

Zeitschrift: Thema-Bulletin = Bulletin thématique / Forum Helveticum
Herausgeber: Forum Helveticum
Band: 4 (2003)

Rubrik: Sozialpartner = Partenaires sociaux

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Sozialpartner

Partenaires sociaux

FÜR EINE MARKTNAHE REGELUNG DER VERBREITUNG IM RADIO- UND FERNSEHGESETZ

René Buholzer

Für die Schweiz ist es im internationalen Wettbewerb entscheidend, durch ein technisch und inhaltlich hoch stehendes Angebot an Informations- und Kommunikationstechnologien die Attraktivität und Zukunftsorientierung des Wirtschaftsstandortes zu sichern. An diesem Ziel hat sich auch die Medienpolitik zu orientieren. Die durch den technischen Fortschritt möglich werdende generelle digitale Übertragung von Ton und bewegten Bildern verstärkt den Trend zur Konvergenz. Radio- und Fernsehübertragungen treten damit in Konkurrenz zu anderen Datenübertragungen in der Informationsgesellschaft. Medienpolitik, einst mit kultur- und integrationspolitischen Zielen auf das Engste verknüpft, wird dadurch immer mehr zur Wirtschafts- und Standortpolitik.

Abbau der staatlichen Eingriffe

Vom umfassenden Gestaltungsanspruch des Staates, welcher das heutige Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) prägt, muss Abschied genommen werden. Die Chance, dem freien Spiel der Marktkräfte mehr Entfaltungsspielraum zu geben, ist aber im Entwurf zum RTVG nur halbherzig genutzt worden. Das angestrebte konsequente duale System konnte nicht verwirklicht werden. Das mit diesem politischen Entscheid einhergehende Gebührensplitting rechtfertigt weitere Sonderregelungen, anstelle diese abzubauen und die Medienordnung wenn immer möglich in die allgemeine Wirtschaftsordnung einzubauen. Es ist grundsätzlich nicht einzusehen, weshalb Radio und Fernsehen mehr reguliert werden sollten als etwa die Presse. Medienpolitische Massnahmen müssten sich grundsätzlich auf die Rahmenbedingungen konzentrieren.

Anerkennung der Klammerfunktion des Service public

Auf jeden Fall bedürfen staatliche Eingriffe in den Markt einer besonderen Begründung. Zu diesem Zweck wird normalerweise implizit oder explizit das Konzept der meritorischen Güter bemüht. Es wird argumentiert, dass vom Konsum von Radio und Fernsehen positive gesellschaftliche Effekte ausgehen. Die Bevölkerung werde durch den Genuss dieser Medien besser poli-

tisch informiert oder durch kulturell hochwertige Sendungen sowie durch Bildungsprogramme mit grösseren Kompetenzen ausgestattet. Dabei wird unterstellt, dass die Zuschauer den wahren Nutzen, den sie durch den Konsum von Radio und Fernsehen erzielen können, nicht erkennen und sie daher zu wenig hiervon erwerben. Es wird also davon ausgegangen, dass zentrale (politische) Stellen besser als die Bürger selbst wissen, was gut für sie ist.

Die laufende Diskussion um das RTVG zeigt, dass in unserer Gesellschaft diese paternalistische Haltung im Bereich der Medienpolitik weitgehend akzeptiert ist. Der Medienlandschaft wird in unserem direktdemokratischen Land mit vier Sprachen und Kulturen in der politischen und kulturellen Willensbildung eine besondere Rolle attestiert. Zudem stellt die gleichmässige Versorgung mit Rundfunkprogrammen für alle Regionen der Schweiz eine besondere Schwierigkeit dar, da die in Sprachregionen aufgeteilte Schweiz über ausgesprochen kleine eigene Rundfunkmärkte verfügt und zudem einer starken Konkurrenz ausländischer Programme ausgesetzt ist.

