



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

rtvg@bakom.admin.ch

Zürich, 15. Oktober 2018

## **Stellungnahme des Schweizer Syndikat Medienschaffender im Rahmen der Vernehmlassung zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien**

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) bedankt sich für die Einladung zur Stellungnahme im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens zum Bundesgesetz über elektronische Medien, welches das bestehende Radio- und Fernsehgesetz ersetzen soll. Das Schweizer Syndikat Medienschaffender ist die Gewerkschaft für alle in den elektronischen Medien tätigen Berufsleute. Wir sind die Sozialpartnerin der SRG und haben mit einigen UNIKOM-Radios einen Branchenvertrag abgeschlossen. Daher haben wir einen hohen Organisationsgrad unter den SRG-Angestellten wie auch bei den privaten elektronischen Medien.

Wir äussern uns zuerst generell zum Gesetzesentwurf, bevor wir zu einzelnen Bestimmungen Stellung nehmen.

### **Grundsätzliche Bemerkungen**

Durch die fortschreitende Digitalisierung haben sich sowohl die Mediennutzung wie auch das Medienangebot in den letzten Jahren stark verändert. Das aktuelle Radio- und Fernsehgesetz RTVG ist auf die Herstellung und die Nutzung linearer Radio- und Fernsehprogramme ausgerichtet. Es ist nicht geeignet, der neuen digitalen Medienrealität gerecht zu werden. Wir begrüssen daher den Schritt, die Gesetzgebung zu modernisieren und mit dem Bundesgesetz für elektronische Medien (BGeM) die Grundlage für einen medialen Service public im digitalen Zeitalter zu schaffen. Das Ziel, die Rahmenbedingungen für elektronische Medienanbieterinnen so zu gestalten, dass sie ihre für die direkte Demokratie zentrale Funktion wahrnehmen können, unterstützen wir explizit.

Die wichtigsten Änderungen im Überblick

#### **1. Technologie- und anbieterneutraler Regulierungsansatz**

Das SSM unterstützt den technologie- und anbieterneutralen Regulierungsansatz des BGeM und begrüsst ausdrücklich die formale Gleichstellung der Verbreitungskanäle Radio, Fernsehen und Online. Neu können Service public-AnbieterInnen ihren Auftrag mit linearen und



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

nicht-linearen Angeboten (on-demand) erbringen und der Kreis der potentiellen Service public-Erbringerinnen wird formal vergrössert.

Inkonsequent und unverständlich ist allerdings, dass die Trennung zwischen Audio-, Video- und textbasierten Formaten bei der Unterstützung mit Geldern aus der Haushaltsabgabe trotzdem eine gewichtige Rolle spielt. Es sollen nur Medienangebote unterstützt werden können, die im Wesentlichen aus Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen bestehen. Das SSM lehnt diese Eingrenzung ab. Es widerspricht in unseren Augen der Logik des neuen Gesetzes (formale Gleichheit aller elektronischen Angebote), insbesondere da im erläuternden Bericht wie auch im Gesetzestext wiederholt die Formulierung „in elektronischer Form bereitgehaltene Textangebote“ oder ähnliche Ausdrücke verwendet werden (erläuternder Bericht, S. 20f; BGeM Art. 2, Art 4 Bst. d. Art.15 Abs.3 etc.).

## 2. Geltungsbereich

Verglichen mit dem RTVG ist neu, dass ausser der SRG nicht mehr Anbieterinnen, sondern bestimmte Angebote gefördert werden (mehr dazu unter 3.b). Bei Betrachtung des Geltungsbereiches des BGeM ist das relevant. Denn das BGeM gilt nicht wie das RTVG für Anbieterinnen, die einen Leistungsauftrag und/oder eine Konzession haben, sondern nur noch für das via Leistungsvereinbarung geförderte Medienangebot.

Das BGeM gilt integral für die SRG, aufgrund internationaler Abkommen für lineare Fernsehprogramme mit und ohne Leistungsvereinbarung und für Medienangebote, die Teil einer Leistungsvereinbarung sind. Sämtliche anderen Medienangebote, d.h. Radio- und Online-Medienangebote ohne Leistungsvereinbarung unterliegen nicht dem neuen Gesetz.

Diese Neuerung kommt einer Deregulierung des Grossteils der Radiobranche gleich und wird vom SSM vehement abgelehnt. Für uns steht diese Deregulierung im Widerspruch mit dem auf S.12 des erläuternden Berichtes formulierten „obersten Ziel des Gesetzes“, nämlich der Herstellung von guten Rahmenbedingungen für Qualitätsjournalismus. Die Mehrzahl der Radiosendungen unterliegt zukünftig keinerlei mediengesetzgeberischen Einschränkungen und muss nicht einmal Mindestanforderungen wie die sachgerechte Darstellung von Ereignissen respektieren. Ein Radioveranstalter kann beispielsweise für seine linearen regionalen Informationsleistungen Fördergelder erhalten, unterliegt in der weiteren Programmgestaltung aber keinen Regelungen z.B. zu „Mindestanforderungen bezüglich Medienangeboten“, „Jugendschutz“, „Erkennbarkeit von Werbung“ oder den Werbeverboten. Er kann also im nicht geförderten Angebot politische Werbung schalten, Verkaufsangebote an Minderjährige richten oder Medienbeiträge für Kinder durch Werbung unterbrechen. Ausserdem wird neu in allen Medienangeboten, die nicht unter den Geltungsbereich des Gesetzes fallen, politische und religiöse Werbung erlaubt. Für Radios ganz ohne Leistungsvereinbarung würde künftig keine noch so minimale Aufsicht zu ihren Inhalten oder der Werbung stattfinden.

Wir fordern:

- dass analog zu den linearen schweizerischen Fernsehprogrammen auch die schweizerischen Radioprogramme dem Geltungsbereich des BGeM unterstellt werden.
- dass die Meldepflicht aus dem RTVG für schweizerische Angebote beibehalten wird (Art. 3 Bst. a RTVG).
- dass alle Medienangebote von Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung unter das Gesetz fallen und nicht nur „Medienangebote, die Gegenstand einer Leistungsvereinbarung sind.“ (Art. 2 Abs.1 BGeM).



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

### 3. Direkte Medienförderung a. SRG

Die SRG wird stärker reguliert als heute. Nichtsdestotrotz erhält sie auch mit dem zukünftigen Gesetz einen umfassenden Leistungsauftrag auf nationaler und sprachregionaler Ebene. Sie wird verpflichtet, ihre Angebote bezüglich Verbreitung und Form auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen abzustimmen, wobei einzelne Zielgruppen hervorgehoben werden (Art. 23). Auch wird die Unterscheidbarkeit von kommerziellen Angeboten im Bereich Sport und Unterhaltung explizit betont, was wir ebenfalls unterstützen. Der Leistungsauftrag wird verglichen mit dem RTVG genauer definiert, Qualitätsanforderungen explizit formuliert und es gibt neu auch einen Auftrag insbesondere in Informationssendungen über die jeweils anderen Sprachregionen zu berichten. Wir begrüssen dieses Bekenntnis zu einer starken SRG wie auch die Verpflichtung, bestimmte Zielgruppen mit spezifischen Angeboten zu bedienen. **Wir vermissen aber ein ebenso klares Bekenntnis zur nachhaltigen finanziellen Sicherung des umfassenden SRG-Leistungsauftrages.** Das Gegenteil ist der Fall. Mit dem BGeM wird das Online-Werbeverbot im Gesetz verankert. Dies lehnt das SSM klar ab. Neu wird auch die Möglichkeit, eine Obergrenze für kommerzielle Einnahmen festzulegen, gesetzlich verankert. Zusätzlich wird im erläuternden Bericht erwähnt, es sei denkbar, dass die SRG in Zukunft mit weniger Mitteln als heute auskommen müsse (S. 14). Wir sind der Meinung, dass eine Begrenzung der kommerziellen Einnahmen oder aber ein vollständiges Werbeverbot für ein Service public Unternehmen ein absolut gangbarer Weg ist. Wir kritisieren die Haltung, dass der umfassende Service public-Auftrag der SRG gleich bleiben soll, sie zu dessen Erfüllung aber immer weniger Mittel zur Verfügung hat. Der Produktivitätsdruck bei den Mitarbeitenden ist bereits heute sehr hoch, da gibt es keinen Spielraum mehr. Eine weitere Senkung der zur Verfügung stehenden Mittel wird sich unweigerlich auf die Qualität des Angebotes auswirken. Wenn die Qualität des medialen Service public der SRG erhalten bleiben soll, braucht es ein klares Bekenntnis, diese auch zu finanzieren. Brechen kommerzielle Einnahmen weg, so muss die Erfüllung des Leistungsauftrages durch eine Erhöhung des Gebührenanteils gesichert werden.

