



21.3781

**Postulat Christ Katja.  
Strategie für eine zukunftsgerichtete  
Medienförderung jetzt aufgleisen****Postulat Christ Katja.  
Réfléchir dès aujourd'hui  
à la stratégie d'aide  
aux médias de demain**

## CHRONOLOGIE

NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 01.10.21

NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 03.03.22

**Christ Katja** (GL, BS): Ja, das Medienförderpaket ist an der Urne gescheitert. Scheitern ist aber nicht das Gegenteil von Erfolg, es ist ein Teil davon. Also müssen wir wieder aufstehen, die Krone richten und weitergehen. Denn Misserfolg ist einfach eine neue Gelegenheit, intelligenter von vorne zu beginnen. Das hat schon Henry Ford gesagt.

Was ist passiert? Wir haben zu lange beraten, das Paket war zu überladen, zu viele Interessen wurden eingebracht, und am Schluss war das ganze Paket dann zum Scheitern verurteilt. Aber die Gründe für das Nein müsste man genau anschauen. Die Gründe für das Nein waren natürlich vielfältig. Das Komitee hat transportiert, es gehe um ein Nein zu Staatsmedien, also darum, dass es keine Fördergelder vom Staat für Medien gebe. Das war aber nur ein Teil des Neins der Bevölkerung. Ein grosser Teil des Neins der Bevölkerung ist darauf zurückzuführen, dass es Geld für die Grossen gab, dass es Geld für veraltete Strukturen gab oder dass die Förderung einfach nicht unabhängig von Kanal und Geschäftsmodell war. Es gab also ganz, ganz viele Gründe und unterschiedliche Gründe für das Nein der Bevölkerung.

Aber der grosse Teil der Bevölkerung unterstützt grundsätzlich die Feststellung, dass wir Medien brauchen, die unabhängig sind, die vielfältig sind und in allen Regionen zur Verfügung stehen. Es gibt – ich glaube, das ist nicht bestritten – ein Marktversagen in der heutigen Zeit des Internets. Die Medien brauchen unsere Unterstützung, und sie müssen in die Zukunft geführt werden. Denn grundsätzlich gilt, das hat Charles Darwin schon gesagt, dass es nicht die Stärksten sind, die überleben werden, sondern die, die sich am schnellsten anpassen können.

Wir sollten jetzt die Medienförderung der Zukunft aufgleisen. Das Nein ist eine Chance, es nochmals zu probieren. Deshalb möchte ich mittels eines Postulates gerne vom Bundesrat wissen, welche Modelle der staatlichen Medienförderung uns nachhaltig in die Zukunft führen, ohne dabei überholte Strukturen weiter zu zementieren, nur auf bestimmte Kanäle abzustellen oder bestimmte Geschäftsmodelle vorzuschreiben. Er soll dabei verschiedene, ganz unterschiedliche Möglichkeiten prüfen und diese einander sowie dem aktuellen Modell gegenüberstellen. Die Modelle müssen jeweils die oben genannten Eckwerte berücksichtigen. Zudem sollen dabei Vor- und Nachteile aufgezeigt werden. Der Bundesrat soll auch transparent darlegen, welches Modell oder welche der Modelle er bevorzugt und weshalb. Zudem soll er die Frage beantworten, ob dafür eine Anpassung der Verfassung zwingend ist oder, falls nicht, ob er eine solche trotzdem befürwortet und wieso.

Ganz grundsätzlich ist es wichtig, dass wir in die Zukunft schauen und nach dem Nein an der Urne das Thema nochmals zurück an den Bundesrat geben und aufgleisen, wie eine Medienförderung der Zukunft aussehen könnte, die diesen Namen auch verdient.

**Präsidentin** (Kälin Irène, Präsidentin): Das Postulat wird von Herrn Rutz Gregor bekämpft.

**Rutz Gregor** (V, ZH): Es tut mir sehr leid, Kollegin Christ, wenn ich Sie jetzt, währenddem Sie Ihre Krone wieder richten, mit einem Gegenantrag störe, weil ich der Auffassung bin, dass wir dieses Postulat ablehnen sollten. Ich glaube, man muss sich schon etwas vor Augen halten, was am 13. Februar passiert ist. Am 13. Februar 2022 kam es nicht zu einem Nein, weil die Leute es zwar wollten, nur gerade in der vorliegenden Form nicht





so ganz. Sondern ich glaube, dem 13. Februar, dieser Abstimmung über das Medienförderpaket, ist eine sehr differenzierte und auch intensive Diskussion vorausgegangen, die vieles hervorgebracht hat.

