

syndicom · Postfach 6336 · CH-3001 Bern

Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Postfach 252
2501 Biel

parallel per Mail an:
rtvg@bakom.admin.ch

Bern, 12. Oktober 2018

Stellungnahme in der Vernehmlassung zum Bundesgesetz über elektronische Medien (BGeM)

Sehr geehrte Damen und Herren

Besten Dank für die Einladung zur Teilnahme am Vernehmlassungsverfahren zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien.

Als Gewerkschaft der Arbeitnehmenden im Medien- und Kommunikationsbereich setzen wir uns seit Jahren für eine progressive Medienpolitik ein. Angesichts der epochalen Veränderungen sowohl bei der technologischen Entwicklung und den Nutzungsgewohnheiten der Leser, Zuhörerinnen und Zuschauer wie auch bei den wirtschaftlichen Grundlagen der Medienunternehmen und der Situation der Medienschaffenden braucht es möglichst bald einen adaptierten Rechtsrahmen für das Schweizer Mediensystem. Dabei gilt es, den medialen Service public rechtlich abzusichern und gleichzeitig die Medienvielfalt und die Qualität der Medien zu schützen und zu verbessern.

Grundsätzlich begrüsst syndicom den überfälligen Schritt, eine direkte Medienförderung auch für private Medien einzuführen. Der vorliegende Vernehmlassungsvorschlag geht hier aber viel zu zaghaft und mutlos vor. Die grössten Probleme in den Schweizer Medien sind in den Print-Medienunternehmen und im Nachrichtenjournalismus auszumachen. Die Medien sind aufgrund von Massenentlassungen, Stellenabbau, Fusionen und Übernahmen ausgedünnt und immer weniger in der Lage, ihre verantwortungsvolle Rollen als sog. Wachhunde der Demokratie und als Service public in der Informationsvermittlung wahrzunehmen. Diese Gefahren hat der Bundesrat in den Berichten zur Situation der Medien von 2011 und 2015 zwar gesehen, aber leider keine Taten folgen lassen, obwohl sich die ökonomische Lage vieler Medien seither massiv verschlechtert hat. Das BGeM kann eine Chance sein, die notwendigen Schritte einzuleiten.

Gewerkschaft Medien und Kommunikation

Zentralsekretariat: Monbijoustrasse 33 · Postfach 6336 · 3001 Bern
medien@syndicom.ch; www.syndicom.ch
Tel. +41 (0)58 817 18 18 · Fax +41 (0)58 817 18 17

1. Einleitende Forderung: Die direkte Medienförderung auf die Printmedien ausweiten

Die gedruckte Presse wird im Entwurf für das neue Gesetz vollständig ausgeschlossen von direkter Medienförderung (sei es durch Gebühren oder aus anderen Quellen).

Wenn der Bundesrat der Überzeugung ist, dass die Verfassung dies verunmögliche, dann muss er parallel zum BGeM auch einen Verfassungsartikel vorlegen, der eine Förderung des Service public und der Medienvielfalt auch in den Printmedien ermöglicht.

Bis es soweit ist, muss die indirekte Presseförderung via Posttaxenverbilligung von heute 30 Mio. Fr. für die Regional- und Lokalpresse und 20 Mio. Fr. für die Verbandspresse mindestens verdoppelt werden. Diese Erhöhung muss parallel zur BGeM-Debatte durch eine Anpassung des **Artikels 16 im Postgesetz** ohne Verzögerung an die Hand genommen werden. Dabei ist die Auflagebeschränkung auf 40'000 Exemplaren beizubehalten, ebenso die Deckelung auf 100'000 Exemplare von Titeln, die im Kopfblattsystem erscheinen. *Als Kopfblätter müssen auch Zeitungen gezählt werden, deren gemeinsame Mantelteile mehr als 50 Prozent des redaktionellen Umfangs ausmachen.* Sinn und Zweck dieser Bestimmungen sind die Förderung der regionalen Vielfalt und die distanzunabhängig gleichberechtigte Zustellung sowie der Erhalt der Verbandspresse, die für die Meinungsvielfalt einen wichtigen Beitrag leistet. Wenn die Aufstockung über die Haushaltsabgabe statt über die allgemeinen Bundesmittel finanziert würde, darf dies nicht zu Lasten der SRG gehen. In diesem Fall müsste die Gebührenerhöhung angepasst werden. syndicom würde es jedoch vorziehen, wenn diese Förderung der Printmedien mit einer Werbeabgabe für Plattformen wie Google und Facebook finanziert würde (siehe Punkt 6 dieser Stellungnahme).