Mit dem BGeM werden weitreichende Möglichkeiten geschaffen, auf das Programm der SRG Einfluss zu nehmen (Art. 28, Art. 38 Abs.2, Art. 39 Abs.3 u. 4). Die programmliche und wirtschaftliche Unabhängigkeit der SRG sind ein hohes Gut. Wir sind dezidiert der Meinung, dass sich die SRG als Service public Anbieterin von kommerziellen Anbietern unterscheiden muss, sind aber überzeugt, dass Vorschriften in vier von fünf inhaltlichen Bereichen über das Ziel hinausschiessen. Deshalb fordern wir eine Überarbeitung dieser Artikel. Auch betreffend Kooperationen erhält die SRG ein enges Korsett. Wir bezweifeln allerdings, dass sie den gewünschten Effekt haben werden. Wir befürchten, dass sie einen ungewollten Einfluss auf Produktionen wie beispielsweise den Tatort haben könnten (Art. 28, Art. 29). **Wir betrachten diese Regelungen weniger als wohlüberlegte Regulierung, sondern als Eingeständnis an die privaten Veranstalter.** Im Sinne einer Stärkung des medialen Service public sind sie aus Sicht des SSM nicht zielführend und nicht auf Gesetzesstufe zu verankern.

Mit Blick auf die Stärkung des Service public-Auftrags der SRG sind folgende Punkte für das SSM von zentraler Bedeutung:

- Die Verpflichtung mindestens ein lineares Rätoromanisches Radioangebot zu produzieren, muss aus dem RTVG (Art. 24 Abs. 2) in das BGeM übernommen werden.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Auch das heutige rätoromanische Fernsehangebot, mit entsprechenden Verbreitungsmöglichkeiten in den SRG-Programmen, muss durch das BGeM garantiert werden.

- Die Verpflichtung aus dem RTVG (Art. 27), die Programme vorwiegend in den Sprachregionen zu produzieren, für welche sie bestimmt sind, muss ebenfalls in das BGeM übernommen werden.
- Die Neuregelung des Auslandauftrages gefährdet Arbeitsplätze und die Zusammenarbeit mit TV5 Monde und 3sat. Das SSM lehnt sie darum ab (Art. 22 Abs. 3, Art. 34 BGeM vs. Art. 24 Abs.1 Bst. c, Art. 28 RTVG).

b. Medienanbieterinnen bzw. Medienangebote mit einer Leistungsvereinbarung

Im Bereich der direkten Medienförderung bei den privaten Veranstaltern findet im BGeM verglichen mit dem RTVG eine eigentliche Systemänderung statt. Neu werden nicht mehr Anbieterinnen, sondern bestimmte Angebote gefördert. Ausserdem werden die Anzahl und Ausdehnung der Versorgungsgebiete im lokal-regionalen Gebiet nicht mehr, wie heute, vorgegeben und flächendeckend definiert. Gemäss BGeM definiert der Bundesrat schweizweit grossflächige Kommunikationsräume, in denen Leistungsvereinbarungen abgeschlossen werden können (es handelt sich dabei nicht mehr zwingend um Gebiete ohne ausreichende Finanzierungsmöglichkeiten). Der KOMEM kommt die Kompetenz zu, innerhalb dieser Räume Regionen zu definieren, in denen sie entsprechende Leistungsvereinbarungen vorsehen will. Das übergeordnete Ziel ist die Vielfaltsförderung in den Kommunikationsräumen durch abzuschliessende Leistungsvereinbarungen für fünf Jahre (mit Option auf eine einmalige Verlängerung). Es werden keine Leistungsaufträge mehr ausgeschrieben, auf die sich eine Medienanbieterin bewerben kann. Gefördert wird nur noch auf Antrag via Leistungsvereinbarung. Die Medienanbieterin, welche eine Leistungsvereinbarung abschliessen möchte, definiert in ihrem Antrag das geographische Gebiet selbst, auf das sich ihr publizistisches Angebot bezieht. Der Anteil an der Haushaltsabgabe, welcher ein Gesuchsteller erhält, ist ausserdem nicht vordefiniert, sondern je nach Leistungsvereinbarung variabel. Er ist abhängig vom Aufwand für die publizistischen Leistungen. Der Bedarf muss im Gesuch begründet werden. Auf Antrag gefördert werden können: Medienangebote, die sich publizistisch auf einen Raum beziehen, demokratierelevant sind und im Wesentlichen Audio- und audiovisuelle Medienbeiträge erbringen. Eine Förderung ist möglich für Medienangebote mit regionalen Informationsleistungen, für bestimmte Bevölkerungsgruppen oder partizipative Medienangebote. Heute haben alle 43 konzessionierten lokal-regionalen Radioveranstalter sowie 13 Regionalfernsehveranstalter einen Leistungsauftrag zu erfüllen, auch diejenigen, die keine Gebührengelder erhalten. Der mit der Konzession verbundene Leistungsauftrag sichert ihnen Zugang zu technischen Verbreitungsinfrastrukturen. Gemäss Vorschlag BGeM wäre das nicht mehr so. Konzessionen und die damit verbundene Verbreitungssicherheit sind nicht mehr vorgesehen. Leistungsvereinbarungen würden nur noch für bestimmte Angebote abgeschlossen und nicht mehr integral mit einer Anbieterin. Dafür hat jede Leistungsvereinbarung Fördergelder zur Folge. Verbreitungssicherheit gibt es einzig für die via Leistungsvereinbarung geförderten Angebote.

Das SSM teilt gewisse Bedenken der privaten Veranstalter. Insbesondere die Skepsis gegenüber der Abschaffung der Konzessionen/Leistungsaufträge ohne Gebührenanteil und der damit verbundenen Verbreitungsgarantie. Diese Systemänderung entzieht dem bewährten



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Zwei-Ebenen-Modell des audiovisuellen Service public in der Schweiz (mit der SRG als nationaler und sprachregionaler Anbieterin und regionalen bzw. lokalen Anbieterinnen) die gesetzliche Grundlage. Die Planungsunsicherheit für private Veranstalter steigt in mehrfacher Hinsicht. Durch die unsichere Verbreitungssituation und die Änderung von 10-jährigen Konzessionen zu 5-jährigen Leistungsaufträgen. Es ist zu befürchten, dass es in zahlreichen Regionen zu einem Leistungs- und Stellenabbau kommen wird. Das SSM bedauert dies und spricht sich dafür aus, dass das bewährte System auch unter dem neuen Gesetz beibehalten wird. Allerdings steht es für uns ausser Frage, dass Verbreitungssicherheit nur erhalten kann, wer unter den Geltungsbereich des Gesetzes fällt.

