

Parlament vor spannenden Debatten

Wichtige Weichenstellungen in der Medienpolitik

Nach der Revision des Radio- und Fernsehgesetzes und der Abstimmung zur «No Billag»-Initiative folgte die Vernehmlassung zum «Bundesgesetz über elektronische Medien». Nach fast durchwegs negativen Stellungnahmen wurde dieses Projekt zurückgezogen und stattdessen eine neue Vorlage zur Medienförderung angekündigt. Diese wird das Parlament im Sommer 2020 beraten. Daneben sind noch etliche Fragen zur Gebührenerhebung zu klären.

Auch 2020 dürfte aus medienpolitischer Sicht ein spannendes Jahr werden. Als Bundesrätin Simonetta Sommaruga das UVEK von ihrer Vorgängerin übernahm, realisierte sie bald, dass das neue Mediengesetz kaum je mehrheitsfähig sein würde. Sie stoppte die Vorlage und kündigte stattdessen eine weitere Revision des Radio- und Fernsehgesetzes an, welche sich auf das Thema Medienförderung konzentrieren soll. Für die liberalen Kräfte im Parlament eine Herausforderung, denn mittlerweile verlangen nicht nur elektronische Medien, sondern auch Verlagshäuser mehr staatliche Mittel oder eine direkte Medienförderung.

Wettbewerb um Subventionsgelder

Während private Radio- und TV-Sender auf eine Erhöhung des Gebührenanteils hoffen, weist der Verlegerverband darauf hin, dass die Subventionen, welche der Bund für die Zeitungszustellung ausrichtet, für viele Blätter existenziell seien. Der Bund leistet einen jährlichen Beitrag von 50 Mio. Franken für die ermässigte Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften. Die Verleger fordern einen Ausbau dieser Unterstützung um 90 Mio. Franken – sonst drohe in Zeiten sinkender Auflagen «ein Kahlschlag in der Zeitungswirtschaft».

Mit dieser Forderung rufen die Verleger diverse Online-Portale auf den Plan, welche betonen, dass sie ebenfalls journalistisch wertvolle Arbeit leisten und entsprechend unterstützungswürdig seien. Etliche Verlage betreiben zudem selber Online-Portale und sind deswegen auch interessiert an zusätzlichen Einnahmen.

Ein gefährlicher Wettlauf um Subventionsgelder, der neue Abhängigkeiten schafft. Hat das Parlament die Kraft, dagegen zu halten?

Offene Fragen bei den Gebühren

Betreffend Gebührenerhebung sind nach wie vor zahlreiche Fragen offen. Besonders umstritten ist die Unternehmensabgabe. Nachdem der Ständerat die Initiative von Nationalrat Gregor Rutz (SVP/ZH), der die Unternehmensabgabe streichen wollte, definitiv ablehnte, hat Nationalrat Fabio Regazzi (CVP/TI) einen neuen Vorstoss eingereicht: Neu sollen nur noch Unternehmen mit 250 oder mehr Arbeitnehmern die Abgabe für Radio und Fernsehen entrichten müssen. Der Vorstoss fand eine Mehrheit in der nationalrätlichen Medienkommission; derzeit ist er im Ständerat hängig.

Weiter sind Vorstösse der Nationalräte Christian Wasserfallen (FDP/BE) und Jürg Grossen (GLP/BE) sowie von Ständerat Hans Wicki (FDP/NW) hängig, die sich an der Besteuerung von Arbeitsgemeinschaften stören. National- und Ständerat sind sich derzeit nicht einig, wie die Situation bereinigt werden soll – ob dies über eine eigene Vorlage oder im Rahmen der geplanten RTVG-Revision geschehen soll. Auch dies ist zu klären.

Daneben bleiben die anhaltende Kritik an der Arbeitsweise von Serafe, aber auch die Debatte über die Kulturbotschaft (vgl. S. 2) pendend.



Nein zur Netflix- und Youtube-Steuer

Im Rahmen der Kulturförderung will der Bundesrat neue Zwangsabgaben für Streaming-Dienste einführen.

Seite 2

Neues Medienzeitalter mit Blick TV?

