

# Sélection d'article sur la politique suisse

|                   |  |
|-------------------|--|
| Requête           | 17.04.2024   |
| Thème             | <b>Médias</b>  |
| Mot-clés          | <b>Coronavirus (Covid-19), Climat national, Relations avec l'Union européenne (UE)</b> |
| Acteurs           | <b>Sans restriction</b>  |
| Type de processus | <b>Sans restriction</b>  |
| Date              | <b>01.01.1965 - 01.01.2023</b>   |

# Imprimer

## Éditeur

Année Politique Suisse  
Institut für Politikwissenschaft  
Universität Bern  
Fabrikstrasse 8  
CH-3012 Bern  
[www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss)

## Contributions de

Buchwalder, Mathias  
Gerber, Marlène  
Gsteiger, Christian  
Hohl, Sabine  
Mosimann, Andrea  
Schär, Suzanne  
Zwahlen, Christiane

## Citations préféré

Buchwalder, Mathias; Gerber, Marlène; Gsteiger, Christian; Hohl, Sabine; Mosimann, Andrea; Schär, Suzanne; Zwahlen, Christiane 2024. *Sélection d'article sur la politique suisse: Médias, Coronavirus (Covid-19), Climat national, Relations avec l'Union européenne (UE), 2005 - 2022*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. [www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss), téléchargé le 17.04.2024.

# Sommaire

|   |    |
|---|----|
| <b>Chronique générale</b>                   | 1  |
| <b>Enseignement, culture et médias</b>      | 1  |
| Médias                                      | 1  |
| Radio et télévision                         | 4  |
| Presse                                      | 7  |
| Aspects généraux de la politique médiatique | 12 |
| Nouveaux médias                             | 13 |

## Abréviations

|               |  |
|---------------|--|
| <b>UVEK</b>   | Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation |
| <b>KVF-NR</b> | Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates                |
| <b>WAK-SR</b> | Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Ständerates                      |
| <b>KVF-SR</b> | Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerates                  |
| <b>BAG</b>    | Bundesamt für Gesundheit   |
| <b>BAKOM</b>  | Bundesamt für Kommunikation  |
| <b>EU</b>     | Europäische Union  |
| <b>SRG</b>    | Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft                              |
| <b>WAK-NR</b> | Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrats                     |
| <b>WBF</b>    | Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung          |
| <b>WEMF</b>   | AG für Werbemedienforschung  |
| <b>fög</b>    | Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft                         |

---

|               |   |
|---------------|---|
| <b>DETEC</b>  | Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication |
| <b>CTT-CN</b> | Commission des transports et des télécommunications du Conseil national                     |
| <b>CER-CE</b> | Commission de l'économie et des redevances du Conseil des Etats                             |
| <b>CTT-CE</b> | Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats                    |
| <b>OFSP</b>   | Office fédéral de la santé publique   |
| <b>OFCOM</b>  | Office fédéral de la communication  |
| <b>UE</b>     | Union européenne  |
| <b>SSR</b>    | Société suisse de radiodiffusion  |
| <b>CER-CN</b> | Commission de l'économie et des redevances du Conseil national                              |
| <b>DEFR</b>   | Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche                       |
| <b>REMP</b>   | Recherches et études des médias publicitaires   |
| <b>fög</b>    | Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de recherche)                  |

# Chronique générale

## Enseignement, culture et médias

### Médias

#### Médias

DÉBAT PUBLIC  
DATE: 16.03.2020  
MARLÈNE GERBER

Die **Corona-Krise** wirkte sich in verschiedenster Hinsicht auf die Medien aus. Einerseits verschaffte das aufgrund der Corona-Pandemie gesteigerte Informationsbedürfnis den Medien einen **rekordhohen Nutzungszuwachs**. Die NZZ-Mediengruppe etwa vermeldete Mitte April 2020 historische Höchstwerte im Online-Bereich. Die gedruckte Ausgabe hatte ferner um 10 Prozent zugelegt und in einem Monat konnten 9000 neue Abonnentinnen und Abonnenten gewonnen werden. Publicom verzeichnete im August 2020 eine starke Zunahme der Bedeutung sämtlicher Medien. An Einfluss gewonnen hatte dabei insbesondere die SRG: Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gaben im Rahmen der mediaBrands-Studie 2020 an, dass die Bedeutung der SRG-Medien für sie zugenommen habe. Noch vor den Streaming-Diensten (+31%) folgten die privaten Radio- und Fernsehprogramme (+37%). Die Zunahme der Bedeutung von Social Media, bezahlten Zeitungen (Print oder Online) und Gratiszeitungen betrug je um die 25 Prozent. In den Medien selber war 2020 häufig zu lesen, dass seriöser Journalismus systemrelevant sei.

Andererseits führten die durch die Corona-Massnahmen herbeigeführten Einschränkungen für das Gewerbe und den Veranstaltungssektor zu einem **massiven Einbruch der Werbeeinnahmen**, der nicht durch die steigenden Nutzungszahlen kompensiert werden konnte. Der Verband Schweizer Medien rechnete im März rein für den Printwerbemarkt mit einem Rückgang von CHF 400 Mio. und damit, dass rund vier von fünf Inseraten storniert würden. Die Verschiebung der auf Mai angesetzten Volksabstimmungen verschlechterte die kurzfristige finanzielle Situation dabei noch zusätzlich. Auch die privaten Radio- und Fernsehstationen gaben im April an, dass ihre Werbeerträge seit Beginn der Corona-Krise um 60 bis 90 Prozent gesunken seien. Vom Wegfall der Werbegelder besonders hart getroffen wurden komplett werbefinanzierte Medien wie Gratiszeitungen. «20 Minuten» schätzte, rund 20 Prozent der Leserschaft ihrer Print-Ausgabe eingebüsst zu haben, da die Nutzung des öffentlichen Verkehrs während der Pandemie stark abgenommen habe und allenfalls auch Bedenken vor einer Ansteckung Personen daran gehindert hätten, eine bereits gelesene Zeitung ebenfalls in die Hand zu nehmen. Die Pendlerzeitung war als Folge davon umfangmässig stark geschrumpft und nur noch in jeder Sprachregion in einer Version erhältlich. Auch die 30 Gratisanzeiger von alt-Bundesrat Christoph Blocher kamen aufgrund des Werberückgangs in finanzielle Schieflage und erschienen nicht mehr oder nur noch sporadisch. Gut aus der Krise kam indes das Online-Magazin «Republik», das nicht auf Werbegelder angewiesen ist und das sich während der Krise mit seinem täglichen Covid-19-Uhr-Newsletter einen Namen machte – dies gar bis in die Reihen der «Weltwoche». Speziell litten auch kleinere Magazine, so etwa das Westschweizer Wochenmagazin «Micro», dessen Abonnentenkreis in erster Linie aus Cafés, Restaurants oder Coiffeursalons bestand und das aufgrund behördlich verordneter Schliessung dieser Betriebe sowie des nach der Wiedereröffnung auferlegten Auslegeverbots von Zeitungen den eigenen Betrieb im Mai einstellen musste. Betriebsschluss gab im Frühjahr ebenfalls die Waadtländer Wochenzeitung «Le Régional» bekannt.

Die grossen Medienakteure reagierten prompt auf die sich rapide verschlechternde Finanzsituation. Als erstes grosses Medienunternehmen beantragte die TX Group in der zweiten Märzhälfte flächendeckend **Kurzarbeit** bis Ende September, begleitet von anderen Massnahmen, wie etwa einer Zwangsreduktion des Arbeitspensums für alle Mitarbeitenden um 10 Prozent. In einer von über 2500 Personen unterschriebenen Online-Petition taten verschiedene prominente Personen aus Journalismus und Politik ihren Unmut über diese Beschlüsse kund. «Ein Medienkonzern mit staatspolitischer Verantwortung und vollen Kassen» müsse jetzt «Personal aufstocken, nicht reduzieren», lautete die Begründung in der Petition. Im Nachhinein korrigierte die TX Group die Lohnauszahlung von 90 Prozent auf 100 Prozent zurück und gab bekannt, dass das Management für 2020 auf Boni verzichte. Dass die TX Group nur zwei Wochen nach Bekanntgabe der Kurzarbeit Dividenden in der Höhe von CHF 37 Mio. für das Geschäftsjahr 2019 ausschüttete, stiess in den Medien erneut auf Unverständnis. Im April tat es die NZZ-Gruppe, nach eigenen Angaben aus Gründen der Kontinuität in der Dividendenpolitik, der Konkurrenz indes gleich (CHF 8 Mio.). Einen anderen Weg schlug

CH Media ein. Die Mediengruppe wandelte die vorgesehenen Dividenden in Darlehen um, um die Liquidität des Unternehmens zu sichern. Doch auch CH Media führte Ende März Kurzarbeit ein. Fast zeitgleich kündigte Ringier punktuelle Kurzarbeit bei Jobcloud, Ticketcorner und der Vermarktungstochter Ringier Sports an. Anfang April gab auch die NZZ-Mediengruppe bekannt, für Bereiche, wo es pandemiebedingt zu Arbeitsausfällen komme, Kurzarbeit zu beantragen. Darüber hinaus beschloss das Unternehmen eine teilweise reduzierte Printausgabe und die Verschiebung des Relaunch von NZZ Folio auf den Spätsommer. Eine Woche später folgte die SRG und beantragte Kurzarbeit für rund 600 Mitarbeitende, wobei sie als Gründe neben den wegfallenden Werbeeinnahmen ebenfalls die Absage der Olympischen Spiele und der Fussball-Europameisterschaft anbrachte.