Was die Neuregelung in Bezug auf die Versorgungsgebiete angeht, gehen wir davon aus, dass die vielfältige flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit relevanten Inhalten oberstes Ziel des audio-visuellen Service Public ist. Wir erwarten, dass der Bundesrat bzw. die KOMEM Massnahmen ergreifen wird, sollte gewissen Regionen oder Bevölkerungsgruppen eine Unterversorgung drohen. Wir schlagen vor, das BGeM um einen entsprechenden Paragraphen zu ergänzen.

Dass Fördergelder neu nur auf Antrag gewährt werden, ihre Vergabe an einen Kriterienkatalog geknüpft ist, der Förderbetrag für ein bestimmtes Gebiet nicht von vornherein feststeht sondern an das Produkt bzw. das Gesuch geknüpft ist und die Rechenschaftspflicht gegenüber der Aufsichtsbehörde und der Öffentlichkeit verstärkt wurde, begrüssen wir hingegen ausdrücklich. Allerdings weisen wir darauf hin, dass die Kriterien transparent sein müssen. Ausserdem fordert wird, dass die Definition branchenüblicher Arbeitsbedingungen sozialpartnerschaftlich erfolgt (Art. 50 Bst. e). Erneut möchten wir auch an dieser Stelle darauf hinweisen, dass wir die Einschränkung ablehnen, nur Angebote zu fördern, die im Wesentlichen aus Audio- und audiovisuellen Beiträgen bestehen.

5

#### 4. Indirekte Medienförderung

Neu wird mit dem BGeM eine indirekte Medienförderung via Haushaltsabgabe möglich. Mit zwei Prozent der verfügbaren Mittel können die Aus- und Weiterbildung im Bereich des professionellen Journalismus (z.B. MAZ), Selbstregulierungsorgane der elektronischen Medien (Presserat), nicht-gewinnorientierte Nachrichtenagenturen und der Betrieb innovativer digitaler Infrastrukturen unterstützt werden.

Das SSM begrüsst und befürwortet alle vorgesehenen Massnahmen zur indirekten Medienförderung grundsätzlich. Sie sind notwendig und tragen zur Stärkung der gesamten Branche bei. Explizit begrüssen wir die Unterstützung der Aus- und Weiterbildung, von Selbstregulierungsorganen und die Unterstützung innovativer digitaler Infrastrukturen, die der publizistischen Qualität und Vielfalt dienen. Auch die Förderung einer **nicht-gewinnorientierten** Nachrichtenagentur begrüssen wir und halten es trotz veränderter Faktenlage für notwendig, am Kriterium „nicht-gewinnorientiert“ festzuhalten.

Wie bereits ausgeführt begrüsst und unterstützt das SSM die vorgeschlagenen Massnahmen zur indirekten Medienförderung. Allerdings weisen wir mit Nachdruck darauf hin, dass es gerade in diesem Bereich nahezu unmöglich ist, zwischen Leistungen für elektronische und Leistungen für andere Medien zu unterscheiden. Im Sinne des Titels der Art. 71 – 75, welcher „indirekte Medienförderung“ lautet, schlagen wir vor, dass die Massnahmen der gesamten Branche zu Gute kommen sollen und auf die Differenzierung zwischen elektronischen und anderen Medien verzichtet wird. Auch ohne diese Anpassung kommt die vorgesehene indirekte Medienförderung der gesamten Branche zu Gute. Der Vorwurf des Verbands



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Schweizer Medien (VSM), dass die Presse mit dem BGeM geschwächt werde, entbehrt jeglicher Grundlage. Zur Förderung des VSM, die indirekte Presseförderung mit Geld aus der Haushaltsabgabe zu unterstützen, verweisen wir auf „Art.74. Innovative IT-Lösungen“. Die Förderung einer digitalen Infrastruktur, die „(...) die „Beschaffung, die Herstellung oder Verbreitung von journalistischen Inhalten [ermöglicht oder optimiert] oder (...) die Auffindbarkeit der Inhalte [erleichtert.]“. Den medialen Service public den Begehrlichkeiten privater Anbieter zu opfern, erachten wir als keine zielführende Strategie.

#### 5. Kommission für elektronische Medien

Neu soll mit der KOMEM eine Aufsichts- und Regulierungsbehörde geschaffen werden, die bisherige Aufgaben vom Bundesrat, dem Bakom und dem UVEK übernimmt. Sie wird vom Bundesrat gewählt und besteht aus fünf bis sieben unabhängigen Mitgliedern. Administrativ ist sie dem UVEK zugeordnet.

Im Sinne einer grösseren Staatsferne der Service-Public-Medien und einer Entpolitisierung des medialen Service public ist die Schaffung einer unabhängigen, weisungsungebundenen Experten/Expertinnenkommission grundsätzlich zu begrüssen. Es muss allerdings gewährleistet sein, dass sie mit ausgewiesenen Fachleuten besetzt wird, die frei von Interessenbindungen sind. Ausserdem muss die Wahl der Mitglieder zwingend beim Bundesrat sein, so wie es der aktuelle Gesetzesentwurf vorsieht. Angesichts des grossen Wirkungsbereiches und der Machtfülle dieser Kommission ist der gesetzliche Rahmen in Bezug auf die Auswahl der Mitglieder bzw. ihrer Unabhängigkeit klarer abzustecken. Wir empfehlen, dass nicht nur Mitglieder von Organen und Angestellte von Medien mit einer Leistungsvereinbarung und der SRG als Kommissionsmitglieder ausgeschlossen werden, sondern auch die Organe und Angestellten anderer privater Medienunternehmen. Wichtig erscheint uns ausserdem, dass bei der Besetzung der Kommission auch Fachwissen aus dem Kulturbereich vorhanden ist und auf eine angemessene Vertretung der Geschlechter geachtet wird. Zu den verlangten exzellenten Branchenkenntnissen der Kommissionsmitglieder muss ausserdem auch explizites Fachwissen zu den Arbeitsbedingungen gehören, da die Qualitätssicherung in der Branche unmittelbar mit den Arbeitsbedingungen zusammenhängt. Als weitere Möglichkeit zur Qualitätssicherung der Branche muss die Kommission die Kompetenz erhalten, dem Bundesrat Massnahmen vorzuschlagen, wenn sie die Versorgung der Bevölkerung als gefährdet beurteilt. Im Sinne der Transparenz muss die Kommission die Politik und die Öffentlichkeit regelmässig über ihre Tätigkeiten informieren. Die Entscheide müssen transparent gemacht werden, so dass sie für die Öffentlichkeit nachvollziehbar werden. Wir empfehlen zudem auch, die Pflichten der KOMEM im Gesetz festzuschreiben.

6

#### 6. Bereiche, die im BGeM zu Unrecht nicht (mehr) berücksichtigt sind

Die zunehmende Digitalisierung stellt nicht nur die Gesellschaft, sondern auch die Gesetzgebung vor zahlreiche Herausforderungen. Das Bundesgesetz über elektronische Medien bietet die Möglichkeit, sich einigen dieser Herausforderungen zu stellen.

