

Ja zum Medienpaket: Demokratie braucht glaubwürdige Medien

Inhalt der Vorlage

Das vom Parlament verabschiedete "Massnahmenpaket zugunsten der Medien" ist ein auf sieben Jahre befristetes Kompromisswerk zur Förderung einer unabhängigen und vielfältigen Schweizer Medienlandschaft im Umfang von jährlich maximal 151 Millionen. 60 Millionen davon werden in die indirekte Printmedienförderung (Ermässigung der Posttarife) sowohl der Tages- wie auch der Früh- und Sonntagszustellung fliessen. Die Mitgliedschafts- und Verbandspresse wird neu 30 statt 20 Millionen erhalten. Zudem sollen erstmals jene Onlinemedien, welche auch Nutzungseinnahmen erzielen, gefördert werden (mit 30 Millionen). Weiter wurden Fördermassnahmen zu Gunsten der gesamten Medienlandschaft beschlossen, worunter die Unterstützung für Ausbildungen, Nachrichtenagenturen, IT-Projekte und den Presserat fällt (insgesamt maximal 23 Millionen). Und zuletzt sollen private Lokalradios und Regionalfernsehen einen um maximal 28 Millionen höheren Betrag aus den Einnahmen der Radio- und Fernsehgebühr erhalten. Darüber hinaus beinhaltet das Medienpaket einige wichtige strukturelle Verbesserungen, wovon für die Arbeitnehmenden insbesondere die neu für Frühzustellbetriebe eingeführte Registrierungsauflage inklusive Pflicht zur Verhandlung von Gesamtarbeitsverträgen zentral ist.

Gewerkschaftlicher Standpunkt

Warum sollen Medien öffentliche Gelder erhalten? Eine Zeitung oder eine private Fernsehsendung ist doch ein Produkt wie jedes andere, welches sich an daran interessierte KonsumentInnen verkaufen lässt. Weit gefehlt: Eine funktionierende Medienlandschaft ist weder in ihrer Bedeutung mit einer Crèmeschnecke oder einem Netflix-Abo vergleichbar, noch lässt sich ihre Finanzierung einzig und allein über den Verkauf "am Markt" gewährleisten. Das war schon lange so und ist es heute umso mehr. Weshalb?

Erstens kommt der faktenbasierten und kritischen Medienberichterstattung in einer demokratischen Informationsgesellschaft eine eminent wichtige Rolle zu. Medien sind eines der tragenden Fundamente des öffentlichen Meinungsbildungsprozesses. Sie informieren, ordnen ein und ermöglichen Debatten. Ohne sie fände eine vertiefte demokratische Auseinandersetzung schlichtweg nicht statt.

Zweitens sind die Medien damit ein unabdingbarer Teil des Service public. Und dieser hat es an sich, dass er nicht, oder zumindest nicht ausschliesslich über den Markt finanziert werden kann. Müsste die SBB ihr feinmaschiges und eng getaktetes ÖV-Angebot heute einzig über die Billettpreise finanzieren, stiegen diese so stark an, dass niemand mehr mit dem Zug reiste. Oder: Müssten sämtliche Spitalbehandlungen jeweils in bar und im Voraus aus der eigenen Tasche beglichen werden, stünde es um die Gesundheit der Schweizer Bevölkerung wohl ziemlich schlecht. Und genau darum werden sowohl die Bahn als auch die Spitäler jährlich mit Milliarden öffentlich teilfinanziert – völlig zu Recht.

