

Per E-Mail an: rtvg@bakom.admin.ch

31. Oktober 2018

Stellungnahme: Neues Bundesgesetz über elektronische Medien

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Ihrem Schreiben vom 21. Juni 2018 haben Sie uns eingeladen, zum Entwurf des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien (BGeM) Stellung zu nehmen. Wir danken Ihnen für diese Möglichkeit.

economiesuisse vertritt als Dachverband der Schweizer Wirtschaft rund 100'000 Unternehmen jeglicher Grösse mit insgesamt zwei Millionen Beschäftigten im Inland. Unser Mitgliederkreis umfasst 100 Branchenverbände, 20 kantonale Handelskammern sowie zahlreiche Einzelfirmen. Sämtliche unserer Mitglieder sind an einer zweckdienlichen und zeitgemässen medialen Grundversorgung interessiert. Diese stellt einen wichtigen Standortfaktor für die Schweizer Volkswirtschaft dar, da sie zu einer funktionierenden und stabilen Demokratie beiträgt.

Zur Vernehmlassungsvorlage möchte sich economiesuisse folgendermassen äussern:

1. Vorgelagerte Überlegungen

Das Schweizer Stimmvolk hat am 4. März 2018 bekanntlich mit grosser Mehrheit die No Billag-Initiative abgelehnt. Die intensive Diskussion im Vorfeld der Abstimmung hat gezeigt, dass die Schweizer Bevölkerung an einer vielfältigen Medienlandschaft interessiert ist. Der anschliessende Entscheid an der Urne war nach allgemeiner Auffassung ein implizites Bekenntnis zu einem nationalen, gebührenfinanzierten Medienangebot (Service public). Dieses Bekenntnis ist im vorliegenden Fall als politische Rahmenbedingung zu beachten.

Parallel bestehen für den gesamten Medienmarkt zwei wesentliche ökonomische Rahmenbedingungen: Einerseits hat sich die Mediennutzung in den letzten Jahren stark verändert und verändert sich weiterhin – der Konsum redaktioneller Inhalte in gedruckter Form wird zunehmend substituiert durch einen Konsum in elektronischer Form und der Konsum audiovisueller Inhalte in linearen Programmen

wird ersetzt durch einen nicht-linearen Konsum. Andererseits richtet sich das Medienangebot immer stärker an diesen neuen Nutzungsgewohnheiten aus. Redaktionelle Inhalte werden zunehmend online angeboten, wobei aufgrund bisher ungenügender Finanzierungsmodelle ein hoher Kostendruck besteht. Audiovisuelle Inhalte werden vermehrt zeitversetzt oder zeitunabhängig angeboten, entweder über die traditionellen Kanäle (TV) oder ebenfalls online. Der Kostendruck ist dank besser funktionierenden Finanzierungsmodellen geringer als im redaktionellen Bereich.

Die neue Angebotsstruktur bringt tendenziell eine Spezialisierung bei der Produktion von Inhalten mit sich. «Universelle» Angebote werden zunehmend verdrängt von solchen mit klarem Zielgruppenfokus und scharfem inhaltlichem Profil. Auch die Verbreitung von Medienangeboten erfolgt teilweise nach neuen Mustern. Die vielfältige Verfügbarkeit von redaktionellen und audiovisuellen Informationen (z.B. über neue Intermediäre wie Social Media, Blogs, Streaming-Dienste, etc.) führt insgesamt zu einer besseren Zugänglichkeit und einem vielfältigen öffentlichen Diskurs.

2. Beurteilung des Marktversagens im Medienbereich

Aufgrund der grob beschriebenen Entwicklungen sollte aus der Sicht von *economiesuisse* die Frage nach dem Marktversagen am Ursprung eines neuen Gesetzes über elektronische Medien stehen: Versagt der Markt angesichts der Umwälzungen im Medienbereich wirklich, so dass der Staat eingreifen muss? Falls ja: Ist dieser Zustand anhaltend oder wird der Medienmarkt ein neues wirtschaftliches Gleichgewicht finden?