Sowohl der Verband Schweizer Gratiszeitungen als auch der Verband Schweizer Privatradios und der Verlegerverband wandten sich im März **hilfesuchend an den Bund**. Anfang April machten die Medien publik, dass UVEK-Vorsteherin Simonetta Sommaruga mit einem Nothilfepaket für die Medien in der Höhe von CHF 78 Mio. im Gesamtbundesrat aufgelaufen sei. Die WOZ und die AZ vermuteten, dass hier abgesehen von Fragen rund um die Unabhängigkeit der Medien auch die Entscheide in Bezug auf Kurzarbeit und Dividendenauszahlungen der grossen Medienhäuser eine Rolle gespielt hätten. Mitte April sandten private Radio- und Fernsehstationen erneut einen Hilferuf ans Parlament. Werde nichts unternommen, müssten vielen Regionalstationen in Kürze ihre Sendungen reduzieren oder gar einstellen; einzelnen Stationen drohe gar die Schliessung. In der ausserordentlichen Session zur Bewältigung der Corona-Krise beschloss das Parlament strukturelle Hilfe für die Medien (Mo. 20.3145; Mo. 20.3154; Mo. 20.3146; Mo. 20.3155). In Notverordnungen regelte der Bundesrat daraufhin eine Soforthilfe für die elektronischen Medien und für die Presse. Die Unterstützungsleistung für Letztere knüpfte er an die Bedingung, dass die herausgebenden Verlage für das Geschäftsjahr 2020 keine Dividenden ausschütteten. Ein im Rahmen der Beratungen zum Covid-19-Gesetz eingebrachter Antrag einer Minderheit Aeschi (svp, ZG), der den Begünstigtenkreis auf die Gratiszeitungen ausweiten wollte, scheiterte trotz geschlossen stimmender SVP-Fraktion mangels Unterstützung über die Fraktion der FDP.Liberalen hinaus. Weitere Unterstützungsmassnahmen, die bereits vor der Pandemie aufgegleist worden waren, waren im Massnahmenpaket zur Förderung der Medien enthalten, über das die Räte 2020 erstmals berieten. Da die im Massnahmenpaket vorgesehene Unterstützung von Online-Medien umstritten war, konnten 2020 weder ein Ausbau der indirekten Presseförderung noch Massnahmen zur Unterstützung der elektronischen Medien auf gesetzgeberischem Weg institutionalisiert werden.

In der zweiten Jahreshälfte wurde klar, dass die beschlossene Soforthilfe den **Strukturwandel in der Presse** nicht aufhalten konnte. Ende Juni kommunizierte die NZZ ihre Pläne für ihre «Strategieschärfung». Einschneidende Sparmassnahmen gab die TX Group Ende August bekannt. Im September kündigte das Unternehmen CH Media, das gerade sein im November 2018 begonnenes Abbauprogramm abgeschlossen hatte, ein neues Effizienzprogramm an. Einen grösseren Stellenabbau kommunizierte zuletzt die SRG im Oktober.

Trotz der veränderten Recherchearbeit – auch die Medienhäuser setzten während der Corona-Pandemie verstärkt auf Homeoffice – war die **Qualität der Medienberichterstattung über die Corona-Pandemie** «relativ gut», wie das Jahrbuch Qualität der Medien nach Analyse der Berichterstattung bis Ende April 2020 konstatierte. Neben der mangelhaften Einordnungsleistung bemängelte die Studie auch die Kritikfähigkeit der Medien während der Corona-Krise. Das vom Fög präsentierte Jahrbuch kam zum Schluss, dass die Medien vor dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 zu unkritisch berichtet hatten. Fragen rund um die Behördentreue der Medien waren 2020 ebenfalls Teil der gesellschaftlichen Debatte. Zwei Professoren für Volkswirtschaftslehre etwa sprachen in der NZZ von einem «grundsätzlichen Systemversagen». Der normalerweise recht ausgewogene Meinungswettbewerb funktioniere gerade in Krisenzeiten nicht, da zu Beginn einer Krise noch wenig Wissen und viel Unsicherheit vorhanden seien und man sich zur Minimierung des Fehlerrisikos in solchen Situationen eher an den Behörden orientiere, um sich weniger leicht angreifbar zu machen. Erst nach und nach seien die Medien in der Lage, fundierte Kritik zu äussern, was indes durch die Konsistenzanforderung von Qualitätsmedien wiederum erschwert würde. Die Wissenschaftler regten für Krisenzeiten die Schaffung einer Institution analog eines Advocatus Diaboli an, die bewusst anecken dürfe, um unter Berücksichtigung aller Argumente zu informierteren Meinungen zu gelangen. Unter den Autoren befand sich Reiner Eichenberger, der an der Universität Freiburg den Lehrstuhl

für Theorie der Finanz- und Wirtschaftspolitik innehat und der zuletzt im Frühjahr mit seinem Vorschlag einer kontrollierten Durchsuchung für Aufmerksamkeit gesorgt hatte. Eine abweichende Stimme fand sich auch in der Person des ehemaligen SRF-Fernsehjournalisten Reto Brennwald, der mit seinem Dokumentarfilm «Unerhört» einen Dialog über die Verhältnismässigkeit der Corona-Massnahmen anregen wollte. Dass sich der Dialog zwischen behördenkritischen und behördentreuen Stimmen noch nicht etabliert hatte, zeigte nicht nur die Tatsache, dass nur vier Medienschaffende der Premiere des Films beiwohnten, sondern auch der Umstand, dass Aussagen des zum Podium geladenen und zum gegebenen Zeitpunkt bereits ehemaligen Leiters der Abteilung Übertragbare Krankheiten des BAG, Daniel Koch, von einem Coronaskeptischen Publikum mit Buhrufen oder Gelächter quittiert wurden.<sup>1</sup>

## Jahresrückblick 2020: Medien

Als das umstrittenste Geschäft im Bereich der Medienpolitik entpuppte sich im Jahr 2020 das **Massnahmenpaket zur Förderung der Medien**, welches nach dem Scheitern des geplanten Bundesgesetzes über elektronische Medien im Spätsommer 2019 angedacht worden war und zu dem sich im Berichtsjahr beide Räte äusserten. Während die in der bundesrätlichen Botschaft vorgesehenen Massnahmen im Bereich der indirekten Presseförderung und der elektronischen Medien weitgehend auf Zustimmung stiessen, ging es bei der Frage der erstmaligen **Förderung von Online-Medien** um einen Grundsatzentscheid. Während der Ständerat den Grundsatz der Förderung noch befürwortet hatte, konnte das qualifizierte Mehr bei der Abstimmung um die Ausgabenbremse nicht erreicht werden. Eine ganz andere Ausgangslage präsentierte sich dem Nationalrat, dessen vorberatende KVF-NR mit knapper Mehrheit empfahl, die Förderung der Online-Medien auszuklammern, um weitere Abklärungen zu treffen. Der Nationalrat entschied in der Herbstsession gegen die Kommissionsmehrheit und wies das Geschäft zur integralen Beratung an die Kommission zurück. Im Vorfeld der Beratungen hatte sich auch die Medienbranche nicht einhellig zu den geplanten Massnahmen für die Online-Medienförderung gestellt.

Die Dringlichkeit der Medienförderung verstärkte sich 2020 im Hintergrund der Corona-Pandemie, die den Medien grosse Werbeeinbussen bescherte, was nicht spurlos an der ohnehin bereits angeschlagenen Branche vorbei ging. Die grossen Medienhäuser führten im Frühjahr allesamt Kurzarbeit ein. In seiner ausserordentlichen Session vom Mai 2020 beschloss das Parlament **Soforthilfe für die Medien** bereitzustellen (Mo. 20.3146; Mo. 20.3155; Mo. 20.3145; Mo. 20.3154). In zwei Notverordnungen regelte der Bundesrat in der Folge gegen seinen Willen die befristete finanzielle Unterstützung für private Radio- und Fernsehveranstalter sowie für die Printmedien. Durch letztere Massnahmen konnten auch erstmals auflagenstarke Tages- und Wochenzeitungen von der indirekten Presseförderung profitieren.

Die Corona-Krise hatte indes nicht nur negative Folgen für die Medien, so profitierten sie durch das gestiegene Informationsbedürfnis von zunehmenden Nutzungszahlen – auch wenn diese die wegbrechenden Werbeeinnahmen nicht kompensieren konnten. Die Autoren des Jahrbuchs Qualität der Medien beurteilten die **Berichterstattung während der Covid-19-Krise** als qualitativ relativ gut, identifizierten jedoch auch deutliche Mängel. Besonders kritisiert wurden die monothematische Berichterstattung, die Verbreitung nackter Zahlen und Statistiken, die unzureichende Einordnungsleistung und die unkritische Haltung der Medien in der Phase vor dem Lockdown im März (jedoch nicht danach).

Die **Radio- und Fernsehgebühr für Unternehmen**, die bereits während den Beratungen zur RTVG-Revision umkämpft gewesen war, beschäftigte die Legislative auch fünf Jahre nach der Volksabstimmung noch immer. Die zuständigen Kommissionen für Verkehr und Fernmeldewesen beider Räte sprachen sich dafür aus, das Massnahmenpaket zur Förderung der Medien durch einen Zusatz zu ergänzen, der Arbeitsgemeinschaften von der Pflicht zur Entrichtung der Radio- und Fernsehgebühr für Unternehmen befreit. Im Berichtsjahr gab die KVF-NR ferner einer parlamentarischen Initiative Folge, welche die KMU gänzlich von der Abgabepflicht befreien wollte. Aufgrund eines Urteils des Bundesverwaltungsgerichts aus dem Vorjahr verfeinerte der Bundesrat im April 2020 seine Tarifstruktur für Unternehmen, was für neun von zehn Unternehmen, darunter namentlich kleinere Unternehmen, eine Entlastung bewirken soll. Auch die Privathaushalte werden entlastet: Sie bezahlen ab 2021 noch eine jährliche Gebühr von CHF 335 anstelle von CHF 365.

Unter Dach und Fach brachte das Parlament im Jahr 2020 schliesslich die Vorlage über die Rückerstattung der zu Unrecht erhobenen Mehrwertsteuer auf die **Radio- und**

**Fernsehempfangsgebühren.** Somit erhält jeder Haushalt auf der nächsten Serafe-Rechnung eine Gutschrift in der Höhe von CHF 50, um für die **unrechtmässig erhobene Mehrwertsteuer** für die Jahre 2010 bis 2015 zu entschädigen.

Auch im Jahr 2020 wurden einschneidende **Sparmassnahmen im Mediensektor** bekannt. Ende August eröffnete die TX-Group (ehemals Tamedia), bei den Printmedien Einsparungen im Umfang von 15 Prozent vornehmen zu wollen. Ferner plant der Verlag per April 2021 auch die Zusammenlegung der Redaktionen der Berner Zeitung und von «Der Bund». Eine «Strategieschärfung» lancierte auch die NZZ und CH Media kündigte ein neues Effizienzprogramm an. Einsparungen im Umfang von CHF 50 Mio. und die Streichung von 250 Stellen gab die SRG im Oktober 2020 bekannt.

2020 brachte dem Mediensektor jedoch auch beachtliche Neuerungen. Mit **Blick TV** startete Ringier den ersten digitalen Fernsehkanal der Schweiz. Nicht zuletzt wird mit der Bekanntgabe der Übernahme des renommierten Westschweizer Traditionsblattes **«Le Temps»** durch Aventinus in der Schweiz erstmals eine Stiftung eine Tageszeitung übernehmen.

Gemessen an der Gesamtanzahl abgelegter Zeitungsberichte zur Schweizer Politik kam der Medienpolitik im Berichtsjahr im Vergleich zu den Vorjahren eine geringere Bedeutung zu (siehe Abbildung 2 der APS-Zeitungsanalyse 2020), was sicher auch der Dominanz der Corona-Pandemie in der Medienberichterstattung geschuldet ist. Innerhalb der Berichterstattung über die Medien büsste die SRG im Vergleich zu früheren Jahren zugunsten der Presse an Medienpräsenz ein.<sup>2</sup>

## Radio et télévision

Die Schweiz unterzeichnete im Oktober das **Media-Abkommen mit der EU**. Die Teilnahme an der Filmförderung der EU steht unter der Voraussetzung, dass in der Schweiz ab 2009 eine weitere Bestimmung der EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ zur Anwendung kommt. Dabei würden Webfenster ausländischer Sender nur noch den Vorschriften ihres Herkunftslandes und nicht mehr dem Schweizerischen Recht unterstehen. Dies hätte eine Lockerung der Werbebeschränkungen für Alkoholika, Politik und Religion zur Folge und würde eine Revision des neuen Radio- und Fernsehgesetzes erfordern. Beide Räte wiesen das Abkommen an den Bundesrat zurück. Dieser soll es in der vorläufig geltenden Version anwenden und versuchen, während der Übergangsfrist bessere Bedingungen auszuhandeln.<sup>3</sup>

OBJET DU CONSEIL FÉDÉRAL  
DATE: 31.12.2007  
ANDREA MOSIMANN

Der Bundesrat will das Radio und Fernsehgesetz revidieren und das **Alkoholwerbeverbot** lockern. Eine entsprechende Vorlage hat er im November verabschiedet. Auslöser dafür war die Teilnahme am EU-Filmförderprogramm „Media“, welche die Schweiz verpflichtet, die EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ anzuwenden. Diese sieht vor, dass ausländische Fernsehveranstalter auch in nationalen Webfenstern für Alkohol, Politik und Religion werben dürfen. Im Auftrag des Parlaments führte der Bundesrat mit der EU Nachverhandlungen über diese Werbebestimmungen. Er konnte dabei erreichen, dass die Schweiz strengere Werberegulungen aufrechterhalten darf, wenn sie verhältnismässig, nicht diskriminierend und im öffentlichen Interesse sind. Die Werbeverbote für Spirituosen, Alcopops, Religion und Politik können damit wohl aufrechterhalten werden. Bei Bier und Wein dürfte dies hingegen nicht gelingen, weil lokale Fernsehveranstalter in der Schweiz bereits für solche Getränke werben dürfen. Um gleich lange Spiesse zu schaffen, will der Bundesrat daher alle Schweizer Fernsehveranstalter für Bier und Wein werben lassen – also auch die nationalen und sprachregionalen Sender.<sup>4</sup>

OBJET DU CONSEIL FÉDÉRAL  
DATE: 26.11.2008  
ANDREA MOSIMANN

2009 hatte das Parlament darüber zu entscheiden, ob das **Werbeverbot für leichte Alkoholika** auf den nationalen Fernsehsendern aufgehoben werden soll. Der Bundesrat hatte Ende 2008 eine entsprechende Vorlage zur Änderung des Radio- und Fernsehgesetzes präsentiert. Grund für die Änderung ist die Teilnahme der Schweiz am EU-Filmförderungsprogramm MEDIA, für welche die Übernahme des so genannten Herkunftsprinzips bei der Fernsehwerbung eine Bedingung ist. Dies bedeutet, dass die auf die Schweiz ausgerichtete Werbung von Sendern mit Sitz in der EU von der EU-Gesetzgebung geregelt wird und nicht mehr von der Schweiz. Die Schweiz hatte jedoch bis jetzt strengere Regeln für Webfenster als die EU, so verbot sie den nationalen und den ausländischen TV-Sendern (jedoch nicht den regionalen und lokalen Sendern),

OBJET DU CONSEIL FÉDÉRAL  
DATE: 18.03.2009  
SABINE HOHL

Werbung für Bier und Wein auszustrahlen. Werbung für hochprozentige alkoholische Getränke und Werbung mit politischen oder religiösen Inhalten ist in der Schweiz allen Sendern verboten. 2007 war das MEDIA-Abkommen vom Parlament an den Bundesrat zurückgewiesen worden. Der Bundesrat musste Nachverhandlungen mit der EU führen, die es der Schweiz erlauben sollten, weiterhin eine strengere Gesetzgebung als die EU durchzusetzen. Das MEDIA-Abkommen wurde währenddessen provisorisch weitergeführt. Erreicht wurde eine Regelung, die der Schweiz eine strengere Gesetzgebung erlaubt, wenn eine solche im öffentlichen Interesse, verhältnismässig und nicht diskriminierend ist. Für das Werbeverbot betreffend leichte Alkoholika ist das jedoch nicht der Fall, da regionale Sender in der Schweiz für Bier und Wein bereits werben dürfen. Da die Schweiz dieses diskriminierende Verbot gegenüber den ausländischen Sendern nicht mehr durchsetzen könnte, schlug der Bundesrat vor, das Verbot der Werbung für Bier und Wein auch gegenüber der SRG aufzuheben. Ansonsten würden die Schweizer Sender benachteiligt und Werbegelder könnten an ausländische Sender abfliessen. Der Ständerat stellte sich gegen den Vorschlag des Bundesrates und befürwortete stattdessen ein totales Alkoholwerbeverbot für alle Sender. Argumentiert wurde mit dem Jugendschutz. Der Nationalrat unterstützte dagegen die vom Bundesrat vorgeschlagene Änderung. Die Räte wurden sich in der Differenzbereinigung nicht einig, so dass eine Einigungskonferenz nötig wurde. Diese beantragte mit 13 zu 12 Stimmen, die Werbung für leichte Alkoholika zu erlauben. Beide Räte stimmten diesem Antrag zu und passten das Radio- und Fernsehgesetz somit entsprechend an.<sup>5</sup>

#### OBJET DU CONSEIL FÉDÉRAL

DATE: 26.07.2010  
SUZANNE SCHÄR

Die Referendumsfrist zur **Abänderung des Radio- und Fernsehgesetzes** (RTVG) im Sinn des MEDIA-Abkommens Schweiz-EG zur Filmförderung lief im Januar des Berichtsjahrs ab. Das geänderte RTVG trat damit zusammen mit dem Bundesbeschluss zur „Finanzierung der Teilnahme der Schweiz am EG-Programm MEDIA für die Jahre 2010–2013“ vom Mai 2010 in Kraft. Damit wurde Werbung für leichte Alkoholika auf öffentlichen TV-Kanälen zugelassen. Zusätzlich zur im Vergleich mit der EU strengeren Gesetzgebung für Alkoholwerbung, auferlegten sich die SRG-Sender eine Selbstbeschränkung, die mit Ausnahme von Bierwerbung bei der Übertragung grosser Sportveranstaltungen vor 20h00 keine Alkoholwerbung zulässt.<sup>6</sup>

#### MOTION

DATE: 21.04.2020  
MARLÈNE GERBER

An einer Sitzung zu den Beschlüssen des Bundesrates zur schrittweisen Wiedereröffnung in der Coronavirus-Pandemie beschloss die WAK-NR zahlreiche Kommissionsmotionen, die auf eine rasche wirtschaftliche Öffnung abzielten und die Unternehmen stärker entlasten sollten. Unter anderem forderte die nationalrätliche Wirtschaftskommission in einer Motion, dass **Arbeitsgemeinschaften sofort von der Pflicht zur Entrichtung der Radio- und Fernsehabgabe zu befreien** seien, damit juristische Personen nicht doppelt – also als eigenes Unternehmen und als Teil einer Arbeitsgemeinschaft – zahlungspflichtig seien. Neu ist diese Forderung nicht. Bereits die Verkehrs- und Fernmeldekommisionen beider Räte hatten hier im Vorjahr Handlungsbedarf erkannt und drei parlamentarische Initiativen mit dieser Forderung unterstützt (Pa.lv. 19.411; Pa.lv. 19.412; Pa.lv. 19.413). Vor dem Hintergrund der Corona-Krise erachtete es die WAK-NR jedoch als dringend, dass diese Mehrfachbelastung augenblicklich sistiert werde, bis die entsprechenden gesetzlichen Grundlagen vorliegen würden.

