

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	20.04.2024
Thema	Medien
Schlagworte	Medienpolitische Grundfragen
Akteure	Supino, Pietro
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1990 - 01.01.2020

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, Medienpolitische Grundfragen, 2015 - 2019*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 20.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Medienpolitische Grundfragen	1

Abkürzungsverzeichnis

UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
KVF-NR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
KVF-SR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerates
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
EMEK	Eidgenössische Medienkommission
RTVG	Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
VSM	Verband Schweizer Medien

DETEC	Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication
CTT-CN	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
CTT-CE	Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats
OFCOM	Office fédéral de la communication
SSR	Société suisse de radiodiffusion
COFEM	Commission fédérale des médias
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision
MS	Médias Suisses

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Medienpolitische Grundfragen

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 11.12.2015
MARLÈNE GERBER

Im Frühjahr 2015 hörte die EMEK erneut Vertreter der Medienbranche und der Politik zur **künftigen Ausgestaltung des Service public** an. Tamedia und Ringier zeigten dabei Sympathien für eine bereits im Vorjahr von Avenir Suisse geäusserte Forderung, wonach alle Medienanbieter Inhalte der SRG frei weiterverwenden könnten. Keine Unterstützung fand diese Idee hingegen bei den Journalistenvertretern. Mehr Einigkeit herrschte bezüglich der Ansicht, die Werbung auf den audiovisuellen Kanälen der SRG klar zu beschränken. Weit auseinander gingen die Ansichten der politischen Parteien zum Service public. Während die SVP und die FDP diesen zu Gunsten der Marktwirtschaft beschränken wollten, wurden von Links angesichts des Medienwandels und der angespannten finanziellen Lage in der Branche auch Forderungen zum Ausbau des Service public laut. Am zufriedensten mit der jetzigen Situation gab sich die CVP. Nachdem sich Tamedia-Präsident Pietro Supino in der NZZ über die seiner Ansicht nach marktverzerrende Wirkung der Angebote der SRG ausgelassen hatte, verschaffte die NZZ auch zwei Medienwissenschaftlern des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) eine Plattform, um über die Vorzüge der SRG zu berichten – ein Aspekt, der gemäss den Forschern in der aktuellen Debatte bis anhin zu kurz kam. Dabei stützten sie sich auf das Jahrbuch Qualität der Medien, das der SRG eine hohe Integrationsleistung in Bezug auf Vertretung der Interessen verschiedenster Gesellschaftsschichten attestierte. Ferner sei das Angebot an Unterhaltungssendungen auch für die SRG legitim, wenn nicht gar notwendig, vorausgesetzt dass eine kritische Schranke nicht überschritten werde. Auch ein massvoller Ausbau des Online-Angebots sei verständlich, wolle man doch auch junge Personen erreichen. Deziert ablehnend äusserten sich die Forscher gegenüber der von Avenir Suisse im Vorjahr eingebrachten Idee, die SRG in eine Art Nachrichtenagentur umzuwandeln. Ohne eigenständige Berichterstattung durch die SRG würde die Schweizer Medienlandschaft einen zentralen Akteur verlieren, der qualitativ hochwertige Informationen liefere. Die Medienkonzentration, welche gemäss den Forschern bereits besorgniserregende Ausmasse erreicht habe und von der insbesondere Tamedia profitiere, würde dadurch verstärkt. Private Medienhäuser würden die Integrationsleistung der SRG nur unzureichend erfüllen, wodurch insbesondere die Berichterstattung über Minderheiten marginalisiert würde. Nicht zuletzt würde auch der Stellenabbau bei den privaten Medien beschleunigt, wenn sie kostenfreie Inhalte von der "Nachrichtenagentur SRG" zur Verfügung gestellt bekommen würden.¹

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 01.01.2017
ANJA HEIDELBERGER

Auch im Jahr 2017 riss die **Kritik** an der **Admeira** nicht ab. Im April 2017 begann die Swisscom, anonymisierte Werbedaten für zielgruppenbasierte Werbung an die Admeira weiterzuleiten. Zuvor hatte sie ihre Festnetzkunden auf eine aktualisierte Datenschutzerklärung hingewiesen, die unter anderem beinhaltete, dass die Kunden bei der Datenweitergabe Widerspruch einlegen können. Das Ausbleiben einer expliziten Reaktion durch den Kunden verstand die Swisscom dabei als implizite Zustimmung zu den aktualisierten Bestimmungen (Opt-Out). Dieses Vorgehen stiess jedoch im Parlament auf Widerstand: Im Mai 2017 reichten Manfred Bühler (svp, BE, Ip. 17.3185), Fabio Regazzi (cvp, TI, Ip. 17.3190) und Kathy Riklin (cvp, ZH, A. 17.1013) Interpellationen und Anfragen ein, mit denen sie vom Bundesrat Erklärungen zum Vorgehen der Swisscom forderten. Darin kritisierten sie insbesondere, dass bei einer stillschweigenden Annahme der Datenschutzerklärung die Gefahr bestehe, dass Personen unbewusst zustimmten, zum Beispiel weil sie das Kleingedruckte nicht gelesen hätten. Der Bundesrat lehnte aber eine Deutungshoheit über die Zulässigkeit dieses Opt-Out-Prinzips ab und verwies auf die Zuständigkeit der Zivilgerichte sowie auf die unternehmerische Autonomie der Swisscom.