Diese Fragen sind nicht einfach zu beantworten. Aus der Sicht von *economiesuisse* steht aber fest, dass lediglich bei der Bereitstellung von demokratiepolitisch relevanten, tagesaktuellen Informationen in einem nationalen und regionalen Kontext und in allen Landessprachen ein gewisses Marktversagen besteht. Diese Informationen stellen ein meritorisches Gut dar, also eines, bei dem die Nachfrage hinter dem gesellschaftlich gewünschten Ausmass zurückbleibt und deshalb das Angebot vom Markt nicht ausreichend bereitgestellt wird. Die Versorgung der Bevölkerung mit solchen Informationen ist jedoch demokratiepolitisch relevant. Für diesen *Service public* im engeren Sinn verfügen die Bürgerinnen und Bürger über eine geringe bis keine Zahlungsbereitschaft und der Staat sollte folglich die Bereitstellung eines Grundangebots unterstützen. Bereiche, in denen zumindest eine partielle Zahlungsbereitschaft besteht (insb. Live-Sport und grosse Teile der Unterhaltung) gehören hingegen nicht zum *Service public* und sollten dem freien Markt überlassen werden.

Die genaue Abgrenzung ist durch die Politik und die relevanten Interessengruppen aus Wirtschaft und Gesellschaft vorzunehmen.¹ Sie muss letztlich eine ausgewogene, nachfragegerechte Berichterstattung zum Ziel haben, die der mündigen Bürgerin als Orientierungshilfe dient. Gleichzeitig müssen der wettbewerbliche Charakter des Medienmarktes und die Wirtschaftsfreiheit gewahrt werden.

Erst dann kann eine gesetzliche Grundlage vorgesehen werden, welche die Erbringung des politisch definierten *Service public* regelt. Diese gesetzliche Grundlage darf wiederum nicht strukturpolitischen Charakter haben, sondern soll ordnungspolitische Leitplanken setzen, so dass der grundsätzlich freie Medienmarkt die gewünschten Leistungen effizient erbringen kann.

¹ Der Bundesrat hat sich bekanntlich im *Service public* Bericht 2016 ausführlich zu dieser Frage geäussert. Bei der Beschreibung eines zukünftigen *Service public* beschränkte er sich jedoch stark auf die Aspekte Verbreitung und Zielgruppenfokus und ging von einem Konkurrenzverhältnis von privaten Medienangeboten und *Service public* aus. Aus der Sicht von *economiesuisse* basiert dieser Bericht auf einigen bestreitbaren Annahmen und kann nicht als abschliessend angesehen werden.

3. Implikationen für die Beurteilung des Entwurfs zum BGeM

Unter diesen Voraussetzungen ist economiesuisse der Ansicht, dass die Vernehmlassungsvorlage zum BGeM den Ansprüchen an ein schlankes, modernes Service public-Gesetz nicht genügt. Die beschriebenen Veränderungen der Nachfrage- und Angebotsstruktur werden zwar erfasst; der Entwurf beschränkt sich jedoch nicht darauf, einen ordnungspolitischen Rahmen für ein eng definiertes Angebot zu setzen, sondern greift direkt und in bedeutendem Ausmass in die Marktstruktur ein. Anstatt den staatlichen Fussabdruck bei den Marktakteuren weiter zu vergrössern, sollte der Bund ein Gesetz vorsehen, das den medialen Service public insgesamt redimensioniert. Es soll einzig der Aufrechterhaltung des Wettbewerbs sowie der gezielten Abgeltung von politisch erwünschten, zusätzlichen Leistungen dienen.

4. Konkrete Kritikpunkte an der Vernehmlassungsvorlage

Vorlage darf nicht dem Strukturerhalt dienen

Wie in den Vernehmlassungsunterlagen treffend festgestellt wird, zeichnet sich der Medienmarkt heute durch eine «Long Tail»-Struktur aus. Wenige Universalanbieterinnen mit grosser Reichweite werden ergänzt durch viele kleine, inhaltliche und/oder räumliche Nischenanbieterinnen. Zumindest im audiovisuellen Bereich ist diese Struktur politisch legitimiert und wird vor allem durch die Verteilung der Empfangsgebühren gesichert. Neben einer sehr dominanten, gebührenfinanzierten SRG besteht insgesamt wenig Raum zur Entfaltung für andere, gebührenfinanzierte und nicht-gebührenfinanzierte Medienanbieterinnen. Demgegenüber steht die Feststellung des Bundes, dass ein neues BGeM der Sicherung der Medienvielfalt dienen muss. Zu diesem Zweck sollen verschiedene Massnahmen getroffen werden, etwa die Einschränkung von Exklusivrechten im Sportbereich für privatwirtschaftliche Unternehmen oder die Aufrechterhaltung des Online-Werbeverbots für die SRG.

Diese Massnahmen sind in erster Linie Symptombekämpfung. Soll sich im Medienbereich ein langfristig gesunder Markt entwickeln, in dem keine politisch unerwünschten Konzentrationen bestehen («Vielfalt statt Einfalt»), muss der Bund in einem neuen Mediengesetz die strukturverzerrenden Gebühren-gelder zurückfahren und neu verteilen. Nur so kann er der Dynamik des Marktes gerecht werden, die Markteintrittshürden tief halten und einen fairen Wettbewerb gewährleisten.

Angesichts des Volksentscheids zur No Billag-Initiative wäre eine gesetzliche Neuordnung mit dem Leitmotiv eines starken audiovisuellen Service public in einem liberalisierten Umfeld durchaus vertretbar. In diesem Fall müsste das Leitmotiv allerdings konsequenter umgesetzt werden. Namentlich sollten nicht nur Radioprogramme, die keine öffentlichen Gelder beanspruchen, sondern auch schweizerische Fernsehprogramme, die keine öffentlichen Gelder erhalten, vollständig liberalisiert werden und dementsprechend vom Geltungsbereich dieses Gesetzes ausgeschlossen werden. Das neue Gesetz würde damit nur audiovisuelle Medienangebote der SRG (Konzession) und solche, die Gegenstand einer Leistungsvereinbarung sind, erfassen. Alle anderen audiovisuellen Medienangebote wären von dieser Regulierung nicht erfasst. Für sie würde etwa hinsichtlich des medienrechtlichen Jugendschutzes oder der Werbevorschriften die allgemeine Rechtsordnung (Strafrecht, Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen) gelten.

Schaffung der KOMEM ist weder sachlich notwendig noch politisch gerechtfertigt

Der Bund identifiziert bei der Zuständigkeitsordnung Handlungsbedarf und stellt im erläuternden Bericht fest: «Die enge Anbindung der Medienregulierung an staatliche Behörden ist aufgrund der verfassungsmässig vorgesehenen Unabhängigkeit der Medien problematisch. Mit diesem Gesetz ändert sich die Zuständigkeitsordnung insofern, als dass mit der Kommission für elektronische Medien (KOMEM) eine unabhängige Regulierungs- und Aufsichtsbehörde im Medienbereich geschaffen wird.»

Während die Absicht der grösseren Staatsferne grundsätzlich nachvollziehbar ist, überzeugt der Vorschlag einer neuen Kommission insgesamt nicht. Im konkordanzdemokratischen System der Schweiz hat sich eine verwaltungsinterne Aufsicht über die Medienregulierung bisher als wenig problematisch erwiesen. «Checks and Balances» sind sichergestellt. Eine neue Kommission kann das Risiko der politischen Einflussnahme im Vergleich zum Status Quo jedenfalls nicht reduzieren. Je nach Zusammensetzung würde sie dieses Risiko sogar noch verschärfen.

Auch würde die KOMEM gemäss dem Entwurf zum BGeM de facto gesetzgeberische Tätigkeiten ausüben, indem sie die SRG-Konzession erlässt und weitere rechtsverbindliche Entscheide trifft. Das alles geschähe ohne die parlamentarische Kontrolle, die das heutige System gewährleistet. In diesem Sinne lehnt *economiesuisse* die Schaffung einer KOMEM ab, da diese mehr institutionelle Probleme schafft, als sie zu lösen im Stande ist.