Mitte Februar ging mit Blick TV ein Internet-Fernsehen auf Sendung, welches rund um die Uhr Nachrichten sendet und Aktualitäten aufnimmt. Im Interview schildert Jonas Projer spannende Hintergründe.

Seite 3



Spannender Herbstanlass bei TeleBielingue

Die Aktion Medienfreiheit war zu Besuch beim einzigen zweisprachigen Fernsehsender der Schweiz. Unsere Mitglieder erhielten Einblick in die redaktionelle Arbeit und die technischen Herausforderungen.

Seite 4



Editorial

Medienvielfalt als Gebot der Zeit



Das Corona-Virus hat unser Leben auf den Kopf gestellt. Neue Begriffe wie «social distancing» oder «Homeoffice» prägen den Alltag. Viele Menschen arbeiten von zu Hause aus, um die Ansteckungsgefahr zu mindern und den geschäftlichen Betrieb trotz allem aufrechtzuerhalten. Umso wichtiger werden elektronische Kommunikationsmittel wie Internet oder Telefon.

In solch schwierigen Zeiten ist das Bedürfnis nach Nachrichten gross. Viele konsultieren regelmässig Newsportale, lesen Zeitungen oder konsumieren Nachrichtensendungen. Gleichzeitig ertappen sich viele dabei, dass sie gerne die verschiedenen Meldungen vergleichen, nicht aber überall wörtlich dasselbe lesen oder hören möchten. Medienvielfalt ist das Gebot der Zeit. In Zeiten überdurchschnittlichen Medienkonsums fällt dies umso mehr ins Gewicht.

Das Parlament steht vor grossen Aufgaben. Liberale Rahmenbedingungen, welche die gewünschte Angebotsvielfalt ermöglichen, sind zunehmend schwierig zu verwirklichen, weil die öffentliche Hand mit neuen Subventionen winkt. Staatliche Unterstützungsgelder sind verführerisch, aber sie schaffen Abhängigkeiten und Wettbewerbsverzerrungen, was es in einer marktwirtschaftlichen Demokratie zu vermeiden gilt.

Andererseits müssen wir dafür schauen, dass die Gebühren und Abgaben für Privathaushalte und Betriebe nicht immer grösser werden. Die Debatte über die Unternehmensabgabe spricht Bände.

Fazit: Die Aktion Medienfreiheit braucht es mehr denn je – im Einsatz für eine liberale Medienwelt!

*Gregor Rutz, Nationalrat
Präsident a.i.*

Neue Zwangsabgaben für Streaming-Dienste?

Nein zur unnötigen Netflix- und Youtube-Steuer

Am 26. Februar hat der Bundesrat die Kulturbotschaft 2021-2024 verabschiedet und an das Parlament überwiesen. Künftig will der Bundesrat einen Schwerpunkt auf den «digitalen Wandel in der Kulturförderung» legen. Er beantragt dafür 934,5 Millionen Franken. Zur Finanzierung dieser Programme soll u.a. eine neue Abgabe für Streaming-Dienste eingeführt werden.

Im Herbst 2019 führte das Bundesamt für Kultur die Vernehmlassung zur neuen Kulturbotschaft durch. Unser Vorstandskollege Nationalrat Philippe Nantermod hat im letzten Newsletter darüber berichtet. Mittlerweile hat der Bundesrat die Vorlage fertig ausgearbeitet und dem Parlament überwiesen.

Die Kulturbotschaft legt die strategische Ausrichtung der Kulturpolitik des Bundes für die Förderperiode 2021-2024 fest. Sie präsentiert die Ziele, die wichtigsten Massnahmen und die Finanzierung sämtlicher Förderbereiche des Bundesamts für Kultur. Die drei bisherigen strategischen Handlungsachsen der Kulturpolitik des Bundes – «kulturelle Teilhabe», «gesellschaftlicher Zusammenhalt» sowie «Kreation und Innovation» – sollen beibehalten werden.

Einen besonderen Fokus will der Bund in der neuen Kulturbotschaft auf die Digitalisierung und den digitalen Wandel in der Kulturförderung legen. Dabei will der Bundesrat die Anbieter von Filmen auf elektronischen Plattformen verpflichten, einen Beitrag für «das unabhängige Schweizer Filmschaffen» zu leisten, wie es Fernsehveranstalter bereits heute tun müssen. Zudem sollen digitale Anbieter

dazu verpflichtet werden, mindestens 30 Prozent des Angebots durch europäische Filme zu füllen.

