

s u i s s e culture

Per E-Mail an

Eidg. Departement für Verkehr,
Energie und Kommunikation

Bundesamt für Kommunikation

Zürich, den 11. Oktober 2018

Vorentwurf Gesetz über elektronische Medien (BGeM). Stellungnahme

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne nimmt Suisseculture zum Vernehmlassungsentwurf des Gesetzes über elektronische Medien Stellung.

Suisseculture ist der Dachverband der Kultur- und Medienschaffenden der Schweiz.

Unsere Stellungnahme erfolgt aus der Perspektive der in Suisseculture zusammengeschlossenen Verbände.

Deren Mitglieder sind sowohl *Produzentinnen und Interpreten* von Werken, die sie für die Medien, für Radio und Fernsehen und andere Periodika schaffen; sie sind aber auch in besonderem Masse als *Zuhörer oder Zuschauerin* radiophoner und audiovisueller Schöpfungen und Wiedergaben auf ein öffentlich garantiertes und gefördertes Rundfunkwesen und auf den Fortbestand unserer Qualitätsmedien im Print und Online angewiesen.

Suisseculture gehören folgende Verbände und Organisationen an: AdS - Autorinnen und Autoren der Schweiz; ARF/FDS – Verband Filmregie und Drehbuch Schweiz; assitej – Verband theater für junges publikum; dansesuisse – Berufsverband der Schweizer Tanzschaffenden; Fondation SUIISA; impressum - Die Schweizer Journalistinnen; Pro Cirque; ProLitteris; ProLitteris - Fürsorge-Stiftung; SBf - Schweizer Berufsfotografen; SBKV, Schweizerischer Bühnenkünstlerverband; SGBK, Schweizerische Gesellschaft Bildender Künstlerinnen; SIG - Schweizerische Interpretengenossenschaft; SMV - Schweizerischer Musikerverband; SONART – Musikschaffende Schweiz; STFG – Schweizerische Trickfilmgruppe; SSA - Société Suisse des Auteurs; SSM - Schweizer Syndikat Medienschaffender; ssv - schweizer syndikat film und video; ssrs - syndicat suisse romand du spectacle; syndicom – Gewerkschaft Medien und Kommunikation; SUIISA; SUISSIMAGE; t. Theaterschaffende Schweiz; UNIMA Suisse; USPP - Union Suisse des Photographes Professionnels; VISARTE – Berufsverband visuelle Kunst Schweiz; vfg - Vereinigung fotografischer GestalterInnen

Suisseculture
Kasernenstrasse 23
CH-8004 Zürich
T +41 43 322 07 30
E info@suisseculture.ch

www.suisseculture.ch

In der heutigen Zeit ist jede medienpolitische Weichenstellung in erster Linie ein kulturpolitischer Entscheid, bei dem wir Kulturschaffende massgebend miteinbezogen werden müssen.

Medienpolitik ist daher für Suisseculture einer der Schwerpunkte. Wir bitten Sie, Suisseculture künftig in die medienpolitischen Vernehmlassungen einzubeziehen, bzw. zu diesbezüglichen Stellungnahmen einzuladen.

Wir erläutern zunächst die Hauptpunkte unserer Positionen, äussern uns dann zu Grundsätzlichem und schliesslich zu Detailpunkten betreffend einzelne Artikel des Vorentwurfs.

Mit freundlichen Grüssen



Mathias Knauer, Vizepräsident



Hans Läubli, Geschäftsleiter

Vorentwurf Gesetz über elektronische Medien (BGeM).

Stellungnahme

1. Unsere Hauptpunkte

Ein künftiges Mediengesetz

- muss die Produktion der «elektronischen Medien» und deren Service Public *als Kulturproduktion in ihrer ganzen Breite* begreifen, zu der auch das publizistische Schaffen gehört (Seite 2);
- darf den BGeM-Wirkungsbereich nicht auf «audiovisuelle» Gehalte und Formen einschränken (Seite 14);
- muss die Medien zur Zusammenarbeit mit allen Bereichen des Kulturschaffens, namentlich auch mit der Literatur, verpflichten – nicht nur mit den Sparten Film und Musik (Seite 18);
- soll *alle Medien* auf Grundwerte wie ihren Beitrag zur kulturellen Vielfalt, Impressumspflicht, Ächtung von Gewalt, Rassismus usw. verpflichten und von den aus der Abgabe *geförderten Anbietern* verlangen. in ihrem Bereich Service-public-Leistungen zu erbringen (Seite 7).
- Die Online-Förderung soll als Chance genutzt werden, relevante kulturelle Inhalte abseits des Mainstreams einem breiteren Publikum zur Verfügung zu stellen – nicht nur, aber insbesondere bei der SRG.
- Eine Entkoppelung der Entscheidungs-Instanzen Bundesrat / Komem wird von uns im Grundsatz begrüsst.

Das präsentierte Modell ist indessen noch zu unausgegoren, um ein Urteil abzugeben. So genügen 7 Mitglieder sicher nicht, um die sprachliche, kulturelle und sektorale Vielfalt zu repräsentieren, noch sind Rekursverfahren, Profile der wählbaren Personen usw. ausreichend definiert. Kulturschaffende und Kulturvermittlerinnen und -vermittler müssen so wie Medienschaffende und Medienverlage in diesem Gremium vertreten sein. (Seite 29

- Die Nutzungsforschung muss als öffentliche, unabhängig und wissenschaftlich betriebene Aufgabe weiterhin aus der Abgabe finanziert werden (Seite 27).
- Alle Anbieter (auch nicht-lineare, Programmfenster), die in der Schweiz Werbemittel generieren, müssen die Kulturförderabgabe entrichten, auch wenn sie im Ausland domiziliert sind (Seite 10).

Der Gesamteindruck dieses Vorentwurfs ist hinsichtlich der Bestimmungen, die explizit das Kulturschaffen betreffen, im Wesentlichen erfreulich.

Im Text sind eine Reihe von unsererseits seit Jahren hochgehaltenen Prinzipien klar formuliert eingebettet worden. Wir begrüßen namentlich, dass die bedeutende Stellung der SRG in der Medienlandschaft Schweiz erhalten bleibt und sie vermehrt zur Zusammenarbeit mit Partnern aus der Kulturbranche verpflichtet wird.

2. Allgemeine Aspekte zum Vorentwurf BGeM

Der Service-Public-Bericht des Bundesrates, vor allem aber der diesem vorausgegangene Bericht der EMEK haben von Radio und Fernsehen gehandelt, als würden diese, nämlich ihre Autorinnen und Autoren, Künstlerinnen, Filmtechniker und Abteilungsverantwortlichen, nicht in erster Instanz selber Kultur schaffen, sondern nur («medial») *weiterreichen*, Kultur *vermitteln* oder über sie *berichten* und sie *kritisch interpretieren*. Beide Berichte haben die Medien vorwiegend bzw. nur unter dem Aspekt betrachtet, insofern sie den – natürlich genauso bedeutsamen – *politischen Zwecken des Gemeinwesens* (Zusammenhalt, Meinungsbildung, demokratischer Diskurs, Bildung usw.) *dienen*.

Im EMEK-Bericht kommen Begriffe wie «Kultur» oder «Künste» gar nicht vor. Auch das Arbeitspapier «Besonderheiten...» der EMEK widmet sich erst auf Seite 10 meritorischen Aspekten und stellt dort fest: «... dass Medien *nicht nur Wirtschafts-, sondern auch Kulturgüter* sind»: Es werden also absurd die Verhältnisse verdreht – denn nur insofern die Medien einen kulturellen Gebrauchswert haben, können sie eventuell zum Wirtschaftsgut werden.

Demgegenüber verpflichten die Verfasser/innen des Gesetzesentwurfs die Medien hier nun aber zum *kulturpolitischen Dialog mit den Kulturakteuren* und zur *Zusammenarbeit*, ohne dies im Detail zu reglementieren (Art. 28 und Art. 41, Abs. 1).

Technikneutralität, aber keine Medienneutralität

Der Vorentwurf versucht zwar, sich an die heute unbestrittene Maxime der Technikneutralität zu halten.

Angesichts der kritischen wirtschaftlichen Situation der Medien (GAFA etc.) brauchen wir aber ein *umfassendes Mediengesetz*, das – gestützt auf u.a. die Verfassungsartikel 2, 16 und 17, 21, 93 Abs. 1, auch 69 Abs. 2 und 3, 70, 71 Abs. 2, 94 Abs. 2 und 3, 102, 103; in Umsetzung der Unesco-Konvention 2005 oder getrieben von der Freiburger Erklärung über kulturelle Rechte, pp. – *den Gesamtzusammenhang aller kultur- und demokratiepolitisch relevanten Medien* (Periodika, R/TV, Internet), deren Angebote sich technisch zusehends mehr überkreuzen, zu fassen vermöchte.