Im Allgemeinen wehrt sich *economiesuisse* auch gegen eine weitere Fragmentierung der Marktaufsicht. In ehemaligen Monopolmärkten tendiert der Bund dazu, immer mehr quasi-legislative Befugnisse und Vollzugsaufgaben an Kommissionen auszulagern, die nicht demokratisch legitimiert sind. Eine Delegation solcher Kompetenzen an "technokratische" Organisationen ausserhalb der Verwaltung ist jedoch nur in Ausnahmefällen angebracht (beispielsweise bei der SNB).

Verfassungskonformität des BGeM wird zu grosszügig angenommen

In der medienpolitischen Debatte werden seit Jahren verschiedene Fragen rund um die Verfassungsmässigkeit des heutigen und zukünftigen Service public diskutiert. Die Diskussionen drehen sich dabei bekanntlich vor allem um die Auslegung von Abs. 1 (Interpretation des Begriffs «andere Formen der öffentlichen fernmelderechtlichen Verbreitung») und Abs. 2 (Implikationen für die Abgrenzung des Service public und den Programmauftrag der SRG) sowie um Abs. 4 (Gebot der Rücksichtnahme auf die Presse) des Art. 93 BV. Die Vielschichtigkeit der Debatte in der Politik und in der Rechtswissenschaft wird in den Vernehmlassungsunterlagen zum BGeM ungenügend abgebildet. Der Bund beharrt weitgehend auf seiner bisherigen Auslegung und sieht im bestehenden Art. 93 BV eine umfassende Legitimation für das neue BGeM.

Dies erscheint sachlich und politisch unbefriedigend. Wenn schon ein umfassendes Mediengesetz angestrebt wird, sollte dies auf einer eindeutigen Verfassungsgrundlage geschehen und entsprechende Alternativen für eine neue Verfassungsbestimmung vorab geprüft werden.

Verzicht auf eine Regulierungsfolgeabschätzung ist unverständlich

Im erläuternden Bericht zur Vorlage äussert sich der Bund bezüglich der volkswirtschaftlichen Auswirkungen des BGeM folgendermassen: «Weil die volkswirtschaftlichen Auswirkungen vernachlässigbar bis sehr schwach sind, nur einzelne Unternehmen betroffen sind und sich deren Betroffenheit im Gegensatz zum heutigen Gesetz kaum ändert, der administrative Aufwand für die betroffenen Unternehmen mit dem Wegfall der Meldepflicht reduziert wird und Wettbewerbsintensität und Standortattraktivität durch die Gesetzesänderung nicht massgeblich negativ beeinflusst werden wurde auf eine Regulierungsfolgeabschätzung verzichtet.»

economiesuisse ist der Ansicht, dass der Verzicht auf eine Regulierungsfolgeabschätzung nicht mit den rechtlichen Anforderungen an den gesetzgeberischen Prozess vereinbar ist. Art. 170 BV, Art. 141 Abs. 2 des Parlamentsgesetzes sowie eine entsprechende Richtlinie des Bundesrates² halten detailliert und verbindlich fest, dass Massnahmen des Bundes auf ihre Wirksamkeit zu prüfen sind. Das SECO stellt auf seiner Website hierfür sogar eine Checkliste bereit.³

Des Weiteren ist die Annahme von «nicht massgeblich negativen» Auswirkungen auf die Wettbewerbsintensität im Medienmarkt nicht nachvollziehbar. Massnahmen wie die vorgesehene Förderung von neuen IT-Lösungen für Medienanbieterinnen können sehr wohl verzerrende Effekte mit sich bringen und zu ungleich langen Spiessen führen. Die subventionsähnliche Unterstützung einzelner Marktakteure auf der Basis von Leistungsvereinbarungen führt ausserdem zu neuen Abhängigkeiten. Unterstützte Akteure haben in erster Linie ein Interesse, im Sinne ihres politisch definierten Leistungsauftrags zu handeln, anstatt sich an der Konkurrenz und an der Nachfrageseite des Marktes zu orientieren. Solche Auswirkungen sind sehr wohl massgeblich und sollten beziffert werden.

