen Seite schlug der Behauptung des SGV, in einigen Jahren werde der Gebühreneinzahler bereits CHF 1000 pro Jahr entrichten müssen, heftiger Gegenwind entgegen. Ferner wurde Mitte Mai bekannt, dass das Nein-Komitee auf seiner Homepage Personen als Anhänger des gegnerischen Komitees aufführte, welche diesem gar nicht angehörten.

Auch dass die erste Trendumfrage in der ersten Maihälfte von einem Patt zwischen den Befürwortern und Gegnern sprach, trug nicht unbedingt zur Abkühlung des hitzig geführten Abstimmungskampfes bei – obwohl das Ja-Komitee unter der Führung der CVP laut eigenen Aussagen bereits zu diesem Zeitpunkt das gesamte Abstimmungskampfbudget aufgebraucht hatte. Tatsächlich blieb es um das offizielle Pro-Komitee im weiteren Verlauf der Abstimmungskampagne relativ still. Ferner formierten sich regionale Komitees, bestehend aus lokalen Radio- und TV-Stationen, um für ein Ja an der Urne zu werben. Nicht zuletzt war es denn auch die SRG, welche ihre 23'000 Mitglieder in einem Brief aufforderte, aktive Mobilisierungs- und Überzeugungsarbeit zu leisten. Finanziell besser aufgestellt zeigte sich das gegnerische Komitee, welches mit einer provokanten Abstimmungszeitung aufwartete, die mit einer Auflage von 2,5 Mio. in den grösseren Städten und Agglomerationen verteilt wurde. "Not amused" gab sich in diesem Zusammenhang der Zürcher Stadtrat Filippo Leutenegger (fdp), welcher sich auf Seite 3 der Zeitung gegen die SRG wetternd wiederfand. Er habe keine Kenntnisse über seine Rolle in der Abstimmungszeitung gehabt; die Macher hätten Auszüge aus einem vergangenen Interview zusammengeschnitten und aus dem Kontext gerissen. Der Redaktionsleiter der Abstimmungszeitung gab auf Anfrage denn auch zu, dass Leutenegger weder Autor des Artikels sei noch von dessen Erscheinen gewusst habe. Der grundsätzliche Stil der SGV-Kampagnenführung wurde als gehässig aufgefasst, was jedoch aufgrund der Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Goal, unter anderem Erfinder der Minarett-Raketen und der Messerstecherplakate, nicht erstaunt: Auf gewissen Inseraten der Gegner war eine blutige Hand mit abgehackten Fingern zu sehen, die in eine Mausefalle (als Metapher für die "Steuerfalle") getappt war. Bezüglich Ausgewogenheit der Inseratekampagne in den Printmedien registrierte Année Politique Suisse beinahe ein Gleichgewicht zwischen Befürwortern und Gegnern in Bezug auf die Anzahl der publizierten Inserate, wobei sich die gegnerische Seite für leicht mehr Inserate verantwortlich zeigte. Die Tonalität der Kampagne in der Berichterstattung der Medien fiel gemäss dem Forschungsinstitut Öffentlichkeit und

Gesellschaft (fög) zu Gunsten der Gegner aus.³

POSITIONSPAPIER UND PAROLEN

DATUM: 22.02.2015
MARLÈNE GERBER

In ihrem Referendumsvorhaben zur RTVG-Vorlage nicht unterstützt wurden der Schweizerische Gewerbeverband und die SVP von Economiesuisse: Der Wirtschaftsverband beschloss – wenn auch mit äusserst knappem Mehr – Anfang Jahr die **Ja-Parole** zum Gesetz und verweigerte eine aktive Teilnahme am Abstimmungskampf. Als Grund für diesen Entschluss führte Präsident Heinz Karrer an, dass man mit der Abstimmungsvorlage keine relevanten wirtschaftlichen Veränderungen erwarte, sondern in ihr lediglich einen Systemwechsel von einer Gebühr zu einer Abgabe sehe. Inoffiziell wurden jedoch andere Vermutungen für diesen eher überraschenden Positionswechsel ins Feld geführt. So munkelte man in den Medien, diese Wende sei durch Lobbyarbeit und Eigeninteressen von gewissen Mitgliedern der höheren Führungsetage herbeigeführt worden.⁴

BUNDESRATSGESCHÄFT

DATUM: 14.06.2015
MARLÈNE GERBER

"Rösti- und Polentagraben sind programmiert", titelte die NZZ bereits am 5. Juni, mit dem Argument, dass insbesondere die Sprachminderheiten von einem ausgebauten Service public profitieren und dies mit einem befürwortenden Stimmenscheid untermauern würden. Zumindest was das Resultat betrifft behielt die alte Tante grösstenteils recht: An der **Volksabstimmung zur RTVG-Vorlage** vom 14. Juni 2015, wurde das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen bei einer Stimmbeteiligung von 43,7% mit einer hauchdünnen Mehrheit von 3'649 Stimmen – und somit noch leicht knapper als die vorläufigen amtlichen Ergebnisse vermuten liessen, und gar knapper als jedes andere seit der Einführung des Frauenstimmrechts erzielte Abstimmungsresultat – angenommen. Treibende Kraft hinter diesem Hauch von Ja war in der Tat die Romandie (mit Ausnahme des Wallis), wo die Vorlage teilweise beträchtlichen Zuspruch erhielt – an vorderster Front vom Kanton Waadt, der die Vorlage, gefolgt von den Kantonen Genf (61,9%), Neuenburg (59,6%) und Jura (58,6%), mit einem Ja-Anteil von 62,5% deutlich befürwortete. Abgesehen von der Romandie legten lediglich Basel-Stadt (51,2%) und Graubünden (50,9%) ein Ja ein; in allen anderen Kantonen – inklusive dem Tessin (48,0%) – fand die Vorlage keine Mehrheit. Während der Ja-Anteil in den grösseren, städtisch geprägten Kantonen immerhin die 47%-Marke überschritt, bewegte sich dieser in den ländlichen Kantonen der Zentral- und Innerschweiz zwischen 40% und 45%. Das knappe Ergebnis führte denn auch nicht zum Abflauen der politischen Diskussionen, sondern zu deren intensiven Weiterführung. Die GLP, die ebenso wie die SVP und die FDP zu den Abstimmungsverliererinnen gehörte, kündigte beispielsweise an, eine Motion zur Definition des medialen Service public in der Bundesverfassung einzureichen. Dass hier Handlungsbedarf bestehe, habe die Debatte zum RTVG gezeigt. Nationalrätin Natalie Rickli (svp, ZH) kommentierte die Befunde des Tagesanzeigers, wonach die Auslandschweizer für das Ja zum RTVG verantwortlich seien: Es sei "irritierend, dass Leute mitentscheiden, die gar nicht bezahlen müssen". Nichtsdestotrotz seien jedoch diejenigen Gegnerinnen und Gegner, welche ihr Stimmrecht nicht wahrgenommen hatten, zu grossen Teilen für die Niederlage verantwortlich. Rickli rief zur Unterstützung der sich dazumals im Sammelstadium befindenden No-Billag-Initiative auf, mit der der Druck auf die SRG aufrechterhalten werden könne. Die Initiative erhielt nach der Referendumsniederlage nun auch Unterstützung vom Schweizerischen Gewerbeverband. Der Verband Schweizer Medien zeigte sich mit dem Abstimmungsresultat und gar mit dessen Knappheit zufrieden, denn Letzteres sei ein Warnsignal an die SRG. Diese solle sich auf einen Service public im engeren Sinne beschränken und ausschliesslich über die neue Abgabe finanziert werden, was einem Werbeverbot für die SRG gleichkäme.

