Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation

Stand und Perspektiven der Medienpolitik im Zeitalter der Konvergenz

Forum Universität und Gesellschaft, Universität Bern, 26.11.2016
Welche Medien braucht die direkte Demokratie?

Philipp Metzger, Direktor Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Inhalt

1. Ausgangslage
2. Stand der Medienpolitik
3. Perspektiven
4. Schlüsse

1. Ausgangslage

«Die Schweiz ist eine Willensnation. In kaum einem anderen Staat gibt es so weitreichende Mitbestimmungsrechte des Volkes wie in der Schweiz. Unsere direkte Demokratie ist auf ein hochstehendes, unabhängiges und weit gefächertes journalistisches Angebot angewiesen. Denn kritische Medien, die Überblick verschaffen und die relevanten Themen bearbeiten, sind in der direkten Demokratie von konstitutiver Bedeutung. Sie prägen mit ihrer politischen Berichterstattung massgeblich die Informations- und Meinungspluralität.»

Forum für Universität und Gesellschaft, Universität Bern
Projekt «Medien im Umbruch – Demokratie in Gefahr?», 2016

Medienberichterstattung in der direkten Demokratie: «Idealzustand»

- Politisch-informativ
- Die Schweiz betreffend
- National – kantonal – kommunal
- Für alle Sprachregionen
- Für alle Bevölkerungsgruppen
- Vielfältig, pluralistisch
- Bindeglied zwischen staatlichen Institutionen und Bevölkerung
- Kritisch, unabhängig
- Frei (Art. 17 BV; Art. 16, 20, 21 BV)

Bundesverfassung: Art. 17 Abs. 1

«Die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist gewährleistet.»

Art. 93 Abs. 2 BV: Leistungsauftrag

«Radio und Fernsehen tragen zur **Bildung** und **kulturellen Entfaltung**, **zur freien Meinungsbildung** und zur **Unterhaltung** bei. Sie berücksichtigen die **Besonderheiten des Landes** und die **Bedürfnisse der Kantone**. Sie stellen die Ereignisse **sachgerecht** dar und bringen die **Vielfalt** der Ansichten angemessen zum Ausdruck.»

2. Stand der Medienpolitik

Sicherung einer intakten Medienbericht-erstattung (Rahmenbedingungen)

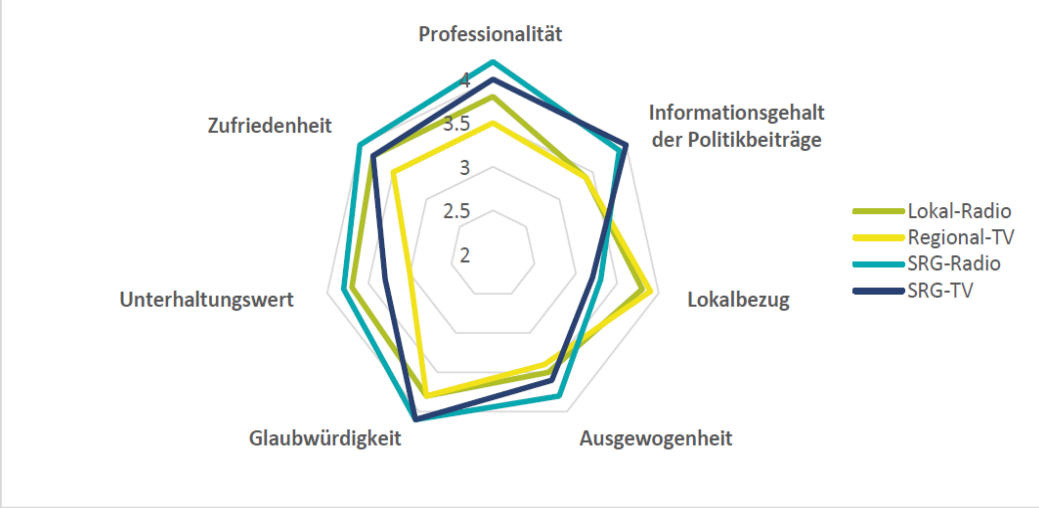
- Medienfreiheit
- Medienunabhängigkeit
- Eigeninitiative der Branche
- Selbstregulierungsfähigkeit der Branche
- Kooperationen
- Innovation
- Innovationsförderung (u.a. KTI)