Das SSM bedauert, dass klassische Infrastrukturbetreiber (z.B. Swisscom oder upc), Gerätehersteller oder Unternehmen aus dem Konsumgüterbereich (z.B. Redbull), die zunehmend eigene Inhalte produzieren, in keinem Bereich dem BGeM unterstellt werden. Das Gleiche gilt für die Fernmeldedienstleister, die zwar an den verbreiteten Inhalten verdienen, aber nicht in die Pflicht genommen werden, sich massgeblich an deren Herstellung zu beteiligen.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindacat svizzer dals meds da massa

Die neusten Bestimmungen aus der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie der EU (AVMD-Richtlinie)<sup>1</sup> wurden nicht im BGeM berücksichtigt, obwohl sie eine optimale Möglichkeit bietet, Video-on-Demand-Anbieter wie auch Anbieter ausländischer Werbefenster in die Pflicht zu nehmen (siehe Ergänzungen zu Art.12 BGeM). Ebenfalls verpasst wurde die Chance, die Tech-Giganten ansatzweise in die Pflicht zu nehmen, obwohl sie im erläuternden Bericht immer wieder Erwähnung finden. Es ist beispielsweise denkbar, eine Abgabe auf die Werbe-Einnahmen grosser Internetkonzerne einzuführen, welche mit Service-public-Inhalten generiert werden. Diese Einnahmen könnten beispielsweise in einen Fonds für Medienförderung fließen. Damit stünden mehr Mittel für die Medienförderung in der Schweiz zur Verfügung. Über die Schaffung eines Fonds zur Medienförderung sollte ausserdem generell nachgedacht werden. Daraus könnte beispielsweise die Stiftung für Nutzungsforschung finanziert werden, deren Finanzierung, verglichen mit dem RTVG, ersatzlos aus dem BGeM gestrichen wurde.

Schliesslich möchten wir uns noch zum Umgang mit (den nicht vorgesehenen) Gebührenüberschüssen äussern, der Entwicklung der Gebührenhöhe generell und dem Anteil an den Gebühren, welcher für private Anbieter zur Verfügung steht. Diese drei Punkte sind aus unserer Sicht miteinander verknüpft. Wir weisen mit Nachdruck darauf hin, dass für den Fall, dass es Gebührenüberschüsse (nicht verteilte Gebührengelder) geben sollte, zwingend vorgesorgt werden muss. Die Möglichkeit der Gebührenüberschüsse war auch beim RTVG nicht vorgesehen und es dauerte Jahre, bis schliesslich die gesetzliche Grundlage geschaffen wurde, das Geld im Sinne seines Bestimmungszweckes einzusetzen. Das darf sich nicht wiederholen. Auch dafür könnte sich die Äufnung eines Medienförderungsfonds eignen. Die Höhe des Gebührenanteils für private Veranstalter ist auf maximal sechs Prozent, der Anteil für die direkte Medienförderung auf maximal zwei Prozent des Gesamtertrages im BGeM festgeschrieben. Das BGeM vergrössert den Kreis potentieller Gebührenempfänger, ohne den Anteil an den Gebühren zu erhöhen. Das führt dazu, dass sich die bisherigen Empfängerinnen von Gebühren um ihre Existenz sorgen. Sie fordern eine Erhöhung des Anteils für private Anbieter. Der Gebührenanteil der SRG wurde kürzlich vom Bundesrat auf 1,2 Mrd. CHF festgelegt und hat unter anderem eine grössere Sparrunde bei der SRG eingeläutet. Als Vertreterin der Interessen der rund 6000 SRG-Mitarbeitenden verlangen wir, dass weder der Gebührenanteil der SRG noch ihre Gesamteinnahmen in den nächsten Jahren nach unten korrigiert werden. Wir verlangen eine nachhaltige Finanzierung des umfassenden Leistungsauftrages der SRG. Und wir verlangen, dass gesetzlich herbeigeführte Ausfälle bei den kommerziellen Einnahmen der SRG via Gebührengelder kompensiert werden.

Angesichts dieser Ausgangslage verlangen wir nachdrücklich, dass die Haushaltsabgabe in den kommenden Jahren trotz Bevölkerungswachstum nicht gesenkt wird. Nur so ist es möglich, den Service public-Auftrag der SRG nachhaltig zu finanzieren und gleichzeitig den Anteil an den Gebühren, welcher privaten Anbieterinnen zu Gute kommt, zu erhöhen.

<sup>1</sup> Weiterführende Informationen zur AVMD-Richtlinie Online: <http://www.urheberrecht.org/news/6115/> [Stand 10.10.2018].



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

## Zu den einzelnen Bestimmungen

### Allgemeine Bestimmungen (Art. 1 - 4)

**Art. 1 Abs. 1:** Das SSM unterstützt das Ziel, mit dem Gesetz zur Vielfalt an schweizerischen Medien beizutragen, die Qualität von elektronischen Medien zu fördern und somit einen Beitrag an die demokratische, soziale und kulturelle Entwicklung der Schweiz zu leisten.

**Art. 2 Abs. 1:** Das SSM fordert, dass 1. geförderte Medienanbieterinnen und nicht nur geförderte Medienangebote sowie Radiosender ohne Leistungsvereinbarung in den Geltungsbereich des Gesetzes fallen.

Ausserdem soll 2. die **Meldepflicht** analog zu Art. 3 RTVG ins BGeM übernommen werden.

### Grundsätze (Art. 5 – 12)

**Art. 5 - 12:** Die formulierten Grundsätze wie Impressumspflicht, Mindestanforderungen bezüglich Impressumspflicht, Medienangeboten und Jugendschutz sind Mindeststandards und sollten daher auch für Radioveranstalter ohne Leistungsauftrag gelten.

**Art. 12:** Die Förderungspflicht für schweizerische und andere europäische Werke muss (analog zur AVMD-Richtlinie) auch auf Video-on-Demand-Dienste ausgeweitet werden. Die Anbieter müssen verpflichtet werden, mindestens 30% schweizerische oder andere europäische Produktionen in ihren Katalog aufzunehmen und prominent zu platzieren. Andernfalls müssen sie eine Förderungsabgabe von höchstens vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen entrichten. Art.12 ist entsprechend zu ergänzen.

Auch die Förderungspflichten ausländischer Werbefenster müssen in Art. 12 aufgenommen werden. Auf Basis der AVMD-Richtlinie ist auf die, an Schweizer Publikum gerichtete, Werbefenster von deutschen und französischen Privatsendern eine Abgabe von höchstens vier Prozent ihrer Einnahmen aus den Werbefenstern zu erheben. Die Einnahmen aus der Abgabe kommen einem Medienförderungsfonds zu gute. Art.12 muss entsprechend angepasst werden.

### Werbung und Sponsoring (Art. 13 – 19)

**Art. 13 - 19:** Die Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen müssen auch für Radioveranstalter ohne Leistungsauftrag gelten. Mindestens aber *Art. 19 An Minderjährige gerichtete Werbung*.

### SRG (Art. 21 – 45)

**Art. 21:** Das SSM begrüsst die Präzisierung des Leistungsauftrages der SRG in Art. 21. Zu

**Art. 21 Abs.2** möchten wir bemerken, dass wir die gesetzliche Einschränkung, die SRG habe ihr publizistisches Angebot im Wesentlichen mit audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen zu erbringen, als nicht sinnvoll erachten. Service-public-Inhalte sollen in der jeweils am besten geeigneten Form aufbereitet werden, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Einschränkung von Textbeiträgen ist daher weder aus Nutzersicht noch publizistisch angebracht. Insbesondere, da gemäss BGeM, Online, Radio und Fernsehen als gleichwertige Verbreitungskanäle gelten.

**Art. 22 Abs. 3:** Bedeutet zusammen mit Art. 34 eine Neuorganisation des Auslandsauftrages der SRG. Die Information der im Ausland lebenden SchweizerInnen und die Förderung der Präsenz der Schweiz im Ausland werden vollständig voneinander getrennt – auch betreffend Finanzierung. Davon betroffen sind die zehnsprachige Plattform swissinfo.ch, die italienisch-





■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

sprachige Plattform tvsvizzera.it wie auch die Zusammenarbeit der SRG mit den europäischen Partnern 3sat und TV5 Monde. Um keine Arbeitsplätze zu gefährden und die Zusammenarbeit mit den europäischen Partnern nicht zu riskieren, fordert das SSM, dass die bisherige Regelung, Art. 24 Abs. 1 Bst. c und Art. 28 RTVG, unverändert ins BGeM übernommen wird und Art. 22 Abs. 3 sowie Art. 34 BGeM ersetzt.