Ausweitung von Werbeverboten ist für die Wirtschaft inakzeptabel

Die Vermarktung und Bewerbung von legalen Produkten gegenüber einem erwachsenen, informierten Publikum ist ein zentraler Bestandteil der Marktwirtschaft. Im Rahmen der Wirtschaftsfreiheit wird die Werbefreiheit von der Bundesverfassung geschützt und die Einschränkungen dieses Grundrechts müssen sich auf das Notwendigste beschränken. Dies gilt auch für Alkohol und Tabakprodukte.

Die in anderen Gesetzen bestehenden Werbeeinschränkungen und die Selbstbeschränkungen durch die Hersteller und Branchenverbände sind bei diesen Produkten ausreichend und haben sich bewährt. Für die im BGeM-Entwurf enthaltenen Verschärfungen - die Ausweitung bestehender Verbote auf alle Medienanbieterinnen mit Leistungsvereinbarung sowie die neu formulierte Kompetenz des Bundesrats, zusätzliche Verbote vorzusehen (insb. Art. 14 Abs. 5 E-BGeM) - fehlt somit die sachliche Rechtfertigung. Betreffend Werbeeinschränkungen für Tabakprodukte soll sich das BGeM darauf beschränken, auf das künftige Tabakproduktegesetz zu verweisen.

Fragebogen ist tendenziös verfasst

Der Entwurf zum BGeM bringt viele umstrittene Aspekte mit sich, die teilweise grundsätzlicher Natur sind und teilweise konkreten Einfluss auf die Marktteilnehmer haben. Die eher heftige Resonanz auf die Eröffnung der Vernehmlassung gibt hierfür Anhaltspunkte.

Aufgrund dieser offensichtlichen politischen Brisanz ist die Ausgestaltung des Fragebogens zur Vernehmlassung unverständlich. Die Hälfte der Fragen beschäftigen sich mit dem Ausbau der indirekten Medienförderung, für die am Ende aber nur 2% der Gebühreneinnahmen verwendet werden sollen. Die übrigen Fragen sind so formuliert, dass beispielsweise eine grundlegende Ablehnung der Vorlage gar nicht sinnvoll zum Ausdruck gebracht werden kann. Auch die Rolle der SRG, deren Marktposition zementiert bis ausgeweitet wird, lässt sich nicht sinnvoll kritisieren. Weitere umstrittene Themen, wie etwa die Verbreitung oder die grundlegende Umgestaltung der Medienunterstützung, werden nicht einmal thematisiert. Dies hinterlässt insgesamt keinen vertrauenserweckenden Eindruck und legt die Vermutung nahe, dass die Vernehmlassungsergebnisse in eine bestimmte Richtung gelenkt werden sollen.

² https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Wirtschaft/Wirtschaftspolitik/RFA/Hilfsmittel/Richtlinien%20des%20Bundesrates.pdf.download.pdf/directives_d.pdf

³ https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Wirtschaft/Wirtschaftspolitik/RFA/Hilfsmittel/Checklist%20RFA%20_DE.pdf.download.pdf/Checklist%20RFA%20_DE.pdf

Bemerkungen zur Unternehmensabgabe

economiesuisse hat sich im Kontext der Revision RTVG sehr kritisch gegenüber einer Unternehmensabgabe geäußert. Dennoch wurden sowohl in der Referendumsabstimmung zum RTVG als auch zuletzt bei der No Billag-Abstimmung gegenteilige Tatsachen geschaffen. Es zeigt sich jedoch bereits jetzt, dass das neue System bei den betroffenen Unternehmen zu Unstimmigkeiten und teilweise zu Verzerrungen führt.

Die Ankündigung der Einführung der neuen Abgabe für Radio und Fernsehen per 1. Januar 2019 hatte gewisse Unsicherheiten ausgelöst. Grund war vor allem die herrschende Unklarheit über eine allfällige Gebührenpflicht für Unternehmen ohne Sitz in der Schweiz. Eine solche Abgabepflicht wird in den Vernehmlassungsunterlagen zum BGeM verneint. Die ESTV hat dies zudem am 30. August bestätigt. economiesuisse begrüsst die Klärung und die Schaffung von Rechtssicherheit im Hinblick auf den 1. Januar 2019. Ebenso begrüsst wird die Idee einer Abgabebefreiung durch Gruppenbildung gemäss Art. 13 MWSTG.