Der Bundesrat beantragte die Ablehnung der Motion. Dabei führte er an, dass die Arbeiten der KVF-SR bereits weit fortgeschritten seien und eine Entlastung der Arbeitsgemeinschaften nur eine beschränkte Wirkung hätte: Für das Jahr 2019 müssten 1'250 Arbeitsgemeinschaften Abgaben in der Höhe von insgesamt CHF 1.22 Mio. bezahlen. In diesem Falle sei also die Verhältnismässigkeit für einen notrechtlichen Eingriff nicht gegeben. Ferner wies er darauf hin, dass gerade kleinere Unternehmen und Arbeitsgemeinschaften im kommenden Jahr durch die kurz zuvor kommunizierte, neue Tarifregelung künftig stark entlastet würden.<sup>7</sup>

#### POSTULAT

DATE: 29.04.2020  
MARLÈNE GERBER

In seiner Botschaft zum Massnahmenpaket zur Medienförderung beantragte der Bundesrat ein Postulat der KVF-NR, das die **Prüfung der Schaffung einer unabhängige Aufsichtsbehörde für Radio und Fernsehen** verlangte, zur Abschreibung. Der Vernehmlassungsentwurf zum geplanten neuen Mediengesetz hätte die Schaffung einer unabhängigen Aufsichts- und Regulierungsbehörde beinhaltet, diese Massnahme sei in der Vernehmlassung jedoch kritisch beurteilt worden. Vom Tisch sei diese Forderung allerdings nicht: Sollte es zu einer Zusammenarbeit mit der EU im Rahmen des neuen Programms «Kreatives Europa» (2021–2027) kommen, müsste die Schaffung einer

solchen Instanz erneut geprüft werden, da die EU ihren Mitgliedstaaten eine unabhängige Aufsichtsbehörde im Bereich der audiovisuellen Mediendienste vorschreibe.<sup>8</sup>

**MOTION**

DATE: 06.05.2020  
MARLÈNE GERBER

Unbeirrt von den Ausführungen des Bundesrates nahm der Nationalrat in der ausserordentlichen Session zur Bekämpfung des Coronavirus mit 106 zu 56 Stimmen (4 Enthaltungen) eine Motion seiner WAK-NR an, die **Arbeitsgemeinschaften sofort von der Pflicht zur Entrichtung der Radio- und Fernsehgebühr befreien** wollte. In der Parlamentsdebatte äusserte Kommissionsprecher Regazzi (cvp, TI) sein Unverständnis darüber, dass der Bundesrat es verpasst habe, bei der kürzlich erfolgten Anpassung der Tarifstrukturen die Mehrfachbesteuerung von Bauunternehmen, die aufgrund einer Einbindung in projektspezifische Arbeitsgemeinschaften doppelt besteuert würden, abzuschaffen. Im Hinblick auf die aktuelle, Pandemie-bedingte Wirtschaftskrise gelte es, augenblicklich zu handeln und nicht die Arbeiten der KVF-SR zur Umsetzung der drei parlamentarischen Initiativen mit derselben Forderung abzuwarten (Pa.lv. 19.411; Pa.lv. 19.412; Pa.lv. 19.413).

Anders entschied der Ständerat tags darauf. Der kleinen Kammer lag ein Ordnungsantrag der WAK-SR auf Sistierung der Motion bis zur Behandlung der drei parlamentarischen Initiativen im Parlament vor, die Kommissionsprecher Engler (cvp, GR) bereits für die Sommersession 2020 in Aussicht stellte. Der Ständerat folgte diesem Antrag diskussionslos.<sup>9</sup>

**ORDONNANCE / ARRÊTÉ FÉDÉRAL SIMPLE**

DATE: 20.05.2020  
MARLÈNE GERBER

In Umsetzung zweier Motionen der beiden Kommissionen für Verkehr und Fernmeldewesen (Mo. 20.3146; Mo. 20.3155) präsentierte der Bundesrat im Mai die **Covid-19-Verordnung elektronische Medien**, die finanzielle Soforthilfen für die Radio- und Fernsehveranstalter im Umfang von CHF 40 Mio. versprach. Ausserordentliche einmalige Beiträge in der Höhe von CHF 30 Mio., finanziert aus der Radio- und Fernsehgebühr, erhielten dabei private Radio- und Fernsehveranstalter. CHF 10 Mio. erhielt die Keystone-SDA, womit für eine Dauer von sechs Monaten die Kosten gedeckt werden sollten, die die Agentur ansonsten den elektronischen Medien für die Nutzung der Basisdienste «Text» in Rechnung gestellt hätte. Gleichzeitig erliess die Regierung eine weitere Notverordnung zur Unterstützung der Printmedien mit finanziellen Sofortmassnahmen im Umfang von CHF 17.5 Mio.<sup>10</sup>

**ORDONNANCE / ARRÊTÉ FÉDÉRAL SIMPLE**

DATE: 11.11.2020  
CHRISTIAN GSTEIGER

Im November 2020 kommunizierten das BAKOM und das UVEK per Medienmitteilung, der Bundesrat werde die Massnahmen der **Covid-19-Verordnung elektronische Medien verlängern**. Die im Juni für die elektronischen Medien bereitgestellten CHF 10 Mio. waren lediglich zur Hälfte aufgebraucht: Erst CHF 5.2 Mio. wurden von den Begünstigten bis zum Zeitpunkt der Verlängerung beansprucht. Auch weiterhin sollten daher die Abonnementskosten der Nachrichtenagentur Keystone-SDA vom Bund übernommen werden. Diese Kostenübernahme dauert bis zum 31. Dezember 2021, im Gegensatz zur Verlängerung der Unterstützung der Printmedien, welche vorerst bis zum 30. Juni läuft. Die Verordnungsmassnahmen traten per 1. Dezember 2020 in Kraft.<sup>11</sup>

**MOTION**

DATE: 17.12.2020  
MARLÈNE GERBER

Während sowohl die Printmedien als auch Fernsehveranstalter und kommerzielle Radioveranstalter mit einer UKW-Funkkonzession aufgrund stark rückläufiger Sponsoring- und Werbeeinnahmen während der Corona-Pandemie von Soforthilfe durch den Bund profitieren konnten, waren die **DAB-Radios** bislang leer ausgegangen, konstatierte die KVF-NR im November 2020. Sie beschloss daraufhin eine Motion, mit der der Bundesrat beauftragt werden soll, im Jahr 2021 mindestens 50 Prozent der Kosten der DAB+-Verbreitung für konzessionierte und meldepflichtige Radioveranstalter zu übernehmen und seinen Beitrag nicht wie vorgesehen auf 30 Prozent zu belassen. Der Bundesrat erklärte in seiner Antwort, dass das BAKOM bereits im Oktober Technologieförderbeiträge in der Höhe von 45 Prozent für abgabefinanzierte Radioveranstalter, respektive 40 Prozent für alle übrigen Radioveranstalter, festgelegt habe, wobei das Bundesamt – sofern es der finanzielle Spielraum erlaube – diesen Beitrag noch auf 50 Prozent erhöhen könnte. Aus diesen Gründen beantragte der Bundesrat, die Motion als bereits erfüllt abzulehnen. Nachdem UVEK-Vorsteherin Simonetta Sommaruga in der Wintersession 2020 im Nationalrat bestätigt hatte, dass die Differenzen zwischen der einstimmigen Kommission und dem Bundesrat «nicht wirklich gewaltig» seien, schlug sie vor, als kleines

Weihnachtsgeschenk auf die Abstimmung zu verzichten. Somit passierte die Motion den Nationalrat ohne Abstimmung, womit die grosse Kammer im Sinne der Kommission ein politisches Bekenntnis zur Unterstützung der DAB-Radios in der Krise abgab.<sup>12</sup>

**POSTULAT**

DATE: 02.03.2021  
CHRISTIAN GSTEIGER

Im Rahmen der Debatte des Bundesratsgeschäfts «Massnahmenpaket zugunsten der Medien» stimmte der Nationalrat im März 2021 dem Antrag des Bundesrates zu, das **Postulat «Unabhängige Aufsichtsbehörde für Radio und Fernsehen» abzuschreiben**.<sup>15</sup>

**MOTION**

DATE: 09.03.2021  
CHRISTIAN GSTEIGER

Die KVF-SR beantragte im Januar einstimmig, die Motion ihrer Schwesterkommission «**Stützung der DAB+-Radios in der Covid-19-Krise**» abzulehnen. Dies tat sie nicht etwa, weil sie glaubte, die DAB+-Radios seien der Unterstützung unwürdig, sondern weil sie das Anliegen mit der vom BAKOM im Oktober gesprochenen Erhöhung der Unterstützungsbeiträge von den ursprünglich vorgesehenen 30 Prozent auf 50 Prozent bereits als erfüllt ansah.