**Art. 22 Abs. 4:** Der Artikel ist begrüssenswert, da er die Verantwortung der SRG als Produzentin kultureller Beiträge festhält. Gemäss Suisseculture<sup>2</sup> fehle hingegen ein Bekenntnis zur kritischen Rezeption und Auseinandersetzung mit Schweizer Kulturschaffenden im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung. Das SSM unterstützt als Mitglied von Suisseculture deren Forderung, Art. 22 Abs. 4 wie folgt anzupassen: „(...) und andere Produktionen an. **Sie trägt zu einer kritischen Rezeption und Auseinandersetzung mit dem Schweizer Kulturschaffen bei.**“

**Art. 25 Abs. 4:** Die Verpflichtung aus dem RTVG (Art. 24 Abs. 2) für die rätoromanische Schweiz mindestens ein Radioprogramm zu veranstalten entfällt. Das SSM fordert, dass der Inhalt von Art. 24 Abs. 2 RTVG in Art. 25 BGeM übernommen wird. Als absolutes Minimum fordern wir, dass die SRG für die rätoromanische Schweiz mindestens ein lineares Radioprogramm veranstalten muss.

**NEU Art. 25 Abs. 7:** Die Verpflichtung, die Programme der SRG überwiegend in den Sprachregionen zu produzieren, für welche sie bestimmt sind (Art. 27 RTVG), muss in Art. 25 BGeM integriert werden.

**NEU Art. 25 Abs. 8:** Zur Sicherstellung der dezentralen Programmproduktion verlangt das SSM Art. 25 sinngemäss folgenden Absatz hinzuzufügen: **„Die SRG produziert im Bereich Information in der deutschen Sprachregion die audiovisuellen Angebote schwergewichtig am Standort Zürich und die Audio-Angebote schwergewichtig am Standort Bern; in der französischen Sprachregion die audiovisuellen Angebote schwergewichtig am Standort Genf und die Audio-Angebote schwergewichtig am Standort Lausanne.“**

**Art. 27 Abs. 1:** Ziel muss eine optimale Finanzierung des Service public in einem immer kleineren Werbemarkt sein. Um dies zu garantieren, fordert das SSM, das Online-Werbeverbot nicht gesetzlich zu verankern und aus dem BGeM zu streichen. Art. 27 Abs. 2 gibt dem Bundesrat die Möglichkeit, die Werbung- und Sponsoring-Aktivitäten der SRG einzuschränken, sollten sie ein erträgliches Mass übersteigen. Art. 27 Abs. 1 muss daher wie folgt angepasst werden: **„In den Radioprogrammen ~~und in den nicht linearen Medienangeboten~~ der SRG ist Werbung verboten. Der Bundesrat kann (...).“**

**Art. 29:** Die Bestimmungen von Art. 29 sind dahingehend zu überprüfen, ob sie nicht langjährige Kooperationen der SRG, beispielsweise mit ARD & ORF (Tatort) gefährden und gegebenenfalls anzupassen. Ebenfalls sollte Art. 29 dahingehend ergänzt werden, dass die Unternehmen, mit denen die SRG kooperiert gleichwertige Arbeitsbedingungen einhalten müssen.

**Art. 30:** Da es sich hierbei um die Umsetzung eines parlamentarischen Beschlusses handelt, kann nicht darauf verzichtet werden. Das SSM möchte aber trotzdem betonen, dass wir dem

<sup>2</sup> Suisseculture ist der Dachverband der Organisationen der professionellen Kulturschaffenden der Schweiz und der schweizerischen Urheberrechtsgesellschaften. Das SSM ist Mitglied.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

„free shared content“ sehr kritisch gegenüber stehen. Wir bezweifeln, dass „free shared content“ im Sinne der inhaltlichen Vielfalt und Qualität ist. Wir gehen ausserdem davon aus, dass er für private Anbieter Anreiz bietet, weniger in Eigenproduktion und Personal zu investieren. Ausserdem stellt sich die Frage nach den erweiterten Nutzungsrechten der SRG an diesen Beiträgen und wie diese abgegolten werden müssen. Um die Wahrung der Urheber- und verwandter Schutzrechte der SRG Mitarbeitenden, insbesondere aber auch der Freischaffenden zu wahren, verlangt das SSM folgende Ergänzung von Art. 30 Abs. 2: **„Diese Beiträge sind zu angemessenen, transparenten und gleichwertigen Bedingungen unter Respektierung der Rechte Dritter gemäss Urheberrechtsgesetz zur Verfügung zu stellen. Zur Abgeltung der Rechte der Angestellten muss die SRG eine angepasste sozialpartnerschaftliche Lösung finden.“**

**Art. 34 Abs. 1:** (siehe auch Art. 22 Abs. 3) Bedeutet zusammen mit Art. 22 Abs.3 eine Neuorganisation des Auslandauftrages der SRG. Die Information der im Ausland lebenden SchweizerInnen und die Förderung der Präsenz der Schweiz im Ausland werden vollständig voneinander getrennt – auch betreffend Finanzierung. Davon betroffen sind die zehnsprachige Plattform swissinfo.ch, die italienischsprachige Plattform tvsvizzera.it wie auch die Zusammenarbeit der SRG mit den europäischen Partnern 3sat und TV5 Monde. Art. 34 Abs. 1 enthält eine „kann-Formulierung“. Es ist folglich ungewiss, ob eine solche Vereinbarung zustande kommt, und wenn ja, ob sie erneuert wird. Dies bedeutet eine nicht unerhebliche Planungsunsicherheit und bedroht zahlreiche Arbeitsplätze. Um keine Arbeitsplätze zu gefährden und die Zusammenarbeit mit den europäischen Partnern nicht zu riskieren, fordert das SSM, dass die bisherige Regelung, Art. 24 Abs. 1 Bst. c und Art. 28 RTVG, unverändert ins BGeM übernommen wird und Art. 22 Abs. 3 sowie Art. 34 BGeM ersetzt.

**Art. 35 Abs. 1 Bst. a:** Verglichen mit der Formulierung aus dem RTVG (Art. 31 Abs.1 Bst. a) wird der SRG die Autonomie abgesprochen. Das SSM fordert, dass die Formulierung aus dem RTVG unverändert ins BGeM übernommen wird: **„(...) ihre Autonomie und Unabhängigkeit vom Staat und von einzelnen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Gruppierungen gewährleistet sind; (...)“**

**Art. 37:** Im Sinne der Staatsferne begrüsst das SSM, dass der Bundesrat künftig keine Mitglieder mehr in den Verwaltungsrat der SRG wählen kann.

**Art. 38 Abs. 1:** Wir gehen davon aus, dass die Änderung in diesem Artikel unbeabsichtigt ist bzw. es sich um einen Fehler handelt. Nichtsdestotrotz weisen wir darauf hin, dass die Formulierung wie folgt angepasst werden muss: **„Die SRG finanziert sich zur Hauptsache aus dem Ertrag der Abgabe für elektronische Medien (8. Titel). Weitere Einnahmequellen stehen ihr offen, soweit dieses Gesetz, die darauf gestützten Verordnungsbestimmungen und die Konzession oder das einschlägige internationale Recht keine Einschränkungen vorsehen. ~~richten sich nach diesem Gesetz, der Verordnung und der Konzession~~“**

**Art. 38 Abs. 2:** Im Sinne der nachhaltigen und optimalen Finanzierung des umfassenden Leistungsauftrages der SRG, verlangen wir entweder die Streichung von Art. 38. Abs. 2 oder folgende Ergänzung: **„Der Gesamtbetrag der Finanzmittel zur Erfüllung des Leistungsauftrages bleibt sich gleich.“**

**Art. 39:** Der Artikel zur Verwendung der finanziellen Mittel hält für die SRG viele Neuerungen bereit. In Kombination mit den neuen Bestimmungen aus Art. 21, Art. 27, Art. 28, Art. 29 und Art. 38 stellt sich die Frage, ob die in Art. 35. Abs.1 festgeschriebene (Autonomie und) Un-



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

abhängigkeit noch gewährleistet ist, oder ob im Hinblick auf die Unabhängigkeit nicht einzelne der Bestimmungen gestrichen werden müssten.