Abstimmung vom 14. Juni 2015

Beteiligung: 43.7%
Ja: 1'128'522 (50.1%)
Nein: 1'124'873 (49.9%)

Parolen:

- Ja: SP, CVP, GPS, BDP (2*), EVP; Economiesuisse, SGB, Travail.Suisse, VSM.
- Nein: SVP, FDP (3*), GLP; SGV, SBV, Konsumentenforum.
- Stimmfreigabe: SAV, SKS.

* Anzahl abweichende Kantonalsektionen in Klammern⁵

Zwischen der Behandlung der Initiative im Parlament im September 2017 und der Volksabstimmung im März 2018 riss die **Berichterstattung und die Debatte über die Initiative zur Abschaffung der Billag-Gebühren** nicht mehr ab. Insbesondere nachdem Medienministerin Doris Leuthard im Oktober 2017 die neue Radio- und Fernsehgebühr von 365 Franken pro Jahr präsentiert hatte, gab es für die Medien kein Halten mehr. Diskutiert wurden in der Folge alle möglichen Aspekte der Vorlage. Relativ schnell beschrieben war der Inhalt der Initiative: Die Empfangsgebühr für Radio und Fernsehen soll abgeschafft werden und der Bund soll in Friedenszeiten keine Radio- und Fernsehstationen betreiben oder subventionieren dürfen. Stattdessen soll er entsprechende Konzessionen versteigern. Welche Auswirkungen eine solche Änderung hätte, wer sie befürwortete oder bekämpfte und wer wie davon betroffen wäre, sorgte in der Folge in Medien und Gesellschaft für viel Gesprächsstoff und wurde in über 7'000 Presseartikeln und 68'000 Tweets, Letztere gemäss (Fög) alleine zwischen anfangs Januar und Mitte Februar 2018, diskutiert.

Zu Beginn des Abstimmungskampfes besonders interessant war die Frage nach den **Initianten und Befürwortern** der Vorlage. Diese stellten gemäss Le Temps eine «alliance de circonstance» zwischen verschiedenen Akteuren vor allem aus der Deutschschweiz dar: neoliberale Rechte insbesondere aus der Zürcher SVP; junge Libertäre, die dadurch ihre Vision einer ultraliberalen Welt verbreiten wollten, sowie private Verleger, die sich Vorteile aus der Initiative erhofften. Die Hauptakteure der No-Billag-Komitees kamen folglich mit Olivier Kessler, Co-Initiator der Initiative und einstigem Präsidenten der Jungen SVP Schwyz, mit Thomas Juch, No-Billag-Co-Präsident und Vizepräsident der Jungfreisinnigen, mit Andreas Kleeb, Kommunikationsstrategie und ehemaligem Parteipräsidenten der FDP Zug, und mit den Präsidenten der Unterstützerkomitees der Romandie, dem Jungfreisinnigen Nicolas Jutzet, und des Tessins, dem SVP-Gemeinderat von Lugano, Alain Bühler, aus dem Umfeld junger Libertärer. Deren Bewegung erlangte in der Folge durch Zeitungsinterviews und Auftritte in Diskussionsrunden einige mediale Aufmerksamkeit.

Anfangs sprach sich neben den Initianten kaum jemand für die Initiative aus; unterstützt wurde sie lediglich von der Zürcher SVP und vom Gewerbeverband, die beide relativ früh die Ja-Parole beschlossen hatten. Auch die Aktion Medienfreiheit, eine Gruppe privater Verleger präsiert von Natalie Rickli (svp, ZH), sprach sich für die Vorlage aus, da ihr die Aktivitäten der SRG zu weit gingen. Lange fragten sich die Medien, was die SVP machen werde: Es seien bei ihr zwar schon immer Sympathien für die Initiative zu spüren gewesen, aber die Partei sei diesbezüglich gespalten. Eine Halbierung der Gebühr, wie es ihr Gegenvorschlag vorgesehen hatte, wäre von den meisten Exponentinnen und Exponenten bevorzugt worden, war zu lesen. Ebendiese Forderung anstelle der radikaleren Nullforderung hatte Nationalrätin Rickli den Initianten bereits vor Lancierung des Volksbegehrens nahegelegt. Die Medien erklärten die Zurückhaltung der SVP damit, dass es sich beim Thema der Initiative nicht um ein Kernanliegen der SVP handle und die im Januar 2018 lancierte Begrenzungsinitiative viele Ressourcen binde. Im Laufe der Kampagne sprachen sich jedoch immer mehr Mitglieder der SVP für die Initiative aus, unter ihnen auch alt-Bundesrat Christoph Blocher und Nationalrätin Magdalena Martullo-Blocher (svp, GR). Kurz vor der Abstimmung empfahl die SVP schliesslich mit 242 zu 17 Stimmen ein Ja zur Initiative. Zudem fassten die EDU und die Unabhängigkeitspartei up! die Ja-Parole.

Da zu Beginn der Kampagne noch unklar war, ob sich die SVP oder der Gewerbeverband finanziell beteiligen würden, setzten die Befürworter der Initiative auf Crowdfunding. Dieses sorgte für Aufmerksamkeit, nachdem der Betreiber der Crowdfunding-Seite erklärt hatte, die Sammelaktion für die Initiative zu stoppen und die bereits erhaltenen Gelder zurückzubezahlen. Die No-Billag-Initiative sei schlecht für die Kohäsion der Schweiz und als privates Unternehmen habe man das Recht, den Auftrag zu verweigern, erklärte die Geschäftsleitung. Olivier Kessler wertete dies als Sabotage und Affront gegen die Leute, die bereits insgesamt CHF 11'500 für die Initiative gespendet hätten. Knapp 24 Stunden später startete das Crowdfunding auf einer privaten Seite erneut und erzielte nun – aufgrund von Solidaritätsbekundungen oder Gratiswerbung – mehr Spendengelder als zuvor: In den ersten 48 Stunden erhielten die Befürworter Spenden über CHF 22'000, bis Ende Dezember 2017 nahmen sie insgesamt CHF 86'000 mittels Crowdfunding ein.