Limitierung der Service public-Programme – Senkung der Zwangsgebühren

Obwohl diese Argumentation in dieser Generalität nicht haltbar ist, anerkennt *economiesuisse*, dass die multikulturelle Willensnation Schweiz ein staatspolitisches Interesse haben kann, gewisse Inhalte im Rundfunkbereich mit öffentlichen Mitteln zu unterstützen. Dabei ist die Übertragung der Pflicht zur Erbringung des Service public an eine Gesellschaft, die SRG SSR *idée suisse*, ein gangbarer Weg, da – im Gegensatz zu anderen Bereichen des Service public – die Formulierung detaillierter und quantifizierbarer Leistungsaufträge für einzelne Sendungen im Rundfunkbereich in der Praxis nur beschränkt möglich ist. Mit der verfassungsmässig garantierten Staatsunabhängigkeit von Radio und Fernsehen sind gestalterische Freiräume verbunden, welche eine Definition des Service public-Mandates kaum justiziabel machen. Solange allerdings ein Unternehmen wie die SRG mit Zwangsgebühren alimentiert wird und damit ein grosses Privileg geniesst, ist gesetzlich festzulegen, zu welchen Bedingungen und für welche Gegenleistungen die Sonderfinanzierung gilt. Diese Vorgaben müssen dann auch wirksam kontrolliert werden. Die SRG und ihre Unternehmenseinheiten müssen aber auch die Möglichkeit erhalten, sich von Gebühren- respektive Subventionsempfängern zu Unternehmen zu wandeln, welche nicht nur kostenorientiert, sondern unternehmerisch d.h. ertragsorientiert handeln.

Ein Ziel dieser unternehmerischen Ausrichtung der SRG muss eine Senkung der Zwangsgebühren sein. Die Unternehmenseinheiten müssen ihre Eigenwirtschaftlichkeit respektive ihren Selbstfinanzierungsgrad in allen Regionen markant erhöhen. Dazu bedarf es neben der Optimierung der Organisationsstruktur einer Reduzierung der heute mit Zwangsgebühren wesentlich mitfinanzierten Programme. economiesuisse ist überzeugt, dass deutlich weniger als die heutigen sechs Fernseh- und sechzehn Radioprogramme genügen, um die Grundversorgung sicherzustellen. Sie schlägt vor, die mit Gebühren mitfinanzierten SRG-Programme auf zwei Fernseh- und zwei Radioprogramme pro Sprachregion zu limitieren.

Infrastrukturwettbewerb ermöglichen

Die Anerkennung einer beschränkten Anzahl von Service public-Programmen (wobei auch private Veranstalter mit Gebührensplitting darunter fallen können) aufgrund ihres meritorischen Charakters hat Folgen für die Regelung der Verbreitung. So macht es wenig Sinn, Programme mit Zwangsabgaben zu produzieren, wenn nicht gleichzeitig ihre Verbreitung sichergestellt werden kann. Andererseits muss die Verbreitung so geregelt werden, dass sie den für die Entwicklung zur Informationsgesellschaft wichtigen Infrastrukturwettbewerb nicht behindert. Dies ist angesichts der bestehenden technischen und vom Vermarktungsmodell unterschiedlichen Verbreitungswege von Radio und Fernsehen eine beachtliche Herausforderung.

Die heute im Rahmen der Verbreitung von Radio- und TV-Programmen eingesetzten Technologien lassen sich grundsätzlich in zwei grosse Kategorien gliedern. Traditionell im Vordergrund steht auf Seiten der leitungsgebundenen Verbreitung das Koax-Kabel der Kabelnetzbetreiber sowie auf Seiten der nicht leitungsgebundenen Verbreitung die analog terrestrische Verbreitung, vornehmlich über die Sende-Infrastrukturen der Swisscom, wie auch die Verbreitung via Satellit. Während bei der nicht-leitungsgebundenen Verbreitung der Veranstalter für die Transportleistung bezahlt, entschädigt bei der leitungsgebundenen Verbreitung der Kunde den Infrastrukturbetreiber für den Transport.

