

Übersicht über die SSM-Aktivitäten zur Abwehr der No-Billag-Initiative

2017 und 2018

Die Medienpolitik ist im vergangenen Jahr sehr stark durch ein Thema geprägt worden, durch die Auseinandersetzung um die Initiative "No Billag". Das gilt auch für die Aktivitäten des SSM. Noch nie in der Geschichte des SSM hat die Medienpolitik die Arbeit und die Dossiers des SSM derart stark dominiert.

Das SSM hat relativ früh Aktionsstrategien gegen No Billag eingeleitet, vorbereitet an Workshops von einer Arbeitsgruppe und präsentiert am Kongress im Frühling. Wichtig war es zu diesem Zeitpunkt, im Umfeld von Medien, Gewerkschaften und Politik aufzuzeigen, wie gefährlich diese Initiative ist. Einige Ideen haben dann auch andere Organisationen bei der Umsetzung von Kampagnen-Elementen übernommen.

Kooperiert hat das SSM zunächst mit dem SGB, mit syndicom und impressum und mit "Medien für alle". Gleichzeitig stand das SSM im Austausch mit der Trägerschaft der SRG und den Verbänden der privaten Radio- und Fernsehstationen. Wir haben schon sehr früh damit angefangen, unsere Mitglieder gegen die Initiative zu mobilisieren.

Vor allem in der Vorphase der Abstimmungskampagne, als noch nicht klar war, welche Kreise sich gegen die Initiative gewinnen lassen, hat das SSM eine gute Motor- und Initiatoren-Rolle gespielt.

Mit der Gründung von "Nein zum Sendeschluss" hat sich in der Deutschschweiz dann ein Aktionskomitee gebildet, welches breit und schwergewichtig aktiv sein konnte. Und auch in den anderen Sprachregionen bildeten sich aktionsfähige Komitees. Das SSM hat seinen Beitrag zur Kampagne gegen No Billag dann so strukturiert:

- Interne Kampagne: Mobilisierung der Mitglieder und der Medienschaffenden in den Studios in allen Sprachregionen (Sensibilisieren, Informieren, Aktivieren). Das SSM hat seine Mitglieder in dieser nicht ganz einfachen Situation unterstützt. Wir haben uns ausserdem dafür eingesetzt, dass sich auch Angestellte von gebührenunterstützten Radio- und Fernsehstationen als Privatpersonen engagieren dürfen und haben versucht, sie vor dem starken Druck aus Kreisen der No Billag-Initianten zu schützen.
- Externe Kampagne: Sichtbare eigene nationale und regionale Aktionen gegen die Initiative sowie Präsenz im Internet und den sozialen Medien. In allen Regionen gab es zahlreiche sichtbare Aktionen gegen die Initiative, die zum Teil mit sehr grossem Aufwand verbunden waren. Dies ging von Flyerverteilkampagnen über ein kleines Musikfestival bis zu der Fahrt eines Extrazuges durchs Tessin. Höhepunkt der nationalen Aktivitäten war die "Aktion gegen das Lichterlöschen" auf dem Bundeshausplatz in Bern. Die gelungene Aktion hat ein breites Bündnis aus Medien-, Kunst- und Kulturschaffenden, GewerkschafterInnen und weiteren Personen zusammengebracht, die nicht gewohnt sind, zusammen zu demonstrieren. Das SSM hat darüber hinaus Infomaterial produziert und dieses on- und offline unter die Leute gebracht (Videoclips, Flyer, Argumentarien, Zeitungsartikel etc.)
- Netzwerk: Wo immer möglich hat das SSM mit Partnern kooperiert. Gemeinsam mit dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund haben wir so eine Sensibilisierung und Mobilisierung zahlreicher Gewerkschaften erreichen können. National wie auch regional wurde eng mit den zahlreichen Akteuren und Komitees zusammengearbeitet.

Finanzierung: Das SSM hat aus seinem Kampffonds namhafte Finanzmittel für die Kampagne freigemacht. Daraus wurde die eigene SSM-Kampagne finanziert, aber auch andere Akteure und Komitees unterstützt.

Das SSM ist sich bewusst, dass mit dem NEIN zu No Billag ein extremer Angriff abgewehrt worden ist, dass die Auseinandersetzung über die Zukunft des medialen Service public und die Angriffe auf die SRG aber weitergehen.