Das **Lager der Initiativegegner** war relativ breit aufgestellt. Von den Parteien gaben die SP, die Grünen, die CVP, die BDP, die GLP, die EVP und die CSP die Nein-Parole heraus, genauso wie zum Beispiel Operation Libero, die Schweizerische Bischofskonferenz, die KdK und die Westschweizer Regierungskonferenz. Zögerlicher zeigten sich Economiesuisse und FDP. Die Freisinnigen fassten zwar mit 204 zu 82 Stimmen klar die Nein-Parole, machten aber an der Delegiertenversammlung ihrem Unmut gegenüber

der SRG Luft. FDP-Präsidentin Petra Güssi (fdp, SZ) fasste die Position der Partei entsprechend zusammen: «Es braucht Anpassungen, aber keine Revolution.» Auf deutliche Ablehnung stiess die Initiative hingegen bei der CVP, von den Medien häufig als «SRG-Partei» bezeichnet. Mit 50 zu 0 Stimmen beschloss der Parteivorstand die Nein-Parole entsprechend deutlich; die CVP übernahm zudem die Leitung der Kampagne. Trotz ihrer ablehnenden Haltung gegenüber dem Volksbegehren geizten zahlreiche Initiativgegner nicht mit Kritik an der SRG und betonten, dass sie für den Gegenvorschlag gestimmt hätten, wenn dieser zustande gekommen wäre.

In Übereinstimmung mit der breiten Gegnerschaft der Initiative entstanden zahlreiche verschiedene Contra-Komitees. Dazu gehörten ein überparteiliches Komitee «Nein zu No Billag», dem sich über 140 nationale Parlamentarierinnen und Parlamentarier anschlossen, der Verein «Nein zum Sendeschluss», dem verschiedene zivilgesellschaftliche Akteure, darunter der Schriftsteller Pedro Lenz, der Direktor der Schweizer Journalistenschule und ehemalige SRF-Chefredaktor Diego Yanez sowie die Co-Präsidentin von Operation Libero Laura Zimmermann, angehörten. Operation Libero engagierte sich auch in einer eigenen Kampagne und erhoffte sich, mit Crowdfunding CHF 280'000 zu erhalten, was dem Betrag entspricht, den die Bewegung bereits für ihre Kampagne gegen die Durchsetzungsinitiative auf dieselbe Weise erzielen konnte. Dieses Ziel erreichte Operation Libero im Dezember 2017 nach lediglich einer Woche Sammelaktion: Nachdem eine Vorumfrage der Sonntagszeitung einen deutlichen Vorsprung der Befürworter gezeigt hatte, schossen die Spenden durch die Decke. Zudem setzten sich das Komitee «NEIN zu No-Billag», bestehend aus engagierten Personen aus der Zivilgesellschaft, das Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) mit der Kampagne «Made in Switzerland», Kulturschaffende mit dem «Aufruf der Kulturschaffenden gegen No-Billag» und der «Verein für die Rettung meiner Lieblingssendung», der eigens für diese Kampagne ins Leben gerufen worden war, gegen die Initiative ein. Zudem entstanden verschiedene Regionalkomitees in der Romandie, dem Tessin und im Bündnerland.

Breit diskutiert wurden in den Medien auch die **Argumente der Befürworter und Gegner** der Initiative. Die Initianten argumentierten, durch die Abschaffung der sogenannten «Zwangsgebühren» könne die Bevormundung der Bürger durch den Staat zumindest im Medienbereich gestoppt werden. Die Bürger sollten die Freiheit haben, zu wählen, was sie sehen und bezahlen wollen, erklärte Nicolas Jutzet. Dies betreffe insbesondere die jüngere Generation, die kaum noch lineares Fernsehen nutze: Untersuchungen des Föj sowie von Mediapulse und Vimentis verdeutlichten, dass nur noch 14 Prozent der 18- bis 24-Jährigen Fernsehen als Hauptinformationsquelle nutzen, die Marktanteile insbesondere von SRF 1 in dieser Altersgruppe deutlich niedriger liegen als für ältere Gruppen und Junge unzufriedener sind mit der SRG als ältere Personen. Überdies würden die Gebühren einen fairen Wettbewerb und damit die Entstehung eines «vielseitigen und qualitativ hochstehenden Fernsehmarktes in der Schweiz» verhindern, argumentierte Mitinitiant Sebastian Frehner (svp, BS). Eines der prominentesten Argumente der Befürworter bezog sich demnach auf die Rolle der SRG. Die Befürworter der Initiative erachteten die No-Billag-Initiative als Möglichkeit, die Übermachtstellung der SRG zu brechen und dadurch die privaten Medienunternehmen zu stärken. Die SRG ruiniere mit ihren Gebührenmilliarden und einer aggressiven Wettbewerbsstrategie die privaten Medienhäuser, da sie durch den Startvorteil der Gebührenfinanzierung die Privaten am Werbemarkt unter Preisdruck setze und einfacher in neue Geschäftsfelder vorstossen könne, wurde argumentiert. Mit dieser Meinung standen die Initiativbefürworter nicht alleine da. Bis weit ins gegnerische Lager pflichtete man den Initianten bei, dass die SRG die Presse und die privaten Sender konkurreiere, obwohl sie dies rechtlich nicht dürfe. Eine finanzielle Unterstützung der SRG sei nötig, erklärten hingegen die übrigen Initiativgegner. Dass bei den Medien der freie Markt, den die Initianten forderten, nicht spiele, könne man am Beispiel der Zeitungen sehen, erklärte Martin Candinas (cvp, GR). Daher bedürfe es bei Produktion und Verteilung von politischen und kulturellen Inhalten eines staatlichen Eingriffs, war in Le Temps zu lesen. Ohne staatliche Unterstützung könnten die Kosten zur Bereitstellung dieser Informationen nicht gedeckt werden. Da es sich für die grossen Medienunternehmen nicht lohnen würde, sich an der Versteigerung der Konzessionen zu beteiligen, käme eine Ersteigerung einzig für Milliardäre in Frage, betonte Roger Nordmann (sp, VD) zudem. Folglich käme es bei Annahme der Initiative zu einer sogenannten «Berlusconisierung» der Medienlandschaft: Einzelne finanzstarke Personen oder Unternehmen würden zukünftig den Medienmarkt und damit die Meinungsbildung dominieren.

