



Direkte und indirekte Medienförderung

Allgemeines in Kürze

- Das neue Gesetz sieht direkte und indirekte Fördermassnahmen für elektronische Medien vor. **Direkte Förderung** ist eine Finanzierung von konkreten publizistischen Leistungen, die in Vereinbarungen/Konzession festgehalten sind. **Indirekte Massnahmen** beziehen sich nicht auf konkrete publizistische Leistungen, sondern sie schaffen gute Voraussetzungen, damit qualitativ hochwertige publizistische Leistungen erbracht werden können (z.B. Aus- und Weiterbildung oder Nachrichtenagentur).
- Mit dem neuen Gesetz wird die Medienförderung stärker in Richtung Innovation ausgerichtet, ohne stärker in den Wettbewerb einzugreifen. Vielmehr beschränkt sich die Regulierung auf ein Minimum. Innovative, auf die veränderte Mediennutzung zielende Medienangebote können direkt gefördert werden, und auch bei der indirekten Medienförderung sind innovative Ansätze gefragt. Mit diesem Ansatz will die Vorlage mehr Dynamik im Markt auslösen und zu neuen Ideen der Zusammenarbeit beitragen. Davon soll letztlich die ganze Medienbranche profitieren.
- Wie das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) sieht das Bundesgesetz über elektronische Medien Leistungsaufträge für Medienanbieterinnen vor.
- Diese Medienanbieterinnen sollen mit ihren publizistischen Leistungen einen Beitrag an die demokratische, soziale und kulturelle Entwicklung in der Schweiz leisten. Ihr Angebot muss von hoher journalistischer Qualität sein.
- Diese Leistungen werden aus der Abgabe für elektronische Medien abgegolten, welche von den Haushalten und mehrwertsteuerpflichtigen Unternehmen bezahlt wird.
- Diese aus der Abgabe unterstützten Service-public-Leistungen sind im Wesentlichen in Form von Audio und Video anzubieten. Sie können via Radio und Fernsehen (zeitlich fest angesetzt) sowie Online (auf Abruf, on demand) verbreitet bzw. angeboten werden.
- Die SRG hat einen wesentlichen Beitrag zum medialen Service public in der Schweiz zu leisten. Ihr kommt der Hauptanteil der Abgabe zu, dessen Höhe vom Bundesrat festgelegt wird. Der Bundesrat kann vorsehen, dass die SRG einen Mindestanteil der Abgabe für ihre Angebote im Informationsbereich einsetzen muss.
- Die anderen Medienanbieterinnen erhalten insgesamt maximal sechs Prozent der Abgabe.
- Weitere maximal zwei Prozent aus der Abgabe stehen für die indirekte Medienförderung zur Verfügung. Sie betreffen Organisationen wie den Presserat oder Nachrichtenagenturen, sollen den elektronischen Medien insgesamt zu Gute kommen und die Qualität des Schweizer Journalismus stärken.
- Die Leistungsaufträge werden neu von einer unabhängigen Regulierungsbehörde (Kommission für elektronische Medien KOMEM) erteilt und beaufsichtigt.

Direkte Medienförderung

- Mit direkter Medienförderung werden publizistische Leistungen aus der Abgabe finanziert.
- Der grösste Teil der finanziellen Mittel geht an die SRG, sie hat den umfassendsten publizistischen Auftrag.
- Direkte Medienförderung sieht einerseits Angebote für ein breites Publikum vor wie auch solche, die sich mit spezifischen Inhalten an bestimmte gesellschaftliche und kulturelle Bevölkerungsgruppen richten, z.B. an Bevölkerungsgruppen einer bestimmten Sprachregion oder mit gemeinsamen Interessen wie etwa Musik.

SRG

Der Auftrag der SRG wird in einer Konzession konkretisiert.