In dieser Hinsicht sind wir vom vorliegenden Entwurf enttäuscht. Jede sich bloss auf «audiovisuelle» Medien beschränkende, statt ***auf den Schutz und die Förderung des zusammenwachsenden Gesamtkomplexes der Publizistik und der Kulturproduktion zielende*** Gesetzgebung stellt heute einen Anachronismus dar.

Die Überlegungen, die den Bundesrat dazu bewogen haben, das Pressewesen in diesem Entwurf – trotz grundlegend veränderter Strukturbedingungen und der eklatanten Krise der Pressefinanzierung – defensiv gegen die «elektronischen» Medien abzuschotten, werden im erläuternden Bericht (S. 79f., bes. auch in Anm. 12) dargelegt.

«Elektronische» Medien

Das Gesetz schränkt seinen Geltungsbereich, «um eine verfassungsrechtlich unzulässige Förderung der Presse zu verhindern» (Bericht S. 54, 79 u.a.) auf «elektronische» Medien ein, nämlich (Art.1 Abs. 2): «Als elektronische Medien gelten Medienangebote, die fernmeldetechnisch übertragen werden und für die Allgemeinheit bestimmt sind», wobei unter *fernmeldetechnischer Übertragung* verstanden wird, was in Art. 3 FMG definiert ist als «elektrisches, magnetisches, optisches oder anderes elektromagnetisches Senden oder Empfangen von Informationen über Leitungen oder Funk», und ebendort unter *Informationen* «für Menschen, andere Lebewesen oder Maschinen bestimmte Zeichen, Signale, Schriftzeichen, Bilder, Laute und Darstellungen jeder anderen Art».

Beides trifft also auch auf Online-Publikationen aller Art, somit auch aufs «elektronische» Publizieren von Textorganen zu.¹

Der vorliegende Gesetzesentwurf schliesst nun aber nicht nur die Presse, sondern auch die Förderung von reinem Online-Journalismus aus (also Organe wie *Bon pour la tête*, *Onlinereports*, *Infosperber*, *Republik* u.a.), soweit dieser nicht «audiovisueller» Natur ist.

Keine Konsultation der Kulturakteure im Vorfeld

Wir möchten hier festhalten, dass gemäss Umfragen in unserem Umfeld bei der Vorbereitung dieses kulturpolitischen Gesetzes seitens des Departements oder des Bakom keinerlei Konsultationen von Experten der Kulturförderung stattgefunden haben. Sollte im «sounding board» ein/e Kulturexpert/in Einfluss genommen haben, so ohne Fühlungnahme mit uns bekannten repräsentativen Akteuren im Kulturbereich (namentlich nicht von Suisseculture, der Coalition Suisse pour la diversité culturelle u.a.).

Angebotsvielfalt ist nicht Programmvielfalt

Ein wesentlicher Punkt des VE ist der begriffliche Wandel von «Programmen» zu «publizistischen Angeboten». Ein Radio- oder Fernsehprogramm von Rang ist die von gestalterischem Sinn beseelte Tätigkeit von Personen oder einer Institution, eine von einer erkennbaren und öffentlich diskutierbaren *Programmpolitik* geleitete Zusammenstellung von ausgewählten radiophonen und televisuellen Werken und Darbietungen, nicht einfach ein Bündel abzusetzender Produkte oder von Waren («Content») ohne Autorschaft und Gesicht.

Siehe dazu auch unsere Ausführungen zu Art. 20 ff. auf Seite 12.

Art. 1 RTVG

1 Dieses Gesetz regelt die Veranstaltung, die Aufbereitung, die Übertragung und den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen.

Artikel 2 VE

1 Unter dieses Gesetz fallen die Medienangebote der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG), die Medienangebote, die Gegenstand einer Leistungsvereinbarung sind, sowie schweizerische Fernsehprogramme.

NB: Man vergleiche die Definitionen in Art.2 RTVG ...

...mit jenen des Art. 4 VE.

¹ Dafür besteht in BV Art. 93 Abs. 1 eine umfassende Bundeskompetenz: «... sowie über andere Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung...». Urs Thalmann hat dies dargelegt in: Jusletter 25. Juni 2018 bzw. 2. Juli 2018.

Dem entspricht auch das Verschwinden des Begriffs «Programmveranstalter». Es resultiert daraus eine Sichtweise, die das Finanzieren eines solchen nicht mehr als die subsidiäre Förderung eines autonom gestalteten Programmschaffens versteht, sondern gleichsam als eine Bezahlung für outgesourcte Staatsaufgaben durch den Bund.

Kulturelle Vielfalt der Ausdrucksformen

Auch *der Begriff der Vielfalt* erscheint im Gesetz und erläuternden Bericht auf den Aspekt der Vielfalt an publizierten Meinungen verengt. Wir finden keinerlei Reflex des von der Schweiz im Juli 2008 ratifizierten *Unesco-Übereinkommens über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen*. Allenfalls kann man den in Art. 41 erscheinenden (begrüssenswerten!) *Dialog mit der Öffentlichkeit* als eine Umsetzung von Artikel 11 dieser Konvention² sehen, sofern dieser Dialog zwischen Menschen, die den Service public schaffen und jenen, die ihn geniessen, geführt werden wird – also mit der Zivilgesellschaft und nicht mit einem Panel von Lobbyisten der interessierten Medienbranche.

Anbiertervielfalt führt keineswegs von selbst zur Vielfalt an ausgestrahlten künstlerischen Ausdrucksformen. Zappt man nachts durch die vielen in Zürich empfangbaren Radiokanäle, findet man fast nur Populärmusik im Viervierteltakt und trifft auf einen einzigen Kanal mit abgestandener «Klassik» und allenfalls mal etwas «gemässigter Moderne» aus dem 20. Jahrhundert.³

Auch dieser Punkt scheint eine Folge der zu engen bundesrätlichen Auffassung zu sein, derzufolge «Information [...] die zentrale Aufgabe des Service Public im Medienbereich» sei.⁴

Kulturelles Potential neuer Online-Angebote

Die Kulturschaffenden begrüssen grundsätzlich sehr die neuen Möglichkeiten der Förderung von nicht-linearen Online-Angeboten. Sie entlasten die Anbieter vom Quotendruck z.B. in der «Primetime» und sie ermöglichen die Vermittlung und Produktion von Inhalten für ein spezialisiert interessiertes Publikum. Sind diese

² **Art. 11** Participation de la société civile

Les Parties reconnaissent le rôle fondamental de la société civile dans la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Les Parties encouragent la participation active de la société civile à leurs efforts en vue d'atteindre les objectifs de la présente Convention.

³ Statistische Daten, die mehr als populäre «Musikstile» ins Auge fassen, fehlen.

⁴ cf. insbesondere: Bericht BR, p. 99-101, wo auch die engen Vorstellungen der Berichtsverfasser vom Kulturschaffen der SRG deutlich werden.

Inhalte einmal produziert, können sie in der nicht-linearen Medienwelt auch von einem breiteren Publikum doch noch entdeckt werden.

Das gilt insbesondere auch für reine Textangebote, also etwa literarische Programme.

Es sollten daher auch die geförderten Online-Medien – ab einer gewissen Inhaltsbreite, also insofern sie nicht eine ganz andere Nische exklusiv bewirtschaften – einen expliziten Kulturauftrag erhalten. Die Präsenz der kulturellen Themen auch in der linearen Sendezeit soll deshalb nicht gekürzt werden, es soll aber die Chance genützt werden, dort zu vertiefen, wo weniger Zeit- und Quotendruck besteht.

3. Zu einzelnen Artikeln des Entwurfs

1. Titel: Allgemeine Bestimmungen

Art. 1 Zweck

Abs. 1

Es fehlt die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen basierend auf der *UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen* (SR 0.440.8). Daher ist der bestehende Absatz 1 folgendermassen zu ergänzen (neuer Text unterstrichen):

«Dieses Gesetz soll zur Vielfalt an schweizerischen Medien beitragen, die Qualität von elektronischen Medien fördern und dadurch einen Beitrag an die demokratische, soziale und kulturelle Entwicklung der Schweiz leisten sowie die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen schützen und fördern.»

Abs. 2

«*Fernmeldetechnisch*» schliesst die professionelle Online-Publizistik keinesfalls aus.

Art. 2 Geltungsbereich

Siehe unsere vorstehenden Bemerkungen zum Begriff des «Programms». Es ist nicht zu verstehen, warum just die Medienangebote *ohne* Service-Public-Charakter, also in der Regel bloss unterhaltende, ohne programmatische Gestaltungsleistungen auf Werbeerlöse abzielende Unternehmungen, hier als «Programme» – bezeichnet

werden. Am Begriff des Programms ist festzuhalten, auch dort wo einzelne Sendungen nicht mehr mit linearer Rundfunktechnik verbreitet werden.

Als falsch erachten wir, dass *Radiostationen ohne Leistungsvereinbarung* und *Fernsehprogramme von geringer publizistischer Tragweite* komplett aus dem Geltungsbereich des Gesetzes ausgenommen werden.⁵ Auch bei diesen Programm-anbietern sollten gewisse minimale Grundwerte wie Impressumspflicht, Mindestanforderungen bezüglich Medienangeboten und Jugendschutz eingefordert werden, wie sie u.a. das EÜGF verlangt.