Welche direkten Folgen eine Annahme der Initiative für die SRG hätte, war sehr umstritten und entwickelte sich immer mehr zur Glaubensfrage. Während Medienministerin Leuthard sowie mehrere Exponenten der SRG betonten, dass eine

Annahme der Initiative das Ende der SRG bedeuten würde, bezweifelten dies die Initianten. Leuthard erklärte, dass die Initiative so klar formuliert sei, dass der Bundesrat sie per Verordnung umsetzen würde – das entsprechende Gesetz könne wohl kaum rechtzeitig erarbeitet werden. Man würde daher die Gebühren innerhalb eines Jahres zurückfahren. Auch SRG-Präsident Jean-Michel Cina, SRG-Generaldirektor Gilles Marchand sowie SRF-Direktor Ruedi Matter betonten, dass es bei einer Annahme zu einem Lichterlöschen bei der SRG und zu einer sukzessiven Entlassung der 6'000 Mitarbeitenden kommen würde. Insbesondere da bei Annahme der Initiative ein Grossteil der Bürger sofort aufhören würde, Gebühren zu bezahlen, wodurch die SRG in kürzester Zeit Liquidationsprobleme bekäme. Danach gäbe es in der Schweiz nur noch hoch kommerzielles Fernsehen mit viel Werbung. Dieser Darstellung widersprachen die Initianten: Sendungen mit hohen Einschaltquoten liessen sich über den Werbemarkt weiterhin finanzieren, betonte zum Beispiel Andreas Kleeb. Die SRG würde durch die Initiative zu einem gewöhnlichen Medienunternehmen, das sich am Markt bewähren müsste, erklärte auch Christoph J. Walther, Fachjournalist für Medien. Die Weltwoche rechnete aus, dass die SRG CHF 310 Mio. einnehmen könnte, wenn nur ein Viertel aller heutigen SRG-Nutzerinnen und -Nutzer die SRG-Programme zukünftig abonnieren würde. Da man bezüglich Werbung freier wäre, könnte man den Zuschauerrückgang durch längere Werbefenster sowie Werbung in Internet und Radio kompensieren. Auch der emeritierte Rechtsprofessor Rainer J. Schweizer hielt die Darstellung eines abrupten Endes der SRG für übertrieben. Er erklärte, die SRG würde vorläufig ihren Programmauftrag behalten und könnte weiter existieren, bis das Parlament das RTVG angepasst habe, weil dieses eine stärkere rechtliche Wirkung habe als die Ausführungsbestimmungen der Initiative. Um die Diskussionen zur Zukunft der SRG bei Annahme der Initiative auf eine solidere Basis zu stellen, hatte die KVF-NR bereits im April 2017 einen Bericht des BAKOM zu zwei Budgetvarianten der SRG gefordert, der im Juni 2017 erschien.

Nicht nur die SRG, auch die 21 respektive 13 regionalen Radio- und Fernsehstationen würde eine Annahme der Initiative vor grosse Probleme stellen, gaben Letztere zu bedenken. Diese erhalten ebenfalls CHF 68 Mio., zukünftig sogar CHF 81 Mio., aus dem Gebührentopf und sind zu etwa 50 Prozent gebührenfinanziert. Ohne diese Unterstützung könnten sie somit kaum überleben. Silvio Lebrument, Geschäftsführer der Samedia, erklärte, auch für den Radio- und Fernsehsender Südostschweiz würde eine Annahme der Initiative das Aus bedeuten. Folglich kritisierte auch der Verband der Schweizer Regionalfernseher Telesuisse die Initiative stark.

Eine Annahme der Initiative hätte schliesslich gemäss den Initiativgegnern auch negative Konsequenzen für die (Sprach-)Minderheiten. So erklärte Medienministerin Leuthard im Dezember, dass die Initiative diese deutlich stärker treffen würde als die Deutschschweiz. Heute fände eine Quersubventionierung der französisch- und italienischsprachigen Sender durch die Deutschschweizer Gebührenden statt: RSI zum Beispiel erhält 20,5 Prozent der Gebühreneinnahmen für 8,1 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner. Ohne diese Umverteilung könnten Radio- und Fernsehsender in anderen Sprachregionen kaum produziert werden, da die Märkte zu klein seien, erklärte Pascal Crittin, Direktor von RTS. Ausschliesslich werbefinanziert liesse sich hochwertiges Fernsehen nicht produzieren, bei einem Ja müsse RTS daher schliessen. Entsprechend kritisch zeigten sich die Medien und Akteure in der Romandie bezüglich der Initiative. Relativ lange war die Diskussion zur Initiative in den Westschweizer Medien deutlich weniger virulent als in der Deutschschweiz, die Initiative galt als chancenlos. Zudem sei das Westschweizer Fernsehen gemäss Peter Rothenbühler, langjährigem Chefredaktor von Le Matin, dank verschiedener hervorragender Informationssendungen in der Bevölkerung fest verankert. Aufgrund ausgewogener Informationsveranstaltungen und kontroverser Diskussionen sei auch der Vorwurf, die Sender seien politisiert, nie aufgekommen. Diese positive Einstellung zur SRG zeigte sich auch in der von Année Politique Suisse untersuchten Inseratekampagne: Im Vergleich zu früheren Vorlagen wurden in den französischsprachigen oder zweisprachigen Kantonen überdurchschnittlich viele Contra-Inserate publiziert, jedoch beinahe keine Pro-Inserate.

Speziell war die Lage für den Kanton Tessin, wo RSI mit 1100 Stellen, 500 Stellen bei Zulieferern und einer Wertschöpfung von CHF 213 Mio. gemäss einer Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts BAK Basel einer der grössten Arbeitgeber des Kantons ist. RSI-Direktor Maurizio Canetta betonte entsprechend die Gefahr der Vorlage für den Südkanton. Da das Tessin aktuell dreimal mehr Geld aus dem Gebührentopf erhalte, als es einzahle, würden bei Annahme der Initiative nur noch kommerzielle Gewinne zählen, die Regionalität ginge verloren. Mittelfristig müsse RSI schliessen, dann könnten nur noch italienische Sender empfangen werden. Trotz oder gerade wegen der starken Lage von RSI entwickelte sich im Tessin eine überaus starke Befürworterkampagne zur Initiative. Mit fast 60 Inseraten im untersuchten Zeitraum und den untersuchten

Zeitungen – von denen jedoch mehr als die Hälfte in der Lega-nahen Zeitung «Il Mattino della Domenica» erschienen waren – legten sich die Befürworter mächtig ins Zeug, wie die Auswertung von *Année Politique Suisse* zeigte. Hauptsächlich kritisierten sie darin die Grösse der SRG und die staatliche Kontrolle des Fernsehens.

Ebenfalls besonders stark betroffen war der Kanton Graubünden als einziger dreisprachiger Kanton. Martin Candinas erklärte, die Vorlage sei ein Frontalangriff auf das rätoromanische Radio- und Fernsehangebot und ein Kahlschlag für den Medienplatz Schweiz. Der Kanton Graubünden würde bei einer Annahme der Initiative aus den Medien verschwinden, berichtet werden würde nur noch über Naturkatastrophen, ergänzte Nationalrätin Silva Semadeni (sp, GR). Die Initiative müsse klar abgelehnt werden, damit ein deutliches Signal für eine starke SRG gesendet werden könne, die in der Lage wäre, Minderheitensprachen, Berggebiete und periphere Regionen zu berücksichtigen. Im Laufe der Kampagne wurden die Initiativgegner immer deutlicher, Ständerat Stefan Engler (cvp, GR) etwa sprach vom Verlust eines Stückes Identität der Rätoromanen und von «einer Katastrophe für den Kanton Graubünden». Entsprechend aktiv zeigten sich die Bündner Initiativgegner auch in der Kampagnenphase – in keinem anderen Kanton zählte *Année Politique Suisse* mehr Contra-Inserate.