Nicht zuletzt im Zuge der Digitalisierung und Konvergenz unterschiedlicher Übertragungstechnologien erwächst diesen bisher weitgehend getrennten Verbreitungsinfrastrukturen zunehmend Konkurrenz. Bis anhin in der Regel unifunktionale Netze werden mit hohem finanziellem Aufwand zu multifunk-

tionalen Netzen ausgebaut. Das traditionelle Kupfer-Kabel der Telekom-Welt wird damit auch zum Transportmedium für Radio- und Fernsehsignale, während über die Koax-Kabel der Kabelnetzunternehmen beispielsweise auch telefoniert werden kann. Aus volkswirtschaftlicher Sicht ist dieser zunehmende Wettbewerb der Infrastrukturen zu begrüßen. Er gewährleistet, dass der Standort Schweiz auch in Zukunft über (primär private) moderne, preiswerte und leistungsfähige Infrastrukturen verfügt.

Damit dieser Wettbewerb aber spielen kann, müssen die Anbieter der verschiedenen Übertragungsinfrastrukturen einen angemessenen Gewinn erwirtschaften und mit gleichlangen Spiessen agieren können. Die Regulierung der Verbreitung im RTVG muss deshalb technologieneutral sein und Anreize für Investitionen in die Modernisierung der Infrastruktur enthalten. Dementsprechend sind Verbreitungsleistungen grundsätzlich angemessen zu entschädigen. Ferner ist auch aus ökonomischer Sicht nicht einzusehen, wieso die Programmverbreitung durch die Infrastrukturbetreiber subventioniert werden sollte, ist diese doch kein öffentliches Gut. Vielmehr sollte der Grundsatz gelten, dass der Veranstalter frei in der Wahl seines Verbreitungswegs für sein Programm ist, aber umgekehrt der Netzbetreiber selbst entscheiden kann, welche Dienste er über seine Infrastruktur verbreiten möchte. Um die Verbreitung der Service public-Programme sicherzustellen, könnten deshalb Entschädigungen über Gebühren (wie bereits heute bei der nicht-leitungsgebundenen Verbreitung) oder allgemeine Steuermittel in Betracht gezogen werden. Bei der Zuteilung von knappen Ressourcen (z.B. Frequenzen) ist eine Ausnahmeregelung in dem Sinne denkbar, dass den Service public-Programmen eine gewisse Priorität eingeräumt wird. Ansonsten sollte der Markt möglichst frei spielen können.

Schlussbemerkungen

Eine Politik, die in erster Linie auf Subventionen und Strukturerhaltung setzt und den Infrastrukturwettbewerb behindert, wird langfristig nicht Erfolg haben. Sie ist dem Gedeihen einer innovationsfähigen Informations- und Wissensgesellschaft abträglich. Dem freien Spiel der Marktkräfte ist möglichst viel Entfaltungsspielraum zu gewähren. Staatliche Interventionen und Regulierungen sind denn auch nur aus zwei Gründen zu rechtfertigen: Entweder wenn knappe (Verbreitungs-)Ressourcen wie Frequenzen verteilt werden müssen oder wenn Service public-Aufgaben unter Nutzung von öffentlichen Ressourcen wahrzunehmen sind.

MEDIENPOLITIK ZWISCHEN WUNSCH UND WIRKLICHKEIT VON ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN IN BEGRENZTEN SPIELRÄUMEN

Wolf Ludwig

Das geltende Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) von 1991 ist überholt. Ein neues Gesetz muss den technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen Rechnung tragen. Der vom Bundesrat bei der Revision verfolgte Paradigmenwechsel zur Neuregulierung ist daher zu begrüßen. Im Geltungsbereich beschränkt sich die RTVG-Vorlage auf die Regelung von Programmen und ist technologieneutral formuliert. Das Internet ist demnach nur dann vom RTVG tangiert, wenn dort Programme im eigentlichen Sinn und eines schweizerischen Veranstalters angeboten werden.