Nachbesserungsbedarf gibt es aus Sicht der Wirtschaft bei der Berechnungsgrundlage der Unternehmensabgabe. Obwohl es für international tätige Holdingunternehmen grundsätzlich die Möglichkeit gibt, die Abgabe mittels Gruppenbildung aller betroffenen Tochterunternehmen zu entrichten, steht diese Option wegen entsprechender Grenzwerte nur Konzernen ab einer gewissen Grösse offen. Um eine ungerechtfertigte Mehrfachbelastung kleinerer Unternehmen effizient zu verhindern, ist eine weniger restriktive Regelung dringend nötig.

Ebenso sind Unternehmen in gewissen Branchen aufgrund ihrer Betriebsstrukturen unverhältnismässig stark von der umsatzbasierten Abgabe betroffen. Hier gilt es, eine pragmatische Differenzierung zu prüfen, die den Eigenschaften einzelner Branchen und Unternehmen besser gerecht wird (z.B. eine Berechnung der Abgabe nach FTE).

5. Schlussfolgerung

Aufgrund der erläuterten prozeduralen, institutionellen und sachlichen Mängel lehnt economiesuisse die Gesetzesvorlage zum BGeM in der vorliegenden Form ab. Wenn der Bund ein neues Gesetz im Medienbereich erlassen will, muss er die Vorarbeiten vollständig durchführen, die verfassungsrechtlichen Fragen überzeugend klären und den medialen Service public insgesamt redimensionieren. Wenn hingegen der Prozess darauf ausgerichtet ist, die bestehenden Strukturen zu festigen, reicht aus der Sicht von economiesuisse auch eine vektorneutrale Ausgestaltung des RTVG ohne regulatorischen und volkswirtschaftlichen Streuschaden.

Dieser Stellungnahme beiliegend finden Sie den ausgefüllten Fragebogen.

Herzlichen Dank für die Berücksichtigung unserer Argumente.

Freundliche Grüsse
economiesuisse



Kurt Lanz
Mitglied der Geschäftsleitung



Lukas Federer
Wissenschaftlicher Mitarbeiter Infrastruktur,
Energie und Umwelt



Neues Bundesgesetz über elektronische Medien; Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens

Fragebogen

Stellungnahme eingereicht durch

Kanton <input type="checkbox"/>	Verband, Organisation, etc. <input checked="" type="checkbox"/>
Absender: economiesuisse Hegibachstrasse 47 Postfach 8032 Zürich	

Bitte den ausgefüllten Fragebogen wenn möglich elektronisch im Word-Format zurücksenden an rtvg@bakom.admin.ch.

Fragen

1. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass Service-public-Leistungen im Wesentlichen mit Audio- und Videobeiträgen erbracht werden müssen. Begrüssen Sie diese Einschränkung?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Die Einschränkung ist aus Sicht der Wirtschaft zu wenig deutlich. Eine Relativierung durch den Begriff "im Wesentlichen" lässt sich nicht rechtfertigen und verhindert die notwendige Trennschärfe. Die Funktionalität des Gesetzes ist dadurch eingeschränkt, da sowohl der behördliche als auch der gerichtliche Vollzug mit Unsicherheiten behaftet ist.

Eine zweckdienliche Einschränkung auf Audio- und Videobeiträge muss nicht im Leistungsauftrag der SRG (Art. 21) oder als Förderungsgrundsatz für andere Medienanbieterinnen (Art. 46) festgeschrieben werden, sondern rechtssystematisch korrekt in den Geltungsbereich des Gesetzes.

2. Heute werden Radio- und Fernsehkonzessionen vom Bundesrat (SRG) und UVEK (andere Veranstalter) erteilt, das BAKOM ist Aufsichtsbehörde. Der Gesetzesentwurf sieht eine unabhängige Kommission für elektronische Medien vor, die insbesondere die Service-public-Mandate erteilt (SRG-Konzession, Leistungsvereinbarungen mit anderen Medienanbieterinnen) und beaufsichtigt. Zudem entscheidet sie über die indirekte Medienförderung (Artikel 71 bis 74, siehe unten). Begrüssen Sie die Schaffung einer solchen unabhängigen Kommission?

Ja

Nein

Bemerkungen:

economiesuisse lehnt die Schaffung einer Kommission für elektronische Medien ab. Aus staatspolitischer Sicht sind die heutigen Zuständigkeiten zweckdienlich, um die Aufsicht über den regulierten Teil des Medienmarktes zu gewährleisten. Eine KOMEM birgt als Gegenentwurf deutlich mehr Risiken als Chancen: Sie ist kein demokratisch legitimiertes Gremium und entzieht sich weitgehend einer parlamentarischen Kontrolle. Dies ist einerseits institutionell problematisch und andererseits, da die Gesetzesgrundlage des BGeM an vielen Stellen Interpretationsspielraum offenlässt. Unter dieser Voraussetzung könnte die KOMEM quasi-gesetzgeberische Funktionen ausüben, ohne dass entsprechende Rechenschaftspflichten bestehen.

Ordnungspolitisch ist die Fragmentierung der Marktaufsicht durch immer mehr "spezialisierte" Kommissionen keine wünschenswerte Entwicklung. Der Bundesrat ist das oberste Exekutivgremium des Bundes. Eine Delegation von exekutiven Kompetenzen an "technokratische" Organisationen ausserhalb der Verwaltung ist nur in Ausnahmefällen angebracht.

3. Heute erteilt der Bundesrat die SRG-Konzession. Der Gesetzesentwurf sieht die unabhängige Kommission dafür vor. Wer soll Ihrer Meinung nach künftig die SRG konzessionieren?

unabhängige Kommission

Bundesrat

Bemerkungen:

Das Erteilen der Konzession ist de facto eine gesetzgeberische Tätigkeit, die nicht in der Kompetenz einer KOMEM liegen soll. Stattdessen soll das Parlament auf Gesetzesebene all jene Aspekte der Konzessionierung regeln, die es für notwendig hält. Auf dieser Grundlage soll weiterhin der Bundesrat in Form einer Verordnung die Konzession erteilen.

Aus Sicht von economiesuisse ist es angesichts der finanziellen und wirtschaftlichen Dimension (über 1 Mrd. CHF an Gebühreneinnahmen) angemessen, wenn das Parlament die Rahmenbedingungen für die SRG möglichst konkret im Gesetz festhält.

4. Heute hält der Bundesrat das Online-Werbeverbot der SRG in der Verordnung fest. Der Gesetzesentwurf sieht neu vor, das Online-Werbeverbot der SRG im Gesetz zu verankern. Erachten Sie ein solches Verbot auf Gesetzesstufe als richtig?

Ja

Nein

Bemerkungen:

economiesuisse lehnt Werbeverbote generell ab. Sie erzeugen volkswirtschaftlichen Streuschaden und höhlen den marktwirtschaftlichen Wettbewerb aus. Zudem ist ihre Wirksamkeit empirisch umstritten.

Falls Werbeverbote angewendet werden, sollten sie immerhin gewisse Grundvoraussetzungen erfüllen. Einerseits sollten sie auf Gesetzesebene angesiedelt sein und andererseits vektorneutral ausgestaltet werden, insbesondere in einem Gesetz wie dem BGeM, das sich per se der Vektorneutralität verschrieben hat.

Im konkreten Fall der SRG liesse sich die teils heftige Kontroverse um das Online-Werbeverbot nur durch eine grundsätzliche Neuverteilung der Gebühreneinnahmen entschärfen. Wenn die Voraussetzungen im Markt bezüglich Gebührenanteil weniger einseitig wären, würden andere Akteure der SRG im Werbemarkt allenfalls mehr Spielraum zugestehen.

5. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass der Bundesrat die SRG verpflichten kann, einen Teil ihrer Mittel für Koproduktionen mit privaten schweizerischen Medienanbieterinnen im Bereich Sport und Unterhaltung zu verwenden (Artikel 39). Begrüssen Sie diesen Vorschlag?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Sportprogramme sind gemäss geltendem RTVG richtigerweise nicht Teil des gesetzlich festgeschriebenen Service public. Art. 39 Abs. 4 BGeM will diesen Grundsatz implizit umstossen. Dies mit potentiell gravierenden Folgen für die Privatwirtschaft: Eine Verpflichtung zur Koproduktion mit einem durch den Bundesrat festzulegenden "Kostendach" wäre potentiell sehr schädlich für den Wettbewerb um Schweizer Sportrechte, wenn die Marktpreise verzerrt oder gleich lange Spiesse bei der Vergabe verhindert werden. Die Freiheiten privatwirtschaftlicher Marktakteure würden damit unter dem Deckmantel der Kooperation markant eingeschränkt. Im schlimmsten Fall resultiert

aus der Kooperationspflicht für die SRG in der Praxis ein Kontrahierungszwang für private Anbieterinnen. Dies wäre der Fall, wenn sie der SRG im Rahmen des Gesetzes zu einem festgeschriebenen Betrag Zugang zu von ihnen erworbenen Unterhaltungs- und Sportprogrammen gewähren müssen.

6. Der Gesetzesentwurf sieht mehrere indirekte Medienfördermassnahmen vor (Artikel 71-74). Begrüssen Sie solche grundsätzlich?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Einen Ausbau der indirekten Medienförderung lehnt *economiesuisse* unabhängig von den einzelnen vorgesehenen Fördermassnahmen ab. Ordnungs- und wettbewerbspolitische Überlegungen sind hierfür ausschlaggebend: Der Ausbau wäre lediglich Symptombekämpfung einer insgesamt verfehlten Gebührenpolitik. Stattdessen wären eine Reduktion der Gebührenbelastung und eine ausgeglichene Gebührenverteilung die richtigen "Reformschrauben", die den Ausgleich unter den Akteuren im Medienmarkt verbessern und Abhängigkeiten reduzieren.

Staatliche Investitionszuschüsse für die Aus- und Weiterbildung des Personals oder neue IT-Lösungen verzerren hingegen den Markt zusätzlich und erzeugen neue Dependenzien.

7. Eine indirekte Medienfördermassnahme betrifft die Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden. Der Gesetzesentwurf sieht vor, Aus- und Weiterbildungsinstitutionen zu unterstützen (Artikel 71). Erachten Sie diese Massnahme als sinnvoll?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Siehe Bemerkung zur Frage 6.

8. Der Gesetzesentwurf sieht als weitere indirekte Medienfördermassnahmen vor, dass Selbstregulierungsorganisationen und Nachrichtenagenturen unterstützt werden können (Art. 72 f.). Stimmen Sie dieser Massnahme zu?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Siehe Bemerkung zur Frage 6.

9. Der Gesetzesentwurf sieht die Unterstützung von Nachrichtenagenturen vor (siehe Frage 8). Würden Sie es begrüßen, wenn anstelle einer Nachrichtenagentur die SRG ein Mandat für Agenturleistungen erhalten würde?

Ja

Nein

Bemerkungen:

Siehe Bemerkung zur Frage 6.

10. Der Gesetzesentwurf sieht als weitere indirekte Medienfördermassnahme vor, dass innovative digitale Infrastrukturen, die der publizistischen Qualität und Vielfalt dienen, unterstützt werden können (Artikel 74). Stimmen Sie dieser Massnahme zu?

Ja

Nein

Falls ja: was wären aus Ihrer Sicht die Anforderungen an förderungswürdige Projekte?

Bemerkungen:

Siehe Bemerkung zur Frage 6.

11. Gibt es neben den erwähnten noch weitere Förderungsmassnahmen zu Gunsten elektronischer Medien, die Sie als notwendig und sinnvoll erachten?

Ja

Nein

Falls ja: welche?

Bemerkungen:

Siehe Bemerkung zur Frage 6.