



Stellungnahme

**zum Entwurf des Bundesgesetzes über die Förderung
von Online-Medien (BFOM),
und generell zur geplanten Medien-Förderung.**

Bern, 30. Juni 2020

Das geplante Gesetz ist unsozial, marktverzerrend und gegen die Medienvielfalt

Beim geplanten Bundesgesetz werden die Gratis-Online-Medien von der Medien-Förderung bewusst **ausgeschlossen**.

Das benachteiligt insbesondere die lokalen und regionalen Gratis-Online-Portale. Der VSOM bekämpft diese Vorlage, denn sie ...

- «betoniert» die bestehenden **Medien-Monopole**,
- **behindert die Medienvielfalt** lokal und in der Region,
- und **ist unsozial**, weil sie weniger begüterte Bürger faktisch zu einem Online-Abonnement zwingt.
- Ausserdem **verfehlt das Gesetz sein Ziel**. Denn die Förderung käme nur der Elite zugute, die sich ein Online-Abo leistet.
- Zudem verstösst die Vorlage gegen das **Wettbewerbsgesetz**.

Demokratie und digitale Transformation

- In den Debatten zur Medienförderung hört man stets die Schlagwörter „**demokratierelevant**“ und „**Transformation ins Internet**“.
- Mehr helfen würde, zu realisieren, dass die **Transformation** schon stattgefunden hat. Dazu muss man nur Geschäftsberichte lesen: **Tamedia/TX-Group** macht 100 Mio. Gewinn, wovon **81 %** im Digitalen. Bei **Ringier** sind es **72 %** des Gewinns, die aus dem Digitalbereich stammen.
- Die Digital-Zahlen sind überall ähnlich, oder die Verlage haben den Wandel verschlafen. Das aber kann nicht den Steuerzahlern angelastet werden.
- **Und was die Demokratie angeht**: Tamedia wird den **Tages-Anzeiger** auch ohne Subventionen herausgeben, genauso wie CH-Media das **St. Galler Tagblatt** usw. Den Schweizer Verlegern geht es gut. |

Alle Medien schwinden, ausser Online

Die «Entwicklung der Nutzungshäufigkeit der Mediengattungen zu Informationszwecken» von 2009 bis 2019 zeigt, welche immense Bedeutung heute Online im Medienkonsum hat (Zahlen gem. fög):

- Abo-Zeitungen: **Minus 25 %** , von 57 % auf 32 %,
- TV: **Minus 24 %** (auf 52 %)
- Radio: **Minus 16 %** (auf 60 %)
- Pendlerzeitungen: **Minus 14 %** (auf 38 %)
- Sonntag/Magazine: **Minus 13 %** (auf 22 %)
- Boulevardpresse: **Minus 4 %** : (auf 12 %)
- Online: Plus 9 % von 52 % auf 61 %

Der Siegeszug von Online

- **Fast 6 Millionen** der in der Schweiz über 14-Jährigen nutzen das Internet als Informationsquelle. (Bundesamt f. Statistik)
- **Über 60 %** der Bevölkerung beziehen ihre News aus Online.
- Junge, und zunehmend ältere Menschen, **und all jene, die über wenig Geld verfügen, können nur noch mit Gratis-Online erreicht werden.**

Und damit gehören die Online-Portale ins Zentrum der Betrachtung zur Medienförderung. Und zwar nicht nur jene, die durch die Grossverlage regiert werden.

Minimale Abo-Bereitschaft bei Online

- **Lediglich 11%** der Schweizer waren 2019 bereit, **für Online-News zu bezahlen.** (fög/Uni ZH). In Deutschland sind es **10 %**. Als Grund dafür wird hauptsächlich **die fehlende kostenlose Verfügbarkeit von Information auf Online** (fög 2019)
- Immer mehr Konsumenten abonnieren zudem **Unterhaltungs-Kanäle mit News** von **Netflix** oder **Amazon Prime etc.** Bei den 18- bis 24-Jährigen sind das **83 %**.
- **Die Möglichkeit, Online Abonnenten zu gewinnen, ist heute schon schwer und wird noch schwieriger.**
Das News-Portal www.republik.ch setzte in 3.5 Jahren **5.45 Mio. Fr. ein und fand im Schnitt lediglich gut 1'000 Abonnenten pro Kanton.**
Das zeigt, wie schwierig es ist, Online-Abos zu generieren. Und was national gilt, gilt lokal doppelt.

Wenig Werbeeinnahmen im lokalen Online

- Die **Tech-Giganten machen die Preise für Online-Werbung**: 1'000 Mal auf einem Bildschirm gezeigte Werbe-Banner verkaufen sie für wenige Franken, teils für wenige Rappen.
- Heute kämpft ein lokales Online-Portal auch gegen derartige Konkurrenten.
- Trotzdem schaffen es lokale Gratis-Portale quer durch die Schweiz mit 50'000 bis 250'000 Franken Einnahmen zu überleben. **Das genügt für eine kleine Ortsredaktion und den Werbe-Verkauf.**
- Diese Gratis-Portale sind in vielen Ortschaften wichtig. **Sie nun zu benachteiligen, ist gegen die Interessen der Bevölkerung und hilft nur den arrivierten Verlegern, sich mögliche Konkurrenten vom Hals zu halten.**

Monopolisierung und Marktverzerrung

Die Medienmonopolisierung in der Schweiz ist schon fast total. Die Konzentration der Medien anhand der drei grössten Verlagshäuser nahm zwischen 2001 bis 2018 dramatisch zu (Quelle: Uni ZH/fög):

- Presse-Konzentration Deutschschweiz + 27 % auf **83 % Marktanteil**
- Online-Konzentration Deutschschweiz + 11 % auf **71 %**
- Presse-Konzentration Suisse Romande + 10 % auf **89 %**
- Online-Konzentration Suisse Romande + 6 % auf **87 %**

Eine weitere Stützung der Medien-Monopole, indem die freie Online-Konkurrenz benachteiligt wird, kann nicht im Interesse der Politik sein.

Medien-Armut nicht verschlimmern

- **Wegen der Pressekonzentration fehlt die mediale Versorgung in der Schweiz lokal und nicht national!**
- National gibt es genügend Medien, die über Demokratie-Themen berichten: **NZZ, Tages-Anzeiger, Blick, Südostschweiz** usw. sowie Dienste wie **Watson.ch, 20Minuten.ch** usw.
- Wer aber berichtet in **Rorschach, Disentis, Nidau, Morges oder Brunnen?**
- **Die Folge der geplanten Onlineförderung wäre ein noch rasanteres Zeitungsterben.** Denn die Verleger könnten ihre Zeitungen danach getrost in Umfang und Erscheinung ausdünnen und die Zeitungs-Abos auf ihre staatlich gestützten Online-Abos umbiegen.

Womit mit der Medienförderung das Gegenteil erreicht würde von dem, was anvisiert wurde.

Fazit zur geplanten Medienförderung

- Gratis zugängliche Online-Portale sind trotz schwieriger Finanzierung die einzige Möglichkeit, um lokal Medienvielfalt zu schaffen.
- Die jetzt geplante Online-Förderung zielt in die falsche Richtung. Die Mehrheit der Bürger, die weniger Begüterten, all jene, die sich kein Online-Abo leisten können oder wollen und die Jugend werden benachteiligt, indem die gratis zugänglichen Online-Portale abgestraft werden. Das wäre höchst unsozial.
- Gemäss dem vom VSOM an die KVF abgegebenen Gutachten von Prof. Dr. iur. Paul Richli, em. Ordinarius f. öffentliches Recht, Universität Luzern würde die angedachte Online-Förderung zudem noch zu einer «unzulässigen Wettbewerbsverzerrung» führen.

Antrag Verband Schweizer Online-Medien

Der Verband Schweizer Online-Medien (VSOM) beantragt bezüglich Medienförderung Folgendes:

- A) Der Entwurf zum Bundesgesetz über die Förderung von Online-Medien (BFOM) ist vom Medienförderungsgesetz abzutrennen.
- B) Wird das BOFM abgetrennt, beantragt der Verband der Schweizer Online-Medien (VSOM) Nichteintreten.
- C) Wird nicht abgetrennt, beantragt der VSOM den Abschnitt zum BFOM zu streichen.
- D) Wird auf die Vorlage zum BFOM eingetreten, beantragt der VSOM, dass auch Gratis-Online-Medien gefördert werden, insbesondere lokale, die nicht zu börsenkotierten Unternehmen oder Grossverlagen gehören und die keine anderen staatliche Subventionen erhalten.

Generelle Haltung zur Medienförderung

Mit der geplanten Medienförderung sollen wirtschaftlich gesunde Verlage jährlich folgende staatliche Zuschüsse erhalten:

<u>Gattung / Förderung</u>	<u>best.</u>	<u>neu</u>	<u>tot.</u>
1. Verbilligung Transporttaxen Tages-/Wochenzeitungen	30	20	50
2. Verbilligung Transporttaxen. Mitgliedschafts-/Stiftungspresse	20	10	30
3. Verbilligung Früh- u. Sonntagszustellung für Tages-/Wochenztg.		40	40
4. Aus-/Weiterbildung, Presserat, Nachrichtenagenturen, Verlags-IT	3	25	28
5. An Online-Medien mit Publikums-Einnahmen		30	30
Total	53	125	178 Mio. Fr.

Wenn Weinbauern ihre Trauben nicht verkaufen können, Kleinfirmen in Konkurs gehen und die Wirtschaft dramatisch schrumpft, ist es unanständig, an gut situierte Verleger und börsenkotierte Firmen jährlich 178 Mio. Franken Staatsgeld auszuschütten. Unter Berücksichtigung, dass kein einziger dieser Verlage wirtschaftlich gefährdet ist, müsste das Subventionspaket gestrichen werden.

Der VSOM behält sich vor, gegen die geplante Medienförderung das Referendum zu ergreifen.

Rapperswil/Bern, 30. Juni, Verband Schweizer Online-Medien (www.vsom), Bruno Hug, Präsident