Die Digitalisierung von Daten, die rasante Konvergenz von Rundfunk, Telekommunikation und Informatik sowie die zunehmende Europäisierung und Globalisierung insbesondere der elektronischen Medien stellen eine solche Gesetzesrevision vor besondere Herausforderungen. Gleichzeitig muss, in grösserem Zusammenhang, die Diskussion um die andauernde Revision der EU-Richtlinie «Fernsehen ohne Grenzen» berücksichtigt werden. Die RTVG-Vorlage aus dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) versucht all diesen komplexen Anforderungen an ein neues Gesetz in ausgewogener Weise gerecht zu werden. Dabei verlor das Bundesamt – im Gegensatz zu anderen Akteuren – die entscheidende Grunddeterminante nie aus den Augen: Die Besonderheit des kleinräumigen und obendrein stark segmentierten schweizerischen Medienmarktes.

Im wohlverstandenen staatspolitischen Interesse folgten die BAKOM-Verantwortlichen dabei der Arbeitsprämisse: «Änderungen, Neuerungen und Anpassungen wo möglich, Bestandssicherung des Service public wo nötig». Dabei trägt die Gesetzesvorlage sowohl der Ausgangslage wie den Perspektiven der elektronischen Medienlandschaft Schweiz Rechnung. Dazu gehört einerseits die Einsicht in die mit nationalen politischen Instrumenten heutzutage begrenzten Steuerungsmöglichkeiten der Medienpolitik. Als staatliche Steuerungsaufgabe wird im neuen Gesetz folgerichtig nicht mehr verstanden, den Rundfunkmarkt durchzugestalten, sondern vielmehr Aushandlungsprozesse und Spielregeln dafür festzulegen. Prozedurale Regelungen setzen, wie im Revisionsentwurf angestrebt, jedoch klare Grundentscheide und Rahmenordnungen voraus. Andererseits werden mit dem neuen Rundfunk- und Fern-

sehgesetzt überfällige Anpassungen an das seit den 90er Jahren auch in der Schweiz geltende duale System vollzogen.

Service public – Grundversorgung oder Lückenfüller

Dazu keineswegs im Widerspruch steht die weiterhin verfolgte Priorität für den Service public. Angesichts der in Sprachregionen aufgeteilten kleinräumigen Rundfunkmärkte und der starken Präsenz ausländischer Programme, kann ein medienpolitisches Gegengewicht nur durch einen starken Service public gesetzt werden. Denn auch ein duales System kann sich nur im Rahmen seiner landesspezifischen Ausgangslage und der gegebenen Parameter entwickeln und unterliegt im Vergleich zu flächenmässig grösseren Nachbarländern deutlichen Begrenzungen. Die unter solchen Voraussetzungen notwendige Konsequenz ist die auch im neuen Gesetz angestrebte Konzentration der beschränkten Kräfte auf einen noch absehbar konkurrenzfähigen Service public.

Dass private Programmanbieter und Rundfunkbetreiber bei der geschäftsmässigen Verfolgung ihrer Partikularinteressen seit Jahren über «ungleiche Spiesse» (Winkelried lässt grüssen) – sprich mangelnde Chancengleichheit im hiesigen dualen System – lamentieren, ist aus ihrer Sicht noch verständlich. Wenn jedoch auch Vertreter der bürgerlichen Parteien unisono meinen, «die SRG SSR idée suisse müsse sich auf solche Programmelemente beschränken, die von privaten Anbietern nicht erbracht werden könnten», dann bliebe der SRG als Institution des nationalen Service public kaum mehr als eine Lückenfüller-Funktion. Es ist daher schon erstaunlich, dass ausgerechnet die bürgerlichen Parteien beim Thema elektronische Medien jegliche staatspolitische Rationalität vermissen lassen.