Leistungsauftrag

	heutige Regelung	künftige Regelung
Angebote für die gesamte Bevölkerung	Umfassende und gleichwertige Angebote für die drei Amtssprachen und angemessene Angebote für die rätoromanische Schweiz.	
Gesellschaftlicher Integrationsauftrag	Förderung des Verständnisses, des Zusammenhalts und des Austausches unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen und gesellschaftlichen Gruppierungen; Berücksichtigung der Eigenheiten des Landes und der Bedürfnisse der Kantone.	
Publizistischer Auftrag	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltlich umfassende Angebote in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltlich umfassende Angebote in den Bereichen Information, Bildung und Kultur. • Angebote in den Bereichen Unterhaltung und Sport. Unterscheidbarkeit von kommerziellen Angeboten.
Qualitätsanforderung	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsanforderungen nicht im RTVG, sondern in der SRG-Konzession geregelt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe qualitative und ethische Anforderungen für das publizistische Angebot: Relevanz, Professionalität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit.
Ausrichtung auf die Sprachregion und Austausch zwischen den Sprachregionen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Angebote auf die jeweilige Sprachregion ausgerichtet. • Einschränkung des regionalen Angebots. • Kulturaustausch unter den Sprachregionen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Angebote auf die jeweilige Sprachregion ausgerichtet. • Einschränkung des regionalen Angebots. • Kulturaustausch unter den Sprachregionen. • Verpflichtung, regelmässig über das Geschehen in den jeweils anderen Sprachregionen zu berichten, namentlich in den Informationsangeboten.

Inhalte für bestimmte Bevölkerungsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Menschen mit einer Sinnesbehinderung • Auslandschweizerinnen und -schweizer¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Menschen mit einer Sinnesbehinderung • Auslandschweizerinnen und -schweizer • Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene • Menschen mit Migrationshintergrund
Publizistisches Angebot für das Ausland	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellen eines publizistischen Angebots für das Ausland 	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellen eines publizistischen Angebots für das Ausland² • Möglichkeit für den Bund, neu einen entsprechenden Auftrag zu erteilen. Finanzierung nach wie vor aus den Bundesmitteln.
Form und Verbreitung des Angebots	<ul style="list-style-type: none"> • Audio- und Videobeiträge • in Radio- und Fernsehprogrammen, beschränkt Online zulässig 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Wesentlichen in Form von Audio- und Video-Medienbeiträgen • Radio, Fernsehen und Online gleichwertig.

¹ Die entsprechenden Leistungen werden heute zur Hälfte aus der Medienabgabe und zur Hälfte aus Bundesmitteln finanziert.

² Finanzierung über Bundesmittel, dies im Gegensatz zum Angebot für Auslandschweizerinnen und -schweizer

Zusammenarbeit

	heutige Regelung	künftige Regelung
Zusammenarbeit im Kulturbereich	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtung zur Zusammenarbeit im Kulturbereich in der SRG-Konzession geregelt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit der SRG mit dem schweizerischen Film- und Musikschaffen und Berücksichtigung der schweizerischen Literatur. • Zusammenarbeit der SRG mit der unabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie bei der Produktion von audiovisuellen Inhalten.
Zusammenarbeit mit anderen Medienunternehmen	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit mit anderen Veranstaltern, in vom UVEK genehmigten Verträgen geregelt (z.B. Presse-TV) • Beteiligung an andern Programmveranstaltern mit Genehmigung des UVEK 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit, insb. Erstellung von publizistischen Angeboten mit anderen Medienunternehmen (Koproduktionen). Langfristige Kooperationen mit Genehmigung der KOMEM. • Beteiligungen an anderen Medienunternehmen und Gründung eigener Gesellschaften mit Genehmigung der KOMEM.
Zur Verfügungstellen von Inhalten (<i>Shared Content</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Keine³ 	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenproduzierte SRG- Informationsbeiträge werden unter bestimmten Bedingungen zur unveränderten Übernahme durch schweizerische Medienunternehmen zur Verfügung gestellt.
Archivierung von Inhalten	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerhafte Erhaltung der Medienbeiträge gewährleisten. • Archiv unter gewissen Bedingungen der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen. 	

³ Regelung in der SRG-Übergangskonzession (ab 1.1.2019 in Kraft) vorgesehen

Finanzierung und Verwendung der finanziellen Mittel

	heutige Regelung	künftige Regelung
Mischfinanzierung	Hauptsächliche Finanzierung durch die Abgabe. Weitere Finanzierungsquellen stehen der SRG offen.	
Werbeverbote	<ul style="list-style-type: none"> • Radio-Werbeverbot • Online-Werbeverbot (in der Verordnung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Radio-Werbeverbot • Online-Werbeverbot (im Gesetz)
Festlegung von Maximalbeträgen	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesrat kann für die SRG Höchstbetrag festlegen. • Bundesrat kann bei den Werbeeinnahmen der SRG einen Maximalbetrag festlegen.
Festlegung eines Abgabenanteils für die publizistischen Leistungen im Informationsbereich	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesrat kann einen Anteil festlegen (z.B. 50 Prozent)
Festlegen eines Abgabenanteils für Koproduktionen mit anderen schweizerischen Medienunternehmen	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesrat kann einen Anteil für Koproduktionen (SRG/andere CH-Unternehmen) in den Bereichen Unterhaltung und Sport festlegen.

Berichterstattung gegenüber der Öffentlichkeit und den Behörden

- Die SRG muss betreffend ihrer Angebots- und Unternehmensentwicklung neu einen regelmässigen Dialog mit der Öffentlichkeit führen.
- Die SRG muss neu die Erfüllung ihrer Ziele von externen Fachpersonen überprüfen lassen und die Ergebnisse veröffentlichen

Andere Anbieterinnen von elektronischen Medienangeboten

- Das neue Gesetz über elektronische Medien sieht Leistungsvereinbarungen mit Medienanbieterinnen vor, die alle mit einem Anteil aus der Abgabe mitfinanziert werden.
- Leistungsvereinbarungen werden für Radio-, Fernseh- oder Online-Angebote (linear / on demand) abgeschlossen.
- Insgesamt stehen maximal sechs Prozent der Abgabe zur Verfügung.

Geografische Ausrichtung des Leistungsauftrages

	heutige Regelung	künftige Regelung
Bestimmung der Anzahl und Ausdehnung der Versorgungsgebiete im lokal-regionalen Gebiet	<ul style="list-style-type: none"> • Versorgungsgebiete vom Bundesrat definiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Versorgungsgebiete nicht mehr vorgegeben. • Bundesrat gibt Kommunikationsräume vor. KOMEM kann regionale Schwerpunkte setzen, achtet auf angemessene Berücksichtigung der Sprachregionen bzw. Regionen. • Medienanbieterinnen bestimmen geografisches Gebiet.

Leistungsauftrag

	heutige Regelung	künftige Regelung
Publizistischer Auftrag	<p>Kommerzielle Lokalradio und Regional-TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umfassende lokale oder regionale Information über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge. • Beitrag zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet. <p>Komplementäre nicht gewinnorientierte Radios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beitrag zur Erfüllung des verfassungsrechtlichen Leistungsauftrags in Agglomerationen 	<ul style="list-style-type: none"> • Besonderer Beitrag zur demokratischen Meinungs- und Willensbildung, zur kulturellen Teilhabe und zur gesellschaftlichen Integration. • Leistungen auf den lokalen, regionalen oder sprachregionalen Raum bezogen.