Aus diesem Grunde muss auch an der Meldepflicht (Art. 3 RTVG) festgehalten werden, wie weiter unten (zu Art. 76, S. 27) ausgeführt.

Art. 4 Begriffe

[grundsätzliche Zustimmung zum vorgeschlagenen Konzept, cf. Bericht VE pp.13, 21, 77. mit Ausnahme der terminologischen Frage.]

Lit. g

Die Produktion kultureller Beiträge ist eine zentrale Aufgabe der Medienanbieterinnen der Schweiz. Eine Anbieterin, welche darauf verzichtet, soll nicht als vollwertige Medienanbieterin angesehen werden dürfen. Daher muss lit. g folgendermassen ergänzt werden:

«[...] des Medienangebots bestimmt sowie als Produzentin kultureller Beiträge agiert.»

2. Titel: Grundsätze

Art. 7 Mindestanforderungen bezüglich Medienangeboten

Abs. 1

Es ist ein Grundauftrag der Medien, dass sie die Grundlagen für eine demokratische Ordnung legen, in dem sie es ermöglichen, dass sich die Öffentlichkeit eine eigene

⁵ Das Gesetz macht anderen Anbieterinnen (Art. 69) allerdings ohne weiteres Vorschriften in Bezug auf Bekanntmachungspflichten: Bericht VE Seite 54.

Meinung bilden kann. Dieser Grundsatz muss zwingend in Absatz 1 festgehalten werden:

«[...] die Achtung der Menschenwürde gewährleisten. Dadurch schaffen sie die Grundlage, damit die demokratische Auseinandersetzung geführt werden kann, sowie einen Beitrag an die gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung der Schweiz.»

Abs. 2

Wir begrüßen ausdrücklich die Aufnahme eines Diskriminierungsverbotes ins aktuelle Mediengesetz. Allerdings stellt sich die Frage, wer oder was die «öffentliche Sittlichkeit» definiert. Der Begriff erscheint anachronistisch und rechtlich fragwürdig. Des Weiteren stellt sich die Frage, ob es einen Ausnahmepassus brauche für Beiträge, die einen schutzwürdigen kulturellen oder wissenschaftlichen Wert haben (analog zu Art. 197 StGB). Daher soll in Absatz 2 ein Passus gestrichen und wie folgt ergänzt werden:

«Medienbeiträge, die diskriminieren, zum Hass gegen bestimmte Gruppierungen oder Angehörige einer Gruppierung aufrufen, ~~die öffentliche Sittlichkeit gefährden oder Gewalt verherrlichen oder verharmlosen~~ sind verboten. Davon ausgenommen sind Beiträge, die einen schutzwürdigen kulturellen oder wissenschaftlichen Wert haben.»

Abs. 3

Wir begrüßten ausdrücklich diesen Absatz. Der Begriff «Medienbeiträge mit Informationsgehalt» ist allerdings unpräzise. Auch ein Musikstück oder Hörspiel hat Informationsgehalt. Gemeint ist wohl: beim Berichten über Ereignisse, Verlautbarungen oder kulturelle Veranstaltungen.

Art. 10 Kurzberichterstattungsrecht bei öffentlichen Ereignissen

Abs. 3

Wir begrüßen die Entflechtung zwischen UVEK und Komem bezüglich der Bewertung von Ereignissen auf ihre gesellschaftliche Bedeutung.

Art. 12 Förderungspflichten

Abs. 1

Der Artikel 12 VE sieht Förderungspflichten ausschliesslich für Fernsehprogramme ohne Leistungsauftrag vor. Diese Pflicht muss aber für alle elektronischen Medien (Radio, TV, Web) gelten. Eine ungleiche Behandlung von «linearen» Radio-/Fernseh-anbietern und «nicht linearen» Online-Anbietern ist nicht sachgerecht.

Der Randtitel muss also heissen «Förderungspflichten für Fernsehanbieter».

Weiter müssen in einem neuen Artikel (*Art. 12^{bis} Förderungspflichten für Online-Anbieter*) Regeln für Online-Anbieter festgelegt werden:

«Art. 12^{bis} Förderungspflichten für Online-Anbieter

¹ Der Bundesrat kann Anbieterinnen von Mediendiensten auf Abruf dazu verpflichten:

- a. einen wesentlichen Anteil der angebotenen Dienste schweizerischen oder anderen europäischen Werken vorzubehalten;
- b. einen angemessenen Anteil des Angebots für schweizerische oder andere europäische Werke von unabhängigen Herstellern vorzubehalten.

² Wer in der Schweiz wohnhaften Personen Mediendienste auf Abruf anbietet und dabei auch Spiel- oder Dokumentarfilme zeigt, muss xx Prozent der Bruttoeinnahmen einem Förderfonds zu Gunsten der Schweizer Audiovision überweisen.

³ Befreit von der Abgabepflicht nach Absatz 2 werden Anbieterinnen, die mehr als xx Prozent ihrer Bruttoumsatzes für den Ankauf, die Produktion, die Koproduktion oder Auswertung von Schweizer Filmen verwenden.

⁴ Die Pflicht zur Förderabgabe besteht für sämtliche Anbieterinnen unabhängig davon, ob der Geschäftssitz in der Schweiz oder ausserhalb der Schweiz liegt. Massgebend ist ausschliesslich die Möglichkeit, dass deren Angebot in der Schweiz empfangbar ist.

⁵ Die Verwendung der Filmförderungsabgabe richtet sich nach Artikel 15 Abs. 2 und 3 des Filmgesetzes vom 14. Dezember 2001.

Obwohl dies bereits dem neu vorgeschlagenen Art. 12 Abs. 3 entnommen werden kann ist klarzustellen, dass die Filmförderpflicht auch für Anbieter von Fernmeldediensten gilt:

Art. 12^{ter} Förderungspflichten für Fernmeldedienstanbieterinnen

¹ Anbieter von Fernmeldediensten, die Fernsehprogramme oder andere Medienangebote anbieten, welche Spiel- und Dokumentarfilme enthalten, sind ebenfalls verpflichtet, den Schweizer Film zu unterstützen. Der Beitrag orientiert sich an den Bruttoeinnahmen und ist einem Förderfonds zu Gunsten der Schweizer Audiovision zu überweisen.

² Die Höhe der Abgabe wird durch den Bundesrat festgesetzt.

³Die Verwendung der Filmförderungsabgabe richtet sich nach Artikel 15 Abs. 2 und 3 des Filmgesetzes vom 14. Dezember 2001.

Abs. 2

Der Bund, nicht das Bakom fördert. Diese Abgabe ist elementar für das AV-Schaffen und entspricht europäischer Norm. Die Erfüllung der Pflicht, Schweizer Filme zu produzieren oder anzukaufen muss sich auf die gleichen Werkgenres beziehen, die die Verpflichtung auslöst.

Wir begrünnen ausdrücklich das Festschreiben der Eigenproduktion der Medienanbieterinnen. Allerdings wäre dies nicht nur für den Film zu wünschen, sondern für alle Kunstsparten nach Artikel 28 BGeM.

Abs. 3

Hier ist festzuhalten, dass auch Anbieter von zeitversetztem Fernsehen (vgl. Art. 68 unten) und ausländische Anbieter von Werbefenstern verpflichtet werden müssen, den Schweizer Film zu fördern.

Art. 14 Werbeverbote

Abs. 1 a

Die Beschränkung auf religiöse und politische Überzeugungen ist nicht nachvollziehbar. Vielmehr soll jede Werbung, welche gegen das Diskriminierungsverbot Art. 8 Abs. 2 BV verstösst, vollumfänglich verboten werden. Daher wäre die Formulierung folgendermassen zu ändern:

«Unzulässig ist Werbung, die:

a. die Menschen aufgrund von Herkunft, Rasse, Geschlecht, Alter, Sprache, sozialer Stellung, Lebensform, religiöser, weltanschaulicher und politischer Überzeugung oder wegen einer körperlichen, geistigen oder psychischen Behinderung herabmindert;»

3. Titel: Werbung und Sponsoring

Werbefenster

Mit der vorliegenden Gesetzesnovellierung bietet sich die Chance, die bestehenden Probleme mit dem Abfluss von Werbegeldern ins Ausland anzugehen.

Seit dem Bundesgerichtsurteil in Sachen *M6 vs. SRG* (4A_203/2009.), das noch vom Konzept des *Sendelands* ausging, hat sich das Umfeld wesentlich geändert. Konnte man damals noch von Territorialität ausgehen bezüglich des Landes, von dem aus ein Akteur einen Verteilsatelliten mit Programmen beschickt, so ist bei der Diffusion übers Internet per se Territorialität problematisch geworden – reell hingegen bleibt, dass Erträge vom einen ins andere Land fließen, an die angeknüpft werden kann.