Denn eine amputierte und auf Lücken-Programme reduzierte SRG – nach Einschätzung des ProSiebenSat1-Chefs Urs Rohner «im internationalen Vergleich ein Lokalsender» – hätte der ungleich grösseren TV-Konkurrenz aus dem angrenzenden Ausland nichts mehr entgegen zu setzen und wäre schon bald zur Bedeutungslosigkeit verurteilt. Selbst ein totales Werbeverbot für SF DRS, was selbst private Programmbetreiber nur klammheimlich zu wünschen wagen, würde ihnen nicht das erhoffte Werbeglück und die darüber reklamierten neuen Entwicklungschancen bescheren. Denn im Zeitalter grossräumiger bis globalisierter Märkte, folglich auch der Werbemärkte, bleibt das schöne Werbegeld nicht in der beschaulich engen Heimat. Es geht seinen Weg vielmehr ganz weltläufig dorthin, wo es massenhaft, zumindest überre-

gional die gewünschten Konsumadressaten findet. Die einzigen Gewinner eines solch absurden Szenarios wären damit die ausländischen Werbefenster (die heute bereits über 100 Millionen Franken abschöpfen). Konsequenz zu Ende gedacht bedeutet jede Stärkung des privaten Rundfunks zulasten der SRG den Ausverkauf einer medialen wie kulturellen *idée suisse*.

Ein düsteres Kapitel jüngster Schweizer Mediengeschichte hat diesen Unterschied zwischen Wunsch und Wirklichkeit in der Medienpolitik bereits nachhaltig verdeutlicht. Alle drei Ende der 90er Jahre lancierten, sprachregionalen privaten TV-Projekte von RTL/ProSieben über TELE24 bis TV3 sind binnen weniger Jahre gescheitert. Das Scheitern war jedoch weniger durch die «Schweizer Medienordnung» vorprogrammiert, wie die Verfechter heute noch behaupten, sondern vielmehr durch «geschönte Businesspläne» (Anton Schaller) und abwegige Aufwand-Ertrag-Kalkulationen – noch dazu bei gleichzeitiger Konkurrenz. Dabei kam die vom BAKOM in Auftrag gegebene Studie des renommierten Basler PROGNOS-Instituts schon im Oktober 1998 zum Schluss, «dass neue Voll- und Spartenprogramme in der Schweiz wirtschaftlich wenig Spielraum haben».

Spielräume und Rollen besser verteilt

Mit dem neuen Gesetz werden auf engstem Raum die Spielräume und Rollen besser geregelt und damit auch mehr Chancengleichheit im dualen System geschaffen. So z.B. durch einen erleichterten Marktzugang durch Vereinfachung von Konzessionen und Verfahren für private Anbieter, die Neuregelung des Zugangsrechts und der Verbreitungsressourcen. Die neue asymmetrische Finanzierungsregelung schafft klare Beschränkungen für die SRG im diesem Bereich und verbessert die Möglichkeiten für private Veranstalter, ihre Programme vermehrt über Werbung und Sponsoring zu finanzieren. Auch die liberalisierte Neuregelung der Unterbrecherwerbung kommt den privaten Veranstaltern, die nicht vom Gebührensplitting profitieren, entgegen. Denn letztlich werden die Zuschauerinnen und Zuschauer über kurz oder lang das Mass des Zumutbaren selbst bestimmen und ihren Überdruß durch Wegzappen zum Ausdruck bringen. Für den Service public müssen hier jedoch besondere Beschränkungen gelten.