Auch die mediale Grundversorgung wird deshalb schon seit Langem öffentlich unterstützt: Neben der SRG erhalten bereits heute auch private Anbieter in allen Landesteilen gemeinschaftliche Beiträge – sei es über die Verbilligung der Posttaxen (für die Zeitungen) oder über einen Anteil der Radio- und Fernsehgebühr (für Lokalradios und Regionalfernsehen). Doch mit den neuen Realitäten der Medienbranche ist dieses Minimalmodell des medialen Service public nicht mehr kompatibel: Durch die stetig sinkenden Abo-Einnahmen und den massiven Abfluss der Werbegelder steht

die Schweizer Medienlandschaft heute vor gewaltigen Problemen, welche sich im Zuge der Coronakrise noch stark akzentuiert haben. Vor allem kleine und auf die regionale Berichterstattung ausgerichtete Zeitungen, Zeitschriften, Radios und TVs können sich kaum mehr über Wasser halten und müssen reihenweise eingestellt werden. Damit sinken nicht nur Angebot und Qualität des Medienangebots stetig, sondern es gehen auch laufend Arbeitsplätze verloren, und die Arbeitsbedingungen der verbleibenden JournalistInnen kommen immer stärker unter Druck. Im Gleichschritt dazu nimmt wiederum im Mediensektor die Konzentration und damit die Macht der grossen Medienkonzerne und deren vermögenden Besitzenden immer weiter zu. Diese Entwicklung fügt sowohl der meinungspolitischen als auch der geografischen Vielfalt der Schweizer Medienlandschaft immer grösseren Schaden zu.

Parallel dazu lässt sich aber noch eine weitere Entwicklung beobachten: Ein immer grösserer Teil der medialen Berichterstattung findet nicht mehr gedruckt oder gesendet, sondern online statt. Das ist an und für sich kein Problem, nur zeigt sich, dass der beschriebene Konzentrationsprozess im Internet schon viel weiter vorangeschritten ist. Eine ausreichende Finanzierung fundierter Medienangebote, welche sich weder auf Falschnachrichten noch auf Katzenvideos spezialisieren, ist daher alleine über Publikumseinnahmen online nicht mehr zu schaffen. Denn die Macht der grossen Internetgiganten ist auch in der Schweiz ungleich grösser als jene der GrossverlegerInnen von Tamedia, Ringier und Co. Mit jährlich bereits 2 Milliarden Franken an Werbeeinnahmen entziehen Facebook, Google und Co. dem Informationsjournalismus die finanzielle Grundlage in einem ganz substanziellen Ausmass.

Es ist absehbar, dass sich die beschriebenen Entwicklungen weiter beschleunigen werden, wenn die Politik untätig bleibt und weiterhin tatenlos zuschaut. Und deshalb hat sich das Parlament nun zunächst auf den Minimalkompromiss des "Medienpakets" einigen können. Dieses verschafft der Medienbranche und ihren über 11'000 engagierten JournalistInnen etwas Luft und ermöglicht die Anpassung der existierenden sowie die Entwicklung von neuen Medienangeboten.

Die fünf wichtigsten Argumente der Gewerkschaften für ein Ja zur Medienförderung

1. **Die Informationsversorgung nicht einfach den Klicks und Retweets überlassen, sondern sie endlich als integralen Bestandteil des Service public verankern:** Mit dem Medienförderungspaket wird die mediale Berichterstattung definitiv als das anerkannt, was sie in einer demokratischen Informationsgesellschaft in jedem Fall ist: ein unabdingbares Element des Service public. Die Vorlage ist eine zeitgemässe Erweiterung der bescheidenen, bis anhin über die Senkung der Posttarife organisierten "indirekten Medienförderung". Neu wird Informationsjournalismus technologieunabhängig gefördert, weshalb insbesondere auch Onlinemedien von einer Unterstützung profitieren werden. Das schafft Innovation und damit auch neue und kreative Medienangebote.
2. **Die flächendeckende Versorgung sichern und die Kleinen stärken:** Dank der degressiven Förderung erhalten die kleinen Lokalmedien in den Randregionen einen überproportionalen Anteil der vorgesehenen Unterstützungsgelder. Dasselbe gilt für kleine Spartenmedien, die sich beispielsweise spezifisch an ein migrantisches Publikum richten. Und auch online erhalten kleine Portale verhältnismässig mehr Unterstützung. Mit dem leichten Ausbau der Förderung der Lokalradios und Regionalfernsehen wird die Schweiz zudem erstmals in allen Landesteilen mit Sendekonzessionen abgedeckt sein. Das alles – sowie die zusätzlichen allgemeinen Massnahmen etwa zur Förderung der Aus- und Weiterbildung – stärkt den Zugang aller Landesteile und Bevölkerungsgruppen zu einer qualitativ hochstehenden und finanziell zugänglichen Informationsversorgung.