Die geänderte AVMD-Richtlinie der EU, an der man sich bei diesem Gesetz zweckmässigerweise orientieren sollte, geht hier kreativ voran, indem sie vom Prinzip abrückt, dass es auf das Sitzland eines Anbieters ankommt, ob eine Förderpflicht entsteht. Vielmehr wird neu daran angeknüpft, ob ein ausländisches Angebot aufs Publikum eines Landes zielt, ob also z.B. in der Schweiz Umsätze erzielt werden, um einen Anbieter – ob mit oder ohne Leistungsauftrag, wie alle anderen, die audiovisuelle Werke nutzen –, zu einer Förderabgabe verpflichten zu können.⁶

Die Schweizer Werbefenster ausländischer Sender entziehen dem hiesigen Markt jährlich etwa die Hälfte des Schweizer Werbeertrags, erwerben aber weder die Schweizer Rechte für die werbungstragenden Programstoffe noch investieren sie in den Schweizer Markt.⁷ Eine Abgabe für das Kulturschaffen des Landes, auf dessen Markt der Sender tätig wird, wie das jetzt in der EU die AVMD-Richtlinie möglich machen wird, ist demnach das Mindeste, was man auch bei uns einrichten sollte.

Bereits seit 2016 gilt grundsätzlich die Regel, dass auch Veranstalterinnen mit einem nationalen oder sprachregionalen Programmfenster verpflichtet sind, 4 % ihrer Bruttoeinnahmen für den Schweizer Film zu verwenden. Dies gilt allerdings bisher nicht für ausländische Veranstalterinnen von Programmen, weil aufgrund des auch von der Schweiz ratifizierten Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen (SR 0.784.405) ausländische Werbefenster nur zurückhaltend verpflichtet werden können. Das ist vor allem deshalb störend, weil damit eine grosse Ungleichbehandlung erfolgt: wer in der Schweiz ansässig ist hat eine Pflicht den Schweizer Film zu unterstützen. Ausländische VeranstalterInnen hingegen nicht. Nun hält aber Art. 16 des EÜGF fest, dass bei der Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen gewisse Auflagen bei der Werbung vorgenommen werden können. Somit kann eine Filmabgabe sich ausschliesslich an der Werbung orientieren. Wir unterstützen deshalb die Position der Filmverbände mit dem folgende Formulierungsvorschlag:

Neuer Art. 19e

¹ Für die im Ausland niedergelassene Veranstalterinnen mit ausschliesslich oder überwiegend

⁶ Erwägungen 20 bis 25; Änderung im Artikel 13.

⁷ Hettich/Schelker, Rz. 144, Anm. 322.

an das Schweizer Publikum gerichteten Werbefenstern beträgt die Abgabe mindestens vier Prozent der aus den Werbefenstern.

² *Die Verwendung der Filmförderungsabgabe richtet sich nach Art. 15 Abs. 2 und 3 des Filmgesetzes vom 14. Dezember 2001.*

Falls Sie die Auffassung vertreten, dass diese Regelung in mit dem EÜGF nicht vereinbar ist, besteht die Möglichkeit, Werbefenster via Weiterverbreiter zu belangen. Dies würde zu einer Anpassung von Art. 12 führen:

Art. 12: neuer Abs. 3^{bis}

^{3bis} *Das Bakom erhebt bei den Fernmeldediensteanbieterinnen eine Abgabe auf die Durchleitung von ausländischen Fernsehprogrammen mit Schweizer Werbefenstern, die zweckgebunden für die Schweizer Filmförderung verwendet wird. Die Abgabe wird auf der Grundlage der durch die Werbefenster in der Schweiz jährlich erzielten Bruttoeinnahmen berechnet. Sie beträgt 4 Prozent deren Bruttoeinnahmen.*

4. Titel: SRG und Medien mit Leistungsvereinbarung

Art. 20 Allgemeine Bestimmungen

Hier erwartet man vergeblich eine Umschreibung des Service-Public-Auftrags gemäss BV Art. 93 Abs. 2. Die Formulierung im Art. 1 ist zu generell, um eine Überprüfung der Umsetzung bestimmter Leistungsaufträge durch die einzelnen Akteure zu ermöglichen. Ziel kann ja nicht sein die «Vielfalt an schweizerischen Medien» zu fördern, sondern die Vielfalt und Repräsentativität *der produzierten Werke und publizistischen Leistungen und die vielfältige Darstellung aller wichtigen politischen und kulturellen Zusammenhänge und Debatten im Land.*

Wie Suisseculture und andere Künstlerverbände immer wieder dargelegt haben⁸, sollten *alle konzessionierten und mit Beiträgen der öffentlichen Hand (Gebühren) geförderten privaten Medien* in ihrem Wirkungsbereich angemessene Beiträge zur Erfüllung des Verfassungsauftrags und vor allem auch zur Kultur erbringen. Der Verfassungsartikel bezieht sich ja auf Radio, Fernsehen und Onlinemedien ohne Einschränkung auf eventuell geförderte Angebote.

⁸ z.B. Positionspapier Suisseculture 2012 p.20. Stellungnahme VSFG zur Konzession «Tele-Zürich» 1995.

Es befremdet daher, wenn hier ein einzelner Aspekt (Vielfalt der Ereignisse und Ansichten) interpretierend zitiert und privilegiert hervorgehoben wird.⁹ Es zeigt sich hier die Beschränkung des kulturpolitischen Blicks, wie er fatalerweise schon im Bericht der EMEK und im Bericht BR 2016 vorgegeben worden ist.

Abs. 3

Der Fokus auf rein audiovisuelle Werke ist abzulehnen. Vielmehr müssen Medienanbieterinnen mit Leistungsvereinbarungen verpflichtet werden können, mit den kulturellen Sparten zusammenzuarbeiten wie dies für die SRG in Artikel 28 BGeM geregelt ist. Die Formulierung ist daher folgendermassen anzupassen:

«[...] mit einer Leistungsvereinbarung verpflichten, mit dem schweizerischen Kulturschaffen zusammenzuarbeiten sowie einen wesentlichen Anteil ihres Medienangebots schweizerischen oder anderen europäischen Werken [...]».

2. Kapitel: SRG

Art. 21 Grundsätze

Generelle Bemerkungen

In diesem Artikel scheint es, obwohl mit *Grundsätze* betitelt, nur um «publizistische» Angebote zu gehen!¹⁰

Die SRG war und ist jedoch grundsätzlich immer ein Kulturveranstalter, mit unter vielen anderen auch publizistischen Leistungen.¹¹ Unter den Definitionen in Artikel 4 findet sich der Begriff «publizistisch» nicht – so wenig, wie «kommerziell», «kulturell», «veranstalterunabhängig» oder «professionell» definiert oder gegen tendenziöse

⁹ BV 93: ...«Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.» – Zur Umsetzung der Unesco-Konvention 2005 wünschte man sich eher die Präzisierung, dass die Medien auch die *Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen* angemessen widerzuspiegeln haben. Siehe dazu auch weiter unten den Aspekt der Statistik.

¹⁰ Dies offensichtlich in der Folge des engen Blicks des EMEK-Berichts. Man gewinnt den Eindruck, dass in verschiedenen Artikeln (z.B. Art. 52, Kriterien für den Abschluss von Leistungsvereinbarungen: «publizistischer Mehrwert») auch Musik oder literarische Lesungen mitgemeint sein könnten und es sich hier um eine sprachliche Unklarheit handeln könnte.

¹¹ Im geltenden RTVG findet sich der Begriff nur als «übriges publizistisches Angebot» für Internet-Aktivitäten (passim; 21 mal), *also gerade nicht für das Kerngebiet der Audiovision*, sowie (Art. 26ff.) in den Titeln zu Art. 26-28. und in den zwei Wendungen «publizistisch von geringer Tragweite» und «publizistisches Angebot für das Ausland».

Lesarten abgegrenzt sind. So ist wohl unter «publizistisch» das autorschaftliche Berichten, Vermitteln und Interpretieren tagesaktueller, politischer und kultureller Stoffe oder Ereignisse verstehen? Der Videostream der Bundesrats-Presskonferenz ist keine Publizistik, er ist simpel eine mechanische Übertragung, wie die eines Webcam-Bilds von der Dôle, vom Säntis, Corvatsch oder Monte Lema.

Abs. 2

«...im Wesentlichen aus «audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen»: Was bedeutet im Wesentlichen? Der Bericht wiederholt leider nur den Wortlaut des Entwurfstextes. Eine unspezifizierte Beschränkung auf Ton und Audiovision lehnen wir als obsolet ab.

Abs. 3

Die SRG ist der wichtigste Ort für die gesamtschweizerische öffentliche Auseinandersetzung. Dem ist im Gesetz Rechnung zu tragen. Somit soll Absatz 3 folgendermassen geändert werden:

«Die SRG orientiert sich am Gemeinwohl und bietet dem Publikum eine verlässliche Orientierung in Staat und Gesellschaft sowie Raum für die öffentliche Auseinandersetzung.»