In der Frühjahressession 2021 folgte der Ständerat dieser Argumentation diskussionslos und lehnte die Motion ab.<sup>14</sup>

**MOTION**

DATE: 16.04.2021  
CHRISTIAN GSTEIGER

Die KVF-SR beantragte im April 2021 einstimmig, **die Motion der WAK-NR «RTVG-Abgabe. Abschaffung der Mehrfachbesteuerung von Arbeitsgemeinschaften» zur Ablehnung zu empfehlen**. Ebenso beantragte sie den parlamentarischen Initiativen 19.413, 19.412 und 19.411 keine Folge zu geben, respektive sie abzuschreiben. Die Kommission begründete ihren Entscheid damit, dass diese Anliegen bereits im Rahmen des von beiden Räten verabschiedeten Entwurf 2 des Medienpakets umgesetzt worden seien.<sup>15</sup>

**MOTION**

DATE: 01.06.2021  
CHRISTIAN GSTEIGER

Im Namen der Kommission empfahl KVF-SR-Präsident Engler (mitte, GR) in der Sommersession 2021 dem **Ständerat die Motion der WAK-NR «RTVG-Abgabe. Abschaffung der Mehrfachbesteuerung von Arbeitsgemeinschaften» zur Ablehnung**. Den drei gleichlautenden parlamentarischen Initiativen 19.411, 19.412 und 19.413 beantragte die Kommission, keine Folge zu geben respektive deren Abschreibung. Diese fast identischen Anliegen seien im vergangenen Jahr bereits im Rahmen des Medienförderungspakets behandelt und damit erfüllt worden, per 1. Januar 2021 traten sie in Kraft. Auch der Bundesrat empfahl die Motion zur Ablehnung. Der Ständerat folgte den Empfehlungen diskussionslos.<sup>16</sup>

## Presse

**INITIATIVE PARLEMENTAIRE**

DATE: 20.10.2005  
CHRISTIANE ZWAHLEN

Die parlamentarische Initiative „Medien und Demokratie“ wurde in der Frühlingssession des Nationalrates definitiv abgelehnt. Die Initiative hatte die Einführung eines neuen Verfassungsartikels zum Ziel, der die Medienvielfalt und Unabhängigkeit der Medien gewährleisten sollte. Stattdessen überwies der Nationalrat die vom Ständerat im Vorjahr gebilligte Motion (Mo. 04.3433) ebenfalls, die eine Presseförderung mittels **Beteiligung an den Verteilungskosten** anstrebt. Die schweizerische Presseförderung wurde auch seitens der Europäischen Union kritisch beäugt. Ausländische Zeitungen müssen den vollen Posttarif bezahlen gegenüber einem subventionierten Tarif für Schweizer Publikationen. Dies stellt laut der Europäischen Kommission eine Diskriminierung dar.<sup>17</sup>

**AUTRE**

DATE: 01.01.2020  
MARLÈNE GERBER

Die Tamedia AG wandelte ihren Namen Anfang 2020 in **TX Group** um. Der von «Technology Exchange» abgeleitete neue Name soll den Wandel des Unternehmens vom Zeitungswesen hin zu einem digitalen Konzern abbilden. Auch die TX Group hatte mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie zu kämpfen. In drei von vier Bereichen musste der Konzern im Jahr 2020 ein negatives erstes Halbjahresergebnis hinnehmen. Einen starken Umsatzrückgang verzeichnete der sonst rentable Bereich «20 Minuten» – dies nicht nur wegen eingebrochener Werbeeinnahmen, sondern auch wegen abnehmender Pendlerströme. Bestehende strukturelle Probleme im Zeitungssektor Tamedia – für den Bereich der Bezahlmedien blieb der bisherige Name erhalten – wurden durch die Pandemie verstärkt; die Werbeeinnahmen sanken im untersuchten Zeitraum um 35 Prozent. Als dritter Bereich mit roten Zahlen hatte die hauptsächlich im Verkauf von Fernsehwerbung tätige Goldbach Group ein rückläufiges Ergebnis zu

verzeichnen. Positiv schloss lediglich TX Markets ab, der vierte Bereich der TX Group, der aus verschiedenen Online-Marktplätzen wie Homegate, Ricardo, Tutti und Jobs besteht. Gemäss Verwaltungsratspräsident Pietro Supino werde damit deutlich, dass sich die Diversifikation des Unternehmens gelohnt habe.

Zukünftig soll vor allem über eine Steigerung des Verkaufs von Digital-Abonnements versucht werden, die Abhängigkeit Tamedias von den Entwicklungen auf dem Werbemarkt zu reduzieren. Zeitgleich mit Bekanntgabe der hohen Verluste (CHF -109 Mio. im Vergleich zu CHF +54 Mio. im Vorjahr) und aufgrund anhaltender struktureller Schwierigkeiten beschloss die TX Group Ende August 2020, die Kosten im Bereich Tamedia in den anstehenden drei Jahren um CHF 70 Mio. zu senken (-15%). Dabei soll es zu einem Abbau von mehreren Dutzend journalistischen Stellen kommen. Die Gewerkschaften Impressum und Syndicom forderten sogleich den Verzicht auf die Entlassungen und im Gegenzug die Überbrückung fehlender Erträge mit den Reserven. Ende Oktober verkündete der Konzern, dass die Redaktionen von «Der Bund» und der Berner Zeitung per Frühjahr 2021 enger zusammenarbeiten sollten. Tamedia liess die Frage, ob dies die Zusammenlegung der beiden Redaktionen bedeute, zum gegebenen Zeitpunkt offen. Die Mediengewerkschaften gingen indes davon aus.<sup>18</sup>

#### MOTION

DATE: 04.05.2020  
MARLÈNE GERBER

Die durch die Corona-Pandemie eingetretene wirtschaftliche Krise traf auch die bereits angeschlagenen Printmedien mit voller Wucht. Die bereits in den Vorjahren stark rückläufigen Werbezahlen im Bereich der Printmedien drohten aufgrund des Lockdowns massiv einzubrechen. Die KVF-SR (20.3145) und die KVF-NR (20.3154) lancierten im Vorfeld der ausserordentlichen Session im Mai 2020 zwei identische Motionen, die zum **Erhalt der unabhängigen und leistungsfähigen Medien eine Überbrückungshilfe** für die aktuelle Krisenzeit beantragten. Konkret forderten die Kommissionen, dass das bereits im Vorjahr angekündigte Massnahmenpaket zur Medienförderung so rasch als möglich vom Parlament beraten werde. Bis zum Inkrafttreten der neuen gesetzlichen Grundlage sollen verschiedene temporäre Massnahmen verhindern, dass die Presse irreparable Schäden erleide. Aus diesem Grund forderten die Kommissionen die Aufstockung der finanziellen Unterstützung für Keystone-SDA, die kostenlose Zustellung der Regional- und Lokalzeitungen durch die Schweizerische Post sowie eine vergünstigte Postzustellung für die nationalen Tages- und Wochenzeitungen, sofern diese für das Geschäftsjahr 2020 auf die Auszahlung von Dividenden verzichteten. Die Kommissionen begründeten ihre Forderungen mit dem Umstand, dass die redaktionelle Arbeit der Medien in der Krisenzeit umso mehr gefragt und Kurzarbeit deswegen keine Option sei. Die Branche rechne je nach Dauer der Krise für das Jahr 2020 mit einem Printwerberückgang im Umfang von CHF 400 Mio., was einer Halbierung des Werbeumsatzes entspreche, wie Matthias Aebischer (sp, BE) für die nationalrätliche Kommission vor der grossen Kammer ausführte.

In seiner ablehnenden Antwort wies der Bundesrat darauf hin, dass er die Botschaft zum Massnahmenpaket für die Medien seit Einreichen der Motionen bereits zuhanden des Parlaments verabschiedet habe. Er zeigte sich überzeugt, dass langfristig angelegte Massnahmen zielführender seien als Soforthilfen und dass wo immer möglich auf Notrecht verzichtet werden solle. Der Bundesrat habe bereits Sofortmassnahmen beschlossen, die auch den Medien zur Verfügung stünden, so etwa zinslose oder zinsgünstige, durch den Bund verbürgte Kredite. Diese sollten dazu dienen, kurzfristige Liquiditätsgengpässe zu beheben.

Der Ständerat nahm die Motion der KVF-SR in der ausserordentlichen Session im Mai 2020 entgegen der Haltung des Bundesrates mit 32 zu 10 Stimmen bei 3 Enthaltungen an. Ebenso gelangte der Nationalrat nach Beratung der hauseigenen Motion am Folgetag zu einem positiven Beschluss. Anders als dem Ständerat lag der grossen Kammer jedoch ein Ablehnungsantrag einer rechtsbürgerlichen Kommissionsminderheit vor. Der Nationalrat nahm die Motion entgegen der Kommissionsminderheit mit 124 zu 66 Stimmen bei 3 Enthaltungen an.<sup>19</sup>

#### ORDONNANCE / ARRÊTÉ FÉDÉRAL SIMPLE

DATE: 20.05.2020  
MARLÈNE GERBER

Ende Mai erliess der Bundesrat seine **Covid-19-Verordnung Printmedien**, die Übergangsmassnahmen für die Presse in Zusammenhang mit dem Coronavirus enthält. Angestossen worden war die Erarbeitung einer solchen Notverordnung durch die beiden Kommissionen für Verkehr und Fernmeldewesen, die zwei identische Motionen (Mo. 20.3145; Mo. 20.3154) lanciert hatten. Diese waren die in der ausserordentlichen Session zur Bewältigung der Corona-Krise in beiden Räten auf Zuspruch gestossen. Insgesamt umfasste die finanzielle Soforthilfe einen Betrag von CHF 17.5 Mio. und bezweckte den Ausbau der bestehenden indirekten Presseförderung. Ab dem 1. Juni 2020 profitierten dadurch die geförderten, abonnierten Tages- und Wochenzeitungen

der Regional- und Lokalpresse für ein halbes Jahr von einer kostenlosen Zustellung durch die Post, was den allgemeinen Staatshaushalt mit CHF 12.5 Mio. belastete. Darüber hinaus gelangten erstmals auch Presstitel mit überregionaler Bedeutung, respektive ab einer Auflage von 40'000 Exemplaren pro Ausgabe, in den Genuss der indirekten Presseförderung. Sie erhielten für ebendiese Dauer eine Zustellermässigung von 27 Rappen pro Exemplar. Für diese Massnahme standen insgesamt CHF 5 Mio. zur Verfügung. Die Unterstützung galt nur in denjenigen Fällen, in denen sich die Verlage schriftlich dazu verpflichteten, für 2020 keine Dividenden auszuschütten. Gleichzeitig erliess die Regierung eine weitere Notverordnung zur Unterstützung der elektronischen Medien mit finanziellen Sofortmassnahmen im Umfang von CHF 40. Mio.<sup>20</sup>

AUTRE  
DATE: 25.06.2020  
MARLÈNE GERBER

Die **NZZ** durfte sich mitten in der Covid-19-Pandemie als diejenige Deutschschweizer Tageszeitung rühmen, die den stärksten Nutzungszuwachs verzeichnen konnte. Im Halbjahresvergleich konnte die Printausgabe gemäss Wemf-Daten vom April 2020 bei der Leserschaft einen Zuwachs von 11'000 Personen erzielen. Mit ihren Print- und Online-Ausgaben erreichte die NZZ zu diesem Zeitpunkt täglich insgesamt 474'000 Personen, 236'000 davon rein über den digitalen Kanal. Im März überholte nzz.ch mit insgesamt 8.7 Mio. Nutzerinnen und Nutzern («unique clients») sogar die bisherigen Spitzenreiter 20min.ch und blick.ch. Zahlen aus dem Vorjahr zeigten zudem, dass die Abonnentenzahl in Deutschland um 50 Prozent gesteigert werden konnte. Trotzdem sah sich das Medienhaus ebenso wie die anderen grossen Medienhäuser aufgrund stark rückläufiger Werbeeinnahmen gezwungen, Kurzarbeit zu beantragen und weitere Sparmassnahmen einzuleiten. Ende Juni kommunizierte die NZZ-Mediengruppe die sogenannte **Strategieschärfung**, mit der spätestens bis 2030 die Marke von 400'000 Bezahl-Abonnements erreicht werden soll (bisher: 187'000 Abonnements). Das Unternehmen plante dabei vor allem ein Wachstum im digitalen Bereich, was Anpassungen in der Angebotsstrategie und einer Schärfung des digitalen Portfolios bedurfte. Nicht zuletzt werden im Rahmen der Strategieschärfung per Januar 2021 auch die Ressorts Wirtschaft und International der NZZ und NZZ am Sonntag zusammengelegt. Die digitalen Titel der NZZ-Mediengruppe sollen künftig über einen gemeinsamen Newsroom betrieben werden. Insgesamt beabsichtigte das Unternehmen eine Kostenreduktion um 10 Prozent. Einsparungen sollen dabei in erster Linie im Marketing, im Vertrieb, in den Service-Bereichen sowie in der Logistik und beim Druck erzielt werden; bezüglich Letzterem beschloss das Medienhaus auch eine Reduktion der werktägigen Printausgabe auf 32 redaktionelle Seiten. Das Massnahmenpaket soll einen Stellenabbau von unter 5 Prozent zur Folge haben, wobei es wegen natürlicher Fluktuationen nur vereinzelt zu Entlassungen kommen solle.

Ende August vermeldete die NZZ-Mediengruppe für das erste Halbjahr 2020 ein Pandemie-bedingtes, negatives **Betriebsergebnis** von CHF -1.2 Mio. (1. Halbjahr 2019: CHF +8.2 Mio.). Der Ertrag aus dem Werbemarkt hatte sich gar um ein Fünftel reduziert (CHF -6.8 Mio.). Werden hingegen nicht nur die dem eigentlichen Geschäftszweck dienenden Erträge und Kosten berücksichtigt, sondern zum Beispiel auch die Ausfälle beim Sponsoring und durch Mietzinsreduktionen bei Betriebsliegenschaften, kommt der Unternehmensverlust gar bei CHF -3.4 Mio. gegenüber einem im ersten Halbjahr 2019 erzielten Plus von CHF 9.4 Mio. zu liegen.<sup>21</sup>

AUTRE  
DATE: 24.09.2020  
MARLÈNE GERBER

Kaum hatte **CH Media** das massive, gründungsbedingte Sparprogramm abgeschlossen, eröffnete das Medienunternehmen im September 2020, bis Ende 2022 die Kosten jährlich um je CHF 30 Mio. senken zu wollen, wobei es erneut zu einem Stellenabbau kommen werde. Als Grund für das Effizienzprogramm gab das Unternehmen sowohl den Strukturwandel in der Medienbranche als auch Corona-bedingte Umsatzeinbussen an. Das 2018 aus einem Zusammenschluss der AZ Medien und der NZZ-Regionalmediengruppe gegründete Unternehmen ist zuletzt mit dem Zukauf der Sendergruppe 3+, zusammen mit den bereits in den Joint Venture eingebrachten TV-Sendern, zum grössten privaten Betreiber von TV-Sendern in der Schweiz herangewachsen.<sup>22</sup>

Das Ende Oktober vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Fög) herausgegebene **Jahrbuch Qualität der Medien** widmete sich 2020 schwerpunktmässig der Corona-Krise. Dass dies kein arbiträrer Entscheid war, zeigten die Ergebnisse der Studie gleich selber: Die Medienberichterstattung zu Covid-19 war ab März das alles überschattende Thema; zeitweise thematisierten bis zu 70 Prozent aller untersuchten Medienberichte die Pandemie. Die monothematische Berichterstattung war denn auch ein wichtiger Kritikpunkt, den das Forschungsinstitut an die Medien richtete. Zu Beginn der Krise attestierte die Studie den Medien eine kaum behördenkritische Haltung, womit diese zur Vorbereitung und Legitimierung des Lockdowns beigetragen hätten, wie ein Fög-Mitarbeitender auf Anfrage des Tages-Anzeigers bestätigte. Anfang April kritisierten die Medien die getroffenen Massnahmen dann jedoch stark. Obwohl die Studie folgerte, dass der Informationsjournalismus im Zuge der Pandemie an Bedeutung gewonnen habe, bemängelte die Autorenschaft die starke Abhängigkeit von Expertenmeinungen. Zu etwas mehr als vier von fünf untersuchten Medienbeiträgen seien Expertenmeinungen beigezogen worden und generell sei die Einordnungsleistung der Medien in den letzten Jahren stark gesunken. Ein damit verbundener Kritikpunkt der Studie an den Medien lautete, dass diese die Zahlen und Statistiken rund um die Verbreitung des Coronavirus häufig lediglich wiedergaben, ohne sie zu erklären. Alles in allem seien die Leistungen der Informationsmedien während der Pandemie jedoch relativ gut gewesen.