Sorgen machten sich die Parlamentarierinnen und Parlamentarier insbesondere auch wegen der starken Marktposition der SRG, die sich durch ihre Beteiligung an der Admeira noch zu verstärken drohe. Die KVF-SR forderte vom Bundesrat in einer Motion (Mo. 17.3355), sicherzustellen, dass die Kooperationen der SRG der Angebots- und Meinungsvielfalt zugute kämen und interessierte Partner diskriminierungslos in die Reihen der Aktionäre aufgenommen würden. Die KVF-SR hatte die Motion

ausgearbeitet, nachdem der Nationalrat im Juni 2017 eine parlamentarische Initiative von Gregor Rutz (svp, ZH, Pa.lv. 15.495) angenommen hatte, welche eine Beschränkung der nichtkonzessionierten Tätigkeiten der SRG auf volkswirtschaftlich zwingende und nicht bereits durch private Anbieter abgedeckte Bereiche forderte. Ähnliche Anliegen hatten 2016 bereits Hugues Hiltbold (fdp, GE, pa.lv. 16.422) und Beat Vonlanthen (cvp, FR, pa. IV. 16.410) mittels parlamentarischer Initiativen vertreten. Auch Corina Eichenberger-Walther (fdp, AG) forderte in einer Interpellation (Ip. 17.3807) Auskunft darüber, welche rechtlichen Möglichkeiten bestünden, die SRG zu einem diskriminierungsfreien Zugang für die privaten Medien zu verpflichten. In ihrer Interpellation fragte sie auch nach den durch ihre Teilnahme an der Admeira entstehenden finanziellen Risiken für die SRG – ein Thema, das auch eine Anfrage von Daniela Schneeberger (fdp, BL) aufnahm (A. 17.5300).

Die Verlage teilten die Sorgen der Parlamentarierinnen und Parlamentarier bezüglich der Stellung der SRG aufgrund von Admeira. Im September 2017 forderten Pietro Supino und Peter Wanner als Verleger der Tamedia, respektive der AZ-Medien, eine Aufspaltung der Admeira in zwei separate Gesellschaften: in ein Unternehmen für Datenmanagement und eines für den Verkauf von Werbung. Die Vermischung der beiden Bereiche sei „keine saubere Lösung“, weil ein Grossteil der Daten – gemäss Wanner „das Gold von heute“ – von der staatlich kontrollierten Swisscom stamme. Nötig sei stattdessen eine offene, diskriminierungsfreie Branchenlösung, erklärte Tamedia-Sprecher Christoph Zimmer. Eine für alle vollständig offene Datenplattform sei aus Datenschutzgründen nicht möglich, konterte Admeira-Sprecherin Romi Hofer. Da alle Verlage ihre Inserate über Admeira verkaufen und Aktionäre werden könnten, verfügten Swisscom, Ringier und die SRG auch nicht über einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteil.

Ende August 2017 gab Admeira bekannt, dass sie ein Tochterunternehmen mit dem Namen Adtelier gegründet habe. Dieses soll Sonderwerbformen wie Native Advertising, Storytelling und Content Marketing, also ähnliche Werbformen wie Publireportagen, die wie redaktionelle Produkte aussehen, produzieren. Diesbezüglich wollte Karl Vogler (csp, OW, Ip. 17.3899) mittels einer Interpellation vom Bundesrat wissen, ob die Nutzung solcher Sonderwerbformen wirklich noch dem Service Public-Auftrag der SRG entspreche. Dieser erwiderte, dass die Beteiligung an Admeira ausserhalb des Service Public-Auftrags liege, die SRG keine Gebührgelder dafür nutze und dies entsprechend ein unternehmerischer Entscheid der SRG sei.

Ende Oktober 2017 schickte das UVEK schliesslich einen Revisionsentwurf der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) in die Vernehmlassung, gemäss dem der SRG und den privaten Anbietern mit Konzession zielgruppenspezifische Werbung in ihren konzessionierten Programmen unter Auflagen erlaubt sein soll. Dies stiess beim Verlegerverband auf Unverständnis. Durch diese Stärkung der Admeira werde das Gebot auf Rücksichtnahme auf die privaten Medien ausgehöhlt, erklärte der Geschäftsführer des Verbands Schweizer Medien, Andreas Häuptli.²

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 29.08.2019
ANJA HEIDELBERGER