Abs. 7

Andererseits lesen wir in Abs. 7: «Die Verbreitung und die Form des publizistischen Angebots ist darauf ausgerichtet, Zielgruppen auf effiziente und innovative Art zu erreichen». Das kann so verstanden werden, dass zum Beispiel fürs Erreichen eines heute internetsüchtigen Publikums mit «publizistischen» Stoffen forciert das Internet bespielt werden soll. Radio und Fernsehen müssen aber autonom darüber entscheiden, wie sie im Rahmen des Verfassungsauftrags tätig sein wollen; die freie Methodenwahl muss garantiert sein.

Art. 22 Inhalt des Leistungsauftrags [SRG]

Abs. 1

Hier fehlt wohl ein Komma? Es muss heissen: «von anderen, kommerziellen» ??
Siehe Art.22 Abs 6.

Abs. 2

Die Formulierung ist zu schwach. Im Unterschied zu den anderen Medienanbietern, die tatsächlich zur freien Meinungsbildung beitragen, ist es der Grundauftrag der SRG, diese zu ermöglichen. Die Formulierung soll dem Rechnung tragen:

«Sie ermöglicht die freie Meinungsbildung des Publikums. Sie [...]»

Abs. 3 [Auslandprogramme]

Die vom heutigen Wortlaut des RTVG abweichende Formulierung legt die Interpretation nahe, dass das Angebot von Swissinfo massiv zusammengekürzt werden soll. Dies ist abzulehnen. Im Zweifelsfall soll auf die geltende Formulierung im RTVG zurückgegriffen werden.

In Bezug auf die Auslandprogramme bzw. swissinfo.ch soll nach dem VE die kulturelle und informationelle Präsenz der Schweiz aus dem Konzessionsbereich entfernt und (cf. Art. 34) durch einen separaten Leistungsauftrag des Bundes geregelt werden.

Definiert das geltende RTVG die betreffende Tätigkeit der SRG noch mit «[sie fördert] die engere Verbindung zwischen den Auslandschweizerinnen und Auslandschweizern und der Heimat sowie die *Präsenz* der Schweiz und das *Verständnis* für deren Anliegen im Ausland», so heisst es nun noch dürr: «Sie bietet Informationen für die im Ausland lebenden Schweizerinnen und Schweizer an».

Die eigentliche Zweckdefinition ist in den Artikel 34 (s. Seite 20) verschoben worden, als ginge es bei der Auslandstätigkeit der SRG um ein Wirken im Sinne einer Bundeswerbeagentur, nicht um eine autonom gestaltete Programmtätigkeit der Konzessionärin.

Abs. 4

Für uns zentral ist, dass die Zusammenarbeit mit den Kulturschaffenden ausdrücklich genannt ist.

Die Erwähnung der Eigenproduktionen (RTVG) fehlt hier. Es geht nicht um die Kulturförderung, sondern um *Kulturtätigkeit*, also darum, Werke/Aufführungen einerseits zu *produzieren*, andererseits auch «veranstalterunabhängige Programme» auszustrahlen. Zusammenarbeit mit anderen Akteuren darf aber nicht zu Leistungsabbau (z.B. Konzertübertragungen statt Eigenproduktion) führen, sondern sollte gegenseitige Verstärkung, Anregung und Kritik stimulieren. Im Übrigen sollten alle unter dem Gesetz geförderten Medien im Rahmen ihrer Möglichkeiten als Plattformen für das unabhängige Schaffen wirken.

Dieser Artikel ist grundsätzlich zu begrüssen und hält die Verantwortung der SRG als Produzentin kultureller Beiträge fest. Was hingegen fehlt, ist ein Bekenntnis zur kritischen Rezeption und Auseinandersetzung mit Schweizer Kulturschaffenden im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung. Daher soll Absatz 4 folgendermassen ergänzt werden:

«[...] und andere Produktionen an. Sie trägt zu einer kritischen Rezeption und Auseinandersetzung mit dem Schweizer Kulturschaffen bei.»

In diesem Sinne verlangt auch Art. 28 die Zusammenarbeit mit dem Film- und Musikschaffen, und stärkt mit der Verpflichtung zu Aufträgen an die filmtechnischen Betriebe wichtige Infrastrukturen unserer Kulturwirtschaft.

Abs. 5

Begrüssst wird von uns nachdrücklich, dass Bildung (cf. RTVG Art. 24 Abs. 2c¹²) ausdrücklich genannt wird. Zur Bildung gehören namentlich auch die politische, kulturelle und musische Bildung (Voraussetzung zur «Teilhabe»).

Art. 23 Inhalte für bestimmte Bevölkerungsgruppen

Abs. 2 und 3

Auch hier wieder «publizistisches Angebot» – gehören dazu auch Spielfilme?

Abs. 2

Auch hier «berücksichtigt» – statt einer aktiven Formulierung wie «bietet wesentliche Programme in geeigneter Form auch für ihre Publika mit Behinderungen an». Er gibt keine inhaltliche Begründung, weswegen hier die schwächere Formulierung «berücksichtigt» anstelle von «anbieten» wie in Absatz 1 verwendet wird.

Grundsätzlich ist Absatz 2 in Bezug auf Menschen mit Migrationshintergrund äusserst defensiv und ausschliesslich aus der Perspektive eines nicht migrantischen Publikums formuliert. Dies ist abzulehnen, da sich der Auftrag der SRG auf die gesamte Schweizer Bevölkerung – ohne Ansicht ihres Migrationsstatus' – bezieht.

¹² «[trägt bei zur] Bildung des Publikums, namentlich durch die regelmässige Ausstrahlung von Sendungen mit bildenden Inhalten»

Statt «die gesellschaftliche Integration und das Verständnis beim übrigen Publikum zu fördern», muss dies der Leistungsauftrag ergänzend festhalten – analog zu Artikel 22 Absatz 2. Daher soll Absatz 2 wie folgt neu formuliert werden:

«Sie bietet Medienbeiträge für Menschen mit Migrationshintergrund an, um die gesellschaftliche Integration sowie die freie Meinungsbildung auf der Basis objektiver Fakten zu ermöglichen.»

Die französische Formulierung «s'intéresse» in Absatz 2 ist als belanglos abzulehnen.

Abs. 3

Er gibt keine inhaltliche Begründung, weswegen auch hier die schwächere Formulierung «berücksichtigt» anstelle von «anbieten» wie in Absatz 1 verwendet wird (im Sinne des Behindertengleichstellungsgesetzes).

Art. 24 Qualitätsanforderungen

Abs. 2

Es ist klarzustellen, dass die SRG nicht nur über quantitative Qualitätsstandards (z.B. Klick- und Zuschauerzahlen) gemessen werden darf. Daher ist Absatz 2 folgendermassen zu ergänzen:

«[...] Sie legt Indikatoren zur Qualitätsmessung fest und lässt [...]»

Art. 25 Ausrichtung auf die Sprachregionen

Abs. 2

Die unglückliche Formulierung: «*berücksichtigt* das Rätoromanische auf angemessene Weise» hat weite Teile der romanischen Schweiz vor den Kopf gestossen und ist daher in dieser Form abzulehnen.

Auch wenn es hier vorab um eine Kompetenznorm geht, die in der Konzession konkretisiert werden kann/muss, darf dies nicht durchgehen: der Wille des Gesetzgebers muss ausreichend klar werden.

Als Mindestmass soll diese folgendermassen konkretisiert werden:

«[...] und erbringt auch für das Rätoromanische ein Angebot in angemessener Weise.»

Abs. 4

Die im Vergleich zum bestehenden Gesetz abgeschwächte Formulierung «berücksichtigt das rätoromanische» ist ein Rückschritt und somit abzulehnen. Daher wird vorgeschlagen, analog zur ursprünglichen Formulierung Absatz 4 folgendermassen zu ändern:

«Die SRG bietet in der deutschen, französischen und italienischen Sprachregion je mindestens ein Radio- und Fernsehprogramm an. Für die rätoromanische Sprachregion bietet die SRG mindestens ein Radioprogramm an.»

Abs. 5

Die übermässige Verwendung der verschiedenen schweizerdeutschen regionalen Dialekte erschwert die Verständigung zwischen den Landesteilen.

Die Verwendung der Standardsprache soll also nicht die Ausnahme, sondern die Regel sein, wie dies in Bildung, Politik und weiteren Bereichen bereits der Fall. Deshalb ist Absatz 5 neu folgendermassen zu formulieren:

«In der Regel wird in der jeweiligen Landessprache in ihrer Standardform gesendet.»

Art. 27 Werbung

Solange die SRG zur Erfüllung ihres Auftrags auf Werbeeinnahmen angewiesen ist, sollte ihr auch in ihren Online-Angeboten, die sich mehr und mehr zur dominanten Nutzungsform entwickeln, Werbung nicht grundsätzlich verboten werden; der Bundesrat kann bei Auswüchsen, wie das Abs. 2 ja vorsieht, gegebenenfalls geeignete Grenzen setzen. Ziel muss sein, den Service public in einem Umfeld sinkender Zahlungsbereitschaft optimal zu finanzieren.

