

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	24.04.2024
Thema	Keine Einschränkung
Schlagworte	Musik
Akteure	Anderer Verband im Bereich Kultur, Medien und Sprachen
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

Benteli, Marianne
Gerber, Marlène
Gökce, Melike

Bevorzugte Zitierweise

Benteli, Marianne; Gerber, Marlène; Gökce, Melike 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Musik, Anderer Verband im Bereich Kultur, Medien und Sprachen, 2002 - 2020*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 24.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Kultur, Sprache, Kirchen	1
Kulturpolitik	1
Musik	2

Abkürzungsverzeichnis

EDK	Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
SRF	Schweizer Radio und Fernsehen
SGV	Schweizerischer Gemeindeverband
SSV	Schweizerischer Städteverband
SAB	Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete
SBVV	Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband
SKKB	Schweizerische Konferenz der Kantonsbibliotheken
FIG	Bundesgesetz über Filmproduktion und Filmkultur
SAGW	Schweizerische Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry

CDIP	Conférence suisse des directeurs cantonaux de l'instruction publique
SSR	Société suisse de radiodiffusion
RTS	Radio Télévision Suisse
ACS	Association des communes suisses
UVS	Union des Villes Suisses
SAB	Groupement suisse pour les régions de montagne
ASDEL	Association Suisse des Diffuseurs, Éditeurs et Libraires
CSBC	Conférence Suisse des Bibliothèques Cantonales
LCin	Loi fédérale sur la culture et la production cinématographiques
ASSH	Académie suisse des sciences humaines et sociales
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Kultur, Sprache, Kirchen

Kulturpolitik

MOTION
DATUM: 16.04.2002
MARIANNE BENTELI

In der Aprilsession des Nationalrates thematisierten verschiedene Vorstösse die Kulturpolitik des Bundes. Mit einer Motion verlangte Widmer (sp, LU), der Bundesrat solle die Massnahmen zur Rettung des **audiovisuellen Kulturguts massiv verstärken** und dazu allenfalls die gesetzlichen Grundlagen erweitern. In seiner Stellungnahme erinnerte der Bundesrat an bereits unternommene Anstrengungen, insbesondere die Gründung des Vereins «Memoriav» und dessen substanzielle Finanzierung durch den Bund (jährlich CHF 1'878'000 für die Periode 1998–2001). Bundesrätin Dreifuss stellte einen weiteren Bericht in Aussicht, auf dessen Grundlage – und voraussichtlich im Rahmen des geplanten Kulturförderungsgesetzes – eine gesetzliche Regelung für die Stärkung des audiovisuellen Kulturguts vorbereitet werden soll. Mittelfristig möchte der Bundesrat sein finanzielles Engagement für «Memoriav» noch leicht anheben.

Ausgehend von einer **Interpellation Galli (cvp, BE) (Ip 01.3374)** ersuchte Müller-Hemmi (sp, ZH) den Bundesrat ebenfalls mit einer **Motion (Mo.01.3461)**, die Richtlinien zur Unterstützung kultureller Organisationen von nationaler Bedeutung im Sinn von mehr Sicherheit für ihre Finanz- und Tätigkeitsplanung abzuändern sowie den dafür vorgesehenen Kredit, der in den letzten Jahren eingefrorenen worden war, wieder substantiell zu erhöhen. Auf Antrag des Bundesrates wurden beide Motionen als Postulate gutgeheissen. In diesem Rahmen beantwortete der Bundesrat auch eine **Interpellation Gysin (sp, BS) zur Musikförderung (Ip.01.3322)**.¹

BUNDESRATSGESCHÄFT
DATUM: 25.02.2020
MELIKE GÖKCE

Ende Mai 2019 schickte der Bundesrat den Entwurf zur Förderung der Kultur in den Jahren 2021–2024 (**Kulturbotschaft 2021–2024**) in die **Vernehmlassung**. Bis zur Vernehmlassungsfrist am 20. September 2019 gingen insgesamt 305 Stellungnahmen ein, die sechs Kernthemen fokussierten: die Umsetzung der Kulturbotschaft 2016–2020, die Handlungssachsen der Kulturpolitik des Bundes, die Weiterentwicklung von (bestehenden) Massnahmen, die Revision des Filmgesetzes und die Finanzmittel zur Umsetzung der Kulturbotschaft 2021–2024.