Positiv ausgewirkt hatte sich die Corona-Pandemie indes auf die Bedeutung traditioneller Medien. Während ansonsten jeweils die zunehmende Rolle der sozialen Medien hervorgehoben wurde, gewannen Zeitungen, Radio und Fernsehen im aktuellen Jahr wieder an Boden und dienten während der Pandemie klar als wichtigste Informationsquellen. Das Fög wies in diesem Zusammenhang jedoch darauf hin, dass Messengerdienste wie WhatsApp nicht untersucht werden konnten, dass diese in der Verbreitung von Desinformation jedoch eine «ernstzunehmende Rolle» spielen könnten. Als gute Nachricht entpuppte sich hingegen, dass die Zahlungsbereitschaft für Online-News erneut leicht angestiegen war (2016: 10.1%; 2020: 13.4%). Tatsächlich konnten die Medien 2020 einen gewissen Nutzungszuwachs verzeichnen. Doch auch dieser konnte die wegfallenden Werbeeinnahmen nicht kompensieren.<sup>23</sup>

Im November teilten das BAKOM und das UVEK mit, der Bundesrat werde die **Übergangsmassnahmen zugunsten der Medien verlängern**, die im Mai aufgrund der Corona-Pandemie beschlossen worden waren. Die Verlängerung, welche am 1. Dezember 2020 in Kraft trat, ist vorerst bis zum 30. Juni 2021 vorgesehen. Bis dahin bleibt die Postzustellung für Tages- und Wochenzeitungen von Lokal- und Regionalpresse kostenlos. Weiterhin beteiligte sich der Bund auch an den Zustellungskosten von Tages- und Wochenzeitungen mit einer Auflage von über 40'000 Exemplaren, sofern die herausgebenden Verlage verpflichtend auf eine Dividendenausschüttung verzichteten. Ebenfalls verlängert wurde die Verordnung betreffend die elektronischen Medien, denn das hierfür bereitgestellte Geld war noch nicht ausgeschöpft. Total unterstützte der Bund die Presse – zusätzlich zur indirekten Presseförderung – mit weiteren CHF 20.44 Mio.<sup>24</sup>

Am 18. Dezember 2020 legte der Bundesrat im Rahmen der **indirekten Presseförderung** die Ermässigungen für die Zustellung von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften durch die Post fest, wie das BAKOM in einer Medienmitteilung kommunizierte. Für das **Jahr 2021** werde die Ermässigung für die Lokal- und Regionalpresse neu CHF 29 Rappen pro Exemplar betragen, also zwei Rappen mehr als im Vorjahr. Insgesamt erfüllten in dieser Kategorie 151 Titel die Voraussetzungen für eine Zustellermässigung. Damit kamen neun Titel hinzu, hingegen nahm die Anzahl der geförderten Exemplare um insgesamt 2.3 Mio. ab. Für die Ermässigungen für die Lokal- und Regionalpresse stehen im Jahr 2021 insgesamt CHF 30 Mio. zur Verfügung. Für die Mitgliedschafts- und Stiftungspresse betrug die Ermässigung wie auch in den Vorjahren CHF 18 Rappen. 973 (-12) Titel erfüllten die dafür nötigen Voraussetzungen bei einer Versandmenge von 113.7 Mio. Exemplaren (-5.4 Mio.). Für diese Kategorie sind jährlich insgesamt CHF 20. Mio. vorgesehen. In beiden Kategorien wurden 2020 die bereitgestellten Fördermittel nicht gänzlich ausgeschöpft, weshalb diese dem Förderbeitrag von 2021 hinzugerechnet wurden. Aufgrund der wegen Corona im Mai beschlossenen Übergangsmassnahmen zugunsten der Printmedien wurden die aktuell geförderten Tages- und Wochenzeitungen der Regional- und Lokalpresse kostenlos zugestellt, die entstandenen Differenzen wurden vom Bund beglichen. Am 11. November wurde eine Verlängerung der Massnahmen bis Mitte 2021 beschlossen. Über weitere Verlängerungen soll in der

ersten Jahreshälfte 2021 diskutiert werden.<sup>25</sup>

**MOTION**

DATE: 10.06.2021  
MATHIAS BUCHWALDER

Dans le cadre de son rapport sur les motions et postulats 2020, **le Conseil fédéral proposait au parlement de classer les motions 20.3145 et 20.3154**. Les revendications de ces deux objets, déposés respectivement par la commission des transports et des télécommunications du Conseil des États (CTT-CE) et sa consœur du National (CTT-CN), ont été prises en compte avec l'ordonnance Covid-19 presse écrite. La proposition du Conseil fédéral n'ayant pas été contestée par les chambres, ces deux motions ont donc été classées.<sup>26</sup>

**ORDONNANCE / ARRÊTÉ FÉDÉRAL SIMPLE**

DATE: 30.06.2021  
MATHIAS BUCHWALDER

Le Conseil fédéral a décidé fin juin 2021 de **prolonger les mesures de soutien en faveur de la presse écrite**, adoptées en mai 2020, dans le cadre de l'**ordonnance Covid-19 presse écrite**. Ces mesures, prolongées une première fois en novembre 2020, resteront ainsi en vigueur au moins jusqu'à la fin de l'année 2021, a annoncé le DETEC dans un communiqué de presse. Les journaux, dont les recettes ont été fortement impactées par la crise du coronavirus, peuvent bénéficier du soutien de la Confédération à condition de s'engager à ne pas verser de dividendes pour les exercices 2020 et 2021. Concrètement, la distribution postale de la presse locale et régionale reste gratuite, alors que les quotidiens et hebdomadaires à abonnement dont le tirage est de plus de 40'000 exemplaires par édition ont droit à des réductions des coûts de distribution. CHF 17.5 millions sont consacrés à ces mesures pour l'année 2021, dont CHF 5.7 millions ont déjà été versés entre janvier et avril.<sup>27</sup>

**MOTION**

DATE: 15.06.2022  
MATHIAS BUCHWALDER

En raison des incertitudes liées à la pandémie et de la situation financière compliquée des médias locaux, la commission des transports et des télécommunications du Conseil national (CTT-CN) a déposé une **motion pour que la presse écrite bénéficie à nouveau d'un soutien provisoire** pour l'année 2022. Ce soutien doit s'inscrire dans la lignée des mesures prévues dans le cadre de l'ordonnance Covid-19 presse écrite. La CTT-CN veut permettre aux journaux en abonnement de la presse locale d'être distribués gratuitement par la Poste, à condition d'être tirés à moins de 40'000 exemplaires et de ne pas verser de dividendes pour l'exercice 2022. Le Conseil fédéral rappelle cependant que l'ordonnance Covid-19 presse écrite n'a pas été prolongée au-delà de 2021, car la situation sur le front de la pandémie s'est calmée et permet d'envisager un retour à la normale pour les médias. De plus, le moment n'est pas adéquat pour prévoir de nouvelles mesures de soutien, au vu du résultat de la votation sur l'aide aux médias de février 2022. C'est pourquoi il préconise le rejet de la motion. Au sein de la commission, onze membres se sont opposés à la motion, contre douze qui l'ont soutenu.

En plénum, les arguments du tessinois Marco Romano (centre) ont fait mouche. S'exprimant au nom de la majorité de la commission, il a souligné que ces mesures ne s'adressaient qu'à la presse locale, qui est en réelle difficulté financière et subit encore les contrecoups de la pandémie. En ce sens, cette mesure se différencie de celles prévues par le paquet d'aide aux médias, selon le député bourgeois. En effet, l'une des principales critiques au projet rejeté par la population était d'englober les grands groupes de presse dans le cercle des bénéficiaires, alors que ceux-ci ne connaissent pas de difficultés financières particulières. Malgré les réticences exprimées par Christian Wasserfallen (plr, BE) et la conseillère fédérale Simonetta Sommaruga, 97 parlementaires ont accepté la motion, contre 89 qui s'y sont opposé.e.s (0 abstention). La gauche et le Centre ont permis à l'**objet de passer la rampe du Conseil national**.<sup>28</sup>

**MOTION**

DATE: 16.08.2022  
MATHIAS BUCHWALDER

La motion de la CTT-CN n'a pas trouvé grâce aux yeux de sa consœur des États. En effet, la **CTT-CE** a unanimement recommandé à son conseil de **rejeter la proposition de prolonger les mesures transitoires d'aide à la presse écrite** mises en place durant la pandémie. Alors que le Conseil national l'a accepté d'une courte tête, la CTT-CE a jugé que l'objet ne permettait pas de développer une aide aux médias tournée vers l'avenir, au lendemain du refus du paquet d'aide aux médias dans les urnes. De plus, elle a souligné que l'aide indirecte à la presse, telle qu'elle existait avant la votation, est toujours en place.<sup>29</sup>

## MOTION

DATE: 06.12.2022

MATHIAS BUCHWALDER

Le **Conseil des États** a unanimement **rejeté la motion** de la **CTT-CN**, qui demandait la **prolongation des mesures de soutien à la presse écrite** mises en place durant la pandémie. Au nom de la CTT-CE, Lisa Mazzone (verts, GE) a fait remarquer que la motion ne constituait pas une bonne solution pour remédier aux problèmes rencontrés par la presse. En prévoyant de prolonger provisoirement les aides pour l'année 2022, l'objet était déjà quasiment obsolète. Pour la verte genevoise, cela ne remettait cependant pas en cause le besoin d'aide financière à la presse. Elle a évoqué les tarifs postaux pour la distribution des journaux, les mesures peu contestées du paquet d'aide aux médias, et le projet de légiférer sur les droits voisins en faveur des médias, comme autant de sujets qui alimenteront les discussions au Parlement en 2023.<sup>30</sup>

## Aspects généraux de la politique médiatique

## DÉBAT PUBLIC

DATE: 15.04.2020

MARLÈNE GERBER

Im Zuge der Corona-Pandemie musste der Bund wiederholt **Kritik betreffend die Aufbereitung der Covid-19-Fallzahlen** einstecken. In der ersten Welle im Frühjahr 2020 sorgte die Tatsache, dass Ärzte und Spitäler ihre Fallzahlen anfänglich via Fax an das BAG melden mussten, für Schlagzeilen. Ein Postulat Andrey (gp, FR; Po. 20.3352) forderte denn auch einen Bericht über die Aufbereitung und Übermittlung von Covid-19-Fallzahlen und Zahlen zur Belegung der Spitäler und verwies dabei auf die Open-Data-Strategie des Bundesrates aus dem Jahr 2018. Die Ansicht, dass maschinenlesbare und in Echtzeit übermittelte Daten die Entscheidungsgrundlage verbesserten, teilten auch Bundesrat und Nationalrat, die das Postulat befürworteten.