2. Keine Fördergelder ohne Gesamtarbeitsverträge

Dringend notwendig ist im Weiteren auch eine Absicherung der Arbeitsbedingungen der Medienschaffenden, da diese enorm unter Druck geraten sind. syndicom fordert die Ergänzung des Gesetzes mit einer Vorschrift, dass alle Leistungsvereinbarungen, die zum Bezug von Fördergeldern führen, zwingend an den Abschluss von Gesamtarbeitsverträgen mit den repräsentativen Gewerkschaften der Medienbranche gekoppelt werden bzw. die Medienunternehmen, die Fördergelder beantragen, sich einem der Gesamtarbeitsverträge der Medienbranche anschliessen müssen.

syndicom schlägt vor, den Artikel 20 mit einem neuen Absatz 6 zu ergänzen:

Art. 20, Absatz 6 (neu)

⁶Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung müssen mit den repräsentativen Branchengewerkschaften einen Gesamtarbeitsvertrag abschliessen oder sich einem Gesamtarbeitsvertrag der Medienbranche unterstellen.

3. Der Geltungsbereich des BGeM muss auch Online-Textangebote umfassen

Der Titel des Gesetzes "Bundesgesetz über elektronische Medien", der Zweckartikel 1 "Als elektronische Medien gelten Medienangebote, die fernmeldetechnisch übertragen werden und für die Allgemeinheit bestimmt sind" und der Begriff "nichtlineares Medienangebot" im Artikel 4d schliessen die Förderung von Online-Textangeboten nicht aus. Die Einschränkung erfolgt aber im vorgeschlagenen Artikel 46 auf Angebote, die "im Wesentlichen mit Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen erbracht werden".

Im Artikel 46 müssen Online-Textangebote den Audio- und audiovisuellen Angeboten gleichgestellt werden bezüglich Förderung.

Im Erläuternden Bericht wird an zwei Stellen die Förderung von Online-Textangeboten weniger strikte abgehandelt als im Artikel 46.

Seite 20 zum Artikel 2: "Unter die nicht linearen Medienangebote fallen insbesondere Audio- und audiovisuelle Angebote, aber auch in elektronischer Form bereitgehaltene Textangebote..." und Seite 21 zum Artikel 4d, wo Online-Textangebote den Audio- und audiovisuellen Angeboten gleichgestellt werden. Daran ist bei der Forderung nach Gleichstellung von Online-Textangeboten, die gefördert werden sollen, anzuknüpfen.

syndicom schlägt folgende neue Formulierung des **Artikels 46.1b** vor:

im Wesentlichen mit Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen oder Textbeiträgen erbracht werden

4. Förderung von Nachrichtenagenturen

Im Artikel 73 wird die Förderung von Nachrichtenagenturen ermöglicht. Im Absatz 2 wird jedoch eingeschränkt, dass die Förderbeiträge an nicht gewinnorientierte Organisationen ausgerichtet werden, deren Tätigkeit in der Grundversorgung elektronischer Medien mit Informationen besteht.

Im Erläuternden Bericht (Seite 54) wird der Begriff "unabhängige schweizerische Agenturen" eingeführt; dabei ist nicht ausgeführt, von wem diese unabhängig sein soll. Immerhin erfolgt wieder die explizite Erwähnung von Textangeboten.

Die Unterstützung von Agenturen muss in **Artikel 73** klarer definiert werden:

- Keine Agentur wird sich darauf beschränken können, nur elektronische Medien zu bedienen. Absatz 2 muss deshalb offener formuliert werden:
Grundversorgung von Medien mit (unabhängigen) Informationen als Service-public-Aufgabe
- In konvergenten Redaktionen wird es immer der Fall sein, dass die gleichen Agenturmeldungen sowohl online wie im Printprodukt erscheinen.
- Statt nur nicht gewinnorientierte Organisationen zu unterstützen, sollte man analog zur Unterstützung von privaten elektronischen Medien eine *getrennte Rechnungsführung und keine Gewinnabschöpfung/-orientierung für den unterstützten Bereich fordern*, aber nicht ausschliessen, dass das Unternehmen als Ganzes Gewinn machen kann.

5. Höhe der Gebühren und Anteil für Textangebote, Private, indirekte Förderung

Im Artikel 78 muss garantiert werden, dass die Höhe der Haushaltabgaben so festgelegt wird, dass die Leistungsaufträge für die SRG und für weitere Medienanbieterinnen ausreichend finanziert werden können. Eine Ausweitung der Medienförderung auf Textangebote und weitere Anbieter darf nicht zu Lasten der SRG gehen. Auch darf es nicht sein, dass die Förderung weiterer Angebote zu einem Verteilungskampf unter den Geförderten führt.