Art. 28 Zusammenarbeit im Kulturbereich

Die seit Jahren geforderte Verpflichtung zur Zusammenarbeit im Kulturbereich, auch wenn sie hier nur für die SRG gilt, ist sehr zu begrüßen.

Die den Status quo (mit «Pacte de l'audiovisuel», «Musik-Charta») festhaltende Nennung einzelner Sparten sollte indessen entfernt werden.

Befremdend ist sodann die Formulierung «... *berücksichtigt* die Literatur» (es geht nicht um Rücksichten, sondern um den Willen zur optimalen Entfaltung der

einheimischen Kreation!) Die französische Formulierung «s'intéresse à la littérature suisse» ist als belanglos abzulehnen. Die darstellenden Künste bleiben unerwähnt.

Die unterschiedliche Behandlung des schweizerischen Film- und Musikschaftens einerseits und der Literatur andererseits ist nicht nachvollziehbar, da die Beziehung der Medien zur Literatur längst der gelebten Praxis entspricht.

Literarische Texte umfassen heute unzählige Formen, angefangen bei Romanen, Gedichten oder Essays über Kolumnen, Comics, Blogs, Hypertexten bis zu Hör- und Fernsehspielen oder Spoken Poetry. Viele Texte werden heute immer noch primär über das gedruckte Buch vermittelt, zahlreiche andere werden im weltweiten digitalen Netz, auf E-Books oder anderen digitalen Datenträgern gelesen. Wiederum andere hört das Publikum auf der Bühne oder über Kopfhörer. Die Präsenz von Literatur ist heute somit wesentlich vielseitiger und bildet sich, nicht zuletzt auch im Zuge der Digitalisierung, immer mehr auch in den unterschiedlichen elektronischen Medien ab. Daher sehen wir nicht ein, weshalb die Bedürfnisse der Literatur, der darstellenden und bildenden Künste – anders als beim Film- und Musikschaften – nicht auch mittels einer engen Zusammenarbeit mit der den betreffenden Sparten realisiert werden sollen.

Der Absatz 1 sollte daher folgendermassen formuliert werden:

«Die SRG arbeitet mit dem schweizerischen Kulturschaften zusammen, insbesondere mit dem Film, der Musik, der Literatur, den darstellenden und bildenden Künsten.

Die Komem regelt die Einzelheiten in der Konzession; sie kann Mindestanteile vorschreiben.»

Abs. 2

Wir begrüssen diesen Punkt ausdrücklich. Aufträge an die einheimischen Betriebe aus den Gebührenressourcen bilden eine wichtige Basis für deren Überleben, das für Arbeit unserer Kreativwirtschaft lebenswichtig ist. Die Vergabe von Aufträgen durch öffentlich geförderte Institutionen – zum Beispiel bei der Filmrestaurierung – ins billigere Ausland, während hierzuland exzellentes Know-How besteht und reproduziert werden sollte, ist kulturpolitisch falsch.

Art. 30 Zurverfügungstellen von Medienbeiträgen

Grundsätzlich ist nichts dagegen einzuwenden, sofern die Leistungen, namentlich auch die Entschädigung der Urheber und Interpreten für diese Zusatznutzungen, korrekt abgegolten werden, und zwar von jedem Rechutenutzer für seine jeweilige

Verwendung. So ist es bewährte Praxis im Urheberrecht, und so verstehen wir die Bestimmung. Die Beiträge sollten ausserdem als SRG-Produktionen erkennbar sein, damit nicht der Eindruck entstehen kann, dass es sich um Produktionen der sie übernehmenden Medien handelt.

Erfreulich ist, dass im erläuternden Bericht explizit darauf hingewiesen wird, dass diese Dienstleistung kostenpflichtig ist. Hingegen fehlt ein Vorbehalt, wonach eine derartige Übertragung nur dann möglich ist, wenn die SRG auch über die entsprechenden Nutzungsrechte verfügt. Dies ist entsprechend klarzustellen.

Art.31 Erhalt und Zugang zum Archiv

Ausdrücklich zu begrüssen. Es kann nicht sein, dass die öffentliche Hand Medienwerke fördert und die Geförderten diese dann als ihr Eigentum vermarkten oder Archivbestände nach Belieben kassieren.

Kulturschaffende sind auf Zugriffe zu Archiven für ihre künstlerische Tätigkeit besonders angewiesen – sei das für fundierte Recherchen oder auch inhaltliche Bezüge zwecks Traditionsbildung. Daher soll in Absatz 2 zusätzlich zur wissenschaftlichen auch die kulturelle Nutzung gewährleistet werden. Die Formulierung lautet somit folgendermassen:

«[...] zum Eigengebrauch, zur wissenschaftlichen *und kulturellen* Nutzung zugänglich.»

Das gleiche sollte aber auch für andere Produzenten mit Leistungsauftrag gelten – der Bericht geht darauf nicht ein.

Akteure mit Leistungsauftrag

Über die Archive der Nicht-SRG-Akteure wird nichts ausgesagt. Es scheint, dass für diese Programme keine Archivierungsregeln vorgesehen sind. (Artikel 98 regelt nur Pflichten zur befristeten Aufzeichnungen aus Gründen der Justiziabilität (UBI, Ombudsmann). Hier besteht eine Lücke.

Art. 34 Förderung der Präsenz der Schweiz im Ausland

Warum – wenn nur eine Kann-Bestimmung – soll der Bund eine solche Vereinbarung nur mit der SRG abschliessen können?

Auch hier: Das «Angebot» darf nicht auf Publizistik eingeschränkt werden. Es fehlt der

wichtige Aspekt des internationalen Kulturaustauschs bzw. der Plattform für die Präsenz unseres Kulturschaffens im Ausland. Siehe auch Art. 22 Abs. 3 (Seite 14).

Ginge es nach diesem Vorentwurf, so könnte der Bund dank der Kann-Formel sein Engagement für die kulturelle Präsenz im Ausland noch weiter einschränken. Von kultureller Präsenz ist hier nicht die Rede; gar nicht vom früher noch genannten Zweck, zur Völkerverständigung beizutragen...

Auf jeden Fall sollte hier klargestellt werden, dass die SRG ihren Auftrag in programmlicher Autonomie erfüllen soll, selbstverständlich – wie alle anderen Aufträge, im Austausch mit der Zivilgesellschaft und dem Schweizer Kulturschaffen.

Art. 38 Finanzierung [der SRG]

So wie die Einschränkung der Werbemöglichkeiten der SRG in Art. 27 (oben Seite 000018Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.00) scheint uns hier auch hier inadäquat, dass der Bundesrat der SRG einen Maximalbetrag für «kommerzielle Einnahmen» vorschreiben können sollte.

Ziel muss sein, den autonom erbrachten Service public zu finanzieren. «Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen» ist gewiss dort angebracht, wo es um die Finanzierung von deren Service-public-Leistungen geht.

Sollte eine überbordende Werbefinanzierung der SRG ihre Programme zu sehr «kommerzialisieren», kann der Bund mit Konzessionsvorschriften eingreifen und/oder die Gebühren erhöhen. Im Übrigen liegt es auch nicht im Interesse der Werbewirtschaft, die Möglichkeiten, auf SRG-Kanälen zu werben, zu behindern.

Art. 39 Verwendung der finanziellen Mittel

Abs. 3

Diese Möglichkeit sollte auch für andere Bereiche offen bleiben; die Privilegierung der Information – wie im neusten Konzessionsentwurf – ist aus unserer Sicht abzulehnen.

In Konsequenz der vom Gesetzgeber verlangten Zusammenarbeit gemäss Artikel 28 mit dem Schweizer Kulturschaffen muss der Bundesrat hier auch den Anteil der Abgabe festlegen können, der die Erfüllung dieses Auftrags ermöglicht:

«[...] für die Information nach Artikel 22 Absatz 2 sowie die kulturelle Produktion nach Artikel 28 Absatz 1 übernehmen muss.»

Abs. 4

Bei den Koproduktionen ist die Kultur nicht spezifisch erwähnt und ist daher zu ergänzen:

«[...] für Koproduktionen in den Bereichen Kultur, Unterhaltung und Sport [...]

Art. 41 Dialog mit der Öffentlichkeit

Dieser Artikel ist sehr zu begrüßen. Wir brauchen einen regelmässigen und offenen Dialog der Medienanbieter mit der Öffentlichkeit über die Programmstrategien und zum Service public. Wo Medien nicht eigenwirtschaftlich als kommerzielle Unternehmen, sondern mit Service-Public-Aufträgen schaffen, müssen ihre Tätigkeiten transparent sein und auf die Kritik der Öffentlichkeit produktiv eingehen. Das bedeutet keine Einschränkung der kreativen Freiheit, sondern ist einfach eine Voraussetzung fürs Produzieren im Dienste des Gemeinwohls. Dabei kann es nicht um einen unverbindlichen Gedankenaustausch gehen – es braucht vielmehr die Bereitschaft, die programmlichen Grundwerte mit einer qualifizierten Vertretung der Öffentlichkeit abzustimmen. Bericht p. 42f..