Die Umsetzung der Kulturbotschaft 2016–2020 wurde in einer deutlichen Mehrheit der Stellungnahmen – wobei sich viele Rückmeldungen erst gar nicht zu diesem Punkt äusserten – positiv bewertet, auch wenn einige Teilnehmende Kritik an der durch finanzielle Kürzungen und das Stabilisierungsprogramm erschwerten Umsetzung einzelner Massnahmen übten. Die wenigen Stellungnahmen mit grösseren Vorbehalten machten insbesondere geltend, dass in der aktuellen Förderperiode zu wenig auf die Krise des Journalismus oder auf Menschen mit Behinderungen eingegangen worden sei.

Die Beibehaltung der drei bestehenden Handlungssachsen der Kulturpolitik (kulturelle Teilhabe, gesellschaftlicher Zusammenhalt sowie Kreation und Innovation) fand, gerade im Sinne der angestrebten Kontinuität und Verlässlichkeit, ebenfalls breite Zustimmung. Auch der in diesem Zusammenhang neu eingeführte Akzent der «Digitalisierung» wurde mehrheitlich befürwortet, wenn auch vereinzelt mit Bedenken: Während einige Rückmeldungen das Fehlen einer umfassenden Digitalisierungsstrategie bemängelten und für mehr Kohärenz in diesem Bereich eine solche auch explizit forderten, kam von Seiten des SSV und der SAB die Forderung nach einer vorrangigen Evaluation der bereits getroffenen Massnahmen. Organisationen wie der SBVV oder die SKKB befürworteten den Akzent auf der Digitalisierung, ermahnten aber zugleich, dass dieser nicht zu Lasten der analogen und physischen Objekte gehen dürfe. Lediglich die SVP stand dem Akzent auf der Digitalisierung gänzlich ablehnend gegenüber, da die Digitalisierung ihrem Befinden nach «mit Kultur weder direkt noch indirekt» etwas zu tun habe.

Die zwölf Massnahmen zur Weiterentwicklung der Kultur wurden überwiegend positiv beurteilt, wobei zu einzelnen Massnahmen kritische Töne bzw. Anpassungsvorschläge geäussert wurden: Während die Ansätze zur Chancengleichheit von Frauen und Männern im Kulturbereich, zur Kunstvermittlung oder zu den Halteplätzen für Jenische, Sinti und Roma sowie nationale und internationale Austausch- und Kooperationsbestrebungen von allen Teilnehmenden befürwortet wurden, gab es bei der Entwicklung der musikalischen Bildung einzelne Einwände. Auch wenn die Mehrheit die Stärkung des Programms «Jugend und Musik» befürwortete, monierte der Kanton

Waadt die Qualitätsanforderungen des Programms und stellte das Modell der Talentförderung («Talentkarte») in Frage; andere Kantone sowie Organisationen hingegen forderten die Berücksichtigung kantonaler Talentförderungsprogramme, um eine Koordination zu ermöglichen. Grosse Vorbehalte seitens einer Mehrheit der Teilnehmenden bestanden hingegen bei den vorgeschlagenen Massnahmen zur Baukultur, trotz grundsätzlicher Zustimmung zum «Konzept Baukultur». Eine Mehrheit der Kantone sowie die SAGW und die EDK betonten, dass die neue Strategie zur Förderung der Baukultur – diese wird voraussichtlich Anfang 2020 vom Bundesrat verabschiedet werden – nicht zu Lasten der Aufgaben in den Bereichen Kulturerbe, Archäologie und Denkmalpflege gehen dürfte. Teilnehmende aus den Bereichen der Denkmalpflege und der Architektur bemängelten, dass die geplante Strategie ausschliesslich zur Stärkung der zeitgenössischen Baukultur diene.