Bei den Werbeverböten für Heilmittel, Tabakprodukte, alkoholische Getränke, politische und religiöse Werbung hätte sich die Mediengewerkschaft *comedia*

– im völligen Widerspruch zur versammelten Werbelobby – noch eine ergänzende Bestimmung gewünscht: Ein generelles Verbot von Werbung, die sich direkt und ausschliesslich an Kinder richtet. Denn die Schutz- und Präventions-erwägungen, die dem Alkohol- und Tabakverbot zugrunde liegen, müssen in besonderem Masse für Kinder gelten. Die geltenden Beschränkungen zum Kinderschutz sind in ihrer Konsequenz (Verbot von Werbeunterbrechungen bei Kindersendungen) zu halbherzig. Denn wie das Beispiel des französischen *Cartoon Networks*, einem AOL-Time Warner-Ableger, zeigt, ist Kinderwerbung nicht nur subtil und suggestiv, sondern schlimmstenfalls hemmungslos und perfide und sollte daher generell verboten werden. In derart sensiblen Bereichen kann man sich erfahrungsgemäss nicht auf die viel zitierte Selbstbeschränkung der Werbewirtschaft verlassen. Daher erscheint uns hier, wie in nordeuropäischen Ländern bereits üblich, die schützende Hand des Gesetzgebers nötig.

Neue Arbeitsteilung

Die beabsichtigte Neuregelung des Gebührensplittings ist überfällig, besonders der Verzicht auf das bisher praktizierte Gieskannenprinzip, was medienpolitisch mit der Defizitsubventionierung von regionalen Verlagsmonopolen zu kontraproduktiven bis absurden Resultaten führte. Unter den gegebenen Voraussetzungen ausgewogen scheint die neue Arbeitsteilung, wonach sich die überwiegend gebührenfinanzierte SRG als nationaler Service public-Veranstalter auf die sprachregionale Ebene beschränkt und den privaten Rundfunk-Veranstaltern künftig den regionalen und lokalen Bereich überlässt. Für einen Anteil am Gebührensplitting müssen die Privaten einen klar definierten Service public-Auftrag erbringen.

Als weitere Voraussetzung für eine öffentliche Subventionierung schlägt *comedia* ausserdem aus gewerkschaftlicher Sicht vor, dass nur jene Privatsender mit Gebührengeldern gefördert werden dürfen, die für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Anlehnung an bestehende Gesamtarbeitsverträge (GAV) bei Printmedien und SRG minimale Tarifstandards und akzeptable Arbeitsbedingungen (z. B. Ruhepausen, Freizeit- und Ferienregelungen) gewährleisten – wie das Peter Wanner bei einer Veranstaltung des Vereins «Qualität im Journalismus» im November 2002 in Bern versprach. Denn nach unserer Auffassung ist es nicht vertretbar, dass Missstände bei den Beschäftigungsbedingungen noch mit öffentlichen Mitteln begünstigt werden.

Verbindliche Qualitätssicherung

Damit Radio und Fernsehen und besonders der Service public ihre massenmediale Wirkung auf möglichst hohem Qualitätsniveau entfalten, sind die im Revisionsentwurf vorgeschlagenen Massnahmen zur Qualitätssicherung verbindlich und überprüfbar festzulegen. Der hohe Ausbildungsstandard der SRG sollte bei elektronischen Medien Vorbildfunktion beibehalten und weiterhin Massstäbe setzen. Die kontinuierliche Förderung von Aus- und Weiterbildungsangeboten von Programmschaffenden ist, wie die jüngste SRG-Nutzenbilanz belegt, eine unverzichtbare Voraussetzung für Qualitätssicherung – darüber jedenfalls besteht inzwischen, wie es scheint, breiter Konsens unter allen Beteiligten.

FÜR EIN WIRTSCHAFTLICH TRAGBARES MEDIENRECHT

Pierre Triponez

Die Totalrevision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) darf nicht dazu führen, dass die SRG SSR idée suisse ihren einseitigen Vorteil gegenüber privaten Anbietern im bisherigen Ausmass fortgeschrieben erhält. Bei der Behandlung der Vorlage ist ausserdem darauf zu achten, dass die Pressefreiheit nicht unnötig eingeschränkt wird und politische Fairness, Ausgewogenheit und die Bedürfnisse der Sprachregionen unseres Landes beachtet werden.

1. Stand der parlamentarischen Beratung

Die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats (KFV) hat im Januar eine erste Aussprache zur Botschaft über die Totalrevision des Radio- und Fernsehgesetzes geführt. Anlässlich einer weiteren Sitzung wurden im Februar Anhörungen durchgeführt und, nachdem ohne Gegenstimme Eintreten beschlossen worden war, nahm die Kommission Ende März die Detailberatungen auf.

Bisher sind in der vorberatenden Kommission folgende Entscheide gefällt geworden:

Werbeordnung und Sponsoring

Gänzlichliches Verbot für die Werbung von alkoholischen Getränken in Radio- und Fernsehprogrammen (Artikel 10). Der Bundesrat wollte unter gewissen Einschränkungen richtigerweise die Werbung für Wein und Bier zulassen. Zusätzlich hat die Kommission dem Bundesrat die Kompetenz erteilt, zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig zu erklären. Dies erachte ich als fragwürdig, weil damit unnötigerweise in der Schweiz engere Grenzen gezogen werden als im EU-Raum.

Den Artikel 11 über die Unterbrecherwerbung in Fernsehprogrammen beantragt die KFV mit knapper Mehrheit gänzlich zu streichen. Damit wären private Fernsehveranstalter frei, wie sie ihre Sendungen durch Werbungen unterbrechen wollen. Dieser Entscheid geht sinnvollerweise weiter als die EU-Richtlinie, die zur Unterbrecherwerbung Vorgaben macht. Deutlich sprach

sich die Kommission hingegen – und leider – für ein Verbot von Werbung und Sponsoring bei Radioprogrammen der SRG aus. Heilmittelwerbung und politische Werbung werden in Übereinstimmung mit dem Bundesrat weiterhin untersagt. Ein Verbot jeglicher politischer Werbung ist jedoch weder liberal noch zeitgemäss.

Gebührensplitting für Radio und Fernsehveranstalter mit Leistungsauftrag

Nach einer Grundsatzdiskussion, ob Veranstalter von lokalen und regionalen Programmen zur Erfüllung eines Service public-Auftrages einen Gebührenanteil erhalten sollen, beschloss die Kommission dem Gesetzesentwurf zu folgen und damit ein Splitting zu ermöglichen. Dies erscheint nicht sinnvoll, weil damit die Gefahr politischer Bevormundung der privaten Anbieter droht. Im Juni wird die Kommission die Detailberatungen fortführen.

2. Kritik aus Medienkreisen

Der Entwurf des Bundesrates ist aus Medienkreisen kritisch kommentiert worden. Insbesondere wird zu Recht befürchtet, dass der Entwurf für ein neues Radio- und Fernsehgesetz keine Verbesserung sondern eine Verschlechterung der Mediensituation zur Folge haben könnte und die publizistische Unabhängigkeit von Radio und Fernsehen gefährdet wird. Die SRG soll nämlich gemäss dem neuen Gesetz möglichst direkt dem Bundesrat unterstellt und die privaten Anbieter sollen durch dichte Reglementierungen und Subventionierung durch das Gebührensplitting eng an den Staat gebunden werden.

Auch Vertreter der SRG SSR idée suisse haben sich im April an die eidgenössischen Parlamentarierinnen und Parlamentarier gewandt, sich zur Vorlage geäußert und ihre Anliegen formuliert. Sie wünschen:

- ein schlankeres, die Grundsätze und Ziele betonendes Rahmengesetz,
- dass auch die Trägerschaftsgremien Publikumsrat und Programmkommissionen bei der Beachtung des Leistungs- und Programmauftrags mitwirken können,
- die Erhaltung der Meinungsvielfalt im Sendegebiet mittels regionaler Radio- und TV-Programme der SRG,

- die Begrenzung der Medienkosten für Konsumentinnen und Konsumenten und
- die Berücksichtigung der Rolle der Trägerschaften bei der Organisation der SRG.