**Art. 41 - Art. 43:** Das SSM begrüsst die stärkere Rechenschaftspflicht der SRG gegenüber der Öffentlichkeit wie auch der Aufsichtsbehörde. Auch die regelmässige Überprüfung der Erfüllung des Leistungsauftrages begrüssen wir. Trotzdem erlauben wir uns den generellen Hinweis, dass eine Vergrösserung der Pflichten ab einem gewissen Mass auch eine Erhöhung des Finanzbedarfs nach sich zieht. Andernfalls ist die gleichbleibende Qualität der verlangten Produkte nicht unbedingt garantiert.

#### Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung (Art. 46 – 61)

**Art. 46 – 49:** Im Gegensatz zur heutigen Regelung gemäss RTVG wird es nach BGeM keine flächendeckenden Versorgungsgebiete für die lokale bzw. regionale Versorgung mit Service public-Inhalten mehr geben. Eine weitere Neuerung ist, dass nur Medienanbieterinnen, die einen Anteil aus der Haushaltsabgabe erhalten, einen Leistungsauftrag zu erfüllen haben. Die Konzessionen aus dem RTVG werden abgeschafft. **Das SSM unterstützt diese Systemänderung und die damit verbundene Deregulierung nicht.** Wir befürchten, dass die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Service-public-Inhalten gefährdet ist. Wir sprechen uns dafür aus, das bewährte Zwei-Ebenen-System des audiovisuellen Service public in der Schweiz (mit der SRG als nationaler und sprachregionaler Anbieterin und regionalen bzw. lokalen Anbieterinnen) ins BGeM zu überführen.

Wir erwarten, dass der Bundesrat bzw. die KOMEM Massnahmen ergreifen wird, sollte gewissen Regionen oder Bevölkerungsgruppen eine Unterversorgung drohen. Wir verlangen, das BGeM um einen entsprechenden Paragraphen zu ergänzen. Das SSM begrüsst folgende Neuerungen: die Förderung nur auf Antrag und der Förderbetrag abhängig vom Betriebsaufwand flexibel ausgestaltet werden kann.

**Art. 46 Abs. 1 Bst. b:** Das SSM lehnt die Haltung ab, wonach (auch) im privaten elektronischen Bereich nur Medienangebote mit Geld aus der Haushaltsabgabe unterstützt werden können, die im Wesentlichen mit Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen erbracht werden. Das SSM unterstützt die, auf klaren Kriterien beruhende, inhaltliche Medienförderung im elektronischen Bereich, ohne die Form der erbrachten Leistung einzuschränken. Die Beschränkung der Förderung im Onlinebereich auf Audio- und Videobeiträge ist weder im Sinne der NutzerInnen noch trägt sie etwas zur Lösung der Finanzierungskrise im Schweizer Journalismus bei. Im Gegenteil, das SSM ist überzeugt, dass diese „Video- und Podcast“-Förderung Fehlanreize schafft und verlangt daher Art.46 Abs.1 Bst. b zu streichen und **Art. 46 Abs. 1** wie folgt anzupassen: *„Die KOMEM fördert **elektronische** Medienangebote, die sich publizistisch auf den lokalen, regionalen oder sprachregionalen Raum beziehen und die: a. einen besonderen Beitrag zur demokratischen Meinungs- und Willensbildung, zur kulturellen Teilhabe und zur gesellschaftlichen Integration leisten.“*

**Art. 46 Abs. 4:** Das SSM unterstützt die explizite Erwähnung unterschiedlicher Arten von Medienangeboten, welche potentiell Anrecht auf Unterstützung haben (regionale Informationsleistungen, Angebote für bestimmte Bevölkerungsgruppen, partizipative Medienangebote). Allerdings verlangen wir eine Präzisierung, ob eine Anbieterin gleichzeitig mehrere Leistungsvereinbarungen aus unterschiedlichen Bereichen abschliessen kann, oder ob sie jeweils nur eine Leistungsvereinbarung für einen Bereich abschliessen kann.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

**Art. 47 Abs. 1:** Im vergleichbaren Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG ist zusätzlich ein Beitrag zur „**Entfaltung des kulturellen Lebens**“ festgeschrieben. Das SSM verlangt, dass diese Formulierung in Art. 47 Abs.1 übernommen wird.

**Art. 50:** Die Aufzählung von Voraussetzungen für den Abschluss einer Leistungsvereinbarung begrüßen wir. Im Bereich der Arbeitsbedingungen hat verglichen mit dem RTVG (Art.44 Abs.1 Bst. d) allerdings eine Verschlechterung stattgefunden. Angesichts der oftmals prekären Arbeitsverhältnisse in der elektronischen Medienbranche können wir das nicht akzeptieren und verlangen, **dass Art. 50 Bst. e** wie folgt geändert wird: „**Gewähr bietet, dass er die arbeitsrechtlichen Vorschriften, die sozialpartnerschaftlich ausgehandelten Arbeitsbedingungen der Branche und das anwendbare Recht einhält;**“ Folgende weiteren Ergänzungen von Art. 50 schlagen wir ausserdem vor:

**NEU „Art. 50 Bst. i:** „**namentlich die mit der Leistungsvereinbarung verbundenen Pflichten und Auflagen einhält;**

**NEU Art. 50 Bst. j:** „**die redaktionelle Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten trennt**

**NEU Art. 50 Bst. k:** **und sich auf die Einhaltung der Regeln des Presserates verpflichtet.“**

**Art. 53 Abs. 1 Bst. a:** Angelehnt an die Regelung aus RTVG Art. 38 Abs. 4 Bst. b verlangt das SSM folgende Änderung: „das Medienangebot in quantitativer und qualitativer Hinsicht, **insbesondere die dafür benötigten betrieblichen Ressourcen wie Anzahl Vollzeitstellen, Verhältnis ausgebildete Mitarbeitende zu nicht ausgebildeten Mitarbeitenden und Mitarbeitenden in Ausbildung;**“

**Art. 53 Abs. 2:** Leistungsvereinbarungen sollen nur noch für fünf Jahre abgeschlossen werden, eine einmalige Verlängerung ist möglich. Anschliessend muss sich die Medienanbieterin wieder neu um eine Leistungsvereinbarung bewerben. Fünf Jahre gewähren keine Planungssicherheit und sind aus betrieblicher Sicht zu kurz. Das SSM lehnt diese Änderung ab.

**Art. 57 - Art. 61:** Das SSM begrüsst die ausgebauten Rechenschafts- und Berichterstattungspflichten wie auch die Bestimmungen zur Überprüfung des Leistungsauftrages, der Finanzaufsicht und Massnahmen bei Pflichtverletzungen.