Die Revision des Filmgesetzes (FiG) wurde kontrovers beurteilt: Während sämtliche Kantone und die Mehrheit der Parteien sowie Kulturverbände die neu vorgeschlagenen Verpflichtungen für Online-Filmeanbieter (Investitionspflicht und Quote für europäische Filme) befürworteten, plädierte die SRG für eine Ausdehnung der Investitionspflicht auf ausländische Veranstalter mit Werbefenstern in der Schweiz. Die FDP, die SVP, der Schweizerische Gewerbeverband sowie Vertretungen der Telekommunikationsbranche lehnten die Neuerungen gänzlich ab, schlossen gar ein diesbezügliches Referendum nicht aus. Die Kritiker monierten die mangelnde Verfassungskonformität einer solchen Ausdehnung und bezweifelten die Durchsetzbarkeit der neuen Verpflichtungen gegenüber Unternehmen mit Sitz im Ausland, was zu einer Benachteiligung der inländischen Konkurrenz führen könne. Die FDP nahm, nebst dem Kanton Zürich, dem Städteverband und der Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete, auch eine ablehnende Haltung gegenüber dem vorgesehenen Ausschluss kommerziell tätiger Unternehmen von der Filmkulturförderung ein, während diese Massnahme von den restlichen 25 Kantonen sowie der BDP, der CVP, der GP und der SP durchaus begrüsst wurde.

Die vom Bundesrat zur Umsetzung der Kulturpolitik beantragten Finanzmittel betragen insgesamt CHF 942.8 Mio., was einer Mittelaufstockung von rund CHF 35.4 Mio. bzw. einem Wachstum von durchschnittlich 2.9 Prozent pro Jahr entspricht (einschliesslich einer Teuerung von 1 Prozent). Diese Werte stiessen bei der CVP und dem SGV auf ungeteilte Zustimmung, wurden aber wiederum von der FDP, der SVP und dem Gewerbeverband als zu hoch erachtet. Eine grosse Mehrheit begrüsst zwar die vorgesehene Mittelaufstockung, beantragte aber zugleich eine Erhöhung des Gesamtfinanzrahmens.

Im Rahmen weiterer vorgeschlagener Gesetzesanpassungen gab einzig die vorgesehene Streichung der Kulturabteilung an die Stadt Bern zu reden: GP, SP, der Städteverband, diverse Kulturverbände sowie die Kantone Basel-Landschaft, Solothurn und offensichtlich der Kanton Bern lehnten diese Massnahme deutlich ab.²

Musik

Während sich die Musikmärkte im Ausland in den letzten Jahren stabilisiert hatten oder sich gar auf dem Weg der Erholung befanden, ging der **Umsatzrückgang in der Schweiz** ungebremst weiter. Seit dem Rekord-Verkaufsjahr 2000 verkleinerte sich der Schweizer Absatzmarkt für Tonträger und digitale Musik bis im Jahr 2012 um 64%, was im Vergleich zum globalen Markt, der in derselben Zeitspanne 42,3% Umsatzeinbussen in Kauf nehmen musste, beträchtlich ist. Lorenz Haas, Geschäftsführer des Branchenverbands für Musiklabels (IFPI) ortete den Hauptgrund im fehlenden juristischen Vorgehen gegen illegales Herunterladen von Musik. Haas hoffte auf die von Bundesrätin Sommaruga eingesetzte Arbeitsgruppe für das Urheberrecht (Agur12), welche bis zum Ende des Berichtsjahres mögliche Anpassungen für ein angemessenes Urheberrecht im digitalen Zeitalter präsentieren wollte. Weitere Erklärungen für die fortwährende Abnahme der Musikverkäufe sah Haas im Händlersterben sowie in der aufgrund des starken Frankens zunehmenden Bedeutung von Parallelimporten. Im Gegenzug vertrat das IFPI die Ansicht, dass teilweise kostenpflichtige Streaming-Dienste wie Spotify, Simfy oder die im Vorjahr auf den Markt gekommene Xbox Music von Microsoft keine Konkurrenz für den legalen Absatzmarkt von Tonträgern und digitalen Angeboten bedeuteten. Vielmehr bestehe das Potential, dass sich solche Kanäle zu einem wichtigen Absatzmarkt für ein junges Klientel entwickeln. Laut Aussage von Spotify hätten sogar 20% der illegalen Downloader zu Streaming-Diensten gewechselt. Der Gesamtumsatz des Schweizer Musikmarktes belief sich 2012 auf CHF 104,8 Mio. Dabei umfasste der durch den Absatz von Tonträgern generierte Umsatz beinahe zwei Drittel des gesamten Verkaufserlöses (CHF 67 Mio.). Während der Verkauf physischer Tonträger im Vergleich zu 2011 um 28% zurückging, vergrösserte sich der digitale Absatzmarkt im 2012 um 23%. Der durch

Streaming erzielte Umsatz betrug im Vorjahr nur etwas über 3% des gesamten digitalen Absatzmarktes (CHF 37,8 Mio.). Erste Zahlen für 2013 zeigen hingegen einen deutlichen Anstieg des Marktanteils von Streaming-Diensten am digitalen Musikvertrieb.³

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 20.02.2015
MARLENE GERBER

Von einem "Umbruch im Umbruch" sprach der Schweizerische Branchenverband für Musiklabels (Ifpi Schweiz) bei der Präsentation der neuesten Zahlen zur **Umsatzentwicklung im Musikmarkt (2014)**. Diese deuteten darauf hin, dass das Streaming den digitalen Download in Zukunft überflüssig machen könnte. Während die Umsatzzahlen aus dem digitalen Download um einen Fünftel geschrumpft sind, verzeichneten Streaming-Dienste ein markantes Wachstum. Ende 2014 betrug der aus dem Streaming generierte Marktanteil 14%, während sich derjenige des digitalen Download auf 30% und derjenige von physischen Tonträgern auf 56% belief. Auch der Verkauf von physischen Tonträgern musste Umsatzeinbussen einstecken. Mit 12% war der Rückgang hier jedoch geringer als in den vier Jahren zuvor.⁴

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 16.03.2016
MELIKE GÖKCE

Die neusten Zahlen des Schweizer Branchenverbands für Musiklabels (IFPI Schweiz) zeigten auch für das Jahr **2015 eine rückläufige Umsatzentwicklung im Musikmarkt** auf. Der Gesamtumsatz sank gegenüber dem Vorjahr um 3.5 Prozent auf neu CHF 81.8 Mio., was im Wesentlichen auf die anhaltenden Umsatzrückgänge im traditionellen CD-Geschäft sowie auf den Strukturwandel im Digitalgeschäft zurückzuführen war. Obwohl die physischen Tonträger (CD und Vinyl) mit neu CHF 42 Mio. einen Umsatzrückgang von 12 Prozent verbuchen mussten, machten sie immer noch 51 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Der Digitalmarkt konnte indes beachtlich zulegen: Nachdem 2014 ein Rückschlag hatte erduldet werden müssen, konnte 2015 mit CHF 39.9 Mio. ein Umsatzwachstum von rund 7 Prozent erzielt werden. Dieses war in erster Linie auf das Streaming-Segment zurückzuführen; während das Download-Geschäft einen Umsatzrückgang von 4 Prozent auf CHF 24.6 Mio. verbuchen musste, konnten mit Streaming CHF 15.3 Mio. umgesetzt werden, was einem Wachstum von rund 30 Prozent entspricht.

Der Schweizer Musikmarkt war seit 2001 stetig um insgesamt 73 Prozent geschrumpft, konnte sich aber in den letzten Jahren wieder erholen und wies zuletzt nicht mehr so hohe Umsatzrückgänge aus. So hofft auch Lorenz Haas, Geschäftsführer von IFPI Schweiz, dass die Branche 2017 wieder zum Wachstum zurückkehren wird, vorausgesetzt die Streaming-Einnahmen überflügeln weiterhin jene aus den Downloads.⁵

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 17.03.2017
MELIKE GÖKCE

Der Jahresbericht des Schweizer Branchenverbands für Musiklabels (IFPI Schweiz) zeigte, dass die **Umsatzentwicklung im Musikmarkt für das Jahr 2016** mit einem Gesamtumsatz von CHF 84.6 Mio. (+1%) zum ersten Mal seit 2000 wieder stabil war. Diese Entwicklung war dem Umstand zu verdanken, dass der Digitalmarkt – im Unterschied noch zum Vorjahr – das Geschäft mit physischen Tonträgern endgültig überflügelt hatte. Im Vergleich zu 2015 legte der digitale Bereich um 11 Prozent zu und konnte somit einen Umsatz von CHF 44.6 Mio. generieren. Dabei war wiederum das Streaming-Segment die treibende Kraft; mit einer Umsatzsteigerung um 50 Prozent (neu CHF 23 Mio.) konnte es sogar zum ersten Mal einen höheren Umsatz erzielen als das rückläufige Download-Geschäft (neu CHF 21.7 Mio., -12%). Die physischen Tonträger hingegen wiesen auch für 2016 einen Umsatzrückgang aus. Neu betrug der Umsatz noch CHF 40 Mio. (-9%), was dazu führte, dass dieser Bereich lediglich noch 47 Prozent des Gesamtmarktes für sich beanspruchen konnte (Streaming 27%, Downloads 26%).

Die noch im Vorjahr von Lorenz Haas, Geschäftsführer von IFPI Schweiz, geäußerten Wachstumshoffnungen und die Annahme über das Streaming als Wachstumstreiber schienen sich soweit zu bewahrheiten. Was nun aber noch anzugehen sei, sei die Chancengleichheit: „Schweizer Produzenten und Künstler brauchen von den Streaminganbietern faire Vermarktungsmöglichkeiten, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können“, erklärte Haas.⁶

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 09.03.2018
MELIKE GÖKCE

Nachdem der Schweizer Branchenverband für Musiklabels (IFPI Schweiz) für 2016 erstmals seit Jahren wieder stabile Umsatzwerte ausgewiesen hatte, konnte **die Umsatzentwicklung im Musikmarkt für 2017** den Erholungstrend bestätigen: Der Gesamtumsatz konnte um 4 Prozent auf CHF 88.1 Mio. gesteigert werden. Das Digitalgeschäft konnte hierbei wiederum stark zulegen und wies im Vergleich zum Vorjahr nun einen Umsatz von CHF 52.5 Mio. (+18%) aus. Treibende Kraft hinter dieser Entwicklung war auch in diesem Jahr das Streaming-Segment, welches um 50 Prozent auf CHF 34.4 Mio. zulegte. Das Downloadgeschäft hingegen war wiederum rückläufig: mit CHF 18.1 Mio. konnte es 17 Prozent weniger Umsatz generieren als im Vorjahr. Auf den Gesamtumsatz bezogen konnte sich der Digitalmarkt aber erneut ausweiten und beanspruchte 2017 60 Prozent des Betrages für sich. Bei den physischen Tonträgern konnte der Umsatzrückgang auch 2017 nicht gestoppt werden, weshalb diese entsprechend nur noch 40 Prozent des Gesamtmarktes ausmachten. Mit einem Rückgang um 11 Prozent konnten die physischen Tonträger neu noch CHF 35.6 Mio. zum Gesamtumsatz beitragen. Dieser Rückgang war aber nicht sehr überraschend, handelte es sich hierbei doch um einen langjährigen Trend, der auf die Ablösung der CD durch den Musikkonsum im Internet zurückzuführen ist.⁷

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 15.03.2019
MELIKE GÖKCE

Im Frühjahr 2019 konnte der Schweizer Branchenverband für Musiklabels (IFPI Schweiz) neuerlich aufatmen: Die Jahreszahlen für die **Umsatzentwicklung im Musikmarkt** bestätigten mit einem Wachstum von 3.7 Prozent gegenüber dem Vorjahr auch für **2018** den seit 2016 anhaltenden Erholungstrend und lagen mit rund CHF 170 Mio. wieder über dem Gesamtumsatz von 2014. Für die Marktzahlen von 2018 galt es jedoch zu beachten, dass die IFPI eine methodische Anpassung in der Messung des Umsatzes vornahm: Neu wurde dieser auf Ebene des Einzelhandels («Retail Value») und nicht mehr über die Labelumsätze («Trade Value») gemessen, was zur Folge hatte, dass Zahlen, die vor dem März 2019 veröffentlicht worden waren, nicht mehr mit späteren Veröffentlichungen vergleichbar waren. Nichtsdestotrotz zeichnete sich das Kräfteverhältnis zwischen dem Digitalgeschäft und den physischen Tonträgern auch mit der neuen Messmethode deutlich ab. So machte das Digitalsegment über drei Viertel des Gesamtumsatzes aus und übertraf damit neuerlich die physischen Tonträger, die mittlerweile weniger als ein Viertel des Gesamtumsatzes für sich beanspruchen konnten. Während das Downloadsegment jahrelang führende Kraft innerhalb des Digitalmarktes war, liess sich die zunehmende Dominanz des Streamings auch 2018 nicht leugnen, machte es doch nahezu 60 Prozent des Gesamtmarktes aus. Diesen Anteilswert konnten die Downloads nicht einmal in ihrem Rekordjahr 2012 erzielen. Der Verkaufumsatz von CDs und anderen physischen Trägern sei hingegen auch 2018 seiner rückläufigen Entwicklung treu geblieben und habe einen langjährigen, aber nicht minder erwarteten Trend bestätigt, wie die IFPI in ihrer Medienmitteilung verkündete. Dennoch bleibe die CD auf absehbare Zeit wichtig für den Musikmarkt.

Lorenz Haas (Geschäftsführer) und Ivo Sacchi (Präsident) von IFPI Schweiz begrüsst indes die äusserst positive Entwicklung des Streamingsegments. Wie Haas kommentierte, bestehe die besondere Herausforderung für Labels darin, im Zuge dieser rasanten Entwicklung ihre Geschäftsstrategie entsprechend auszurichten. Sacchi indes sah sogar noch weiteres Potenzial hinsichtlich des Streamings in der Schweiz: «Mit Blick auf die skandinavischen Länder, wo Streaming einige Jahre Vorsprung hat, gehe ich davon aus, dass sich das gegenwärtige Wachstum auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird».⁸

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 06.02.2020
MELIKE GÖKCE

Der Schweizer Branchenverband für Musiklabels (IFPI Schweiz) stellte für 2019 neuerlich ein starkes Wachstum des **Musikmarktes** fest und bestätigte somit die seit 2016 anhaltende Erholung des Marktes. Tatsächlich verzeichnete die **Umsatzentwicklung** mit CHF 183.5 Mio. für **2019** eine Zunahme um 7.5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, was dem stärksten Wachstum seit rund 20 Jahren entsprach.

Das starke Wachstum war auch in diesem Jahr primär auf die gute Performance des Digitalmarktes zurückzuführen, der mit einem Wachstum um 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr neu rund 81 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachte. Hierbei blieb neuerlich das Streaming die treibende Kraft, während die Downloads auch 2019 wieder rückläufig waren. Entsprechend dem langjährigen Trend sank der Umsatz aus physischen Tonträgern wie CDs und LPs auch 2019 (-14%) und trug lediglich noch 19 Prozent zum Gesamtumsatz bei.

Ivo Sacchi, Präsident der IFPI Schweiz, und Lorenz Haas, deren Geschäftsführer, zeigten sich ob dieser Entwicklung äusserst erfreut, da die schwierigen Zeiten nun definitiv vorbei seien und man entsprechend optimistisch in die Zukunft blicken dürfe. Dennoch

steige der Konkurrenzdruck im Musikmarkt, gerade auch für Schweizer Künstlerinnen und Künstler, da zum einen neue Abo-Modelle den Musikzugang vereinfachten und zum anderen die Streaming-Anbieter den Musikkonsum über ihre Playlists massiv beeinflussten.⁹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 18.03.2020
MELIKE GÖKCE

Wie so viele andere Kulturschaffende auch, sahen sich die Musikschaffenden durch das vom Bund verordnete Veranstaltungsverbot in ihrer Existenz bedroht, da mit jeder einzelnen Konzertabsage ein beachtlicher Teil ihrer Haupteinnahmequelle verloren ging. Zwar hatte der Bundesrat im Rahmen der Covid-Verordnung dem Kulturbereich finanzielle Unterstützung zugesprochen, jedoch bezweifelte man beispielsweise bei Sonart, dem Verband der Schweizer Musikschaffenden, dass damit alle Gagenausfälle kompensiert werden können, wie die Aargauer Zeitung berichtete. Aus diesem Grund ergriffen die Sängerinnen Corin Curschellas und Nadja Zela die Initiative und riefen Radio SRF über die sozialen Medien dazu auf, während der Corona-Krise vermehrt auf Schweizer Musik zu setzen. Da für jeden über den Äther verbreiteten Song eine Urheberrechtsgebühr bei der Verwaltungsgesellschaft Suisa abgegolten werde, könne man so den Musikerinnen und Musikern zumindest helfen, ihre Ausfälle zu minimieren. Tatsächlich zeigten sich **sowohl die SRF als auch die CH Media Radios während der Pandemie solidarisch mit den Musikschaffenden** und wollten jeweils den Sendeanteil der Schweizer Musik am Gesamtprogramm erhöhen. Wie die Aargauer Zeitung schliesslich Ende Juni berichtete, hätten beide Medienhäuser zwischenzeitlich die Schweizer Musik am Radio beachtlich in den Vordergrund gerückt: Bei SRF 3 habe man im März über 35 Prozent, im April rund 50 Prozent Schweizer Künstlerinnen und Künstler gespielt. Bei Radio Virus habe man ab Ende März bis Mitte Juni gar konsequent auf Schweizer Musik gesetzt; seither sei der Schweizer Anteil zwar wieder zurückgefahren worden, jedoch wolle man sich zukünftig bei rund 60 Prozent einpendeln. Auch bei den CH Media Sendern (Radio Argovia, Radio 24, Radio FM1, Radio Pilatus, Radio Melody und Virgin Radio) habe man mehr auf Schweizer Musik gesetzt, wobei man sich hierbei primär auf punktuelle Aktionen wie die in Kooperation mit dem SRF entstandene «Alles wird gut»-Aktion, die auch am Fernseher ausgestrahlt wurde, konzentrierte. Andreas Ryser, Präsident des Dachverbands der unabhängigen Labels (Indie-Suisse), zeigte sich ebenfalls in der Aargauer Zeitung äusserst erfreut über das Ergebnis. Tatsächlich habe man den einzelnen Musikschaffenden mit dem Engagement etwas unter die Arme greifen können. Von grosser Bedeutung sei hierbei, dass man nicht nur auf die grossen Hits gesetzt, sondern ein breites Spektrum an Künstlerinnen und Künstlern abgedeckt habe, so dass auch weniger etablierte davon profitieren konnten. Lediglich die Wochenzeitung zeigte sich über den neuen Schweizer Fokus wenig erfreut. Es sei zwar schön und gut, wenn man Kulturschaffende unterstützen wolle, jedoch verkomme mit diesem übersteigerten «Heimatschutz» die Krise lediglich noch zu einem «Biotop für übersteigerten Patriotismus», wohingegen der Grundgedanke der Kultur eben gerade darin liege, Grenzen zu überschreiten und Horizonte zu erweitern.¹⁰

1) AB NR, 2002, S. 578 ff.; Presse vom 26.3.02

2) Faktenblatt zu den wichtigsten Neuerungen; Vernehmlassungsbericht; AZ, Bund, NZZ, TG, 31.5.19; NZZ, 12.6., 25.6.19; SGR, TZ, 20.9.19; SGL, 23.9.19; Bund, 26.9.19; TA, 17.10.19; NZZ, 28.10.19

3) AZ, 16.3.13; Marktzahlen IFPI Schweiz

4) Ifpi-Zahlen 2014; AZ, 20.2.15

5) Medienmitteilung Jahreszahlen 2015

6) Medienmitteilung Jahreszahlen 2016

7) Medienmitteilung Jahreszahlen 2017; AZ, 12.3.18

8) Medienmitteilung IFPI Jahreszahlen 2018

9) Medienmitteilung IFPI Jahreszahlen 2019; AZ, 7.2.20

10) AZ, 18.3.20; WoZ, 2.4.20; TA, 26.5.20; AZ, 26.6.20