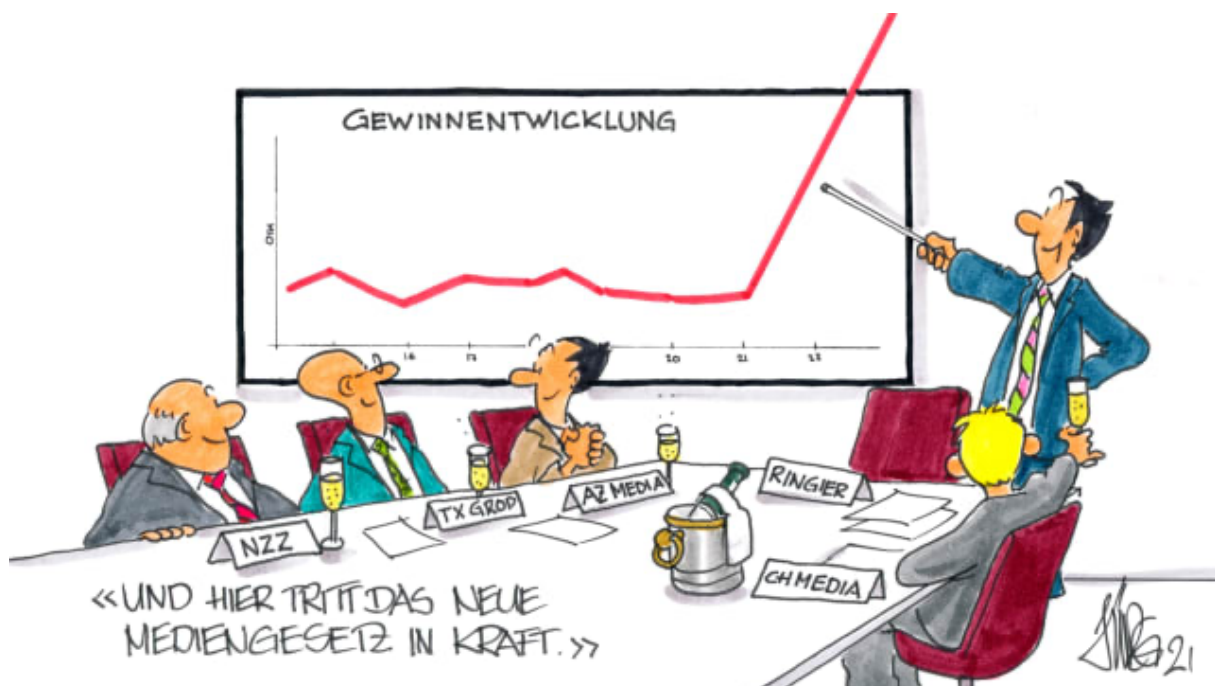


# Mediengesetz: Die zwei wichtigsten Argumente der Befürworter im Faktencheck

Die Befürworter des Medienpakets haben den Abstimmungskampf früh begonnen. Sie sagen, die Subventionen seien «staatsfern» und kämen vorwiegend kleinen Verlagen zugute. Stimmt das?



von Dominik Feusi am 20.12.2021, 20:00 Uhr



Vom Medienpaket profitieren hauptsächlich die grossen Verlage, die jetzt schon Gewinn machen. (Karikatur: Jürg Kühni)

Letzten Donnerstag: Die FDP Zug hat zur Parolenfassung über das Mediengesetz geladen, wegen Covid-19 via Internet. Pascal Hollenstein, «Chefredaktor und publizistischer Leiter» des Aargauer Medienkonzerns CH Media, erläutert die Argumente der Befürworter.

## **«Mediale Wüste»**

Er sei für 1000 Leute verantwortlich, sagt Hollenstein zu Beginn seiner Ausführungen, darunter 500 Journalisten. Es drohe «in 10 bis 15 Jahren eine mediale Wüste». Die Medien seien durch die Internetriesen wie Google in Bedrängnis geraten. Sie müssten «auf die Leser zugehen» und sich «am Markt» bewähren. Die vorgesehene Subvention sei «staatsagnostizistisch», also staatsfern, niemand rede den Redaktionen rein. Die Floskeln wirken einstudiert – ausgerichtet auf die FDP-Delegierten. Doch nicht nur bei Liberalen behaupten die Befürworter, das Medienpaket habe mit Staatseinfluss nichts zu tun. Auch Daniel Binswanger, Chefideologe des linken Onlineportals «Republik», schrieb am Samstag: «Es gibt nämlich keinerlei inhaltliche Kriterien, welche die Subventionszahlungen beeinflussen können, sie bemessen sich ausschliesslich an den auf dem Markt erzielten Einnahmen.» Ausgerechnet die staatlichen Gelder führten zu «freien Medien».