Kritik erfuhr das BAG zudem für den Entscheid, keine Daten auf Gemeindeebene zu publizieren. Eine Veröffentlichung nach Gemeinde könnte dazu dienen, Infektionsherde zu erkennen, lautete der Standpunkt der Medien. Das BAG stellte sich indes auf die Position, dass es sich hierbei um besonders schützenswerte Daten handle. Schliesslich einigte sich das Bundesamt gemeinsam mit geladenen Journalistinnen und Journalisten darauf, die Daten aufgeschlüsselt nach Gemeinden zu publizieren, wobei aus Datenschutzgründen keine genauen Zahlen, sondern lediglich eine Intensitätsskala die Verbreitung des Virus auf lokaler Ebene angeben sollte. Der Computercode zur Berechnung der Kategorien auf der Intensitätsskala stammte dabei von den Medienschaffenden.

Eine verwaltungsinterne Datenpanne geschah Anfang August, als das BAG fälschlicherweise vermeldete, dass sich die meisten nachvollziehbaren Corona-Ansteckungen in Discos und Clubs ereigneten. Nachträglich musste das Bundesamt eingestehen, dass bei der Auswertung der Ansteckungsorte die Kategorien vertauscht worden waren. In Wahrheit waren lediglich ein Bruchteil der bekannten Ansteckungen auf einen Besuch in einem Nachtlokal zurückzuführen und die meisten bekannten Ansteckungen innerhalb der Familie geschehen. Das Malheur löste weitere Fragen zu den präsentierten Daten aus. Diese betrafen zum einen den relativ kurzen Beobachtungszeitraum (16. Juli bis 1. August), den hohen Anteil an Fällen mit unbekanntem Ansteckungsort, die nicht in die Statistik eingeflossen sind, sowie die Art der Datenerfassung (Meldeformular an das BAG anstatt Ergebnisse des Contact-Tracings) und zielten auch darauf ab, dass die Statistik den Einfluss des Nachtlebens und anderer öffentlicher Begegnungsorte wohl unterschätzte. «Interessanter wäre zu wissen, wie das Virus in die Familie gelangt ist», konstatierte etwa Sebastian Bonhoeffer Mitglied der Expertengruppe «Data and Modelling» der Corona-Taskforce.

In der zweiten Septemberhälfte 2020 sorgte nicht zuletzt auch der Entscheid des BAG, über das Wochenende keine Fallzahlen mehr zu publizieren, für Kopfschütteln in den Medien und unter Forschenden, wobei gerätselt wurde, ob der Bund nach diesem Entscheid rasch genug auf sprunghafte Entwicklungen in den Fallzahlen reagieren könne. Die Schweiz gesellte sich dabei zu Spanien und Schweden, die als einzige unter den am stärksten betroffenen Ländern dieselbe Strategie gewählt hatten. Man wisse über die Zahlen Bescheid und der Entscheid sei auch nicht aufgrund fehlender Personalressourcen getroffen worden, verteidigte Virginie Masserey, die Leiterin der Sektion Infektionskontrolle, das Vorgehen. Viel wichtiger als der Tagesvergleich sei es, die Entwicklung Woche für Woche zu verfolgen.<sup>31</sup>

## Nouveaux médias

Le Conseil fédéral a présenté la **nouvelle « Stratégie Suisse numérique »**. Cette stratégie doit permettre à la Suisse de tirer avantage de la numérisation. Grâce à un développement dynamique en tant qu'économie publique novatrice, les habitantes et habitants du pays devraient pouvoir bénéficier des meilleures technologies dans divers domaines. Pour cela, il est nécessaire que l'État mette en place les meilleures conditions-cadres possibles, explique le Conseil fédéral dans son communiqué de presse. Ainsi, la « Stratégie Suisse numérique » est une stratégie faitière, qui fixe différentes priorités et réunit plusieurs acteurs – des autorités à l'économie en passant par les milieux scientifiques et la société civile. Dans le cadre de la stratégie, le Conseil fédéral a déjà approuvé trois projets. Premièrement, le DEFRA a été chargé d'analyser les conséquences de la numérisation pour l'économie helvétique. Deuxièmement, le DETEC devra présenter une vue d'ensemble de l'accès, du traitement et de la sécurité des données à la Confédération. Il s'agira ensuite de mettre en œuvre une politique de données adaptée, afin « d'exploiter pleinement le potentiel de l'accroissement de la collecte et du traitement des données ». Troisièmement, des échanges devront être institués avec l'UE afin d'exploiter les chances offertes par un marché du numérique unique renforcé au niveau européen.<sup>32</sup>

## Qu'est-ce que les suisses et les suissesses ont le plus recherché sur Google en 2021?

Voici le titre d'un article de la NZZ qui a repris les chiffres de l'entreprise américaine. Verdict, la recherche la plus fréquente en 2021 a été «Euro2021». Le championnat d'Europe de football s'est tenu dans plusieurs villes d'Europe durant l'été. La personnalité la plus recherchée se nomme Yann Sommer, le gardien de l'équipe nationale suisse, qui a sorti le grand jeu pour permettre à la Suisse d'atteindre les quarts de finale de l'Euro. Les questions les plus fréquentes ont avant tout concerné la pandémie de coronavirus: «Combien de temps est valable un test PCR?», «Combien de temps dure le corona?», «Quel part de la population suisse est vaccinée?» ou encore «Combien coûte un test contre le virus?» sont autant de questions qui ont préoccupées la population helvétique.<sup>33</sup>

- 
- 1) Publicom, 26.8.20; Republik, 3.4.20; NZZ, 14.3.20; TA, 23.3.20; LT, 26.3.20; NZZ, 27.3.20; BZ, 28.3., 1.4.20; LT, NZZ, WW, WoZ, 2.4.20; So-Bli, 5.4.20; Blick, 8.4.20; LT, WoZ, 9.4.20; CdT, 10.4.20; AZ, 15.4.20; AZ, NZZ, 18.4.20; AZ, Exp, 22.4.20; LT, 25.4.20; SoZ, 26.4.20; LT, 8.5.20; LT, NZZ, 16.5.20; LT, 26.5.20; BZ, 12.6.20; NZZ, 27.8., 29.8.20; WW, 3.9.20; NZZ, 12.10., 26.10., 2.11.20
  - 2) APS-Zeitungsanalyse 2020 – Medien
  - 3) NZZ, 6.7. und 12.10.07; 24h, 24.9.07; AB SR, 2007, S. 1013 ff.; AB NR, 2007, S. 1854.
  - 4) BBI, 2008, S. 9105 ff.; NLZ, NZZ und TA, 27.11.08.
  - 5) AB NR, 2009, S. 883 ff., 1577 ff., 1702 ff. und 1781 f.; AB SR, 2009, S. 233 ff., 447 ff., 915 ff., 972 f. und 1001; TA, 14.1., 19.3. und 1.10.09; Bund und SGT, 19.3.09; NLZ, 20.5.09; Presse vom 28.5.09; Lit. Graber/Kerekes.
  - 6) BBI 2010, S. 2345 ; LT, 2.2.10; NZZ, 26.7.10.
  - 7) Medienmitteilung WAK-NR vom 22.4.20
  - 8) BBI, 2020, S. 4485 ff.
  - 9) AB NR, 2020, S. 468 f.; AB SR, 2020, S. 262
  - 10) AS 2020, 1769 ff.; Medienmitteilung BR, UVEK, BAKOM vom 20.5.20
  - 11) Medienmitteilung BR, UVEK, BAKOM vom 11.11.20
  - 12) AB NR, 2020, S. 2654 f.
  - 13) Po. 16.3630
  - 14) AB SR, 2021, S. 172; Bericht KVF-SR vom 11.1.21
  - 15) Medienmitteilung KVF-S vom 16.4.21
  - 16) AB SR, 2021, S. 391
  - 17) AB NR, 2005, S. 416 ff.; BaZ, 19.10.05; NZZ, 20.10.05.
  - 18) BZ, 12.6.20; Lib, NZZ, TA, 26.8.20; Bund, NZZ, 30.10.20; BZ, 3.11.20
  - 19) AB NR, 2020, S. 472 ff.; AB SR, 2020, S. 207 ff.
  - 20) AS 2020, S. 1765 ff.; Medienmitteilung BR, UVEK, BAKOM vom 20.5.20
  - 21) Medienmitteilung NZZ Mediengruppe 25.6.20; NZZ, 20.3., 11.4.20; SoZ, 3.5.20; NZZ, 27.8., 18.9., 3.10.20
  - 22) TA Online, 24.9.20; TA, 14.4.20
  - 23) Fög (2020). Qualität der Medien: Jahrbuch 2020; CdT, NZZ, TA, 27.10.20
  - 24) Medienmitteilung BR, UVEK, BAKOM vom 11.11.20
  - 25) Medienmitteilung BAKOM vom 18.12.20
  - 26) FF, 2021 747, p.53 s.
  - 27) Communiqué de presse CF, DETEC, OFCOM du 30.06.21
  - 28) BO CN, 2022, p. 1191 ss.
  - 29) Communiqué de presse CTT-CE du 16 août 2022
  - 30) BO CE, 2022, p. 1193
  - 31) NZZ, 21.3., 15.4., 8.5., 29.5., 30.7.20; NZZ, TA, 4.8.20; NZZ, 18.9.20; TA, 17.10.20
  - 32) Communiqué de presse CF du 20.4.16; Medienmitteilung BAKOM vom 20.4.16
  - 33) NZZ, 14.12.21