Diese Bestimmung setzt überdies, wie oben Seite 6 dargelegt, den Artikel 11 der Unesco-Konvention von 2005 um, mit dem sich die Schweiz zum kulturpolitische Einbezug der Zivilgesellschaft verpflichtet hat.

3. Kapitel Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung**Art. 46 Grundsatz**

Auch hier schlägt wieder die Präponderanz der *politischen Information* durch. Das Senden von Konzerten, Hörspielen oder die Übertragung einer Gesprächsrunde über Gesellschaftsfragen, «die sich auf den lokalen, regionalen oder sprachregionalen Raum beziehen», sind höchstens indirekt «publizistisch»; es wird mit der vorliegen-

den Formulierung die *originale* kulturelle Eigenproduktion der Medienanbieterinnen hinter das *sekundäre*, «publizistische» Berichten zu Ereignissen gestellt.¹³

BV Art. 93 Absatz 1 gilt für *alle* unter diesem Gesetz befassten Akteure.

Die exklusive Fokussierung auf «Publizistik» ist aus unserer Sicht abzulehnen. Lokale oder regionale Radios, Fernseh- und Onlineangebote sollen auf Grund nachgewiesener *kultureller Leistungen* gefördert werden, zu denen selbstverständlich die Publizistik und Informationsvermittlung prominent dazugehören.

Die Einschränkung der Kulturleistungen dieser Anbieter (cf. Bakom-Faktenblatt 3, S. 6) auf soziale Aspekte wie «Teilhabe» und Integration usw. wäre ein fataler Rückschritt, den wir nicht akzeptieren könnten.

Abs. 1

Der Begriff «publizistisch» hat hier nichts zu suchen. Es geht um Medien mit regionaler Tätigkeit und Ausstrahlung, die kulturelle und/oder publizistische Leistungen erbringen, welche *zu den Angeboten der SRG und kommerzieller Kanäle komplementär* sind, also die Vielfalt des kulturellen und publizistischen Angebots mit Autoren und Künstlern von lokalem Rang erweitern.

Die Form dieser Beiträge (Lit. b) darf nicht (mit «im Wesentlichen mit Audio- und audiovisuellen Medienbeiträgen») eingeschränkt werden. Wir verweisen auf die Begründung in der Stellungnahme von impressum.

Abs. 4

Es fehlen ganz die kulturellen und künstlerischen Angebote; diese können ja sinnvoll nicht unter Lit. b («für bestimmte Bevölkerungsgruppen»), dh. Art. 48 («kulturelle Gruppen») subsumiert werden.

Art. 47 Medienangebot mit regionalen Informationsleistungen

Lokale/regionale Medien sollten sich nur am allgemeinen Zweck dieses Gesetzes zu orientieren haben und in ihren Programmen klar komplementäre Leistungen erbringen.

¹³ «Information ist die Kernaufgabe des Service Public.» Bericht des Bundesrates S. 94 bis 99. Von daher die fragwürdige Bestimmung in der soeben erlassenen neuen Konzession (Art. 6 Abs. 6), welche die SRG zu einer Ressourcen-Allokation von 50% für die «Information» verpflichtet.

Abs. 1

Verglichen mit RTVG Art. 38 Abs. 1 Bst. a fehlt die Formulierung «...und zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet beitragen». An diesem Auftrag ist ausdrücklich festzuhalten.

Wie bereits in Artikel 7 Absatz 1 (oben Seite 7) ausgeführt ist es ein Grundauftrag der Medien, dass sie die Grundlagen für eine demokratische Ordnung legen, in dem sie es ermöglichen, dass sich die Öffentlichkeit eine eigene Meinung bilden kann. Es ist klar, dass die regionalen Informationsprogramme hier eine kleinere Rolle spielen als die SRG, dennoch muss der Grundsatz bestehen bleiben. Demnach soll Absatz 1 folgendermassen ergänzt werden:

«[...] orientieren sich am Gemeinwohl, tragen zur demokratischen Auseinandersetzung durch sachliche und neutrale Informationen bei und vermitteln [...]».

Art. 48 Medienangebote für bestimmte Bevölkerungsgruppen

Es wird nicht klar, ob hier z. B. auch ein reines Musikradio gefördert werden kann, das – wie das früher unter dem Vielfaltsaspekt geförderte Radio Tropical – die kulturelle Vielfalt des Musikangebots erweitert, ohne sich an «bestimmte Bevölkerungsgruppen» zu richten.

Art. 49 Partizipative Medienangebote für bestimmte Bevölkerungsgruppen

Warum es diesen Artikel – nicht nur Art. 48 – braucht, wird vom Bericht nicht erhellt. Gemeint ist wohl, dass auch nicht-gewinnorientierte Projekte (wie die Unikom-Radios) gefördert werden können, was wir natürlich begrüessen.

Statt von «nicht professionellen Journalist/innen» sollte man jedenfalls von Programmgestalterinnen und Autoren reden. Der Begriff des Professionellen ist bekanntlich bei Autorinnen und Künstlern problematisch.

Art. 52 Kriterien für den Abschluss von Leistungsvereinbarungen

Absatz 1 sollte analog zu Lit. d ergänzt werden mit:

«e. Beitrag zur Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen».

5. Titel: Übertragung von Medienangeboten

Art. 64 Verbreitungspflicht

Must-carry-rule: Wir begrüßen die vorgesehene Möglichkeit, wertvolle ausländische Programme, insbesondere solche, an denen die Schweiz beteiligt ist (3sat, tv5, arte), als verbreitungspflichtig zu bestimmen. Damit wird das Service-Public-Konzept richtigerweise auch auf die Verbreitung über Kabelnetze ausgedehnt.

Art. 68 Zeitversetztes Fernsehen

Angesichts der steigenden Bedeutung zeitversetzter Nutzung von Radio- und Fernseh-Programmen handelt es sich hier um einen für die Schweizer Produktion wichtigen Punkt.

Im Hinblick auf eine Revision des Filmgesetzes – im Sinne einer Ausweitung des Geltungsbereiches auf On-Demand oder Near On-Demand-Auswertungen – wäre die Formulierung zu erweitern: «von den Fernmeldediensteanbietern unter Wahrung der urheber- und filmrechtlichen Bestimmungen».

Medienpolitisch ist für das Filmschaffen von grosser Bedeutung, dass der Gesetzesentwurf darauf verzichtet, die Replayfrist von aktuell 7 Tagen festzuschreiben.

Wir unterstützen somit die von Filmseite vorgeschlagene Formulierung:

«Art. 68 Abs. 1:

Als zeitversetztes Fernsehen gilt das von einer Fernmeldediensteanbieterin verbreitete und aufgezeichnete Fernsehprogramm einer Medienanbieterin, welches die Fernmeldediensteanbieterin unter Wahrung der urheber- und filmrechtlichen Bestimmungen für ihre Endkundinnen und Endkunden während einer begrenzten Zeitspanne integral zum Abruf bereithält.»

6. Titel: Indirekte Medienförderung

Generelles (Art. 71-75)

Jede Massnahme, mit der die Qualität und die Infrastruktur des Service Public von Radio, Fernsehen und der Publizistik gefördert werden kann, ist aus unserer Sicht begrüssenswert.

Die Einschränkung auf «elektronische» Medien ist hingegen, wie wir einleitend auf Seite 3 ausgeführt haben, anachronistisch. [Cf. Bericht p. 13s., 54.;]

Art. 71 Aus- und Weiterbildung

Eine verstärkte Förderung von MAZ oder Focal u.a. ist zu begrüessen – aber das löst nicht das Grundproblem, dass die meisten Publikationsorgane heute ihre eigenen kreativen Ressourcen nicht selber hervorbringen und reproduzieren können, sondern mehr und mehr vom Raubbau an der von Autorinnen und Autoren – aus der Schule oder der Universität – mitgebrachten Substanz leben. So können Literaturkritiker die besprochenen, Musikkritiker dramatisierte Bücher nicht mehr in ihrer Arbeitszeit lesen; Filmkritiker müssen Festivals auf eigene Kosten bereisen, um sich über Innovationen und Hintergründe auf dem Laufenden zu halten und somit weiterzubilden, sofern ihre Zeitungsredaktion nur noch über Events mit rotem Teppich berichtet will.

Von daher sollte die Ausbildung von Nachwuchs (Lehre, Stages usw.) – somit die «Professionalität» eines Betriebs – selbstverständlicher Bestandteil einer jeden Konzession oder Leistungsvereinbarung sein und die Ausbildungstätigkeit sollte wie andere Auflagen überprüft werden.