## **Elf Bedingungen müssen erfüllt sein**

Bloss: Das neue Bundesgesetz über die «Förderung von Onlinemedien», wichtiger Teil des Medienpaketes, enthält nicht weniger als elf Kriterien, die bei der Verteilung der

Subventionen vom Bund beurteilt werden müssen. Das sieht dann so aus:

**Art. 1** Beitragsberechtigung

<sup>1</sup> Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) richtet im Rahmen der verfügbaren Mittel Beiträge zur Unterstützung von Medienangeboten aus, die auf Abruf elektronisch verfügbar sind (Online-Medienangebote).

<sup>2</sup> Es richtet die Beiträge auf Gesuch hin Organisationen und Medienschaffenden aus, deren Online-Medienangebot folgende Voraussetzungen erfüllt:

- a. Es wird ein bestimmter Mindest-Nettoumsatz aus freiwilligen oder obligatorischen Gegenleistungen für die Nutzung des Angebots erzielt; der Bundesrat legt den Mindest-Nettoumsatz für jede Sprachregion fest.
- b. Das Angebot richtet sich vorwiegend an ein schweizerisches Publikum.
- c. Der redaktionelle Teil des Angebots wird kontinuierlich aktualisiert.
- d. Der redaktionelle Teil des Angebots ist klar von der Werbung getrennt.
- e. Der redaktionelle Teil des Angebots enthält zur Hauptsache Informationen zu politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhängen.
- f. Das Angebot besteht zur Hauptsache aus Inhalten, die nicht bereits mit einem Abgabenteil nach dem Bundesgesetz vom 24. März 2006<sup>6</sup> über Radio und Fernsehen unterstützt wurden; solche bereits mit einem Abgabenteil unterstützten Inhalte müssen zudem auch frei verfügbar bereitgehalten werden.
- g. Die für das Angebot verantwortliche Organisation oder die oder der dafür verantwortliche Medienschaffende erklärt, nach in der Branche anerkannten Regeln für die journalistische Praxis zu arbeiten.

<sup>6</sup> SR 101

<sup>7</sup> BBl 2020 4485

<sup>8</sup> SR 784.40

- h. Das Impressum des Angebots ist leicht auffindbar.
- i. Hinter dem Angebot steht eine private Trägerschaft.
- j. Ein angemessener Anteil des Angebots wird für Menschen mit einer Sinnesbehinderung aufbereitet.
- k. Die Organisation oder die oder der Medienschaffende sorgt dafür, dass das Angebot Minderjährige weder in ihrer körperlichen, geistig-seelischen, sittlichen noch sozialen Entwicklung gefährdet.

<sup>3</sup> Der Bundesrat führt die Voraussetzungen nach Absatz 2 Buchstaben c, e, h, j und k genauer aus.

Die Bestimmungen erlauben dem Bund jederzeit, ein Medium unter Druck zu setzen. Das ist im Übrigen nicht falsch – Subventionen sollten keinesfalls bedingungslos bezahlt werden – , nur im Falle der Medien ist es brandgefährlich. Binswanger schreibt trotzdem, es gebe «keinerlei inhaltliche Kriterien». Es kommt einem unweigerlich George Orwell in den Sinn: «Krieg ist Frieden; Freiheit ist Sklaverei; Unwissenheit ist Stärke» – und Subventionen sind staatsfern und machen frei.

Zurück zur Versammlung bei der FDP Zug: Auf die Bestimmungen im Gesetz aufmerksam gemacht, weiss sich Hollenstein nicht anders zu helfen, als dies als «Fake News» hinzustellen (Entweder hat Hollenstein das Gesetz nicht gelesen, das er befürwortet, oder er sagt bewusst die Unwahrheit).

**Faktencheck: Die Behauptung, die Subventionen seien «staatsfern» ist falsch.**

Das zweite wichtige Argument der Befürworter, insbesondere von Bundesrätin Simonetta Sommaruga, ist die Medienvielfalt und die lokale Verankerung der Medien. Die Vielfalt werde gestärkt und die lokale Berichterstattung, zum Beispiel über Gemeindeversammlungen, sichergestellt. Dies, weil die Subventionen vorrangig an die kleinen Verlagshäuser gehen würden. Auch Pascal Hollenstein argumentiert bei der FDP Zug so. Ohne Medienpaket würde niemand über das Geschehen in den Gemeinden berichten. An die Stelle der Regionalpresse würden die Gemeinden selber treten, warnt er.