Die 6- und 2-Prozentregel im Artikel 78.2 ist deshalb nicht sinnvoll. Sie würde dazu führen, dass die Förderung neuer und weiterer Angebote zu einer Reduktion der Gelder für bisher Geförderte führen würde. syndicom spricht sich dafür aus, dass der Anteil der Abgabe für direkte Medienförderung auf 10% erhöht wird. Dabei dürfen die finanziellen Mittel für die SRG nicht gesenkt werden. Die Medienabgabe darf nicht weiter gesenkt werden; im Gegenteil, eine allfällig notwendige Erhöhung darf kein Tabu sein, damit die SRG ihren Leistungsauftrag erfüllen und die Medienvielfalt gefördert werden können. Die Höhe des Anteils für die indirekten Fördermassnahmen für die Unterstützung der Aus- und Weiterbildung (Art. 71), von Selbstregulierungsorganisationen der elektronischen Medien (Art. 72), Nachrichtenagenturen (Art. 73) und innovativer IT-Lösungen (Art. 74), für die das Gesetz 2 Prozent der Abgabe vorsieht, muss nach oben flexibler gehandhabt werden, da die Anforderungen sich rasch ändern können.

syndicom schlägt vor, dass in **Artikel 78.2** der Anteil der Abgabe für direkte Medienförderung auf 10% erhöht wird und die Höhe des Anteils für indirekte Fördermassnahmen nach Art. 78.1c bei Bedarf erhöht werden kann.

6. Werbe-Abgabe von Google, Facebook & Co. für publizistische Leistungen

Google, Facebook und die weiteren global tätigen und dominierenden Tech-Giganten saugen enorme Summen an Werbegeldern aus dem Umfeld der Medien ab, die für die Finanzierung von publizistischen Leistungen verlorengehen.

Im **8. Titel des BGeM** soll deshalb ein **4. Kapitel (neu)** eingeführt werden, das eine *Werbeabgabe für Plattformen dieser Art* einführt. Diese Abgabe muss explizit für eine *vektorunabhängige Finanzierung von publizistischen Leistungen* vorgesehen werden.

7. Weitere Punkte

Artikel 68: Regelung des zeitversetzten Fernsehangebots (Replay)

Ergänzung, dass die *Provider mit den Produzenten des Fernsehangebots eine Einigung über die Höhe der Abgeltung finden müssen, um eine zeitversetzte Ausstrahlung anbieten zu dürfen.*

Artikel 19a: Förderung des Filmschaffens

syndicom unterstützt den Vorschlag der SRG, dass ausländische Fernsehprogramme mit ausschliesslich oder überwiegend an das Schweizer Publikum gerichteten Werbefenstern wie die inländischen Programme zur Entrichtung von Förderbeiträgen zur Unterstützung der Schweizer Filmproduktion verpflichtet werden sollen und diesen explizit eine Förderabgabe auferlegt wird:

Neuer **Art. 19a** aus der Stellungnahme der SRG

¹*Anbieterinnen von Fernsehprogrammen ohne Leistungsauftrag, die ein nationales oder sprachregionales Programm anbieten und deren Programme Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilme enthalten, müssen mindestens vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring für den Ankauf, die Produktion oder die Koproduktion von Schweizer Filmen aufwenden, andernfalls erhebt das BAKOM eine Förderungsabgabe von höchstens vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen.*

²*Für die im Ausland niedergelassene Veranstalterinnen mit ausschliesslich oder überwiegend an das Schweizer Publikum gerichteten Werbefenstern beträgt die Abgabe mindestens vier Prozent der aus den Werbefenstern jährlich erzielten Bruttoeinnahmen.*

³*Die Verwendung der Filmförderungsabgabe richtet sich nach Artikel 15 Abs. 2 und 3 des Filmgesetzes vom 14. Dezember 2001.*

Artikel 72: Unterstützung von Selbstregulierungsorganisationen

syndicom begrüsst die finanzielle Unterstützung von Selbstregulierungsorganisationen im Artikel 72. Die Einschränkung auf elektronische Medien ist jedoch auch in diesem Punkt weder sinnvoll noch zu handhaben. Die medienethischen Grundsätze müssen für alle Informationskanäle gelten.. Der Schweizer Presserat nimmt als medienethisches Selbstkontrollorgan eine bedeutende Rolle bei der Qualitätssicherung der Medien ein. Im Zeitalter der Fake News ist die Stärkung des Presserats ein Muss.

Artikel 71: Journalistische Weiterbildung und Artikel 74: Innovative IT-Lösungen

Die finanzielle Unterstützung der journalistischen Aus- und Weiterbildung und innovativer IT-Lösungen ist zu ergänzen mit dem Vorschlag der beiden Organisationen *investigativ.ch* und *oeffentlichkeitsgesetz.ch*, damit *verlagsunabhängige, journalistische NPO* sich um Fördergelder unter diesen Titeln bewerben können.

Bei den hier nicht explizit erwähnten Punkten teilen wir die Positionen, welche der **Schweizerische Gewerkschaftsbund**, der **Verein Media Forti** sowie **Suisseculture** als Dachverband der Kulturschaffenden abgegeben haben.

Mit freundlichen Grüssen



Stephanie Vonarburg
Vizepräsidentin und Leiterin Sektor Medien



Angelo Zanetti
Zentralsekretär Sektor Medien