Sicherung einer intakten Medienbericht-erstattung (öff. Finanzierung)

- Service Public durch SRG
- Service Public durch lokal-regionale Rundfunkveranstalter
- Unterstützung Ausbildung, Forschung, Technologien
- Unterstützung Printmedien
  - Verbilligte Postzustellung (50 Mio. p.a.)
  - Ermässigte Mehrwertsteuer
- Leistungen SDA

Beurteilung heutiger Politberichterstattung durch das schweizerische Publikum

Bewertung der Qualitätskriterien nach Veranstalterkategorie 2016

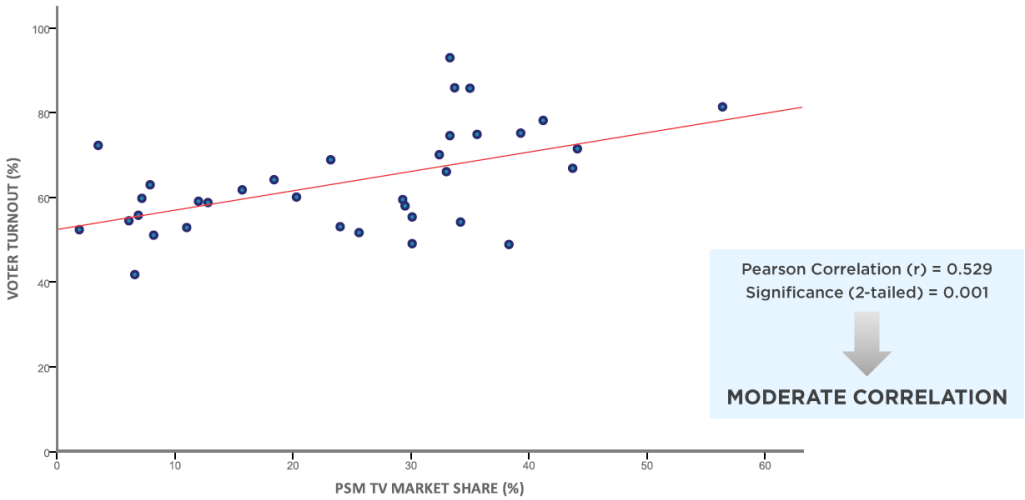


Quelle: iaKom 2016a. Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

Medienberichterstattung und Demokratie

EBU PSM Correlations Report 2016:

PSM TV MARKET SHARE vs VOTER TURNOUT



3. Perspektiven

Konvergenz als Herausforderung und Chance

Bundesrat zeigt Fördermöglichkeiten für die Medien auf

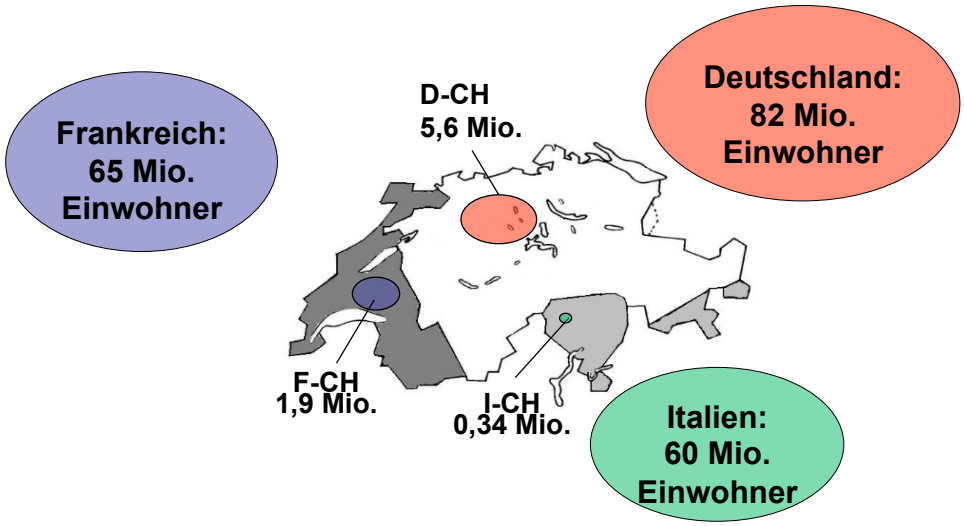
Bern, 05.12.2014 - Der Strukturwandel in der Medienbranche setzt sich fort, die Medienkonzentration nimmt weiter zu und Werbegelder fliessen vermehrt in den Online-Bereich. Zu diesen Schlüssen gelangt der Bundesrat in einem Bericht, der in Erfüllung einer Motion der Staatspolitischen Kommission des Nationalrats erstellt worden ist. Der Bericht zeigt auch auf, wie die Medienbranche kurzfristig unterstützt werden könnte. Er ist gegenüber der schnellen Einführung neuer Fördermassnahmen jedoch zurückhaltend.