Das Argument der Sprachminderheiten war jedoch auch in der Deutschschweiz relevant. Hier sahen die Initiativgegner nicht nur die Schweizer Medienlandschaft, sondern mit ihr gar die nationale Kohäsion gefährdet. Diese beruhe nämlich gemäss NZZ unter anderem auf der Bereitschaft, die kleineren Sprachregionen mit Nachrichten und Unterhaltung zu bedienen und die kulturelle Vielfalt zu fördern. Durch die Initiative würde «einer der letzten Stützpfeiler unseres gemeinsamen Schweizer Dachs» verloren gehen, erklärte Nationalrat Christoph Eymann (lpd, BS).

Gegen eine solche «Überhöhung» der SRG wehrten sich wiederum die Befürworter der No-Billag-Initiative: Die Initiativgegner würden die SRG zur Rettung der vierten Gewalt und die No-Billag-Abstimmung zur Schicksalsfrage für die Schweiz hochstilisieren, kritisierte Nationalrat Lukas Reimann. Dabei hätten Umfragen gezeigt, dass selbst von den Initiativgegnern eine Mehrheit nicht glaube, dass die SRG mit Annahme der Initiative untergehen würde. Schliesslich bestritten die Befürworter der Initiative nicht nur die Darstellung der Medienministerin und der SRG-Verantwortlichen, wonach die SRG bei Annahme der Initiative nicht überleben könne, sie kritisierten insbesondere auch deren Weigerung, einen Plan B vorzulegen. Die SRG-Führung habe die Pflicht, den Fortbestand des Unternehmens sowie die Fortbeschäftigung der Mitarbeitenden unter allen Umständen zu sichern, erklärte unter anderem Nationalrat Gregor Rutz (svp, ZH). Dies veranlasste Andreas Kleeb, aber auch den Verleger der AZ Medien, Peter Wanner, zu Spekulationen, wonach die SRG über einen Plan B verfüge, diesen aber aus taktischen Gründen nicht kommuniziere.

Die **Kampagnen zur No-Billag-Initiative** konzentrierten sich stark auf Onlinekommentare und soziale Medien. Die Twitter-Aktivitäten zu No-Billag starteten anfangs Oktober und stiegen bis Ende Februar stetig an. Das Fög zählte von Januar bis Mitte Februar 2018 insgesamt 68'000 Tweets. Die Untersuchung des Fög bestätigte auch die oftmals geäusserte Vermutung, dass es bei den Twitter-Aktivitäten zu einer Bildung von Informations-Filterblasen komme: Grösstenteils bekamen die Nutzer nur Inhalte zu Gesicht, die mit ihren eigenen Ansichten übereinstimmten. Ausserordentlich stark tobte der Abstimmungskampf auch in den Medien. Das Fög bezeichnete die No-Billag-Initiative als «Sonderfall», da die Initiative über die ganze Kampagnendauer überdurchschnittlich viel Aufmerksamkeit in den Medien erzielt hatte. Das Fög zählte in den 14 Wochen vor der Abstimmung in den untersuchten Zeitungen 1049 inhaltliche Artikel zur Vorlage – insgesamt war die Rede von über 7000 Artikeln –, deutlich mehr als bei anderen vielbeachteten Vorlagen wie der Unternehmenssteuerreform III, der Durchsetzungsinitiative, der Masseneinwanderungsinitiative oder gar beim RTVG. Die Tonalität bezüglich der Initiative war in beinahe allen untersuchten Medien negativ, einzig die Weltwoche berichtete mehrheitlich positiv darüber. Vergleichsweise gut schnitt die Initiative auch bei der Aargauer Zeitung, 20 Minuten, der BaZ und der Sonntagszeitung ab. Überdurchschnittlich viel Resonanz erhielten gemäss dem Fög die Pro-Akteure jedoch neben der Weltwoche auch in den untersuchten Programmen der SRG. Während die Kampagne somit im inhaltlichen Teil der Zeitungen überdurchschnittlich stark vertreten war, zeigte sich in den Inseratespalten kein auffälliges Bild: Die Komitees schalteten im Vergleich mit Abstimmungen der vergangenen vier Jahre nur durchschnittlich viele Zeitungsinserate.

Am häufigsten porträtiert wurde die Position von Vertretern der **Zivilgesellschaft**, wie die Studie des Fög zeigte. Diese gehörten gemäss Fög überdies zu den grössten Kritikern der Initiative. So meldeten sich im Laufe der Kampagne zahlreiche

zivilgesellschaftliche Organisationen zu Wort; Diego Yanez, Vorstandsmitglied des Komitees «Nein zum Sendeschluss», sprach von einem «Ruck, der durch die Zivilgesellschaft» ging. Bekämpft wurde die Vorlage von vielen Seiten: Der Gehörlosenbund zum Beispiel sprach sich gegen die Initiative aus, da man auf Sendungen mit Untertiteln oder in Gebärdensprache angewiesen sei. Bereits das heutige Angebot sei ungenügend, eine Annahme der Initiative würde aber die Situation noch verschlechtern, erklärte Corinne Parrat, die gehörlose Miss-Handicap 2009. Auch die Sportfans und -organisatoren meldeten sich zu Wort. Sie sorgten sich, dass nach Annahme der Initiative kaum noch Sportübertragungen im Free TV zu sehen sein würden. Seit Beginn der Erhebung 2013 waren die zehn meistgeschauten Sendungen im SRF Sportübertragungen, von den Top 100 beinhaltete fast jede zweite Sendung Sport. Insbesondere Anhänger von Nischensportarten waren besorgt: Private würden wohl kaum Berichte zu über 100 verschiedenen Sportarten ausstrahlen, wie es die SRG tue, war zu vernehmen. Auch Swiss Olympic beteiligte sich an der Diskussion: Die SRG sei einer «der wichtigsten Sportförderer der Schweiz», sowohl für Elite- als auch für Breitensport. Ein Ja wäre daher das Ende von mehr als nur der SRG.

Auch von kultureller Seite wurde Kritik an der Initiative laut. Die Interessengemeinschaft Volkskultur, der 33 Verbände und 400'000 Aktivmitglieder angehören, fasste einstimmig die Nein-Parole. Präsident Albert Vitali (fdp, LU) erklärte, bei Annahme der Initiative sei zum Beispiel die Übertragung von Schwing- und Jodelfesten in Gefahr, weil Private die Kosten der Übertragung nicht stemmen könnten. Die Nein-Parole erliessen auch der Blasmusikerverband sowie der Eidgenössische Jodelverband. «Für die Freunde der Volkskultur ist die Initiative ein Affront», betonte die Präsidentin des Jodelverbands Kathrin Niederberger. Für Brauchtumsfeste sei die SRG ein unverzichtbarer Partner.

Anders sah es hingegen lange Zeit bei der Schweizer Musikbranche aus. Noch im November 2017 kritisierte die Sonntagszeitung, dass sich diese nicht zur Vorlage äusserte, obwohl die SRG die Karrieren der Schweizer Musiker entscheidend gefördert habe. So würden jährlich CHF 300 Mio. von der SRG zu den Künstlern fließen, was für einige mehr als 40 Prozent des Einkommens ausmache. Da Privatradios einen deutlich niedrigeren Anteil an Schweizer Musik spielten als die SRG-Kanäle, seien die Musiker auf Letztere angewiesen. Ähnlich sehe es bei der Filmbranche aus, betonten die Medien. Die SRG habe in den letzten 30 Jahren CHF 300 Mio. in die Filmförderung investiert und unterstütze zudem jährlich Schweizer Filme mit CHF 30 Mio. bis 40 Mio. Dieser Aufruf zeigte Ende 2017 Wirkung, als unter dem Motto «Nein zum Blackout – Nein zu No Billag» Werbespots mit zahlreichen verschiedenen Schauspielerinnen und Schauspielern ausgestrahlt wurden. Finanziert wurden diese vom Dachverband der Schweizer Film- und Audiovisionsbranche CinéSuisse, der darauf hinweisen wollte, dass zahlreiche Filme wie «Die Schweizermacher» oder «Heidi» ohne die enge Partnerschaft mit der SRG nicht hätten realisiert werden können.

Diese Solidaritätsbekundungen lösten jedoch nicht nur Begeisterung aus. Die Weltwoche sah sich in ihrer Kritik bestätigt: Durch die Initiative würden die Verflechtungen der SRG sichtbar; diese mache sich die Abhängigkeiten zahlreicher Akteure für ihre Zwecke zu Nutze. Dabei kritisierte die Weltwoche insbesondere die Printmedien, welche die SRG über die Jahre abhängig gemacht habe. Zum Beispiel zahle sie jährlich mehrere Millionen Schweizerfranken an die Samedia, die NZZ-Gruppe sowie die AZ-Medien und insgesamt flössen jährlich CHF 67.5 Mio. an private Radio- und Fernsehstationen. Das erkläre auch, warum von dieser Seite nur leichte Kritik an der SRG geäussert würde. Diejenigen, die auf diese Weise von der SRG profitierten, hätten sich nun auch gegen die Initiative ausgesprochen, erklärte die Weltwoche. Allgemein blieb die Haltung der Zeitungen zur Initiative jedoch unklar. Der Verlegerverband (VSM) mochte anfangs keine klare Ja- oder Nein-Parole fassen, empfahl schliesslich aber trotz bestehender Differenzen die Ablehnung der Initiative. Zwar sei man für die Gebührenfinanzierung, mache aber die Stärke des Engagements von den Zugeständnissen der SRG abhängig, erklärte Geschäftsführer Andreas Häuptli. Die SRG solle demnach langfristig ohne Werbung und Sponsoring auskommen und die Kommerzialisierung des Angebots reduzieren, wurde gefordert. Auch der Westschweizer Verband Médias Suisses sprach sich gegen die Initiative aus, wollte aber die Contra-Kampagne nur unterstützen, wenn die SRG auf zielgerichtete Werbung verzichte und aus der Admeira austrete.

Unter besonderer Beobachtung standen auch während der Kampagnenphase die **SRG und ihre Mitarbeitenden**: Vielfach wurde befürchtet, dass sie aufgrund der für sie weitreichenden Konsequenzen der Initiative nicht würden neutral bleiben können. Mitte Oktober definierte die SRG interne Leitlinien, die es ihren Mitarbeitenden erlaubten, ihre Position über soziale Netzwerke zu vertreten und das Programmangebot und die Werte der SRG proaktiv zu betonen. Die Mitarbeitenden durften hingegen keine

direkten Abstimmungsempfehlungen abgeben. In ihren Sendungen nahm die SRG gemäss Fög eine klar kritische Haltung zu der Initiative ein, die negative Tonalität von SRF und RTS entsprachen jedoch der durchschnittlichen Haltung der Medien, erklärte das Fög weiter. Überdurchschnittlich grosse Resonanz erhielten jedoch die Statements der Befürworter bei der SRG. Diese zeigten sich jedoch mit dem Verhalten der SRG und ihrer Mitarbeitenden im Rahmen des Abstimmungskampfes nicht zufrieden und kritisierten deren «breit angelegte Informationskampagne», wie es der Bote der Urschweiz formulierte. Insbesondere Sendungen zur Initiative selbst, vor allem die Arena respektive ihr Moderator Jonas Projer wurden kritisiert. Olivier Kessler beschuldigte Projer als SRG-Angestellten und «Zwangsgebühren-Profiteur» zu wenig unabhängig zu sein, um die Sendung zur No-Billag-Initiative fair zu leiten. Er habe die Sendung einseitig moderiert und die Initiativbefürworter deutlich häufiger unterbrochen als die Gegner, ergänzte Kessler auf seinem Blog. Auf diese Anschuldigungen entgegnete Projer, dass die wichtigsten Themen beider Seiten angesprochen worden seien und die Redezeit ausgeglichen gewesen sei – man habe dies absichtlich gemessen. Unterstützung erhielt Projer im Nachhinein von SRG-Ombudsmann Roger Blum, der die Sendung aufgrund zahlreicher Beschwerden überprüfte. Demnach habe Projer Kessler deutlich weniger kritische und mehr unkritische Fragen gestellt als Bundesrätin Leuthard, habe diese aber nie, Kessler sowie Joachim Eder als Vertreter der Initiativgegner aber gleich häufig unterbrochen. Insgesamt seien die Befürworter zwar deutlich häufiger unterbrochen worden, eine «förmliche Diskriminierung» habe der Ombudsmann aber nicht festgestellt. Das hatten einige Zuschauer freilich anders wahrgenommen, in den sozialen Medien gingen die Wogen hoch. In einer Twitter-Nachricht wurden Projer und seine Kinder gar mit dem Tod bedroht, worauf dieser Strafanzeige einreichte.

Die SRG wurde jedoch nicht nur wegen dem Inhalt ihrer Sendungen, sondern auch wegen deren Kampagnenfinanzierung kritisiert. Die Initiativbefürworter befürchteten, die SRG setze Gebührengelder für den Abstimmungskampf ein, was zum Beispiel Stefan Ammann, Präsident der Jungfreisinnigen, als Beeinflussung wertete. Entsprechende Anfragen von Sylvia Flückiger-Bäni (A. 17.5446) und Lukas Reimann (A. 17.5455) im Parlament ergaben, dass die SRG zwar nicht über ein Budget für die Abstimmungsdebatte verfügte, wohl aber Geld für Medienanfragen aus dem Budgetposten «Public Affairs» bereitgestellt hatte. Dieser betrug fürs Jahr 2016 CHF 400'000. Der Bundesrat erklärte diesbezüglich, die Trägerschaft der SRG habe das Recht und die Pflicht, Diskussionen über den Service public zu führen, jedoch müssten die Auftritte sachlich und transparent sein. Gemäss den Initiativ-Befürwortern war hingegen auch das äusserst heikel, da dadurch Arbeitszeit von Personen mit gebührenfinanzierten Löhnen in Anspruch genommen werde. Ferner brauche die SRG keine Plakate mehr zu finanzieren, weil sie stattdessen auf bereits bekannte Gesichter setzen könne.⁶

VOLKSINITIATIVE
DATUM: 04.03.2018
ANJA HEIDELBERGER

Am 4. März 2018 war dann der Tag der Entscheidung gekommen. Wie die Vorbefragungen hatten vermuten lassen, wurde die **No-Billag-Initiative deutlich abgelehnt**. 71.6 Prozent der Stimmenden und Mehrheiten in allen 26 Kantonen sprachen sich gegen die Initiative aus. Besonders hoch war die Ablehnung in der Romandie, insbesondere im Kanton Neuenburg mit 78.3 Prozent Nein-Stimmen. Auch der Kanton Graubünden lehnte die Initiative mit 77.2 Prozent Nein-Stimmen deutlich ab. Am besten kam die No-Billag-Initiative im Kanton Schwyz mit 62.4 Prozent Ablehnung, gefolgt vom Kanton Schaffhausen mit 62.7 Prozent an; auch im Kanton Tessin fand die Vorlage mit 65.5 Prozent Nein-Stimmen nur etwa bei einem Drittel der Stimmenden Unterstützung. Aufgrund der intensiven Kampagne wenig überraschend fiel die Stimmbeteiligung mit 54.8 Prozent überdurchschnittlich hoch aus, im Tessin lag sie gar bei 65 Prozent. „Die No-Billag-Initiative startete ohne Chance, flog dann überraschend hoch, um schliesslich krachend abzustürzen“, fasste die Luzerner Zeitung den Abstimmungskampf fast poetisch zusammen.

Die Initianten zeigten sich zwar enttäuscht, dass sie nicht die von ihnen erwarteten 40 Prozent Zustimmung erreicht hatten, waren aber gleichzeitig zufrieden damit, das Thema aufs Tapet gebracht zu haben. Olivier Kessler unterstrich, dass es ihnen gelungen war, mit der Initiative eine grosse medienpolitische Diskussion zu lancieren und das Thema Zwangsgebühren zu enttabuisieren. Andreas Kleeb ergänzte, dass ohne die Initiative die Gebühren nicht auf CHF 365 gesenkt worden wären, und Thomas Juch fasste die Hoffnung der Initianten folgendermassen zusammen: „Wir haben heute nicht an der Urne gewonnen, aber wir werden langfristig gewinnen“.

Erste Gewinne im Sinne der Initianten hatten sich bereits kurz vor der Abstimmung angekündigt. So vermeldeten verschiedene Kritiker der Initiative, nach der Abstimmung im Parlament gegen die Sonderstellung der SRG vorgehen zu wollen. Dies bekräftigten

sie durch die Einreichung verschiedener Vorstösse: Beat Vonlanthen (cvp, FR) wollte mit einer Motion (Mo. 18.3070) ein Werbeverbot ab 19:30 Uhr sowie ein Onlinewerbeverbot, eine Obergrenze für die Werbeeinnahmen und einen Ausstieg der SRG aus der Admeira erreichen. Eine BDP-Motion (Mo. 18.3100) zielte auf eine Senkung der Gebühren auf CHF 320 und auf eine entsprechende Kürzung des Budgets der SRG. Auch GLP-Präsident Jürg Grossen (glp, BE) und FDP-Präsidentin Petra Gösli (fdp, SZ) forderten, dass die SRG zukünftig sparen müsse. Selbst Gerhard Pfister, Präsident der SRG nahestehenden CVP, sprach sich für eine „Debatte über Grösse und inhaltliche Ausrichtung der SRG“ aus. SP-Präsident Christian Levrat (sp, FR) forderte stattdessen eine verstärkte Presseförderung. Aber auch die Initiativbefürworter waren bereits vor dem Abstimmungssonntag erneut tätig geworden: Natalie Rickli (svp, ZH) forderte in einer parlamentarischen Initiative eine Reduktion der Gebühren auf CHF 300 (Pa. Iv. 18.404) und Gregor Rutz (svp, ZH) beabsichtigte, die Abgabe für Unternehmen zu streichen (Pa. Iv. 18.405).

Auch von Seiten der SRG folgte eine Reaktion. Bereits Ende Januar hatte sich SRG-Generaldirektor Gilles Marchand mit einem Plan R zu Wort gemeldet: Nach Ablehnung der Initiative sollten die Strukturen der SRG vereinfacht und flexibilisiert, Prioritäten geklärt und Entscheidungen nachvollziehbarer gemacht werden. Einen Tag nach dem Abstimmungstermin machten die Verantwortlichen der SRG einen zusätzlichen Schritt auf ihre Kritiker zu. Marchand bezeichnete den Abstimmungssonntag als „Wendepunkt in der Geschichte der SRG“ und kündigte zusammen mit SRG-Präsident Jean-Michel Cina einen Reformplan an. Die SRG werde CHF 100 Mio. sparen – doppelt so viel wie aufgrund des Gebührendeckels sowieso nötig gewesen wäre. Sie werde sich zukünftig auf ihre Raison d’être konzentrieren und insbesondere Informationssendungen, Filme, Dokumentationen, Serien und mehr Eigenproduktionen ausstrahlen. Bei Spielfilmen soll es keine Werbeunterbrechungen mehr geben, zudem werde man auf eigenständige Inhalte auf den Internetseiten, auf Onlinewerbung und – trotz Erlaubnis des UVEK – auf zielgruppenspezifische Werbung verzichten. Damit setzte die SRG trotz Abstimmungsgewinn zumindest einen Teil der Forderungen ihrer Kritiker um.

Abstimmung vom 04. März 2018

Beteiligung: 54.8%

Ja: 833'837 (28.4%) / Stände: 0

Nein: 2'098'302 (71.6%) / Stände: 20 6/2

Parolen:

– Ja: SVP (2*), EDU, JSVP, Jungfreisinnige, Gewerbeverband

– Nein: CVP, BDP (1*), EVP, FDP, GLP, Grüne, LDP, SP, TravailSuisse, SGB, Economiesuisse, VSM, Médias Suisse

* In Klammer Anzahl abweichende Kantonalsektionen ⁷

1) TG, 27.9.14; TA, 6.10.14; LT, 8.10.14; Lib, 9.10.14; NZZ, 11.12.14

2) BBl, 2015, S. 1331 f.; Exp, Lib, NZZ, 13.1.15

3) Blick, 17.2.15; ZGZ, 20.2.15; BaZ, 2.3.15; 24H, LT, NZZ, 17.3.15; NZZ, 27.3.15; TA, 30.3.15; LT, TA, 1.4.15; LZ, 2.4.15; NZZ, 4.4., 21.4.15; AZ, 24.4.15; BaZ, LT, LZ, NZZ, 29.4.15; BaZ, WW, 30.4.15; 24H, 1.5.15; AZ, TA, 4.5.15; AZ, 5.5.15; AZ, Exp, 8.5.15; NZZ, 9.5.15; SoZ, 10.5.15; AZ, 12.5.15; SoZ, 17.5.15; TA, 18.5.15; QJ, 19.5.15; LZ, SGT, TA, 20.5.15; NF, 21.5.15; TA, 23.5., 29.5.15; SO, 31.5.15; BaZ, 17.6.15

4) SoZ, 22.2.15; TA, 10.3.15; NZZ, 17.3.15; WW, 26.3.15; LZ, 20.4.15; SO, 26.4.15; NZZ, 13.6.15

5) BBl, 2015, S. 6313 f.; Presse vom 15.-17.6.; NZZ, 30.5.15; BaZ, LT, TG, 4.6.15; NZZ, 5.6.15

6) APS-Inseratekampagne zur No-Billag-Initiative; Bericht BAKBASEL vom 21.1.17; Fög Qualität der Medien 2017, Hauptbefunde; Fög-Abstimmungsmonitor; Fög; NoBillag auf Twitter; Mediapulse, Auswertungen; Medienmitteilung BAKBASEL vom 21.3.17; SRG-Vorbefragung 1. Welle; Vimentis-Umfrage; Vorprüfung der Initiative vom 11.12.15; LT, 30.1.17; BaZ, 22.2.17; LT, 10.3.17; AZ, 11.3., 14.3.17; NZZ, 18.3.17; LZ, 22.3.17; NZZ, 26.5.17; BaZ, 9.6.17; Blick, 7.7.17; BZ, 13.7.17; Blick, 8.9.17; TA, 12.9.17; LT, 14.9.17; TG, 15.9.17; BaZ, 20.9.17; TA, 22.9.17; AZ, 7.10.17; SoZ, 8.10.17; Blick, 19.10.17; BU, 20.10.17; TA, 24.10.17; AZ, 25.10.17; BU, NZZ, 26.10.17; NZZ, 27.10.17; AZ, TA, 28.10.17; So-Bli, 29.10.17; AZ, LT, Lib, 30.10.17; LZ, 31.10.17; Blick, 2.11.17; BZ, BaZ, TA, TG, 3.11.17; AZ, LT, 4.11.17; So-Bli, SoZ, 5.11.17; SGT, TA, TG, 6.11.17; AZ, TA, 7.11.17; AZ, CdT, LT, 8.11.17; AZ, CdT, WW, WoZ, 9.11.17; AZ, LT, TA, 10.11.17; AZ, BU, TA, 11.11.17; TG, 13.11.17; BU, TA, 14.11.17; SGT, 16.11.17; LT, 17.11.17; AZ, 18.11.17; SoZ, 19.11.17; AZ, 20.11.17; LMD, LT, 21.11.17; TG, 22.11.17; WW, 23.11.17; LT, TA, 25.11.17; LT, 29.11.17; Blick, LZ, 30.11.17; Blick, LT, 1.12.17; So-Bli, SoZ, 3.12.17; CdT, LT, TG, 4.12.17; AZ, LT, NZZ, 5.12.17; AZ, LT, NZZ, TA, 6.12.17; LT, SGT, 9.12.17; SoZ, 10.12.17; LT, TG, 11.12.17; BZ, Blick, CdT, LT, LZ, Lib, NZZ, TA, 12.12.17; CdT, 13.12.17; TG, WW, 14.12.17; AZ, LT, 16.12.17; LT, TA, 19.12.17; BLZ, 20.12.17; AZ, 22.12.17; TA, 23.12.17; SoZ, 24.12.17; TG, 27.12.17; LMD, 28.12.17; Blick, NZZ, 30.12.17; So-Bli, 31.12.17; TA, 3.1.18; AZ, LT, WW, 4.1.18; AZ, BLZ, 5.1.18; APZ, AZ, BLZ, Blick, Bund, LT, NZZ, SZ, TA, TG, 6.1.18; So-Bli, 7.1.18; 24H, BU, CdT, LZ, NZZ, TA, 8.1.18; Blick, LT, TG, 9.1.18; AZ, BZ, BaZ, CdT, LT, LZ, NZZ, TG, 10.1.18; AZ, CdT, LT, TA, WW, 11.1.18; AZ, BU, BaZ, TA, 12.1.18; CdT, LT, LZ, NZZ, 13.1.18; So-Bli, 14.1.18; LT, LZ, Lib, TA, 15.1.18; APZ, BZ, BaZ, Bund, LZ, TA, 16.1.18; 24H, LT, NZZ, SN, 17.1.18; APZ, BaZ, LT, NF, WoZ, 18.1.18; CdT, LMD, SGR, TA, TG, TZ, 19.1.18; LT, NZZ, 20.1.18; So-Bli, 21.1.18; NZZ, TA, 22.1.18; APZ, BU, BaZ, CdT, LZ, TZ, 23.1.18; AZ, TZ, 24.1.18; AZ, NF, WoZ, 25.1.18; CdT, LZ, NZZ, SZ, TG, 26.1.18; Bund, CdT, NZZ, QJ, TA, 27.1.18; NZZ, TG, 29.1.18; SZ, TA, TZ, 30.1.18; NF, SZ, 31.1.18; NZZ, WW, 1.2.18; SGL, SGR, 2.2.18; Blick, LT, OWZ, 3.2.18; SoZ, 4.2.18; SGR, TA, 5.2.18; AZ, BaZ, NZZ, TA, 6.2.18; AZ, CdT, SGR, TG, 7.2.18; BaZ, Blick, WW, WoZ, 8.2.18; TA, 9.2.18; AZ, LMD, 10.2.18; BaZ, NZZ, 13.2.18; SZ, 14.2.18; BaZ, SGT, TG, 15.2.18; CdT, 16.2.18; LT, TA, 17.2.18; TG, 19.2.18; BaZ, LT, TA, 20.2.18; LMD, NZZ, TA, URZ, 21.2.18; CdT, LT, WW, 22.2.18; So-Bli, SoZ, 25.2.18; LT, 27.2.18; CdT, LT, 28.2.18; NZZ, WW, 1.3.18; NZZ, 2.3.18; So-Bli, SoZ, 4.3.18

7) Presse vom 5.3.18; BaZ, NZZ, TA, TG, 6.3.18; Blick, 7.3.18; WW, WoZ, 8.3.18; NZZ, TA, 10.3.18