Wenn Sie sagen, dass sich die Leute unabhängige Medien, eine vielfältige Medienlandschaft wünschen und diese Angebote auch in allen Landesgegenden zur Verfügung stehen sollen, dann bin ich mit Ihnen absolut einverstanden. Es scheint mir dann aber doch etwas verwegen, im Internetbereich von einem Marktversagen zu sprechen. Da frage ich mich, auf welchem Planeten Sie leben. Wir haben heute eine Medienvielfalt, wie sie noch nie da gewesen ist. Man findet ja wirklich alles auf dem Internet, das zu suchen man auf die Idee kommen könnte. Das ist ja letztlich genau das Ziel in einer Demokratie, dass eben alle Meinungen an verschiedenen Orten abgebildet werden können, damit der demokratische Diskurs stattfinden kann, sei das in den gedruckten Zeitungen, online, im Radio oder sei das im Fernsehen.

Ich glaube, das Votum vom 13. Februar ist dahingehend zu verstehen, dass die Leute sich durchaus eine Vielfalt wünschen, dass die Leute sich aber – Sie haben es auch erwähnt – unabhängige Medien wünschen und eben gesehen haben, dass umfangreiche staatliche Geldflüsse zu Abhängigkeiten führen: zu wirtschaftlichen Abhängigkeiten, aber indirekt natürlich dann auch zu inhaltlichen Abhängigkeiten. Und das muss unbedingt vermieden werden. Das Votum vom 13. Februar ist insofern auch als ein Votum für eine Kurskorrektur in der Medienpolitik zu verstehen. Das würde genau gebieten, Ihr Postulat abzulehnen, weil sich die Leute offenbar mehr

#### AB 2022 N 157 / BO 2022 N 157

Markt und Konkurrenz wünschen und eben auch der Auffassung sind, dass nicht derjenige das Rennen beim Kunden gewinnen sollte, der am meisten Subventionen abholt, sondern derjenige, der am meisten Zuspruch aus dem Publikum erhält. Derjenige, der die besten Leistungen anbietet, soll den Wettbewerb gewinnen, nicht derjenige, der am meisten Staatsgelder abholt. Wir rennen hier mit dieser Subventionswirtschaft in einen Wettbewerb hinein, bei dem am Schluss derjenige gewinnt, der beim Staat am meisten Geld abholt. Das finden wir falsch.

Wir glauben, jetzt sind drei Punkte in den Vordergrund zu stellen:

1. Wir müssen Rahmenbedingungen schaffen, welche den Privaten erlauben, gewinnbringend zu arbeiten. Medien sind private Unternehmen. Das sind Unternehmen, die Geld verdienen möchten – und es auch dürfen und sollen – und die Leistungen anbieten, bei denen der Kunde am Schluss entscheidet, was für ihn richtig ist und was er nicht kaufen möchte.
2. Wir müssen schauen, wo der Staat heute interveniert, wo der Staat Leistungen mit öffentlichen Geldern zur Verfügung stellt, die eben nicht zwingend nötig sind, folglich wettbewerbsverzerrend wirken und die Privaten in ihrer Arbeit beeinträchtigen. Da steht natürlich die SRG im Zentrum. Und es stellt sich auch die Frage der Konzession. Wir haben ja im Moment eine Übergangskonzession, die Ende Jahr ausläuft. Wir haben aus den Abstimmungen über die RTVG-Revision, über die No-Billag-Initiative etliche Versprechungen dahingehend, dass man – das hat die Vorgängerin von Bundesrätin Simonetta Sommaruga gesagt, Doris Leuthard – ohne Tabus über den Service public diskutieren wolle, darüber, was wirklich zum Kernauftrag der SRG gehöre. Diese Diskussion muss jetzt erfolgen. Die Konzentration auf den Kernauftrag eröffnet gerade im Online-Bereich den Privaten ganz viele neue Möglichkeiten, weil dann eben nicht so ein riesiges Portal, das gebührenfinanziert ist, den Markt verzerrt. Das kommt uns viel günstiger zu stehen als Ihre Förderideen. Da muss nämlich der Staat gar nichts machen, ausser etwas mehr Zurückhaltung üben. Und dann haben die Privaten automatisch mehr Spielraum bei ihren Tätigkeiten.
3. Wir müssen generell, meinen wir, mehr Zurückhaltung üben. Wir sollten nicht nur weniger fördern, wir sollten auch weniger regulieren. Es kommen jetzt grosse Projekte auf uns zu: Digital Services Act (DSA), Digital Markets Act (DMA) aus der Europäischen Union, die ganze Frage der Plattformregulierung, wir diskutieren wieder über das Urheberrecht, über das Leistungsschutzrecht usw. Darüber kann man selbstverständlich sprechen. Aber man kann das sicher nicht unter dem Titel "Medienförderung" tun, sondern unter der Devise, dass Rahmenbedingungen zu schaffen sind, wie sie eine freie Demokratie braucht, damit eben auch im Medienbereich neue Unternehmen in den Markt eintreten können, Leistungen anbieten können, damit der Kunde am Schluss entscheiden kann, was er möchte. Ich möchte nicht, dass die Beamten hier in den Büros entscheiden, wer Geld erhält und gute Arbeit macht. Das sollen die Kunden, die Bürger entscheiden. So funktioniert Wettbewerb, das gibt am Schluss Qualität, und das ist auch wichtig für die Demokratie.