Die Förderung von Aus- und Weiterbildung sollte sich auf «den Bereich des professionellen Medienschaffens» (nicht Journalismus) beziehen, also auch das Filmmétier umfassen.

Art. 72 Selbstregulierungsorganisationen der elektronischen Medien

Wir begrüessen diese Massnahmen ausdrücklich.

Art. 73 Nachrichtenagenturen

Die Möglichkeit, Nachrichtenagenturen, Bild- oder Textagenturen wie CIC (vormals SFD, Schweizer Feuilleton-Dienst) zu unterstützen, begrüßen wir. Der Bund sollte auf diesem Wege ein Grundangebot an Nachrichtenagenturen sichern, dank dem die – auch sprachliche! – Vielfalt an Medienangeboten erhalten werden kann.

Abs. 2

Die Beschränkung der Tätigkeit von Nachrichtenagenturen auf die Belieferung «elektronischer Medien» macht keinen Sinn.

7. Titel: Medienforschung und Statistik

Art. 76

Die Streichung der gebührenfinanzierten Nutzungsforschung im Gesetzesentwurf ist lehnen wir ab.

Suisseculture hat früh sich dafür eingesetzt, dass die Zuschauer- und Nutzungsforschung nicht mehr als Dienst der SRG, sondern wissenschaftlich und ausser Haus angesiedelt wird, denn diese soll nicht Werbemittelforschung der «Branche» sein, sondern als eine neutrale Statistik und Forschung über die Qualitätsentwicklung der Medien und des Service public betrieben werden.

Die Medien leben in stetem Wandel und dies in immer kürzeren Zyklen. Veränderte Medienangebote und Nutzungsgewohnheiten müssen durch eine fundierte Nutzungsforschung begleitet werden, namentlich auch im Bereich neuer Nutzungs- und Produktionsformen. Das muss weiterhin eine öffentliche Aufgabe bleiben und sollte verstärkt, nicht abgebaut oder privatisiert werden. Dies sollte im Gesetz verankert und mit ausreichenden Mitteln gesichert werden.

Daher muss auch an der Meldepflicht der Medienanbieter (Art. 3 a. RTVG) festgehalten werden, ebenfalls sollten die Auskunftspflichten (Art. 99) für alle Medienanbieter gelten. Ohne diese Pflicht und die betreffenden Angaben werden nicht nur die Arbeiten der Verwertungsgesellschaften, sondern auch die Forschung und die Beobachtung der Entwicklungen des Sektors durch die Medien selber erheblich erschwert.

8. Titel: Abgabe für elektronische Medien

Am 14. März 2018 wurde die „No Billag“-Initiative mit 71.6 % verworfen. Dieses klare Resultat zeigt in erster Linie, dass die Bevölkerung hinter einem starken Service public steht. Dank der Haushaltabgabe kann in der Schweiz weiterhin ein hochstehendes und unabhängiges Medienangebot aufrecht erhalten bleiben. Zu den zentralen Teilen des Medienangebots gehört auch die Herstellung und Verbreitung von Schweizer Filmen. Art. 12 Abs. 2 des Entwurfs sieht – wie das aktuelle RTVG – vor, dass Anbieter von nationalen oder sprachregionalen Angeboten 4 % ihrer Bruttoeinnahmen für den Ankauf, die Produktion oder die Koproduktion von Schweizer Filmen aufwenden müssen.

Diese Regeln sind notwendig, damit in unserem Land überhaupt Filme hergestellt und verbreitet werden können. Die Herstellung von Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilmen ist so teuer, dass es gerade für private Sender oft gar nicht möglich ist, eigene Filme herstellen zu lassen. Die Haushaltabgabe soll in erster Linie den Betrieb der SRG sicherstellen, somit darf der gegenwärtig diskutierte Betrag von jährlich 1.2 Mrd. CHF denn auch nicht unterschritten werden, zudem ist eine teuerungsbedingte Anpassung zu ermöglichen, um den Betrieb der SRG auch tatsächlich längerfristig zu garantieren. Mit der Haushaltabgabe besteht nun aber die Chance, spezielle Mittel für die Herstellung von Filminhalten vorzusehen und den Sendern die Möglichkeit zu geben, diese zu vertretbaren Preisen zu übernehmen. Wir unterstützen den Änderungsvorschlag des Filmbereichs, einen Teil der Abgabe für den Schweizer Film zu verwenden und diese Mittel in einen Filmförderfonds zu leiten, der bereits über Mittel nach Art. 12^{bis} verfügt.

Art. 78 Höhe der Abgabe und Verteilung des Ertrages auf die Verwendungszwecke

Abs. 1

[...] Die Verwendungszwecke sind:

lit. d. [neu] die Unterstützung zu Gunsten eines Schweizer Audiovisionsfonds für die Herstellung von Schweizer Filmen, welche an Medienanbieter aufgrund dieses Gesetzes entgeltlich zur Verfügung gestellt werden;

² Der Anteil für den Zweck nach Absatz 1 Buchstabe b beträgt maximal 6 Prozent des Gesamtertrages, nach Absatz 1 Buchstabe c maximal 2 Prozent *und nach Absatz 1 Buchstabe d 4 Prozent.*

9. Titel: Kommission Komem

Die Entkoppelung der Aufsicht über elektronische Medien von der Exekutive ist im Grundsatz zu begrüßen. Die neue unabhängige Regulierungsbehörde Komem erhält jedoch eine grosse Autonomie und "Machtfülle" und ihr fallen Aufgaben zu, die nach altem System über verschiedene Akteure verteilt waren. Bei dieser Machtfülle erscheint es angezeigt, den gesetzlichen Rahmen bezüglich der Bestellung der Organe und der Unabhängigkeit klarer abzustechen.

Hierzu braucht es vorgängig einer vertieften Diskussion der Vor- und Nachteile verschiedener im Ausland praktizierten Modelle (CSA; Rundfunkbeiräte, KEF; Ofcom; KommAustria usw.)

Art. 92 Zusammensetzung

Abs. 1

Die Anforderungen für Mitglieder dieser überaus wichtigen Kommission ist im Gesetz nicht einmal mit Mindestvorgaben definiert. Dies ist inakzeptabel und muss zwingend ergänzt werden. Aus Sicht des Kulturschaffens müssen mindestens folgende Anforderungen erfüllt sein.

Absatz 2

Die angemessene Vertretung der Sprachregionen sowie der Kulturschaffenden (zur Gewährleistung der Zusammenarbeit gemäss Artikel 28) muss in Absatz 2 vorgeschrieben sein:

«[...] wählt die Mitglieder und bestimmt das Präsidium. Er achtet dabei auf die angemessene Vertretung der Sprachregionen sowie der kulturellen Sparten gemäss Artikel 28.»

Absatz 3 Lit. d

Es ist äusserst störend, dass Organe und Angestellte von Medienanbieterinnen mit einer Leistungsvereinbarung mit der Komem ausgeschlossen werden, nicht aber private Medienanbieterinnen. Das würde diesen ermöglichen, via Komem die Rahmenbedingungen der SRG, ihrer eigenen «Konkurrenz», zu bestimmen. Dies ist rechtsstaatlich problematisch und somit abzulehnen.

10. Titel: Aufsicht und Rechtsschutz

Art. 98

Wie oben unter Archiv der SRG behandelt, brauchte es eine *inhaltlich den Zweck andeutende Bestimmung*, die i. S. von Abs. 2 einer VO die Richtung weist. Auflagen betreffend Archivierung können zwar auch in den Leistungsvereinbarungen definiert werden.

Statt der Fortschreibung des bestehenden Zustands hätte man hier – im Kulturerbe-Jahr 2018 – in Sachen Archivierung etwas Innovativeres erwarten dürfen (auch hier wieder: das Projekt kommt eben nicht aus dem BAK; Archivalien sind hier bloss Wirtschaftsgut oder Anwaltsfutter).

Art. 99 Auskunftspflicht

Es braucht auch eine Auskunftspflicht für nicht konzessionierte oder mit Leistungsauftrag bedachte Medienanbieter.

Wir ersuchen Sie, diese unsere Überlegungen und Vorschläge bei der Überarbeitung in Betracht zu ziehen.

Suisseculture 11.10.2018



Mathias Knauer, Vizepräsident



Hans Läubli, Geschäftsleiter

Abkürzungen

VE: Vorentwurf BGeM

Bericht, Bericht VE: Erläuternder Bericht zur Vernehmlassung Juni 2018

Bericht BR 2016: Bericht zur Überprüfung der Definition und Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien, 17. Juni 2016

Bericht EMEK: Service-Public-Medien in der Schweiz. Undat. (Dez. 2015)

Arbeitspapier «Besonderheiten...» der EMEK, 22. Januar 2018

CSDC: Coalition suisse pour la diversité culturelle

EÜGF: Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen

Hettich/Schelker: Neugestaltung des Programmauftrags... Studie vom 16. Mai 2016

Unesco Konvention 2005: Unesco-Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen.