



**Medienkonferenz des Referendums- und Abstimmungskomitees  
«Mediengesetz NEIN»,**

**Bundesmedienzentrum Bern, 5. Januar 2022:**

## **Referat a.NR Peter Weigelt, Präsident Komitee, Unternehmer**

Sehr geehrte Damen und Herren

Am 29. Juni, also vor gut einem halben Jahr, haben wir an dieser Stelle unser Referendum gegen das Massnahmenpaket zugunsten der Medien vorgestellt. In der Zwischenzeit haben wir trotz schwierigsten Bedingungen ein Referendum mit deutlich über 100'000 Unterschriften zustande gebracht und präsentieren heute unsere Abstimmungskampagne. Ob es sachgerecht und fair ist, ein Referendumskomitee zeitlich so unter Druck zu stellen, müssen sie selbst beantworten.

Die Tatsache, dass wir bereits im September, noch während der Unterschriftensammlung, unseren Text für das Bundesbüchlein abgeben mussten, was auch eine sehr frühzeitige Fixierung der Kernaussagen bedeutet, war und ist befremdend. Ab dem Zeitpunkt des offiziellen Zustandekommens des Referendums verblieben gerade einmal 12 Wochen bis zum Abstimmungssonntag, Weihnachten und Neujahr eingeschlossen. In dieser kurzen Zeit müssen wir die Planung, die Organisation und die Umsetzung unserer Kampagne gewährleisten. Eigentlich ein Ding der Unmöglichkeit und einer direkten Demokratie sicherlich nicht förderlich. Ein Schelm, wer hier Böses denkt.

«Böses» denken muss man jedoch, wenn man die offizielle Kommunikation der Behörden zum anstehenden Urnengang genauer betrachtet. Während die Ja-Kampagne ein Ja als Abwehr gegen Fake-News propagiert, halten deren eigene Aussagen einem Fake-Check in vielen Punkten nicht Stand.



Als Beispiele dienen Aussagen von Bundesrätin Sommaruga in den Medien, wie **«in wenigen Jahren sind über 70 Zeitungen verschwunden.»**. Kurt W. Zimmermann, wohl der profilierteste Kommentator der Schweizer Medienszene, bezeichnete dies als **«ziemlichen Mist»**, denn seit 2010 sind gerade einmal 3 Tageszeitungen verschwunden.

Aber auch die bundesrätliche Aussage: **«Diese Vorlage machen wir in erster Linie für die kleinen und mittleren Verlage»**, so zu hören in der Tagesschau und im «Echo der Zeit», hat wenig mit der Realität zu tun. Gar skurril wird es, wenn ein ehemaliger Preisüberwacher in einer breit abgedruckten Kolumne behauptet: **«Rund 80 Prozent der zukünftigen Medienförderung geht also an die kleineren Blätter...»**.

Nicht zuletzt auf Grund dieser völlig falschen Darstellung der Hauptnutznießer der neuen Subventionen - die nur möglich ist, weil ein Entwurf zur Verordnung immer noch fehlt - haben wir unsere Kampagne neu ausgerichtet und voll auf die grossen Profiteure des staatlichen Geldsegens fokussiert.

Zuerst zu den wirklichen Fakten:

Die ausgeweitete **Posttaxenverbilligung** (+20 Mio.) geht zur Hälfte an die Grossen, da mit der Aufhebung der Auflagen-Obergrenze von 40'000 Exemplaren neu auch die grossen Titel der Medienkonzerne subventioniert werden. Konkret heisst dies, dass Tagesanzeiger, Blick oder NZZ neu ebenfalls Subventionen erhalten. Und das nicht nur aus den zusätzlichen 20 Mio., sondern auch aus dem bestehenden Topf, der bisher grossmehrheitlich den kleinen und mittleren Verlagen vorbehalten war. Auch wenn die Beiträge je Exemplar degressiv ausgestaltet werden, über die grossen Auflagen werden die Medienkonzerne massiv profitieren.

Die **Verbilligung der Früh- und Sonntagszustellung** (+40 Mio.) geht zu 90% an die Grossen, da nur sie Sonntagszeitungen herausgeben und fast nur grosse Verlage eine Frühzustellung anbieten.

Die **Förderung der Online-Medien** (+30 Mio.) geht zu rund 80% an die Grossen, da primär diese über Bezahlmodelle im Internet und entsprechende Reichweiten verfügen.

Schliesslich gehen beim erhöhten **Gebührensplitting** (+28 Mio.) rund 70% an die Grossen, da die konzessionierten Radio- und TV-Sender mehrheitlich den Grossen gehören.



**Zählt man alles zusammen, dann gehen von den 151 Mio. neuen Subventionen 76% an die Grossen. Um Ungenauigkeiten Rechnung zu tragen, sprechen wir in der Nein-Kampagne von 70%, womit wir auf einer abgesicherten Grundlage argumentieren können.**

Ein weiteres Argument, das die JA-Kampagne immer wieder einbringt, ist die Drohung, dass **bei einem NEIN die kleinen Lokalmedien gefährdet seien**. Der bereits erwähnte alt Preisüberwacher titelte seine Kolumne gar mit **«Lokalzeitungen in Gefahr»**. Solche Ansagen sind reine Angstmacherei. Denn bei einem NEIN bleibt alles beim Alten und die Kleinen erhalten ihre Subventionen weiterhin. Was wegfällt, sind die Subventionen für die Grossen bei der indirekten Medienförderung sowie die direkten Subventionen bei den Online-Medien, die ohnehin den Grossen zugeschoben werden.