3. Diskussion um den Service public

Dem Entwurf ist bisher in der öffentlichen Diskussion noch nicht die gleiche Aufmerksamkeit zugekommen wie bei der Diskussion um den Service public bei der Post. Zu Unrecht meine ich. Auch Radio und Fernsehen haben einen Service public-Auftrag zu erfüllen. Allerdings müsste der Leistungsauftrag an die SRG klar definiert werden und sich auf das Nötige beschränken. Einen inhaltlichen Leistungsauftrag des Bundesrats an die SRG sucht man in der Vorlage allerdings vergeblich. Für das restliche Radio- und Fernsehangebot müsste sodann als Grundregel einzig der freie Markt gelten und nicht das vorgeschlagene Gebührensplitting, mit einem bescheidenen Unterstützungsangebot aus den erhobenen Gebührengeldern für die privaten Radio- und Fernsehveranstalter. Die SRG dürfte auch kaum bereit sein, auf rund 40 Millionen Franken Gebührengelder zu verzichten, bei gleichzeitigem künftigen Sponsoringverbot.

4. Forderungen an ein liberales und wirtschaftlich tragbares Medienrecht

Die erhobenen Forderungen nach einem schlanken Gesetz, unter Beachtung des traditionell in der Schweiz hoch geachteten Grundrechts der Pressefreiheit, sind berechtigt. Ebenso die Forderung, keinen übertriebenen staatlichen Interventionismus zu betreiben und den staatlichen Kontrollapparat nicht aufzublähen. Es bedürfen aber nicht nur die Artikel über Werbung und Sponsoring der vertieften politischen Diskussion, sondern auch der Vorschlag zur Organisation des geplanten Beirats sowie die vorgesehene Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien.

Schliesslich stellt sich auch die Frage nach dem Programmangebot. Wie viele Radio- und Fernsehprogramme muss oder soll es künftig geben? Hier könnte man sich durchaus vorstellen, dass eine Reduktion der mit Zwangsgebühren wesentlich mitfinanzierten sechs Fernseh- und sechzehn Radioprogramme

möglich ist und dass zwei Fernseh- und zwei Radioprogramme pro Sprachregion genügen würden.

Weiter kann man sich fragen, wie die Medienvielfalt und das publizistische Angebot gewährleisten sind und einer Medienkonzentration entgegengewirkt werden kann. Dass dies nicht einfach zu beantworten ist, hat sich bei den Bemühungen um die Presseförderung gezeigt, ebenso beim vor kurzem abgeschlossenen Vernehmlassungsverfahren für eine neue Verfassungsbestimmung betreffend Medienpolitik.

Eigenartig muten auch die teilweise rigiden Verwaltungssanktionen an, wonach bei schweren Rechtsverletzungen Bussen gegen Veranstalter möglich sind, die einen Betrag bis zu zehn Prozent des in den letzten Geschäftsjahren durchschnittlich in der Schweiz erzielten Jahresumsatzes ausmachen können.

Schlussbemerkungen

Ob sich der Entwurf in der politischen Diskussion in der Bundesversammlung als korrekturbedürftig erweist und ob er sich, sofern das gefordert wird, korrigieren lässt, wird sich zeigen. Beides scheint möglich. Auf die Debatte darf man jedenfalls gespannt sein und es ist zu hoffen, dass der wirtschaftliche und unternehmerische Freiraum der Radio- und Fernsehanstalten, den sie zweifellos brauchen, mit den Anforderungen an den zu erbringenden Service public in Einklang gebracht werden kann.

Es dürfte sich allerdings als unabdingbar erweisen, die Diskussion darüber zu führen, ob nicht mit einem schlankeren Gesetz mehr Markt für die SRG und die privaten Radio- und Fernsehanbieter hergestellt werden müsste. Ob das Gebührensplitting sinnvoll ist, Sponsoring und Werbung nicht anders zu ordnen wären und wie unter Einbindung der regionalen und sprachlichen Besonderheiten unseres Landes vermieden werden kann, der SRG einen schwerfälligen Überbau anzuhängen und ihr trotzdem einen klar definierten Leistungsauftrag zu erteilen.