Leistungsauftrag Bund unter konvergenten Bedingungen

Kein qualitativ hochwertiger Service public ohne Radio- und Fernsehgebühren

Bern, 19.10.2016 - Der Bundesrat empfiehlt dem Parlament, die eidgenössische Volksinitiative "Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren (Abschaffung der Billag-Gebühren)" abzulehnen. An seiner Sitzung vom 19. Oktober 2016 hat er die entsprechende Botschaft ans Parlament verabschiedet. Wie der Bundesrat am 17. Juni 2016 in seinem Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public dargelegt hat, braucht die Schweiz in allen Sprachregionen des Landes einen Service public in guter Qualität. Die Abschaffung der Gebühren würde dazu führen, dass die SRG und die privaten Veranstalter, die einen Teil davon erhalten, ihren Auftrag nicht mehr erfüllen können.

Sprachregionale Medienmärkte und gleichsprachige Nachbarländer



Werbefinanzierung (Sparten)

	Vollkosten (in Tsd. CHF)	Werbe-einnahmen (in Tsd. CHF)	Finanzierungs-grad (in %)
Aktualität / Magazine / Information / Ratgeber / Wissenschaft	624 840	137 669	22,0
Serien und Filme	135 661	60 153	44,3
Musik	21 860	1 090	5,0
Kinder und Jugend	26 776	468	1,7
Unterhaltung, Shows	173 756	22 596	13,0
Sport	145 422	19 071	13,1
Total Betriebsaufwand	**1 128 316**	**241 046**	**21,4**

Quelle: SRG 2016

Werbefinanzierung (Beispiele)

Quelle: SRG 2016

Sendungen RSI		Sendungen RTS		Sendungen SRF	
	%		%		%
RSI Aktualität pro Tag	9.5	RTS Aktualität pro Tag	24.6	SRF Aktualität pro Tag	45.5
Falò (Magazin)	2.4	Passe-moi les jumelles (Magazin)	15.3	The Voice of Switzerland (grosse Abendshow)	20.8
Patti chiari (Magazin)	3.3	Générations (grosse Abendshow)	13.4	Der Bestatter (eigenproduzierte Serie)	7.8
Black Jack (Spielshow)	42.4	Dîner à la ferme (Dokureihe)	16.3	Millionen-Falle (Spielshow)	78.3
		A bon entendeur (Magazin)	29.6	SRF bi de Lüt (eigenproduzierte Dokureihe)	1.7
				Kassensturz (Konsumentenmagazin)	21.7

4. Schlüsse

Grundsätze zum künftigen Service public

- **eigenständige**, in allen **Sprachregionen vergleichbare**, **unabhängige**, **einforderbare Medienangebote** bleiben nötig
- **Verfassungsauftrag** gilt auch im digitalisierten Umfeld
- Staats- und demokratiepolitische Funktion des Service public braucht **Verankerung** und **Sichtbarkeit**, d.h. **attraktive Angebote** mit Information, Bildung, Kultur, Unterhaltung
- **TV-Angebote** der SRG müssen gegenüber ausländischen Angeboten d/f/i **konkurrenzfähig** sein
- **Private** Veranstalter in den **Regionen**
- **Online-Präsenz** des Service public-Angebots
- **Service public-Inhalte ohne Gebühren nicht finanzierbar**

Kurzfristige Massnahmen Service public (I)

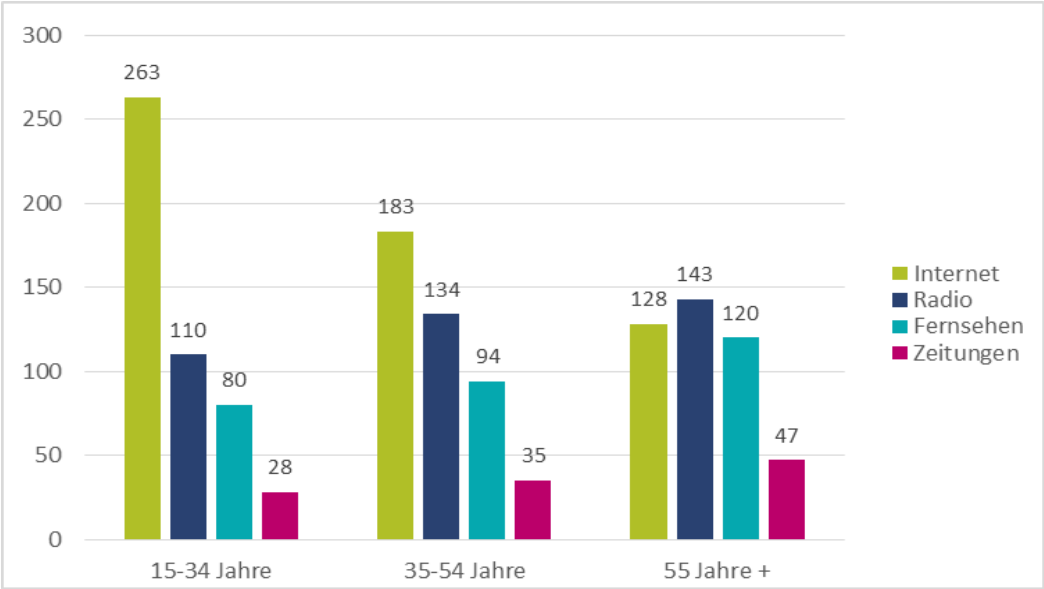
- Unabhängige, sachgerechte, fundierte und umfassende **Information als Kernbereich** des Service public
  - Bleibt SRG-Schwerpunkt (Hälfte der Gebühren)
- **Kulturelle Identität und Vielfalt:** zentrale Rolle der SRG bei der Kulturförderung, -vermittlung und -veranstaltung
  - Anteil der Mittel im heutigen Rahmen
- **Leitbildfunktion** der SRG bei der **TV-Unterhaltung**
  - kritische Überprüfung ihrer Einkaufspraxis durch die SRG
- **Sport** trägt zur gesellschaftlichen **Identifikation** und Integration bei
  - Kooperationen eingehen

Kurzfristige Massnahmen Service public (II)

- **Gemischte Finanzierung** hat sich bewährt
  - Plafonierung Gebührenfinanzierung SRG
  - Werbeverbote/-beschränkungen beibehalten (Online, Radio, TV)
- **Kooperationen**
  - «Pilot»-Vorhaben replizieren
- Service public ist auf **Akzeptanz** angewiesen
  - institutionalisierter Dialog
- **Integration / sprachregionaler Austausch** wichtiger
  - Junge und Menschen mit Migrationshintergrund besser erreichen

Mediennutzung durch die Jugend (I)

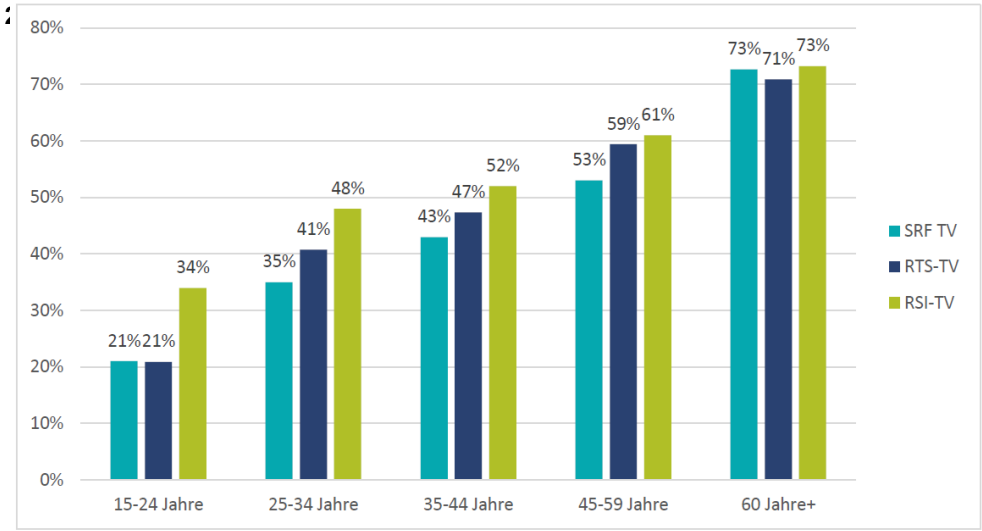
Mediennutzung in Minuten / Tag



Quellen: Internet: Universität Zürich 2015 (Befragung); Radio, TV, Zeitungen: IaKom 2015 (Befragung)

Mediennutzung durch die Jugend (II)

Reichweiten der SRG-Fernsehen in den Sprachregionen nach Altersgruppe gemessen an der jeweiligen Bevölkerungszahl in der entsprechenden Altersgruppe in Prozent



Quelle: Mediapulse 2016, Jahresdurchschnitte 2015 (Auswertung im Auftrag des BAKOM)

Exkurs: Bildung

Staatsbürgerkunde

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Medienkompetenz

Gesetz über elektronische Medien

- Beschränkung des Service public auf lineare Radio- und Fernseh-Angebote ist nicht mehr zeitgemäss
- Internet als gleichwertigen bzw. eigenständigen Verbreitungsvektor anerkennen, national und regional
- Zeitgemässe Finanzierung von konvergenter «Medien-Infrastruktur» ermöglichen (SDA, Presserat, Mediapulse)
- Gebührenfinanzierung von neuen innovativen Online-Angeboten mit Service public-Inhalt

BR-Strategie «Digitale Schweiz»

Kernziel 2:

Chancengleichheit und Partizipation aller: […] Die IKT ermöglichen neue Kommunikationsformen und unterstützen die politische Meinungsbildung und Beteiligung aller an einer informierten und demokratischen Gesellschaft.

Aktionsfeld «Neue Formen der politischen Partizipation»:

4.5.1. Die IKT unterstützen die demokratische Meinungs- und Willensbildung

Die schweizerische Medienlandschaft befindet sich durch die Digitalisierung in einem tiefgreifenden Transformationsprozess. Im Radio- und Fernsehbereich hat sich das digitale Angebot vervielfacht und Printmedien kämpfen mit sinkenden Einnahmen aus Werbung und Abonnementen. Die Aufmerksamkeit insbesondere des jungen Publikums verlagert sich zunehmend ins Internet. Diese Entwicklungen stellen die Medien in ökonomischer wie publizistischer Hinsicht vor grosse Herausforderungen. Die Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz wie auch die Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer sollen auch in Zukunft die Möglichkeit haben, informiert an einer demokratischen Gesellschaft teilzuhaben, sich unabhängig eine politische Meinung zu bilden und sich in einer immer komplexer werdenden Welt zu orientieren. Der Bund schafft dazu die notwendigen zukunftsgerichteten Rahmenbedingungen für eine zeitgemässe Form von Öffentlichkeit mit Service-public-Angeboten.