**Sommaruga Simonetta**, Bundesrätin: Mit dem Postulat möchte Frau Nationalrätin Christ den Bundesrat beauftragen, verschiedene Möglichkeiten einer zukünftigen Medienförderung zu prüfen; es ist ein Postulat mit einem Prüfungsauftrag.



Ich denke, eines ist nach der Abstimmung über das Medienpaket weitgehend unbestritten: Einheimische Medien sind wichtig für die Meinungsbildung und damit auch zentral für unsere Demokratie, weil einheimische Medien und einheimische journalistische Arbeit erklären, einordnen, hinterfragen. Ich denke, gerade der Krieg, den wir jetzt miterleben, zeigt auch die Bedeutung der Berichterstattung, die Bedeutung von Menschen, die überhaupt noch berichten können, berichten dürfen und auch die entsprechenden Instrumente haben.

Ebenfalls breite Einigkeit besteht über die Bedeutung der Medienvielfalt und der lokalen und regionalen Berichterstattung. An dieser Feststellung hat das Abstimmungsergebnis vom 13. Februar nichts geändert; das wurde übrigens sowohl von den Befürwortern als auch von den Gegnern des Medienpakets bestätigt. Allerdings wurde vor der Abstimmung vor allem von den Gegnerinnen und Gegnern des Medienpakets ein ganzer Strauss von Alternativvorschlägen gemacht – mit Medienbons und so –, aber davon hört man jetzt wieder nichts mehr. Es wurden also ganz viele Vorschläge gemacht.

Ich denke, eine Feststellung, der Sie sich alle auch anschliessen können, ist, dass sich die Mediennutzung zunehmend in den Online-Bereich verschiebt. Das ist ein weltweiter Trend, im Zuge dessen natürlich auch die Werbung ins Internet abwandert, und genau das ist ja das Thema. Von der Werbung im Internet profitieren nicht die einheimischen Medien, sondern die internationalen Grosskonzerne.

Der Strukturwandel in der Medienbranche lässt sich nicht aufhalten. Es war auch nie die Idee, dass man diesen Wandel aufhalten will oder kann. Deshalb möchten wir jetzt schauen, wie die zukünftigen Rahmenbedingungen ausgestaltet werden können, damit weiterhin über die schweizerische Politik, über die schweizerische Wirtschaft, über Kultur und Sport in unseren Regionen berichtet wird.

Übrigens, meine Damen und Herren, gibt es in der Schweiz im Grunde genommen nur regionale Medien. Wir haben vier Sprachregionen. Es gibt gar kein nationales Medium, das in allen Sprachregionen und in einer Sprache gleichzeitig alle Menschen erreichen kann. Von daher, denke ich, ist unsere Situation mit den verschiedenen Sprachregionen wirklich etwas speziell. Genau deswegen brauchen wir, gerade auch im Online-Bereich, die regionale und die lokale Berichterstattung.

Der Bundesrat begrüsst grundsätzlich das Anliegen, unsere heutige, vielfältige Medienlandschaft in allen Sprachregionen zu erhalten und Rahmenbedingungen zu schaffen, um auch in Zukunft eine qualitativ hochstehende Medienvielfalt zu haben. Wir verstehen dieses Postulat so, dass eine Auslegeordnung gemacht werden soll, indem man die heutige, aktuelle Situation anschaut, auch die Diskussionen, die jetzt geführt worden sind, und Ihnen eine solche Auslegeordnung präsentiert werden soll. Das macht der Bundesrat gerne. Wir sind uns auch bewusst, dass jetzt verschiedene Fragen auf dem Tisch sind, die wir in aller Offenheit miteinander diskutieren können. Dieses Postulat gibt eine Auslegeordnung, auf welcher auch Sie dann Ihre Überlegungen wieder aufbauen können.

**Präsidentin** (Kälin Irène, Präsidentin): Der Bundesrat beantragt die Annahme des Postulates.

#### *Abstimmung – Vote*

(namentlich – nominatif; 21.3781/24541)

Für Annahme des Postulates ... 102 Stimmen

Dagegen ... 82 Stimmen

(1 Enthaltung)

*Schluss der Sitzung um 12.50 Uhr*

*La séance est levée à 12 h 50*

AB 2022 N 158 / BO 2022 N 158