**Art. 59 Abs. 1:** Folgende Ergänzung schlägt das SSM vor: „**Die KOMEM überprüft regelmässig, ob die Medienanbieterinnen die vereinbarten Leistungen und Angebote zu den vereinbarten Bedingungen erbringen und sich an die gesetzlichen Bestimmungen halten. Sie kann bei Bedarf Dritte beiziehen.**“

#### Übertragung von Medienangeboten (Art. 62 – 70)

**Art. 64 Abs. 1:** Das SSM begrüsst die Verpflichtung zur unveränderten und vollständigen Verbreitung linearer Medienangebote der SRG und privater Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung. Damit garantiert ist, dass die Service public-Inhalte bei den NutzerInnen ankommen, schlagen wir folgende Erweiterung vor: „**Fernmeldediensteanbieterinnen, die lineare Medienangebote bündeln, müssen die linearen Medienangebote, die Gegenstand der Konzession der SRG oder einer Leistungsvereinbarung sind, unverändert und vollständig bis zum Endgerät des Konsumenten verbreiten; sie dürfen dafür von der Medienanbieterin kein Entgelt verlangen.**“



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

**Art. 64 Abs. 2 Bst. b:** Unklar ist, ob HbbTV (und künftige Innovationen, die in diese Richtung gehen) zu den technisch gekoppelten Diensten gehört und deshalb verbreitet werden muss, wenn vom Bundesrat beschlossen. Aus Nutzersicht wäre dies zu begrüßen. Das SSM fordert, dies an geeigneter Stelle im Gesetz zu präzisieren.

**NEU Art. 66 Abs. 5:** Das SSM setzt sich dafür ein, dass die Regelung aus RTVG Art.62 sinngemäss ins BGeM übernommen wird und schlägt folgenden neuen Artikel vor: „**Der Bundesrat kann bestimmen, dass die Fernmeldediensteanbieterinnen, die nach Art. 64 Abs. 1 und 2 zu übertragenden Programme auf bevorzugten Kanalplätzen verbreiten.**“

#### Indirekte Medienförderung (Art. 71 – 75)

**Art. 71 – 74:** Wie bereits ausgeführt begrüsst und unterstützt das SSM die vorgeschlagenen Massnahmen zur indirekten Medienförderung. Allerdings ist es gerade in diesem Bereich nahezu unmöglich, zwischen Leistungen für elektronische und Leistungen für andere Medien zu unterscheiden. Im Sinne des Titels der Art. 71 – 75, welcher indirekte Medienförderung lautet, schlagen wir vor, dass die Massnahmen der gesamten Branche zu Gute kommen sollen und auf die Differenzierung zwischen elektronischen und anderen Medien verzichtet wird. Da die indirekte Medienförderung somit der gesamten Branche dient, wird indirekt auch der Vorwurf des Verbands Schweizer Medien entkräftet, dass die Presse mit dem BGeM geschwächt werde.

**Art. 71:** Die Unterstützung der Aus- und Weiterbildung mit Mitteln aus der Haushaltsabgabe ist notwendig, um sicherzustellen, dass Medienanbieterinnen gut qualifiziertes Personal zur Verfügung steht. Die vorgeschlagenen Kann-Formulierungen sind aus Sicht des SSM allerdings suboptimal, da sie einerseits nicht stark genug sind und andererseits so eng gefasst sind, dass wichtige Aus- und Weiterbildungsangebote von einer möglichen finanziellen Unterstützung ausgeschlossen werden. Wir schlagen daher folgende Änderung von **Art.71 Abs. 1** vor: „**Die KOMEM kann unterstützt die Aus- und Weiterbildung im Bereich des professionellen Journalismus und der partizipativen Medienangebote finanziell unterstützen.**“ Der Begriff des „professionellen Journalismus“ bedarf ausserdem einer Präzisierung. Wir sind der Meinung, dass er eine Vielfalt von Berufen/Tätigkeiten im Medienbereich umfasst und sich nicht ausschliesslich auf JournalistInnen bezieht. Wir verstehen ihn als sehr weit gefasst - Kameraleute, RegisseurInnen, CutterInnen etc. miteinbeziehend - eher im Sinne von praktisch tätigen Medienschaffenden (in Abgrenzung zu wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Journalismus).

**Art. 71 Abs. 2:** Neben der Unterstützung etablierter Aus- und Weiterbildungsinstitutionen sollte auch eine Förderung von Bildungsangeboten ermöglicht werden, die von journalistischen Initiativen ausgehen. Ausserdem ist es gerade im Ausbildungsbereich kaum möglich und überhaupt nicht sinnvoll zwischen Medienschaffenden der elektronischen Medien und anderen Medienschaffenden zu unterscheiden. Wir schlagen daher vor, **Art. 71 Abs. 2** wie folgt anzupassen: „**Förderbeiträge werden auf Gesuch hin an Aus- und Weiterbildungsinstitutionen und journalismusnahe Organisationen ausgerichtet, deren Kursangebot sich auch an Medienschaffende elektronischer Medien richtet.**“

**Art. 72:** Das SSM begrüsst und unterstützt diesen Artikel ausdrücklich.

**Art. 73:** Auch diesen Artikel begrüsst das SSM ausdrücklich. Allerdings möchten wir anmerken, dass angesichts der veränderten Faktenlage, eine Förderung nur dann oder nur für ei-



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

nen Bereich zulässig ist, der nicht-gewinnorientiert ist. Ausserdem muss von einer geförder-ten Agentur zwingend ein Basisdienst in allen drei Amtssprachen erbracht werden.

**Art. 73 Abs. 2:** Auch in diesem Kontext macht der Begriff „elektronisch“ keinen Sinn. Das SSM schlägt folgende Änderung vor: *„Förderbeiträge werden auf Gesuch hin an nicht ge-winnorientierte Organisationen ausgerichtet, deren Tätigkeit **auch** in der Grundversorgung elektronischer Medien mit Informationen besteht.“*

**Art. 74:** Die Unterstützung innovativer IT-Lösungen wird vom SSM ebenfalls unterstützt. Wir regen an, darüber nachzudenken, ob die nachhaltige Sicherung einer digitalen Infrastruktur im digitalen Zeitalter nicht zur Grundversorgung gehören muss. Das hiesse, die langfristige Finanzierung als Service public-Aufgabe zu sichern. Im Prinzip ist die Förderung einer sol-chen digitalen Infrastruktur nichts anderes als die Überführung der Distributionsförderung via Posttaxenverbilligung ins digitale Zeitalter.

Weiter möchten wir anregen, dass entweder ein weiterer Artikel hinzugefügt wird, der Begriff der „digitalen Infrastruktur“ breit definiert oder die Formulierung dahingehend angepasst wird, dass auch nicht-gewinnorientierte journalistische Service-Plattformen, wie *oeffentlichkeitsge-setz.ch*, *investigativ.ch* oder *lobbywatch.ch*, auf Antrag Unterstützung erhalten können. Be-dingung muss selbstverständlich sein, dass sie nicht-gewinnorientiert sind, der Erweiterung bzw. Erhaltung der publizistischen Vielfalt und Qualität dienen und diskriminierungsfreien Zugang bieten.

Förderungswürdige Projekte dürfen nicht gewinnorientiert arbeiten und müssen die Erhaltung bzw. Erweiterung der publizistischen Vielfalt zum Ziel haben, sie müssen ein klares Be-kenntnis zu hochstehenden Qualitätsstandards abgeben und allen seriösen Medienanbiete-rinnen (dafür sind Kriterien zu formulieren, auch hier bietet sich allerdings das Bekenntnis zu den Regeln des Presserat als ein Qualitätsmerkmal an) offen stehen.

14

#### Medienforschung und Statistik (Art. 76)

**Art. 76:** Das SSM begrüsst, dass auch künftig wissenschaftliche Forschungsprojekte unter-stützt werden. Wir bedauern ausserordentlich, dass es nicht mehr vorgesehen ist, die Nut-zungsforschung aus der Haushaltsabgabe zu finanzieren. Gerade die kleineren regionalen und lokalen privaten Veranstalter werden sich kaum eine Preiserhöhung für die Forschungs-ergebnisse leisten können. Ausserdem ist zu bedenken, dass eine unabhängige Nutzungs-forschung Transparenz über die Reichweite schafft und damit indirekt Aussagen über die Akzeptanz von Service public-Angeboten ermöglicht. Im Interesse der gesamten elektroni-schen Medienbranche, insbesondere aber im Interesse der privaten Veranstalter verlangen wir, dass die Regelungen zur Nutzungsforschung aus dem RTVG (Art. 78 - 81 RTVG) sinn-gemäss ins BGeM übernommen werden.

