



Für ein demokratiegerechtes Mediensystem

Positionspapier der SP Schweiz,
verabschiedet durch die Geschäftsleitung am 21. Juni 2013

Zusammenfassende Forderungen der SP Schweiz

- *Die SP Schweiz geht mit den wissenschaftlichen Erkenntnissen einig, dass die privatwirtschaftlich-kommerziell institutionalisierten Medien gerade auch im Pressesektor immer weniger in der Lage sind, die Gesellschaft mit demokratiegerechtem Journalismus zu versorgen. Demokratiegerechter Journalismus zeichnet sich aus durch Relevanz, Meinungs- und Anbietervielfalt, Verständlichkeit, Faktentreue und die saubere Trennung von Meinung und Fakten. Es gilt die Bedingungen zu schaffen, unter denen ein solcher Journalismus für eine möglichst breite Bevölkerung hergestellt werden kann. Die Partei setzt sich deshalb ein für einen Wechsel von der nur bedingt wirksamen indirekten Presseförderung zu einer direkten, alle Mediengattungen umfassenden Medien- und Journalismusförderung. Selbstverständlich wird sich die SP aber auch weiterhin für die Beibehaltung der indirekten Presseförderung einsetzen, solange dieser Systemwechsel nicht stattgefunden hat.*
- *Um Wirkung zu erzielen und ein demokratiegerechtes Mediensystem zu realisieren, braucht es jährliche Fördergelder in der Höhe von 100 bis 200 Millionen Franken. Die SP Schweiz schlägt drei Finanzierungsinstrumente vor, die zur Äufnung eines gattungsübergreifenden Medien- und Journalismusfonds eingesetzt werden sollen: Eine Werbeabgabe, eine Datenverkehrsabgabe für Webdienste, die journalistische Leistungen Dritter kommerziell verwerten (z.B. Suchmaschinen oder Social Media-Plattformen) sowie die Gelder aus dem Gebührensplitting, die neu verwendet und allenfalls aufgestockt werden.*
- *Im Sinne einer Produktionsförderung unterstützt werden sollen nur Medien, die bestimmte Vorgaben bezüglich der strukturellen Rahmenbedingungen journalistischer Produktion erfüllen. Die verfassungsmässig garantierte und geforderte Unabhängigkeit der Medien soll dabei nicht nur unangetastet bleiben, sondern gestärkt werden. Zudem soll ein projektbezogener „Übergangsfonds“ allen journalistischen Medien finanzielle Unterstützung bei der Bewältigung des digitalen Wandels ermöglichen.*
- *Die SRG trägt mit ihren Programmen nach wie vor wesentlich zur journalistischen Grundversorgung und zur soziokulturellen Kohäsion der Schweiz bei. Damit die SRG ihren Service public-Auftrag auch zukünftig erfüllen kann, braucht sie genügend Ressourcen, idealerweise über eine geräteunabhängige Abgabe, sowie publizistische und kommerzielle Entwicklungsmöglichkeiten auch im Netz. Gleichzeitig ist das SRG-Management aufgefordert, dem spezifischen Charakter der SRG als öffentlichem Non-Profit-Medienunternehmen gerecht zu werden. In Bezug auf Arbeitsbedingungen und Umsetzung des politisch gewollten Auftrags muss sie den Anforderungen, die an ein Unternehmen des Service public gestellt werden, genügen.*
- *Die Aus- und Weiterbildung von JournalistInnen stellt nach Meinung der SP Schweiz eine zentrale Voraussetzung für einen seriösen und unabhängigen Journalismus dar. Aus- und Weiterbildung dürfen sich aber nicht nur auf handwerkliche Regeln und betriebswirtschaftliche sowie technologische Fertigkeiten beschränken. Der Fokus sollte vielmehr auf die Stärkung von demokratiegerechtem und -förderndem Journalismus gelegt werden.*
- *Die Digitalisierungs- und Monopolisierungsprozesse der letzten Jahre, die fortschreitende Konvergenz und die Medialisierung des Alltags machen auch eine gezielte Förderung der Medienkompetenz der Bevölkerung nötiger denn je. Es gilt das Wissen und die Fähigkeiten aller am Kommunikationsprozess Beteiligten zu stärken und weiter zu entwickeln. Der kompetente Umgang mit Medien sowohl auf Ebene Technik und Software wie auch Inhalt gehört heute wie Lesen, Schreiben und Alltagsmathematik zu den Grundkompetenzen und braucht deshalb einen festen Platz im Schulsystem.*

1. Ausgangslage und Problemanalyse

Die Medienlandschaften moderner Demokratien befinden sich im Umbruch. Medien- oder Journalismuskrisen, Digitalisierung, Konvergenz und Social Media sind Begriffe, die miteinander verbundene Elemente dieses weltweit zu beobachtenden Wandels zum Ausdruck bringen. Diese Veränderungen beeinflussen nicht nur den Mediensektor, sondern die gesamte Wirtschaft und generell die Art und Weise unseres Zusammenlebens massgeblich.

Wandel ist per se nichts Schlechtes – im Gegenteil. Er bringt immer wieder die Möglichkeit, die Dinge zu verbessern, sie besser zu organisieren. Was die gegenwärtigen Veränderungen im Medienbereich anbelangt, sind sie eine Herausforderung für die Medienunternehmen im privatwirtschaftlichen wie im öffentlichen Sektor. Sie müssen sich an neue Gegebenheiten anpassen, an die mobile Leserin, den mobilen Leser, und neue Geschäftsmodelle entwickeln. Politisch betrachtet sind aber nicht die kommerziellen, über Jahrzehnte hinweg höchst profitablen Unternehmen der relevante Referenzpunkt. Vielmehr geht es um die Frage der **Demokratiegerechtigkeit eines Mediensystems** insgesamt, also darum, inwieweit eine bestimmte Medienordnung fähig ist, den demokratischen Aufbau einer Gesellschaft, ihre wichtigen Institutionen und damit den Grad der Selbstbestimmung der Menschen zu gewährleisten und zu stärken. Ein diesen Grundsätzen verpflichtetes Mediensystem ist eine der zentralen Voraussetzungen unserer direkten Demokratie und unseres Rechtsstaats. Wenn wir uns an einem partizipativen, an den Idealen der Teilhabe und der Selbstbestimmung ausgerichteten Demokratiemodell orientieren, weist Demokratiegerechtigkeit aber über den Status quo hinaus. Eine demokratiegerechte Medienordnung ist wesentlicher Bestandteil einer politischen Strategie, die langfristig auf eine weitere Demokratisierung aller demokratisierbaren Lebens- und Gesellschaftsbereiche abzielt.

Der 1984 in die Bundesverfassung aufgenommene Radio- und Fernsehartikel entspringt dieser Überzeugung. Er beauftragt den Bund, ein Radio- und Fernsehsystem zu etablieren, das zur Bildung, zur Meinungsbildung, zur kulturellen Entfaltung und zur Unterhaltung beiträgt. Es geht somit um eine demokratisch festgelegte öffentliche Aufgabe. Ein demokratiegerechtes Mediensystem umfasst gerade keine Staatsmedien, im Gegenteil: Radio und Fernsehen müssen gemäss Verfassung strukturell vom Staat unabhängig sein (Art. 93 Abs. 3 BV). Spezieller Ausdruck dieser Unabhängigkeit ist die Autonomie in der Programmgestaltung (Art. 93 Abs. 3 BV).

Wählt man Demokratiegerechtigkeit als Referenz, muss der Wandel der schweizerischen Medienlandschaft in den letzten Jahren bzw. Jahrzehnten äusserst skeptisch beurteilt werden. **Die fortschreitenden Kommerzialisierungs- und Monopolisierungsprozesse im gesamten Mediensystem manifestieren sich auf unterschiedlichen Ebenen.** Mehr vom Gleichen, mehr Human Interest, weniger Qualität, weniger seriöse Recherche, weniger Anbieter- und Meinungsvielfalt.¹ Hinzu kommen eine massive Verschlechterung der journalistischen Produktionsbedingungen und der Abbau von Hunderten von journalistischen Arbeitsplätzen bei einem gleichzeitigen Ausbau der Leistungsfähigkeit der PR-Abteilungen von Unternehmen, Regierungen und Behördenstellen. Zu diesem kritischen Befund passt, dass die Verleger seit beinahe zehn Jahren den Abschluss eines Presse-GAV

¹ Die Bestimmung im RTVG (Artikel 44 Absatz 1 Buchstabe g), wonach eine Konzession nur erteilt werden kann, wenn dadurch die Meinungs- und Angebotsvielfalt nicht gefährdet wird, darf deshalb als Konzessionsvoraussetzung keinesfalls aufgehoben werden. Weiterhin muss gelten, dass beim Konzessionierungsverfahren bei mehreren Bewerbungen geprüft wird, wer den Leistungsauftrag am besten erfüllen kann. Sind mehrere Bewerbungen gleichwertig, spielt die Frage der Medienkonzentration eine Rolle.

für die Deutschschweiz und das Tessin verhindern und Ende 2012 auch den GAV für die Romandie gekündigt haben.

Von Seiten der Wissenschaft werden die Probleme der Medien resp. des an sie gebundenen Journalismus deutlich als solche identifiziert und benannt.² Auch der Bundesrat kam im Sommer 2011 zu einem eindeutigen Schluss. Im Bericht zur Beantwortung des Postulats 09.3629 von Hans-Jürg Fehr schreibt er:

„Die Tendenz zur Konzentration und zur Verminderung der Anzahl Zeitungstitel prägt die Medienlandschaft in der Schweiz (...) schon seit Jahren. Die Prognosen für die Zukunft lassen nicht erwarten, dass sich diese Tendenz abschwächen wird. Dies ist problematisch, denn solche Konzentration birgt die Gefahr einer übermässigen Akkumulation von Meinungsmacht. (...) Es besteht Anlass zur Befürchtung, dass das freie Spiel der Marktkräfte allein das erwünschte Resultat einer vielfältigen, qualitativ ausreichenden Medienlandschaft nicht zu gewährleisten vermag.“³

Auch die Schliessung des Schweizer Büros von Associated Press (AP) führte zu einem unerwünschten Angebots- und Vielfaltsschwund. Dadurch entstand ein privates Monopol: Die Schweizerische Depeschagentur (SDA) ist heute die einzige Anbieterin von Nachrichten über die Schweiz, die von Zeitungen abonniert werden kann. Mit Blick auf die Anbieter- und Meinungsvielfalt erachten wir diese Monopolsituation als äusserst problematisch. Dies umso mehr, als die SDA genau jenen Verlagen gehört, die in ihrem Wirkungsgebiet selber wieder eine marktbeherrschende Stellung einnehmen. Aufgrund des Spardrucks ist auch nicht gewährleistet, dass die Berichterstattung der SDA durch redaktionelle Eigenleistungen der Zeitungen und der elektronischen Medien ergänzt werden kann. Als inländische Alleinanbieterin von Agenturmeldungen hat die SDA keine direkte nationale Konkurrenz mehr. Wir bezweifeln, dass die Qualitäts- und Vielfaltskontrolle durch die Kunden befriedigend wahrgenommen werden kann. Aus Sicht der SP braucht es Diskussionen, die dazu führen, dass das Angebot der SDA als Element des publizistischen Service public der Schweiz ausgestaltet wird, beispielsweise durch ihre Umwandlung in ein öffentlich-rechtliches Unternehmen mit staatlicher Konzession und entsprechenden Vorgaben bezüglich ihres Auftrags. Diesem Unternehmen mit Service public-Auftrag sollte neben der journalistischen Grundversorgung noch eine weitere Aufgabe zukommen: Es sollte einen Recherche-Pool aufbauen und zur Verfügung stellen, der als weitere Dienstleistung vertiefende Hintergrundinformationen aufbereitet und somit über die Tagesaktualität hinausgeht. Auch die Schaffung von publizistischem Wettbewerb durch einen neuen öffentlichen Anbieter kann diskutiert werden.

Beim Thema Medienkonzentration zeigt sich der bislang fehlende Wille der Politik, sich für ein demokratiegerechtes Mediensystem einzusetzen, exemplarisch. Die Wissenschaft kommt zum Schluss, dass sich die politischen Entscheidungsträger vor allem an den wirtschaftlichen Interessen der Medienbranche orientieren, und Medienpolitik in erster Linie unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftsförderung und Standortpolitik betrieben würde. Die fehlende Medienkonzentrationsregulierung sei kein Versagen der Politik, sondern eine bewusste Nicht-Intervention.⁴ In dieses Bild

² Siehe u.a. fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2011): Jahrbuch Qualität der Medien. Basel; Meier, Werner A./Trappel, Josef/Bonfadell, Heinz (Hg.) (2012): Medienkrise. Münster; Zwicky, Pascal (2012): Journalistische Produktion unter neoliberalen Bedingungen. Eine konflikttheoretische Analyse von Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Baden-Baden: Nomos.

³ Bundesrat (2011): Pressevielfalt sichern. Bericht des Bundesrates in Erfüllung des Postulates Fehr 09.3629 und des Postulats der Staatspolitischen Kommission des Nationalrates (SPK-NR) 09.3980. In: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/23504.pdf>

⁴ Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S. 274-286.

passt das Beispiel des schweizerischen Kartellrechts. Bis 2004 galten hierzulande für den Medienbereich 20mal tiefere Umsatzschwellenwerte als formelle Aufgreifkriterien der Fusionskontrolle. Seit deren Abschaffung enthält das Wettbewerbsrecht für Medienfusionen keine besonderen Vorschriften mehr. Gerade mittelgrosse Medienunternehmen unterschreiten allerdings die Umsatzschwelle von 100 Millionen Franken, weshalb Fusionen zwischen diesen nicht mehr einer Prüfung unterzogen wurden. Mit Blick auf verschiedene Zusammenschlüsse seit 2004 (z.B. Übernahme Vogt-Schild Medien Gruppe durch AZ Medien oder Zürichsee Medien durch Tamedia) ist das ein durchaus relevanter Aspekt. Angesichts des weit fortgeschrittenen Monopolisierungsgrades in der Schweiz können verschärfte kartellrechtliche Massnahmen heute allerdings nur noch beschränkt als ein positiv gestaltendes Element einer progressiven Medienpolitik gesehen werden. Zwar ist eine Vermeidung weiterer Zusammenschlüsse durch neue Instrumente der Konzentrationsregulierung, wie sie teilweise in anderen Ländern existieren, anzustreben, eine neue Vielfalt erhofft sich die SP Schweiz aber in erster Linie durch eine direkte Medien- und Journalismusförderung (siehe Abschnitt 3).

So ist es zwar nicht erstaunlich, aber doch unverständlich, dass sich der Bundesrat trotz des im erwähnten Bericht ausgewiesenen Handlungsbedarfs dazu entschloss, am nicht zufriedenstellenden Status quo festzuhalten und der Branche resp. dem Markt nochmals mindestens vier Jahr Zeit zu geben, selber Antworten auf die neuen Herausforderungen zu finden. Dieser Entscheid stiess auf Kritik und führte u.a. dazu, dass die Staatspolitische Kommission des Nationalrats Anfang 2012 eine Motion (12.3004: Sicherung der staats- und demokratiepolitischen Funktionen der Medien) einreichte, wonach der Bundesrat auf seinen Entscheid zurückkommen solle. Neben einer Gesamtschau der Medienlandschaft aus regional- und gesamtmedienpolitischer Optik wurde ein Förderkonzept zur Stärkung der staats- und demokratiepolitischen Bedeutung der Medien gefordert. Vom Bundesrat wurde verlangt, der Bundesversammlung innert zwei Jahren den Entwurf rechtlicher Grundlagen für die indirekte und direkte Medienförderung zu unterbreiten. Während der Nationalrat die Motion vollumfänglich guthiess, entschied der Ständerat, auf den letzten Punkt, den Entwurf rechtlicher Grundlagen innert zwei Jahren, bis zum Vorliegen einer Gesamtschau zu verzichten.

Mittlerweile ist die Hälfte der vom Bundesrat 2011 anberaumten Frist abgelaufen. Und wie die Ankündigung von Tamedia im März 2013, bis 2016 weitere 34 Millionen Franken zu sparen und das absehbare Fortschreiten des Monopolisierungsprozesses (z.B. Landbote), überaus deutlich machen, zeichnen sich noch keine marktwirtschaftlichen *und* demokratiegerechten Antworten auf die sogenannte „Medienkrise“ ab. Im Gegenteil. Nicht zuletzt, um den politischen Druck aufrecht zu erhalten und dafür zu sorgen, dass aus der richtigen Analyse auch die richtigen Schlüsse gezogen werden, unterbreitet die SP Schweiz mit dem vorliegenden Papier verschiedene Forderungen, die auf eine Annäherung an eine demokratiegerechte Medienordnung abzielen.

Es gibt allerdings auch Akteure, die erst gar nichts von einer Medien- und Journalismuskrise wissen wollen. Hervorzuheben sind einige Verleger und Manager (es sind fast ausschliesslich Männer) der verbliebenen Medienkonzerne. Sie stellen Qualitäts- und Vielfaltsprobleme des Journalismus aufgrund ihrer eigenen finanziellen Interessen in Abrede. Es ist ihnen gleichzeitig auch nicht gelungen, die unternehmerischen Herausforderungen der Digitalisierung rechtzeitig zu erkennen und sich mit neuen Geschäftsmodellen darauf auszurichten. Daneben sind es aber auch Teile des – ehemaligen – „Publikums“, die den Klagen über das Ende der klassischen Medien und des Journalismus nicht viel abgewinnen können. Gerade auch Junge, oftmals so genannte Digital Natives, denken an das riesige Datenmeer, an die unzähligen Informationswebsites aus aller Welt und an die Möglichkeiten der „Social Media“, die sie tagtäglich als ProduzentInnen wie auch als KonsumentInnen nutzen. Sie sehen die neue digitale Welt als Informationsschlaraffenland und die Rede von der Medien- und Journalismuskrise bestenfalls als nostalgisch und kulturpessimistisch angehauchtes Gejammer.

Doch bei genauerem Hinsehen werden auch im vermeintlichen digitalen Schlaraffenland Schatten-seiten sichtbar. Natürlich wird die Öffentlichkeit aufgrund des Internets in noch nie dagewesener Form „demokratisiert“. Aber die gerade durch sogenannte „Prosumer“ hergestellten riesigen Mengen an Information und Kommunikation im Netz bringen nicht nur eine Dynamik von unten nach oben, sondern auch das Risiko einer „demokratischen Zensur“ mit sich. Zwar ist es einfach, im Internet zum Produzenten, zur Produzentin zu werden und ein Angebot zu erstellen. Es ist aber schwierig, bei begrenztem Zeitbudget des potenziellen Zielpublikums Aufmerksamkeit auf das entsprechende Angebot zu lenken. Kollektive Medienerfahrungen von Menschen innerhalb eines bestimmten – im weitesten Sinne politischen – Raums in der realen Welt werden angesichts der Fülle von Informationen, in dem für jeden Geschmack etwas dabei ist, seltener. Das gilt insbesondere für die Wohlstandsgesellschaften des Westens. Für Demokratien ist das ein ernsthaftes Problem. Die zunehmende Individualisierung der Mediennutzung schwächt paradoxerweise auf der einen Seite die (top-down) Integrationsfunktion von Öffentlichkeit, auf der anderen Seite aber auch die Wahrscheinlichkeit des politischen Wandels „von unten“.⁵ Das emanzipatorische Potenzial des Internets kann damit nicht ausgeschöpft werden.

Journalistische Medien als Intermediäre bleiben für eine Demokratie demnach auch im digitalen Zeitalter wichtig – ja sie werden vielleicht noch wichtiger. Es ist an ihnen, die Informations- und Kommunikationsströme zu kanalisieren. Sie sollen einen wesentlichen Beitrag zur Vermittlung eines geteilten Wissenshorizonts leisten und damit die Debatte über politische Fragen des Zusammenlebens und der Weiterentwicklung der Gesellschaft ermöglichen. Gerade in der direktdemokratisch organisierten Schweiz braucht es dazu eine Medienlandschaft, die durch institutionelle Vielfalt und leistungsfähige Medienorganisationen im kommerziellen, im öffentlichen und im zivilgesellschaftlichen Sektor geprägt ist. Die Idee des Service public gilt es insbesondere im Medienbereich nicht nur zu verteidigen, sondern mithilfe innovativer Modelle über die SRG und den Rundfunk hinaus auszuweiten und weiter zu entwickeln.

Zur Aufgabe des Service public gehört auch die Stärkung des Zusammenhalts der Schweiz und ihrer verschiedenen Regionen, insbesondere natürlich der Sprachregionen. Die Stärkung bzw. der Erhalt von lokal-regionalen Medienangeboten ist ein wichtiges Ziel. Sie sollen eine Verbindung herstellen zwischen Staat und BürgerInnen und dadurch eine öffentliche Debatte ermöglichen sowie Informationen vermitteln, die für das Funktionieren und Mitgestalten des Staatswesens auf allen Ebenen relevant sind. Damit wird auch die Identität einer Region gepflegt und die Mitsprache der Bevölkerung gewährleistet. Ebenfalls zum Service public gehört ein bedarfsgerechtes, integrationsförderndes Angebot für die ausländische Wohnbevölkerung. Auch die Bedürfnisse von Menschen mit einer Behinderung müssen angemessen berücksichtigt werden. Studien zeigen allerdings, dass vor allem die privaten Angebote einen Grossteil der erwarteten Leistungen nicht in zufriedenstellendem Mass erbringen. Aber auch die Programme der SRG vermögen nicht alle Erwartungen zu erfüllen und bedürfen einer kritischen Analyse.⁶

Medienpolitik ist im Kern stets auch Gesellschaftspolitik. Sie ist von zentraler Bedeutung, um die anstehenden gesellschaftlichen Herausforderungen zu meistern. Und diese Herausforderungen sind riesig: Die Menschheit braucht Alternativen zum neoliberalen Status quo, mehr Kooperation und Gleichheit statt Konkurrenz und Wettbewerb, ein Wegkommen von fossilen Energieträgern, Alterna-

⁵ Siehe Imhof, Kurt (2011): Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt am Main; Dean, Jodi (2009): Democracy and Other Neoliberal Fantasies. Communicative Capitalism and Left Politics. Durham.

⁶ Leonarz, Martina (Hg.) (2012): Im Auftrag des BAKOM. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. Zürich: SwissGIS.

tiven zum herrschenden Wachstumsdogma und Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und nachhaltiger Lebensführung. Wie die Zukunft aussehen wird, lässt sich heute nicht sagen. Was es aber braucht, sind breite öffentliche Debatten über neue Wege und Formen des Zusammenlebens. Sich dabei auf den sogenannten „freien Markt“ und die dominanten Medienkonzerne zu verlassen, die selbst in vielerlei Hinsicht eher Teil des Problems als Teil der Lösung sind, wäre fahrlässig. Es braucht vertrauenswürdige Medien, Vielfalt und unabhängigen Journalismus. Dies zu ermöglichen ist die grosse Aufgabe der Medienpolitik.

Die SP Schweiz anerkennt die Bedeutung von Journalismus für eine demokratische, gerechte und solidarische Gesellschaft. Medienfreiheit darf deshalb nicht mehr einseitig als unternehmerische Freiheit, als Freiheit vom Staat, durchgesetzt werden. Vielmehr geht es darum, Journalismus auch im Print- und Onlinebereich mittels neuer Fördermodelle – und in Anlehnung an das im Gebührensplitting bewährte Prinzip – gezielt zu unterstützen und seine Unabhängigkeit dadurch zu stärken. Dies ist nicht zuletzt deshalb dringend notwendig, da heute konstatiert werden muss, dass gerade auch für die neue(re)n journalistischen Projekte im Online- und/oder Printbereich wie Journal21, Infosperber, TagesWoche oder Journal B nach wie vor kein tragfähiges marktbasierendes Geschäftsmodell in Sicht ist.

Weil die Idee des Service public im digitalen Zeitalter Bestand haben soll, braucht auch die SRG die nötigen Entwicklungsmöglichkeiten im Internet. Journalistinnen und Journalisten arbeiten zunehmend in konvergenten Newsrooms unter hohem Zeitdruck und für verschiedene Kanäle. Newsroom-Konzepte werden unter den herrschenden Bedingungen in den meisten Fällen als Sparprogramme zulasten des Journalismus durchgesetzt. Deshalb muss die Medienpolitik dafür sorgen, dass die Produktionsbedingungen in den Medien(-Organisationen) die Herstellung von demokratiegerechtem Journalismus überhaupt zulassen. Aber auch die journalistische Aus- und Weiterbildung gilt es dahingehend zu verändern, dass nicht Marketing und PR, sondern die Demokratiegerechtigkeit des Journalismus zur primären Referenz wird. Und nicht zuletzt ist es auch eine öffentliche Aufgabe, die Medienkompetenz der Menschen zu stärken. Die Möglichkeit eines selbstbestimmten Lebens hängt im 21. Jahrhundert zunehmend auch davon ab, inwieweit der/die Einzelne über das Wissen und die Fähigkeiten verfügt, um kompetent und aufgeklärt, als RezipientIn und ProduzentIn, mit den medienvermittelten Kommunikationsströmen in der digitalen Öffentlichkeit umzugehen.

Das schweizerische Mediensystem befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Weil ein vitales und vielfältiges Mediensystem für eine demokratische und gerechte Gesellschaft von zentraler Bedeutung ist, darf dieser Wandel nicht den Interessen von einzelnen dominanten Medienunternehmen (der „Marktmacht“) überlassen werden. Die Medienpolitik muss den Wandel mit dem nötigen Fingerspitzengefühl gestaltend begleiten und dafür sorgen, dass die kommende Medienordnung eine demokratiegerechtere Medienordnung ist. Die im Folgenden präsentierten Forderungen der SP Schweiz sind dazu da, dieses wichtige Ziel zu erreichen.

Abschnitt 2 widmet sich der SRG. In Abschnitt 3 folgen Ausführungen dazu, wie sich die SP ein direktes Fördermodell auch für Print- und Onlinemedien vorstellt. In Abschnitt 4 wird auf die Frage der Finanzierung der zur Annäherung an eine demokratiegerechte Medienordnung notwendigen Massnahmen eingegangen. Abschliessend geht es um die Bedeutung der journalistischen Ausbildung sowie der Medienkompetenz der RezipientInnen resp. BürgerInnen.

2. SRG SSR

Die SRG beschäftigt rund 6000 Personen, generiert einen Jahresumsatz von rund 1,6 Milliarden Franken und umfasst 18 Radio- und sieben Fernsehprogramme sowie ergänzende Websites und Teletextdienste. Sie ist damit das grösste Unternehmen für elektronische Medien in der Schweiz. Die SRG ist ein privatrechtlich organisiertes Medienunternehmen, dessen Auftrag auf der Bundesverfassung, dem Radio- und Fernsehgesetz sowie der Konzession basiert und durch die es dem Service public verpflichtet ist. Als **Non-Profit-Unternehmen** finanziert sich die SRG zu rund 70 Prozent über Empfangsgebühren (1,2 Milliarden Franken) und zu rund 30 Prozent aus kommerzieller Tätigkeit (0,4 Milliarden Franken).

Gemäss RTVG und Konzession hat die SRG mit ihren elektronischen Medien Radio, Fernsehen und Internet einen umfangreichen Leistungsauftrag in allen vier Landessprachen zu erfüllen. Zum **politisch gewollten Service public-Auftrag der SRG** gehören u.a. die Förderung des Verständnisses, des Zusammenhalts und des Austauschs zwischen Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und anderen gesellschaftlichen Gruppierungen, der Kontakt zu den AuslandschweizerInnen, ein hoher Anteil an vielfältigen und innovativen Eigenproduktionen, die enge Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen, die Ausstrahlung von schweizerischen und europäischen Werken, die Berücksichtigung der schweizerischen Literatur und der Musikbranche und ein angemessener Anteil an Sendungen für hör- und sehbehinderte Menschen. Ihre Sendungen sollen den Menschen aus allen Landesteilen auch gemeinsame Erlebnisse verschaffen. Die Ausgestaltung des Service public umfasst die Abstützung auf regionale und lokale Trägerschaftsorganisationen, meist in der Rechtsform von Vereinen.

Die SRG muss gewappnet sein für technologische (z.B. DAB, DAB+, HD-TV) und andere Entwicklungen der internationalen Medienindustrie (z.B. Teuerung auf Sport- und Filmrechten). Dazu kommen aufgrund neuer technologischer Möglichkeiten und der Veränderung des Publikumsverhaltens erhöhte Ansprüche an die jederzeitige Verfügbarkeit der publizistischen Inhalte. Die weitere Entwicklung eines spezifischen publizistischen Angebots im Netz, wie das die SRG vorsieht, erscheint uns deshalb zentral, vor allem auch im Hinblick auf die Ansprache neuer Zielgruppen, insbesondere junger Menschen.

Zur Erfüllung ihres Leistungsauftrags fehlen der SRG gemäss eigenen Angaben 2011 – 2014 durchschnittlich 54 Millionen Franken pro Jahr.

Die Empfangsgebühren sind die Hauptfinanzierungsquelle der SRG (Art. 34 RTVG). Die Empfangsgebühr für Radio und Fernsehen aber, welche die Gebührenpflicht an ein betriebsbereites Empfangsgerät knüpft, ist infolge des technologischen Wandels überholt. Rundfunk- und Fernmeldebereich verschmelzen, Dienste, Anwendungen und Geräte sind kaum mehr zu trennen. Die SP unterstützt deshalb den Vorschlag des Bundesrats für eine geräteunabhängige Radio- und Fernsehgebühr, die grundsätzlich für alle Haushalte und Betriebe gelten soll. Der Bund kann, gestützt auf Art. 93 BV, eine solche geräteunabhängige Abgabe erheben. Diese dient dazu, den verfassungsmässigen Service public der SRG und der privaten lokal-regionalen Radio- und Fernsehveranstalter auch unter veränderten technologischen Voraussetzungen langfristig zu sichern.