Diesen Punkt kritisierte die Aktion Medienfreiheit bereits in der Vernehmlassung: Es ist nicht einzusehen, weshalb die Angebotsvielfalt im Internet durch neue Vorschriften eingeschränkt und die Anbieter mit neuen Abgaben belastet werden sollen.

Bei öffentlich finanzierten Sendern, welche einen «Service public»-Auftrag erfüllen, kann darüber diskutiert werden, ob sie eine gewisse Quote «einheimischer» Filme zeigen sollen. Private Anbieter jedoch, für welche die Konsumenten direkt zahlen und welche sich im freien Wettbewerb bewegen, dürfen nicht durch solche Auflagen eingeschränkt werden. Derartige Regelungen sind nicht, wie der Bundesrat behauptet, im Interesse eines «möglichst vielfältigen Filmangebots» – im Gegenteil. Durch Restriktionen und Vorschriften wird letztlich die Angebotsvielfalt für Konsumenten verringert.

Darum wird sich die Aktion Medienfreiheit in der parlamentarischen Debatte gegen diese neuen Auflagen zur Wehr setzen.



Franz Grüter, Nationalrat

Zum Start von Blick TV: Interview mit Jonas Projer

Blick TV als Novum in der Schweizer Medienlandschaft

Am 17. Februar war es so weit: Blick TV feierte seine Premiere. Der Sender liefert jeden Tag während 17 Stunden Nachrichten und Meldungen im Bewegtbild. Die Redaktoren arbeiten eng mit den anderen Kanälen von Blick zusammen. Der Chefredaktor von Blick TV ist kein Unbekannter: Jonas Projer ist ein erfahrener Journalist und TV-Mann. Zuvor verantwortete er bei SRF die Talksendungen «Arena», «Club» und «Schawinski».

Herr Projer, wie entstand eigentlich die Idee von Blick TV? Warum hat ausgerechnet Ringier dieses Projekt lanciert?

Weil Ringier an den Journalismus glaubt! Die Medienbranche in der Schweiz befindet sich im Umbruch, alte Geschäftsmodelle brechen weg, neue geraten durch internationale Datenkonzerne unter Druck. In dieser Situation investiert Ringier unter CEO Marc Walder mit Nachdruck in den Journalismus. Und das im stark wachsenden Bereich Bewegtbild.

Was unterscheidet Blick TV von anderen Fernsehsendern?

Wir vergleichen uns nicht primär mit klassischen TV-Sendern, viel eher mit digitalen Portalen. Klassisches TV hat gelernte Sendeplätze, es baut darauf, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer zu einer bestimmten Tageszeit einschalten. Im Netz läuft das anders: Ein Nutzer würde auf seinem Mobile nie um exakt 19:30 seine News-App öffnen! Und dann produzieren wir dank weitgehender Automatisierung auch deutlich schlanker als klassisches TV. Die Jobprofile wurden dadurch übr-

gens nicht langweiliger, sondern vielfältiger. Eine Videoredaktorin oder ein Videoredaktor bei uns recherchiert, textet, schneidet, führt über Skype Interviews und setzt selber Regiebefehle, also beispielsweise Steuersignale für die Kamera. Ich bin schwer beeindruckt, wie gut das schon nach wenigen Wochen funktioniert.

Sie setzen sich zum Ziel, schneller über Ereignisse zu berichten als die Konkurrenz. Muss man hierbei nicht speziell darauf achten, dass die Informationen auch wirklich richtig sind?

Doch, sehr. Es ist eine riesige Herausforderung, das zusammenzubringen. Die Lösung, die ich sehe: Wir dürfen immer nur das sagen, was wir gesichert wissen. Kein Wort mehr. Aber wir dürfen zusätzlich sehr wohl transparent machen, was noch unklar ist, wozu es widersprüchliche Informationen gibt, und sogar: was wir gerade recherchieren. Deshalb treten in Blick TV auch nicht nur die TV-Leute auf, sondern die Expertinnen und Experten des gesamten Newsrooms. Sie liefern



Einschätzungen, ordnen ein, berichten über den Stand ihrer Arbeit. Im Sport, aber auch in der Politik, der Wirtschaft oder der Unterhaltung ist das fürs TV von unschätzbarem Wert.