## **Verordnung ist unbekannt**

Richtig ist, dass die Subventionen je nach Umsatz unterschiedlich hoch wären. Unternehmen mit hohem Umsatz würden fünf Prozent, kleine Medien bis zu sechzig Prozent des Umsatzes als Subvention erhalten. Wie genau das berechnet würde, lässt sich heute nicht sagen, weil die Verordnungen zum Gesetz im Unterschied zu anderen Abstimmungen nicht schon vor dem Wahlsonntag veröffentlicht werden.

Um die Behauptung trotzdem zu überprüfen, muss man ein wenig rechnen: Die «Engadiner Post», ein Beispiel, mit dem Bundesrätin Sommaruga gerne argumentiert, hat eine Auflage von 7500 Exemplaren und macht damit schätzungsweise 1,6 Millionen Franken Umsatz aus dem Online-Angebot. Sie dürfte mit dem höchsten Subventionssatz (60 Prozent) auf knapp 1 Million Franken kommen.

Die Behauptung, dass kleine Medien mehr Geld als die Grossen erhielten, würde nur dann zutreffen, falls die Grossen mit dem Subventionssatz von 5 Prozent nicht mehr als 12 Mal so viel Umsatz machen, wie die «Engadiner Post», also nicht mehr als 20 Millionen Franken.

## **Die Grossen erhalten viel mehr**

Ganz so transparent sind die Konzernrechnungen nicht, um das nachzurechnen, aber es ist höchst unwahrscheinlich, dass sie weniger als zwanzig Millionen Franken im Onlinegeschäft verdienen. Selbst Ringier-Chef Marc Walder rechnete in der NZZ am Sonntag mit «fünf bis acht Millionen Franken», die sein Konzern erhalten dürfte. Also fünf bis acht Mal so viel, wie bei

der «Engadiner Post». Bei Online-Medien mit Abopflcht, zum Beispiel bei Tamedia oder CH Media, dürften es sehr viel mehr sein, weil der Umsatz im Onlinegeschäft naturgemäss höher ist als bei «Blick».

Hinzu kommen mehrere Neuerungen im Massnahmenpaket, die gezielt auf die Grossverlage zugeschnitten sind und ihnen mehr Steuergeld zuschaufeln. So wurden bisher nur Zeitungen bis zu einer Auflage von 40' 000 Exemplaren subventioniert. Diese Limite soll jetzt fallen. Ebenso wird die Auflagengrenze von 100' 000 für die Kopfbblätter, die Töchter der Grossverlage gestrichen. Zu guter Letzt werden neu auch die Sonntagszeitungen subventioniert. Dabei gibt kein einziger Kleinverlag eine Sonntagszeitung heraus.

### **Faktencheck: Die Behauptung, dass die kleinen Verlage mehr Geld erhalten als die grossen Konzerne, ist falsch.**

Die grossen Konzerne TX Group, Ringier, AZ Medien, CH Media und NZZ haben im Jahr 2020 zusammen rund 300 Millionen Franken Gewinn erzielt.

Und was ist mit der lokalen Berichterstattung? Die Verlage, die jetzt um Subventionen betteln, haben ihre Lokalberichterstattung längst heruntergefahren. Wie viele von den 500 Journalisten denn tatsächlich in Zug arbeiten würden, fragte ein FDP-Delegierter in der Diskussion (es sind gemäss Impressum 13). Die meisten würden sowieso in Aarau arbeiten statt in Zug. Über Gemeindeversammlungen berichte die «Zuger Zeitung» gar nicht – dafür müsse er die «Zuger Woche» lesen.

Die Gratiszeitung berichte ausführlicher über Lokales (ausgerechnet Gratiszeitungen gehen mit dem Medienpaket leer aus). Betreffend der Medienvielfalt könnten die Subventionen sogar zum Bumerang werden. Durch die Steuergelder werden kleine Zeitungen für einen Aufkauf durch einen Grossen vermutlich attraktiver als je zuvor.

Die Delegierten der FDP Zug liessen sich von Hollensteins Argumenten nicht überzeugen und fassten die Nein-Parole mit 41 gegen 5 Stimmen (5 Enthaltungen). Bei den Lesern der «Republik» dürfte es anders aussehen. Aber selbst für Binswangers Falschbehauptung könnte die «Republik» dereinst Subventionen erhalten. Möglicherweise sechzig Prozent ihres Umsatzes.

*Hinweis: Der Autor war an der Versammlung der FDP Zug als Gegner des Medienpaketes eingeladen.*