3. **Die Arbeitsbedingungen verbessern, und damit auch die Qualität fördern:** Der produktive Teil der Medienbranche schrumpft seit Jahren – und mit ihm die Anzahl Arbeitsplätze, die Höhe der Löhne und das Niveau der Arbeitsbedingungen. Das alles verschlechtert nicht nur die Situation der Zehntausenden Beschäftigten in diesem Sektor, sondern es schlägt auch auf die Qualität und die Vielfalt des Angebots: Keine Zeit mehr für aufwändige Hintergrundrecherchen, keine Ressourcen mehr für Berichterstattungen vor Ort. Das Medienförderungspaket ist hier ein temporärer Rettungsanker: Es wird entscheidend dazu beitragen, diese besorgniserregende Entwicklung in der Medienbranche aufzuhalten. Und ebenfalls sehr wichtig: in der prekären Frühzustellung wird endlich eine Pflicht zur Verhandlung von Gesamtarbeitsverträgen eingeführt.
4. **Die Internet-Giganten nicht schalten und walten lassen, sondern die Unabhängigkeit der Informationsmedien stärken:** Mit einer Annahme des Medienpakets drohten "Staatsmedien" und das "Ende der Medienfreiheit", behaupten dessen GegnerInnen dreist. Das pure Gegenteil ist der Fall! Denn scheitert das Paket, geht es weiter wie bisher: Facebook und Google sahen noch mehr Werbegelder ab (für null mediale Eigenleistung!), die Lokal- und Regionalmedien sterben weiter aus und die wenigen verbleibenden Formate der grossen Medienhäuser füllen sich noch mehr mit Publireportagen und bezahlten Sendefestern. Genau diese Entwicklung ist es, welche Unabhängigkeit und Medienvielfalt heute immer mehr einschränkt – und nicht der Ausbau der Medienförderung. Letztere hat die Unabhängigkeit der Medien bis anhin immer garantiert und wird dies auch in Zukunft tun. Denn die Förderbeiträge sind direkt im Gesetz verankert und weder an konkrete Inhalte noch an Meinungsausrichtungen gekoppelt.
5. **Das Medienpaket zuerst annehmen, die Konzerne danach in die Pflicht nehmen:** Viele wichtige Verbesserungen sind im Rahmen dieser Kompromissvorlage noch auf der Strecke geblieben. Beispielsweise müsste für sämtliche Förderbereiche der Abschluss eines Gesamtarbeitsvertrags mit vorbildlichen Arbeitsbedingungen zur Pflicht erklärt werden. Auch die Schaffung einer nationalen, unabhängigen Nachrichtenagentur müsste vorangetrieben werden. Insbesondere muss aber nach der Abstimmung endlich auch die Wirtschaft in die Verantwortung genommen werden. Es ist höchste Zeit für eine angemessene Besteuerung der grossen Internetkonzerne und ihres exorbitanten Umsatzes auf dem Schweizer Markt (die Finanzierung des Medienpakets wäre nur schon dadurch mehr als gesichert!). Auch muss ein Regelwerk ethischer und informationspolitischer Mindeststandards geschaffen werden, an welches sich die Netzwerk giganten zu halten haben. Aber ebenso muss von den Grossverlegern im Inland mehr Verantwortung eingefordert werden: Spätestens nach Ablauf der Geltungsdauer des Medienpakets darf es keine öffentliche Finanzierung mehr geben, wenn die schwerreichen Besitzerfamilien Supino, Ringier, Wanner & Co. nicht ihre üppigen Dividenden reduzieren.