Nebst den finanziellen Argumenten liegen die Befürworter aber auch staatspolitisch falsch. Denn wenn Massnahmen zugunsten der Lokalmedien notwendig sind, dann ist das nicht Sache des Bundes, sondern der Kantone und allenfalls der Gemeinden. Gerade der angesprochene alt Preisüberwacher und Berner alt Nationalrat müsste eigentlich das schweizerische Subsidiaritätsmodell kennen, zumal im Kanton Bern aktuell ein kantonales Medienförderungs-Modell diskutiert wird.

Damit komme ich zu unserer Kampagne, die wir wie angetönt neu konsequent auf die Hauptprofiteure des Massnahmenpakets ausrichten.

Unser Hauptsujet fokussiert auf den gierigen Griff der grossen drei, äusserst finanzstarken Medienkonzerne in die Staatskasse:





Parallel dazu werden wir mit bekannten Köpfen ergänzende Argumente adressieren, hier am Beispiel von Ständerat Thomas Minder, Schaffhausen.

**«Börsenkotierte  
Konzerne und  
reiche Verleger  
brauchen definitiv keine  
Subventionen.»**

Thomas Minder,  
Ständerat parteilos,  
Schaffhausen

**MEDIENGESETZ  
NEIN  
AM 13. FEBRUAR**

Der Bund will die reichen Verleger neu jährlich mit 178 Millionen Franken subventionieren und sie damit von der Politik abhängig machen. Das ist Gift für die Demokratie. Darum: Sagen Sie am 13. Februar «Nein» zur unnötigen und schädlichen Staatsfinanzierung der Medien.

[medien-massnahmenpaket-nein.ch](http://medien-massnahmenpaket-nein.ch)

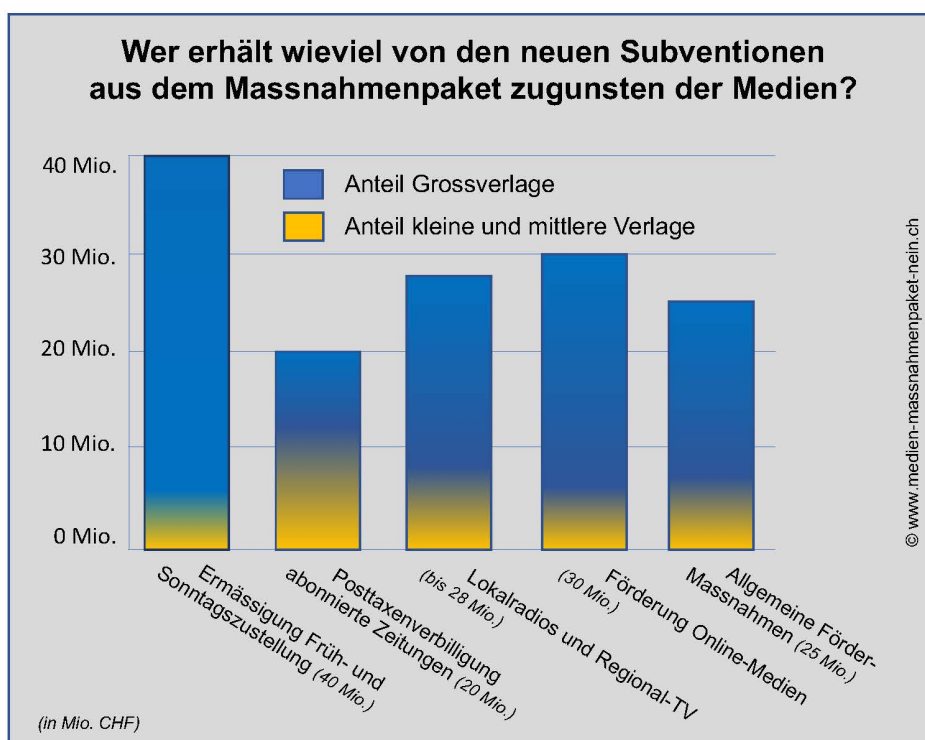
Inhaltlich müssen wir uns leider auf die Korrektur der Falschinformationen seitens des JA-Komitees ausrichten, obwohl wir lieber eine medienpolitische Diskussion geführt hätten.

Die Tatsache aber, dass bis heute kein Entwurf einer Verordnung vorliegt und damit völlig unhaltbare Aussagen zu den effektiven Nutznießern gemacht werden können, zwingt uns, unsere gut begründeten und umfassend analysierten Zahlen den Fake-News aus Verwaltung und Verleger-Verband entgegenzustellen. Dass wir dabei sogar manipulative Faktenblätter des BAKOM (z.B. Faktenblatt Nr. 3 vom November 2021) richtigstellen müssen, ist eigentlich ein Skandal.

**Unsere Zahlen zeigen klar, dass die Grossen rund 70% der neuen Mediensubventionen konsumieren!**

Denn von den 151 Mio. Franken, die mit dem Massnahmenpaket jährlich zugunsten der Medien verteilt werden sollen, gehen rund 115 Mio. Franken an die Grossen. Damit fliessen über 70 Prozent der Medien-Subventionen direkt in die Taschen der grossen Medienkonzerne und deren Aktionäre, obwohl diese das Geld nicht nötig haben.

**Bei einem NEIN bleiben die bestehenden Fördermassnahmen für die kleinen und mittleren Verlage erhalten, während der unverschämte Griff der Grossen in die Staatskasse verhindert wird.**



Peter Weigelt, St.Gallen, Präsident des Referendumskomitees

FDP-Nationalrat von 1995 – 2006

damals Kommissionssprecher zum revidierten Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) und zum revidierten Fernmeldegesetz (FMG) sowie Präsident der FDP Medienkommission