Welches sind die nächsten Ziele von Blick TV? Haben Sie schon eine Ahnung, wie sich die Reichweite entwickelt?

Der Launch war ein Sprint. Nun kommt uns die Corona-Krise dazwischen, die wir wie alle anderen Unternehmen irgendwie überstehen müssen, humpelnd, auf holpriger Bahn. Was dann folgt, ist der Marathon: 17 Stunden pro Tag, 365 Tage im Jahr ein News-TV zu produzieren. Und das nicht auf der grünen Wiese, sondern integriert in den Blick-Newsroom. Der Erfolg von Blick TV ist untrennbar verbunden mit dem Erfolg von Blick: Unser Fachwissen kommt aus den Blick-Ressorts, unser Publikum ist der Nutzer von blick.ch, unser Einschaltimpuls ist die Pushnachricht. Deshalb arbeiten unter Leitung von Christian Dorer, dem Chefredaktor der Blick-Gruppe, alle Vektoren eng zusammen. Diese Zusammenarbeit zu leben ist die schönste und wichtigste Herausforderung des kommenden Jahres.

Voranzeige

Am Mittwoch, **18. November**, führt die Aktion Medienfreiheit ihren Herbstanlass beim Verlagshaus Ringier im Zürcher Seefeld durch. Wir besuchen Blick TV und werden vor Ort einen exklusiven Einblick in dieses spannende Projekt erhalten!



Rückblick

Herbstanlass 2019

Am 13. November 2019 fand der Herbstanlass der Aktion Medienfreiheit in einem speziellen Rahmen statt. In Biel empfing uns das einzige zweisprachige Fernsehen der Schweiz – eine Besonderheit. Die Teilnehmer waren von der Arbeit dieses Senders sehr beeindruckt.

Das Fernsehunternehmen TeleBilingue öffnete speziell für die Aktion Medienfreiheit seine Türen und gewährte einen Blick hinter die Kulissen des einzigen zweisprachigen Nachrichtensenders der Schweiz. Den Teilnehmern wurde die Ar-

beit des Fernsehsenders nähergebracht und erklärt.

Unter den interessierten Gästen befanden sich auch die Nationalräte Franz Grüter und Gregor Rutz sowie die alt Nationalräte Manfred Bühler und Hans-Rudolf Gysin. Den Zuschauern wurden überschaubare, aber dennoch topmoderne Räumlichkeiten vorgeführt.

Die Führung begann im Aufnahmestudio und ging weiter in den technischen Bereich. In letzterem erhielten die Besucher fachmännische Auskunft über die vielen komplexen technischen Abläufe, die für Fernsehproduktionen nötig sind. Viele staunten nicht schlecht, denn auch ein

kleiner Sender benötigt sehr viel Know-How, ob technischer oder organisatorischer Natur.

In den Büros der Redaktion wurde den Gästen, welche mit neugierigen Blicken eingedeckt wurden, die aufwendige Hintergrundarbeit des Fernsehteams erläutert. Speziell an TeleBilingue ist die Zweisprachigkeit: Aufgrund der Demografie in Biel/Bienne ist es sinnvoll, ja sogar notwendig, einen zweisprachigen Sender zu unterhalten. Deshalb wird bei TeleBilingue jede Sendung auf Französisch und Deutsch produziert und auch ausgestrahlt. Oft wird auch mit Untertiteln gearbeitet. Allein 7 Angestellte werden für die Untertitelung gebraucht.

Beim anschliessenden, wohlverdienten Apéro folgten anregende Gespräche in lockerer Stimmung.



Agenda & Impressum

25. Mai 2020
Generalversammlung (falls möglich)

18. November 2020
Herbstanlass: Besuch bei Blick TV

Nächste Vorstandssitzungen
3. Juni 2020
9. September 2020
2. Dezember 2020

Aktion Medienfreiheit
Postfach 470, 8702 Zollikon
info@medienfreiheit.ch
www.medienfreiheit.ch
Telefon 043 499 40 31