#### Abgabe für elektronische Medien (Art. 77 – 91)

**Art. 77 Abs. 4:** Nicht verwendete Abgabenteile sollen in der Bundesbilanz ausgewiesen werden. Das SSM verlangt, diesen Artikel dahingehend zu ergänzen, dass nicht verwendete Abgabenteile beispielsweise in einen Fonds zur Medienförderung fliessen. Es muss zwin-gend eine gesetzliche Grundlage geschaffen werden, um nicht verwendete Abgabenteile ihrem Bestimmungszweck (medialer Service public) zuzuführen (ähnlich Art. 109a RTVG).

**Art. 78:** Hierbei geht es um den Verwendungszweck und die Höhe der Abgabe für ebendie-se. Wie bereits erwähnt, erachten wir es als unbedingt notwendig, dass die Stiftung für Nut-



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

zung auch weiterhin mit Gebührengeldern unterstützt wird. Art. 78 ist entsprechend zu ergänzen. Auch fordern wir, dass die Finanzierung des Leistungsauftrages der SRG auch bei sinkenden kommerziellen Einnahmen garantiert ist, und dass der Entwicklung der Teuerung Rechnung getragen wird. Art. 78 Abs. 2 ist entsprechend zu ergänzen. Sollte ausserdem der Anteil an den Gebühren für die Unterstützung von privaten Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung erhöht werden, muss garantiert sein, dass die Mittel der SRG nicht gekürzt werden. Um dies zu gewährleisten, darf die Haushaltsabgabe in den kommenden Jahren nicht weiter gesenkt werden.

**NEU Art. 78 Abs. 1 Bst. e:** Die Nutzungsforschung muss als Verwendungszweck aufgelistet werden. Art. 78 ist um einen zusätzlichen Absatz mit der Aussage „**die Unterstützung der Stiftung für Nutzungsforschung**“ zu ergänzen.

**NEU Art. 78 Abs. 2:** „Der Anteil für den Zweck nach Absatz 1 Buchstabe a kompensiert sinkende kommerzielle Einnahmen und trägt der Teuerungsentwicklung Rechnung. Der Anteil für den Zweck nach Absatz 1 Buchstabe b beträgt maximal 6 Prozent des Gesamtertrags und nach Absatz 1 Buchstabe c maximal 2 Prozent.“

#### Kommission für elektronische Medien (Art. 92 – 96)

Das SSM unterstützt und befürwortet die Schaffung einer unabhängigen, weisungsungebundenen ExpertInnenkommission. Für das SSM ist es auch denkbar, dass sich die Regulierungsbehörde in Zukunft nebst der Branche der elektronischen Medien auch für die Regulierung der Telekommunikation verantwortlich zeichnet.

**Art. 92:** Die KOMEM erhält viele Aufgaben und Kompetenzen. Es muss daher zwingend gewährleistet sein, dass die KOMEM mit ausgewiesenen Fachleuten besetzt wird, die frei von Interessenbindungen sind. Die Anforderungen an die Kompetenzen der Mitglieder sollten ausserdem zumindest minimal definiert werden. Die Wahl der Mitglieder durch den Bundesrat ist zwingend beizubehalten. Da der Bundesrat eine Konkordanzbehörde ist, wird dadurch eine einseitige Besetzung der Kommission verhindert.

Angesichts des grossen Wirkungsbereiches und der Machtfülle dieser Kommission ist der gesetzliche Rahmen in Bezug auf die Auswahl der Mitglieder bzw. ihrer Unabhängigkeit klarer abzustecken. Wir fordern, dass nicht nur Mitglieder von Organen und Angestellte von Medien mit einer Leistungsvereinbarung und der SRG als Kommissionsmitglieder ausgeschlossen werden, sondern auch Mitglieder von Organen und Angestellte anderer privater Medienunternehmen. **Art. 92 Abs. 3 ist entsprechend zu ergänzen.**

Wichtig erscheint uns ausserdem, dass bei der Besetzung der Kommission auch Fachwissen aus dem Kulturbereich vorhanden ist und auf eine angemessene Vertretung der Geschlechter geachtet wird. Zu den verlangten exzellenten Branchenkenntnissen der Kommissionsmitglieder muss ausserdem auch explizites Fachwissen zu den Arbeitsbedingungen gehören, da die Qualitätssicherung in der Branche unmittelbar mit den Arbeitsbedingungen zusammenhängt.

**Art. 93:** Wir empfehlen auch die **Pflichten** der KOMEM im Gesetz festzuschreiben und **Art. 93** entsprechend zu ergänzen.

**Art. 93 Abs. 1:** Die KOMEM erhält viele Aufgaben und Kompetenzen. Sie übernimmt Aufgaben vom Bakom/UEVEK (Beurteilung von Gesuchen, Vergabe von Leistungsaufträgen, Aufsicht – alles innerhalb klarer gesetzlicher Kriterien) und mit der Erteilung der SRG-Konzession auch eine Aufgabe, die bisher dem Bundesrat oblag. Als weitere Aufgabe für die



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

KOMEM ist „**die Sicherung der Qualität bzw. des Service public im Medienbereich**“ in **Art. 93 Abs. 1 aufzunehmen**. Die Kommission muss die Kompetenz erhalten, dem Bundesrat Massnahmen vorzuschlagen, wenn sie die Versorgung der Bevölkerung als gefährdet beurteilt.

**Art. 93 Abs. 2:** Im Sinne der Transparenz muss die Kommission die Politik und die Öffentlichkeit regelmässig über ihre Tätigkeiten informieren. Entscheide müssen transparent gemacht werden, so dass sie für die Öffentlichkeit nachvollziehbar werden. **Art. 93. Abs. 2** ist entsprechend zu ergänzen.

**Art. 94:** Dieser Artikel ist fundamental und verdeutlicht den grossen Vorteil, den die KOMEM gegenüber einem Bundesamt hat - sie ist nicht weisungsgebunden. Um diesem Artikel gerecht zu werden, ist es allerdings notwendig, dass noch einmal genau überprüft wird, welche Aufgaben beim Bundesrat verbleiben und welche neu der KOMEM übertragen werden. Wenn der Bundesrat beispielsweise relativ detailliert bestimmt, wieviel Geld die SRG für Kooperationen, für Informationssendungen, für Unterhaltung und Sport aufzuwenden hat, stellt sich die Frage, ob die KOMEM als Konzessionierungsbehörde noch weisungsungebunden ist.

#### Aufsicht und Rechtsschutz (Art. 97 – 118)

**Art. 102:** Das SSM begrüsst die neue Regelung wonach die Aufsichtsbehörde die Öffentlichkeit über ihre Tätigkeit zu informieren hat.

Abschliessend möchten wir noch einmal betonen, dass wir das Vorhaben, das aktuelle Radio- und Fernsehgesetz durch ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien zu ersetzen und den digitalen Begebenheiten anzupassen unterstützen. Wir sind überzeugt, dass unsere Vorschläge zur Stärkung des medialen Service public und damit auch zu einer starken Schweizer Medienlandschaft beitragen.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen und bitten auch um Berücksichtigung des ausgefüllten Fragebogens.

Freundliche Grüsse

Schweizer Syndikat Medienschaffender

Ruedi Bruderer  
Präsident  
Schweizer Syndikat Medienschaffender

Melanie Berner  
Verantwortliche Fachsekretärin Medienpolitik  
Schweizer Syndikat Medienschaffender