Mit dem Jahreswechsel 2018/2019 änderte sich die Ausgangslage für das **neue Mediengesetz** grundlegend: Nach dem Rücktritt von Medienministerin Doris Leuthard, unter deren Aufsicht der Vorentwurf entstanden war, übernahm Simonetta Sommaruga Anfang 2019 das entsprechende Dossier. Im Mai 2019 lud die neue Medienministerin zu einem Austausch über die Zukunft der Medien ein, bei dem über den Service public in Radio und Fernsehen sowie über mögliche Massnahmen zur Unterstützung der elektronischen Medien und der Presse diskutiert wurde. Die Argumente der Teilnehmenden würden in die laufenden Arbeiten aufgenommen, erklärte das BAKOM. In den Medien wurden nach den negativen Rückmeldungen in der Vernehmlassung jedoch Stimmen laut, die davon ausgingen, dass Sommaruga das neue Gesetz verwerfen werde. Dieses würde von allen Seiten kritisiert und habe daher im Parlament keine Chance, zumal sogar CVP-Präsident Gerhard Pfister (cvp, ZG) die Notwendigkeit des neuen Gesetzes in einer Rede im Januar 2019 in Frage gestellt habe. Stattdessen wurde vermutet, dass Sommaruga die Probleme einzeln angehen werde. Als dringlichste Massnahme identifizierten die Medien die Erhöhung der indirekten Presseförderung von CHF 30 Mio. auf CHF 120 Mio., wie sie der Präsident des VSM, Pietro Supino, aber auch zwei parlamentarische Vorstösse Savary (sp, VD; Pa.lv. 18.480) und Engler (cvp, GR; Pa.lv. 18.479) gefordert hatten. Als zentral erachteten die Medien aber auch eine Änderung des Medienartikels in der Verfassung, die ein vollständiges Mediengesetz, das neben Radio und Fernsehen sowie allenfalls dem Onlinebereich auch die Presse beinhaltet, ermöglichen sollte. Diesbezüglich hatten Matthias Aebischer (sp, BE; Pa.lv.

18.470), Bernhard Guhl (bdp, AG; Pa.Iv. 18.471), Olivier Feller (fdp, VD; Pa.Iv. 18.472) und Filippo Lombardi (cvp, TI; Pa.Iv. 18.473) gleichlautende parlamentarische Initiativen eingereicht.

Ende August 2019 bestätigte der Bundesrat in einer Medienmitteilung die bisherigen Gerüchte und erklärte, dass er auf das neue Mediengesetz verzichten und stattdessen das RTVG punktuell mit einem Massnahmenpaket anpassen wolle. Demnach sollten neu auch Onlineportale einen Teil der Radio- und Fernsehgebühr (insgesamt CHF 50 Mio. pro Jahr) erhalten, sofern sie kostenpflichtig seien. Dies betreffe – im Unterschied zum vorherigen Gesetzesvorschlag – nicht nur audio- und audiovisuelle, sondern auch textlastige Beiträge. Zudem solle die indirekte Presseförderung, konkret also die finanzielle Unterstützung der Postzustellung, auf zusätzliche Titel ausgeweitet und erhöht werden – jedoch nur auf CHF 50 Mio. statt auf CHF 120 Mio., wie von den Verlagen gefordert worden war. Der VSM kritisierte die Unterstützung in der Folge auch als zu niedrig. Aus dem Bundesgesetz über elektronische Medien übernommen werden solle die Förderung von Presseagenturen, Weiterbildungen und IT-Projekten.

Auch dieses Projekt erntete jedoch Kritik: Christian Wasserfallen (fdp, BE) etwa befürchtete gegenüber den Medien, dass nun auch die Onlinemedien an den «Staatstropf» gehängt werden sollten, Gregor Rutz (svp, ZH) kritisierte, dass durch die Unterstützung der Onlinemedien die Konkurrenz für die Printmedien sogar noch künstlich verstärkt werde. Die NZZ fragte sich überdies auch bei diesen Massnahmen, ob der Bund wirklich über die Kompetenz zur Regulierung und Förderung der Onlinemedien verfüge. Diesbezüglich bestehe ein Dissens in der juristischen Lehre. Die Präsidentin der KVF-NR, Edith Graf-Litscher (sp, TG), begrüßte hingegen die kurzfristigen Massnahmen.³

1) NZZ, 28.2., 26.3., 31.3., 5.5.15

2) Medienmitteilung UVEK vom 30.10.17; NZZ, 9.3.17; TA, 13.5., 8.6.17; NZZ, 31.8.17; AZ, 15.9., 16.9.17

3) Medienmitteilung BAKOM vom 10.5.19; Medienmitteilung BAKOM vom 28.8.19; AZ, NZZ, TA, 10.1.19; TG, 11.1.19; TA, 9.2., 4.3., 9.3.19; NZZ, 6.4.19; BaZ, TA, 17.6.19; TA, 3.7., 12.7.19; SGT, 28.8.19; Lib, NZZ, TA, TG, 29.8.19; NZZ, 30.8.19; SGT, 31.8.19; LT, 2.9.19; LT, TA, 4.9.19; WW, 5.9.19; AZ, 19.10.19; NZZ, 4.11.19