Eine Abgabe für alle ist gerechtfertigt: Mit der Aufnahme des Radio- und Fernsehartikels in die Bundesverfassung erhielt der Bund die Aufgabe, ein Radio- und Fernsehsystem zu errichten, das zu Bildung, Meinungsbildung, kultureller Entfaltung und Unterhaltung beiträgt. **Es handelt sich dabei um eine demokratisch festgelegte öffentliche Aufgabe, deren Erfüllung allen direkt oder indi-**

rekt zu Gute kommen soll, auch denjenigen, die selten oder überhaupt keine Radio- und Fernsehprogramme konsumieren. Durch die Einführung einer geräteunabhängigen Radio- und Fernsehgebühr wird der Betrag für den einzelnen Haushalt tiefer ausfallen. Die Gebühr darf aber nicht so stark abgesenkt werden, dass ein qualitativ hochstehender Service public nicht mehr finanziert werden kann. Selbstverständlich sollen wie bisher auf Gesuch hin Haushalte von Personen mit Ergänzungsleistungen nach AHV oder IV von der Gebühr befreit werden. Grundsätzlich sollten aus Sicht der SP die SRG-Gebühren auch bei BezügerInnen von Ergänzungsleistungen eingezogen werden, bei gleichzeitiger entsprechender Erhöhung dieser Leistungen. Mit dieser Anpassung stünden den BezügerInnen von Ergänzungsleistungen gleich viele Mittel zur Verfügung, die SRG aber könnte über mehr Mittel für die Erfüllung ihres Auftrags verfügen bzw. die nächste Gebührenerhöhung könnte vermieden werden.

Die immer wiederkehrende Diskussion rund um die vermeintlich zu hohen Gebühren verschleiert, worum es wirklich geht: **um die Finanzierung eines qualitativ hochstehenden Service public bei Radio und Fernsehen**. In der Antwort auf einen parlamentarischen Vorstoss (06.3664) schreibt der Bundesrat: „(...) Die Gebühren kompensieren nicht nur die Kleinheit der schweizerischen Märkte, sondern sie sollen auch Programme ermöglichen, die nicht vollständig den Marktzwängen ausgesetzt sind. Die SRG-Angebote sollen den kulturellen Zusammenhalt und die nationale Kohäsion pflegen. Das bedeutet auch, dass sie zur schweizerischen Identität beitragen und sich durch eigene Kreativität von den anderen Sendern unterscheiden (...)“

Die mehrsprachige Schweiz verfügt über kleine Märkte. Dies hat zur Folge, dass das kommerzielle Potential für die Finanzierung von Programmen klein und die Zahl der GebührenzahlerInnen gering ist. Es ist deshalb wichtig, dass die Schweiz über ein gut funktionierendes Gebührensystem verfügt. Dabei spielt der **Finanzausgleich zwischen den Sprachregionen** eine Rolle: Von 100 Gebührenfranken, die in der Deutschschweiz bezahlt werden, gehen über 30 ins Tessin bzw. in die Romandie. Könnten die TessinerInnen nicht auf diese Solidaritätsleistungen vertrauen, müssten Tessiner Haushalte jährlich etwa 2'500 Franken Gebühren bezahlen. Das gleichwertige Service public-Angebot in den vier Sprachregionen verursacht Kosten in der Höhe von über 40% des Gesamtaufwands. Dies ist einer der wesentlichen Gründe für die in der allgemeinen Diskussion, und insbesondere im Vergleich mit anderen Ländern, als hoch empfundenen Empfangsgebühren.

Oft wird übersehen, dass die SRG bzw. ihre verschiedenen Programme einem internationalen Wettbewerb ausgesetzt sind. Noch nach dem zweiten Weltkrieg konnte eine Vielzahl von Radioprogrammen auf verschiedenen Wellen aus ganz Europa empfangen werden. Zu den schweizerischen Fernsehkanälen wurden bald die Programme aus den Nachbarländern über Kabelnetze verbreitet. Das Satellitenfernsehen ab 1984 brachte die vollständige Globalisierung der Programme. Mit dem Internet haben die Empfangs- und Abrufmöglichkeiten nochmals einen quantitativen Sprung gemacht. Die SRG verfügte deshalb nie über ein Programm-Monopol, sondern höchstens vorübergehend über eine Alleinstellung in der Inlandberichterstattung. Sie ist deshalb im internationalen Vergleich und Wettbewerb fit geblieben. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass sie über eine höhere Reichweite bei der Bevölkerung verfügt als Service-Public-Veranstalter in den Nachbarländern.

Auf ein anderes Problem ist an dieser Stelle hinzuweisen: Ausländische TV-Sender erreichen in der Schweiz höhere Marktanteile als inländische Programme. Diese hohe Resonanz wird seit den Neunzigerjahren durch ausländische Werbefenster kommerzialisiert, die die schweizerischen Medienunternehmen mit tiefen Werbepreisen unter Druck setzen. **Es sind denn auch diese Werbefenster, die ausschliesslich vom insgesamt zunehmenden Volumen der Fernsehwerbung in den vergangenen fünf Jahren profitiert haben, ohne dabei für die Schweiz eine publizistische Mehr-**

leistung zu erbringen. Gegenwärtig weisen neun deutsche und zwei französische TV-Stationen solche Werbefenster auf. 2010 betrug deren Nettowerbeumsatz rund 200 Millionen Franken oder 33 Prozent der in der Schweiz realisierten Nettowerbeeinnahmen beim Fernsehen. Diese Werbefenster benötigen keine Genehmigung oder Konzession der Schweiz. Ihr Empfang bzw. die Weiterverbreitung in der Schweiz darf aus rundfunkrechtlicher Sicht grundsätzlich nicht beeinträchtigt werden, sofern die Werbefenster den Vorschriften der EU-Richtlinie entsprechen. Auch der Bundesrat bezeichnet Werbefenster aus medienpolitischer und -ökonomischer Sicht als unerwünscht. Gleichzeitig führt er aus, diese seien aus rechtlicher Sicht unvermeidbar. Dieser Befund ist umso stossender, als u.a. auch diese fehlenden Mittel dazu führen, dass die Gebührenfrage diskutiert werden muss.

Fazit: Die SP unterstützt Gebühren in einer Höhe, die die zuverlässige und langfristige Erfüllung der Aufgaben des Service public sichern. Die Festlegung der Gebühren muss in der Kompetenz des Bundesrats (Art. 70 RTVG) bleiben und soll nicht der Bundesversammlung übertragen werden. Wir sehen sonst die Gefahr einer politischen Vereinnahmung, was die Unabhängigkeit der SRG bei jeder Budgetdebatte wiederkehrend gefährden könnte.

Die SP ist weiter der Meinung, dass der Bundesrat der SRG mit einnahmeseitigen Massnahmen ermöglichen soll, ihrem Auftrag nachzukommen. Dazu soll er die rechtlichen Voraussetzungen schaffen, damit die SRG zusätzliche kommerzielle Einnahmen generieren kann, beispielsweise durch Werbung und Sponsoring auch im Online-Bereich. Zudem sollen die Bundesbeiträge für Leistungen für das Ausland erhöht werden (Online-Plattform Swissinfo, 3SAT, TV5).

An das Management der SRG hat die SP aber auch bestimmte Erwartungen. Angesichts der Umwälzungen im Medienbereich ist das Management dazu verpflichtet, den spezifischen Charakter der SRG als Non-Profit-Unternehmen mit einem Service public-Auftrag zu bewahren bzw. zu stärken. Insbesondere in Bezug auf die Konvergenz gilt es auch zukünftig gute Rahmenbedingungen für demokratiegerechten Journalismus zu gewährleisten und die verschiedenen Journalismuskulturen innerhalb der SRG gleichzeitig zu schützen und weiter zu entwickeln. Die Mitarbeitenden sind dabei konsequent in die Entscheidungs- und Umsetzungsprozesse einzubeziehen. Hierarchische top-down Entscheide sind gerade in einem Medienunternehmen der falsche Weg. Eine unangemessene Anpassung an einseitig quoten- und profitorientierte Strategien und Strukturen kommerzieller Medienkonzerne lehnt die SP entschieden ab.

3. Für eine effektive Medien- und Journalismusförderung

Nach Ansicht der SP Schweiz braucht es einen Systemwechsel von der indirekten Presse- zu einer direkten Medien- und Journalismusförderung. Um Journalismus auch im Presse- und Onlinebereich effektiv unterstützen zu können, bedarf es einer Verfassungsänderung. Bereits 2003 erarbeitete die Staatspolitische Kommission des Nationalrats im Kontext einer parlamentarischen Initiative (03.448) einen entsprechenden Vorschlag. Demnach sollte in Ergänzung zu Artikel 93a BV folgendes in der Bundesverfassung festgeschrieben werden: „Der Bund fördert die Vielfalt und Unabhängigkeit der Medien. Er anerkennt dabei die Bedeutung der Medien für die demokratische Meinungsbildung auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene und für den gesellschaftlichen Zusammenhalt.“ Basierend auf einer solchen Verfassungsbestimmung und einem entsprechenden Mediengesetz liesse sich eine integrale Medienpolitik betreiben, die demokratiegerechten Journalismus gattungsübergreifend gezielt fördern könnte. Nicht nur die Konvergenz von Text, Bild und Ton im Kontext der Digitalisierung, sondern auch Medien wie die TagesWoche in Basel oder Rue 89 in Frankreich, die sowohl online (laufend) als auch als Printprodukt (wöchentlich) erscheinen, machen deutlich, dass eine weiterhin an Gattungen geknüpfte indirekte Förderung anachronistisch ist. Solange der von uns propagierte Systemwechsel aber nicht stattgefunden hat, wird sich die SP auch

weiterhin mit vollem Engagement für den Erhalt der indirekten Presseförderung einsetzen. Bei Zeitungen und Zeitschriften von nicht-gewinnorientierten Organisationen, die an SpenderInnen, GönnerInnen oder AbonnentInnen (Mitgliedschafts- und Stiftungspresse) geschickt werden, könnte allerdings auch künftig eine indirekte Förderung via Verbilligung der Posttaxen zielführend sein, das gilt es zu prüfen.

Fördergelder sollen an einen Leistungsauftrag geknüpft sein. Beim bewährten Gebührensplitting im Rundfunkbereich werden auf der sogenannten Inputebene festgeschriebene Qualitätssicherungsmaßnahmen verlangt wie etwa eine Mindestzahl an JournalistInnen und RedaktorInnen, ordentliche Arbeitsbedingungen und Löhne sowie garantierte Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Auf der Outputebene werden die Programme der konzessionierten Sender hinsichtlich ihres Lokal- bzw. Regionalbezugs, der Meinungs- und Themenvielfalt oder der politisch-gesellschaftlichen Relevanz überprüft. Die Erfahrungen zeigen, dass die Befürchtungen bezüglich staatlicher Einflussnahme unbegründet sind. Selbst die Verleger, die sich vehement gegen eine direkte Presseförderung wehren, akzeptieren die öffentliche Unterstützung bei „ihren“ TV- und Radiostationen.⁷ Es wurde aber auch deutlich, dass es zur Überprüfung der strukturellen Vorgaben auf der Inputebene einer Behörde bedarf, die diese Kontrolle konsequent zu leisten imstande bzw. gewillt ist. Das grundlegende Problem des Gebührensplitting-Modells besteht darin, dass die Gewinnorientierung der privaten Medien unweigerlich immer wieder in Konflikt mit Vorgaben gerät, die der Profitabilität der Unternehmen abträglich sind.

Mit Blick auf die Neukonzessionierung im Jahr 2019 drängt sich zur Aufrechterhaltung und Stärkung des lokal-regionalen Service public ein neues, alle Mediengattungen umfassendes Fördermodell auf, das auch den Print- und Onlinebereich einbezieht.⁸

Die SP Schweiz ist sich bewusst, dass die verfassungsmässig garantierte und geforderte Unabhängigkeit der Medien und des Journalismus auf keine Weise angetastet werden darf. Die Herausforderung für jede Form der öffentlichen Unterstützung von Medien besteht darin, Journalismus effektiv zu fördern und gleichzeitig die Unabhängigkeit des Journalismus zu stärken. Es ist eines unserer vorrangigen Ziele, neben der Unterstützung bestehender, auch die Gründung und den nachhaltigen Betrieb neuer journalistischer Medien jenseits kommerzieller Imperative und staatlicher Kontrolle gerade im Onlinebereich zu ermöglichen und damit eine neue Vielfalt zu schaffen.

Dies geschieht über eine an Leistungsaufträge gebundene Produktionsförderung, die aus einem Journalismusfonds gespeist wird. In Anbetracht der beim Gebührensplitting gemachten Erfahrungen sowie der kaum lösbaren Aufgabe, journalistische Qualität in sinnvoller Weise allgemeingültig und regulierungskonform zu definieren, ohne sie resp. die journalistische Autonomie dabei im Kern zu begrenzen, soll das **Schwergewicht auf strukturelle Vorgaben** gelegt werden. Sie sollen die Rahmenbedingungen journalistischer Produktion so gestalten, dass ein gehaltvoller und demokratiege rechter Journalismus zur Regel wird. Allfällige **Vorgaben auf der Inhaltsebene** orientieren sich an

⁷ Der Verlegerpräsident Hanspeter Lebrument persönlich räumte am 13. Juni 2012 gegenüber 20 Minuten Online ein, dass dies eine „ziemlich schizophrene Haltung“ sei.

⁸ Zu diesem Schluss kam auch Marcel Regnotto, Leiter Veranstalter BAKOM, in seinem Referat anlässlich des Radioday am 25. August 2011.

den aus dem Gebührensplitting bekannten Kernelementen Relevanz und Vielfalt.⁹ Diese dienen, neben Aktualität und Professionalität/Objektivität, auch in den seit 2010 herausgegebenen Jahrbüchern zur Qualität der Schweizer Medien als Untersuchungskriterien.¹⁰

In den Genuss einer Produktionsförderung können nur Medien kommen,

- die als eigenständige private Unternehmen nicht Profitmaximierung anstreben, sondern allfällige Gewinne reinvestieren,
- die – bspw. als Genossenschaften oder zumindest über Redaktionsstatute – einerseits die absolute redaktionelle Autonomie bei publizistischen Fragen, andererseits die Mitbestimmung der Redaktion auch bei unternehmensstrategischen Fragen garantieren,
- die gemessen an ihrem publizistischen Konzept genügend Journalistinnen und Journalisten zu fairen, über einen GAV abgesicherten Arbeitsbedingungen anstellen und die auch freien Journalistinnen und Journalisten solche Arbeitsbedingungen gewähren,
- die keine publizistischen Gratisprodukte anbieten,
- die einen hohen Anteil an journalistischen Eigenleistungen publizieren,
- die die seriöse Betreuung von angehenden Journalistinnen und Journalisten im Rahmen von angemessen vergüteten Praktika sicherstellen,
- die eine kontinuierliche Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden ermöglichen,
- die über ein Qualitätssicherungskonzept verfügen und dieses konsequent anwenden,
- die in einem jährlichen Bericht Rechenschaft über den Einsatz der erhaltenen Gelder und etwaige Probleme und Konflikte (auch journalistischer Natur) ablegen sowie eine „gläserne Bilanz“ ausweisen,
- die ihre Eigentumsverhältnisse und die personelle Besetzung ihrer Leitungsgremien offen legen.

Nicht ein Bundesamt soll darüber entscheiden, wer zur Herstellung von demokratiegerechtem Journalismus mit öffentlichen Geldern unterstützt wird, sondern ein von der staatlichen Verwaltung weitgehend unabhängiges, mit den nötigen Ressourcen ausgestattetes Gremium. Dieses wäre zusammengesetzt aus VertreterInnen der Zivilgesellschaft sowie ExpertInnen aus der Wissenschaft und dem Mediensektor. Daneben bräuchte es ein Aufsichtsgremium, das die Tätigkeit der Förderkommission überwacht und bewertet.

4. Finanzierungsmodelle

Um die Unabhängigkeit der geförderten Medien zu sichern und zu stärken, sollte die Finanzierung auf mehreren Säulen fussen. Die Medien sollen in erster Linie ihre Ertragschancen auf den Werbe- und Nutzermärkten ausschöpfen. Darüber hinaus könnten sie Trägerschaftsmodelle entwickeln (z.B. Genossenschaften oder Vereine), die eine bessere Verankerung in der Zivilgesellschaft und die Generierung zusätzlicher Einnahmen bei der Trägerschaft ermöglichen.

⁹ Gerade bei einer Anwendung des hier vorgeschlagenen Förderkonzepts auf Regionalmedien sollte den antragsstellenden Medien aber auch die Möglichkeit gewährt werden, selbst – je nach regionalem Bedarf – thematische Schwerpunkte (z.B. Politik- und Kulturberichterstattung) in den Leistungsauftrag einzubringen.

¹⁰ Siehe fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2010), (2011), (2012): Jahrbuch Qualität der Medien, Basel.

Gegenwärtig fließen auf zwei Wegen Fördergelder in den privatwirtschaftlichen Mediensektor:

- **direkt** in Form des Gebührensplittings für Lokalradios und Regionalfernsehen (50 Millionen Franken/Jahr);
- **indirekt** in Form der Transportverbilligung durch die Post für bestimmte Printmedien (Lokal- und Regionalpresse, Mitgliedschaftspresse). Der Bund stellt dafür jährlich 50 Millionen zur Verfügung. Dieses Instrument hat sich als weitgehend wirkungslos erwiesen. Der Monopolisierungsprozess ist über all die Jahre hinweg in praktisch unverändertem Tempo voran geschritten und hat den privatwirtschaftlichen Teil des Mediensystems vom Ziel der Demokratietiegerechtigkeit zunehmend entfernt.

Zum heutigen Zeitpunkt lässt sich nicht genau einschätzen, wie hoch die Fördergelder in Zukunft sein müssen, um die angestrebte Annäherung an ein demokratiegerechtes Mediensystem bzw. dessen Weiterentwicklung zu ermöglichen. Um Wirkung zu erzielen, müssen aber Fördergelder von jährlich 100 bis 200 Millionen Franken bereitgestellt werden. Zur Beschaffung zusätzlicher Fördermittel schlagen wir eine **Branchenlösung** vor.

Die meisten privaten Radio- und TV-Stationen werden wie die SRG mit einem Mix aus Gebührenanteilen und Werbegeldern finanziert, wenige ausschliesslich mit Werbung. Der Staat setzt also keine Steuergelder ein, sondern reguliert bloss die Mittelbeschaffung. Dieses Prinzip sollte auf die Bereiche Print und Online ausgeweitet werden. Wir schlagen zwei neue Finanzierungsquellen vor:

1. Eine Abgabe auf den von den Medienunternehmen der Gattungen Presse, Radio, TV und Online erzielten Werbeeinnahmen (**Werbeabgabe**). Diese belaufen sich derzeit auf etwa 2,5 Milliarden Franken/Jahr. Ein Zuschlag von einem Prozent würde 25 Millionen Franken in die Förderkasse spülen, zwei Prozent ergäben 50 Millionen. Wir tendieren zu zwei Prozent. Der Einbezug aller vier Gattungen neutralisiert allfällige Wanderungen von Werbevolumina zwischen ihnen und sorgt damit für Wettbewerbsneutralität. Den Medienunternehmen stünde es frei, den Zuschlag an die Werbetreibenden weiter zu reichen.
2. Eine Abgabe auf dem Datenverkehr von Webdiensten, die journalistische Leistungen Dritter kommerziell verwerten (**Datenverkehrsabgabe**): Firmen wie Google, Facebook, Microsoft oder Yahoo profitieren von den journalistischen Leistungen anderer. Mit der Datenverkehrsabgabe würden nicht die NutzerInnen und kleine Internet-Unternehmen zur Kasse gebeten, sondern milliardenschwere und hochprofitable Grosskonzerne. Sie bieten mit ihren Suchmaschinen und Plattformen eine im digitalen Zeitalter wichtige Dienstleistung an, profitieren aber gleichzeitig erheblich von der Wissensarbeit anderer, ohne einen eigenen Beitrag zur Meinungsvielfalt zu leisten. Es scheint uns legitim, von diesen Unternehmen einen bescheidenen Beitrag an die für eine Demokratie konstitutive Meinungsvielfalt einzufordern. **Die Datenverkehrsabgabe müsste ebenfalls etwa 50 Millionen Franken/Jahr einbringen. Sie könnte progressiv ab einem zu bestimmenden Grenzwert, der sich aus generiertem Datenverkehr und Finanzkraft (Unternehmensgewinn in der Schweiz) errechnet, erhoben werden. Die technische Machbarkeit haben uns Fachleute bestätigt.** Es ist aber denkbar, dass die Schweiz allein die Datenverkehrsabgabe gegen die internationalen Konzerne nicht durchsetzen könnte. Sie müsste in diesem Fall versuchen, wie bei anderen Regelungen für das Internet, mit der EU und/oder anderen supranationalen Institutionen eine Lösung zu finden.

3. Zu diesen zwei neuen Finanzquellen käme als dritte das bisherige **Gebührensplitting**, denn eine integrierte Medienpolitik verträgt sich nicht mit Sonderregelungen für einzelne Mediengattungen. Diese Quelle steuert ebenfalls 50 Millionen Franken/Jahr bei.

Insgesamt liessen sich also Fördermittel von jährlich 150 Millionen Franken beschaffen. Damit könnten die notwendigen Massnahmen finanziert werden, um eine demokratiegerechte Medienordnung in der Schweiz zu gewährleisten und weiter zu entwickeln. Auf Steuermittel könnte dann zurückgegriffen werden, wenn eine oder mehrere der angeführten Quellen nicht den angestrebten Beitrag leisten.

Der Löwenanteil der Fördermittel müsste für die Produktionsförderung eingesetzt werden (Journalismusfonds). Ein gewisser Betrag müsste bereitgestellt werden für Medien, die bei der Bewältigung der mit dem digitalen Wandel verbundenen Herausforderungen Unterstützung benötigen (Übergangsfonds). Der Übergangsfonds würde zeitlich befristet und wäre auch für Medien offen, die sich nicht um eine Produktionsförderung bewerben können. Schliesslich wäre es auch denkbar, dass Ausbildungsprojekte im Zusammenhang mit Digitalisierung und Konvergenz durch den Übergangsfonds mitfinanziert werden.

5. Journalistische Ausbildung und Medienkompetenz

Gut ausgebildete JournalistInnen sowie kompetente und damit auch gestaltungswillige MediennutzerInnen sind zentrale Elemente eines demokratiegerechten Mediensystems und bedingen sich gegenseitig. Der Fokus bei der Aus- und Weiterbildung von JournalistInnen sollte prioritär auf die Stärkung demokratiegerechter und -fördernder Öffentlichkeiten gelegt werden. Insbesondere die branchennahen Ausbildungsstätten mit ihren DozentInnen aus der Praxis laufen Gefahr, die heute stark durch ökonomische Interessen (der Verlage) und Marktlogiken geprägte Journalismuspraxis unkritisch zu reproduzieren.¹¹ Selbstverständlich ist das vermittelte Anwendungswissen, das Wissen wie Journalismus in den Redaktionen hergestellt wird, wichtig – es reicht aber nicht aus. Soll die gesellschaftliche Verantwortung und die Demokratiegerechtigkeit des Journalismus auch in der Ausbildung gestärkt werden, braucht es Impulse von aussen, Impulse zivilgesellschaftlicher und/oder politischer Natur.

In diesem Kontext sei auf die Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten des Schweizerischen Presserats verwiesen, die klare Qualitätsvorgaben macht. Auch die unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen UBI ist als Instanz zu nennen, die Qualitätsforderungen überwacht. Zu ihren Aufgaben gehört es u.a. zu prüfen, ob in einer grösseren Anzahl von Sendungen eine angemessene Vielfalt von Ereignissen und Ansichten zum Ausdruck kommt.

Die RezipientInnen resp. NutzerInnen stehen auf der anderen Seite eines (medialen) Kommunikationsprozesses. Sie müssen wissen, woher Inhalte und Informationen stammen, wie sie zustande kommen, welche Interessen hinter Medienkonzernen stehen, die noch immer für einen Grossteil der Informationen verantwortlich sind und wer über welche Finanz- bzw. Marktmacht verfügt. Nur so können sie Informationen bewerten und einordnen und so nutzen, dass sie in ihrem Leben als StaatsbürgerInnen und nicht primär als KonsumentInnen gestärkt werden. TA-Swiss kommt in diesem Zusammenhang zum Schluss, dass die sogenannten „Digital Natives“ oftmals ausblenden, dass hinter sozialen Netzwerken und Gratis-Dienstleistungen Businessmodelle stehen und dass sie Teil eines

¹¹ Siehe Bigi, Hugo (2012): Journalism Education between Market Dependence and Social Responsibility. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt.

hart umkämpften Marktes sind. Deshalb seien Bildung und Sensibilisierung wichtig.¹² **Der Staat soll deshalb dafür sorgen, dass Medienkompetenz einen festen Platz im Schulsystem erhält.**

Aufgrund der zunehmenden Konvergenz und dem Verschmelzen der Mediengattungen ist eine strikte Trennung der Transportkanäle nicht mehr möglich und so ist vor allem dem Internet als Instrument für die Mediennutzung und -gestaltung verstärkte Aufmerksamkeit zu schenken. Konvergenz bedeutet, dass thematische Angebote über die verschiedenen Medien und Formen der Mediennutzung hinweg – von der Konzeption über die Produktion und Distribution bis zur nachträglichen Auswertung – miteinander verschränkt sind. In der Schweiz haben 95 Prozent der Jugendlichen Zugang zum Internet. An Wochentagen surfen sie durchschnittlich zwei und an freien Tagen drei Stunden im Internet.¹³ Der Einsatz von Tablets-PCs gewinnt an Bedeutung und es ist zunehmend selbstverständlich, dass das Notebook auch unterwegs online ist. Eine knappe Milliarde Menschen sind weltweit über soziale Netzwerke miteinander verbunden, etwa drei Millionen sind es in der Schweiz. Die Bedeutung der neuen Medien für unsere Gesellschaft und Volkswirtschaft kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Deren Potenzial für die Gestaltung von und Teilhabe an demokratiegerechten Medienöffentlichkeiten wird aber noch nicht ausreichend genutzt. Das Bewusstsein für die hinter den Angeboten steckenden handfesten wirtschaftlichen und politischen Interessen ist nicht ausreichend ausgeprägt, ebenso wenig wie das Wissen um die Gestaltungsmöglichkeiten, die uns als StaatsbürgerInnen zur Verfügung stehen. Deshalb braucht es eine gesellschaftliche Debatte und eine politische Gestaltung des Prozesses. Dabei steht das übergeordnete Ziel im Zentrum: Förderung von Chancengleichheit, Teilhabe aller an der Gesellschaft und ihrer Gestaltung sowie Stärkung der demokratischen Mitsprache.

Neue Medien erfüllen damit einen Service public-Auftrag. Die **Rolle der kompetenten NutzerInnen** als gestaltende und nicht nur konsumierende Gruppe muss in den Fokus rücken. Unser gesellschaftliches und soziales Bezugssystem verändert sich als Folge der technologischen Errungenschaften. Die Digitalisierung von Informationen, Ton, Bild und die schnelle Weiterentwicklung der Verfahren ermöglichen die Bewältigung grosser Datenmengen. Dabei gibt es viele positive Entwicklungen: So können gerade die neuen Technologien einen Beitrag leisten für mehr Mitsprache, Demokratie, Emanzipation und Teilhabe aller. Damit werden Informationen zugänglich, Revolutionen gemacht und Leben gerettet. Es gibt aber auch negative Seiten: Schon Kinder werden im Internet gemobbt. Es besteht die Gefahr von Hackerangriffen, Cyberterror und Verletzung der Privatsphäre.

Staatliche Regulierungen sind nur beschränkt möglich bzw. sinnvoll. Die Fähigkeit, kompetent und eigenverantwortlich mit (neuen) Medien umzugehen, ist der effektivste Schutz vor deren negativen Seiten. Das Vermitteln von Medienkompetenz muss möglichst früh erfolgen. Kinder lernen sehr rasch, wie sie technische Hilfsmittel bedienen, nicht aber automatisch, wie sie damit auch sinnvoll umgehen können. Der kompetente Umgang mit Medien gehört deshalb in den Lehrplan und muss an den Schulen auf allen Stufen gelehrt und gelernt werden. Die Forderung nach Weiterentwicklung der Medienkompetenz gilt natürlich auch für Erwachsene, die im Verlauf ihres Lebens ebenfalls die Möglichkeit haben müssen, sich in Bezug auf Medien und den Umgang damit weiterzubilden. **Der kompetente Umgang mit Medien sowohl auf Ebene Technik und Software wie auch Inhalt gehört wie Lesen, Schreiben und Alltagsmathematik zu den Grundkompetenzen.**

¹² Siehe Bericht „Digital Natives. Wie braucht die <Generation Internet> das Internet?“. TA-SWISS (Hrsg.). Bern 2011. Siehe auch Medienmitteilung vom 27. Juni 2011: <http://www.ta-swiss.ch/>

¹³ Quelle: www.swisscom.ch/james/