<p>Publizistische Auftrag: Varianten für die Leistungserbringung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • siehe oben 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalistenangebote für breites Publikum. Relevante Informationen zu Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport. • Angebote für spezifische Interessen gesellschaftlicher oder kultureller Gruppen. Inhaltlich: Information, Kultur, Bildung und Sport. • Partizipative Medienangebote, für gesellschaftliche oder kulturelle Gruppen. Einbezug des Publikum in Produktion Inhalt: Information, Kultur, Bildung und Sport. Zudem: Schwerpunkt bei Mehrsprachigkeit oder Ausbildung.
<p>Adressatenkreis für den Abschluss von Leistungsvereinbarungen (Mitfinanzierung aus der Abgabe)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kommerzielle Radio- und Regionalfernseh-Veranstalter in Gebieten ohne ausreichende Finanzierungsmöglichkeiten • Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme in Agglomerationen 	<ul style="list-style-type: none"> • kommerzielle oder komplementäre nicht gewinnorientierte Medienanbieterinnen. • Verbreitung der Medienangebote in erster Linie in Form von Audio oder Video • Radio, Fernsehen und Online gleichwertig
<p>Allgemeine Voraussetzungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Angaben zur schweizerischen Medienanbieterin • Angaben zur Finanzierbarkeit des Angebots • Angaben zur Einhaltung der Arbeitsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein redaktionelles Qualitätssicherungssystem muss etabliert sein • Das Medienangebot muss überwiegend in der Schweiz produziert werden • Die Medienanbieterin muss von religiösen Gemeinschaften und politischen Organisationen unabhängig sein.
<p>Pflichten der Medienanbieterin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bundesrat kann weitere Pflichten festlegen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzungen für den Abschluss einer Leistungsvereinbarung im Gesetz. (siehe unten)

Vergabe der Leistungsvereinbarung	<ul style="list-style-type: none"> • öffentliche Ausschreibung von Konzessionen mit Leistungsauftrag und festgelegtem Abgabenanteil. • Kriterienwettbewerb • Bei Gleichwertigkeit ist Bereicherung der Angebots- und Meinungsvielfalt entscheidend 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienanbieterinnen reichen Gesuche ein. • Bewertungskriterien: Inhalt, Umfang und Qualität des publizistischen Angebots, anvisierte Bevölkerungsgruppe, Art der Verbreitung und Kosten, publizistischer Mehrwert in der Region. • Sprachregionen angemessen berücksichtigen. • Bei Gleichwertigkeit ist Bereicherung der Anbieter- sowie Angebots- und Meinungsvielfalt entscheidend. • KOMEM wählt aus und führt Verhandlungen.
-----------------------------------	---	---

Finanzierung

	heutige Regelung	künftige Regelung
Anteil aus der Abgabe	<ul style="list-style-type: none"> • 4-6 Prozent aus dem Gesamtertrag der Abgabe 	<ul style="list-style-type: none"> • Maximal 6 Prozent aus dem Gesamtertrag der Abgabe.
Bestimmung der Höhe des Abgabenanteils für einzelne Medienanbieterinnen	<ul style="list-style-type: none"> • Betrag vorab festgelegt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abgabenanteils abhängig vom Aufwand für publizistische Leistung. • Bedarf im Gesuch begründet.

Berichterstattung gegenüber der Öffentlichkeit und den Behörden

	heutige Regelung	künftige Regelung
Dialog mit der Öffentlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Rechenschaft über Beitrag für die Demokratie und Gesellschaft ablegen.
Berichterstattung gegenüber den Behörden	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Berichterstattungspflicht 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Berichterstattungspflicht.

Indirekte Medienförderung

- Das neue Gesetz sieht zur Stärkung der Qualität der elektronischen Medien in der Schweiz indirekte Fördermassnahmen vor.
- Diese werden aus der Abgabe finanziert.
- Für die indirekte Medienförderung sieht das Gesetz zwei Prozent aus dem Gesamtertrag der Abgabe vor.

	heutige Regelung	künftige Regelung
Aus- und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung der Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden: Beiträge an Aus- und Weiterbildungsinstitutionen durch Bund. • Finanzierung aus Bundesmitteln. 	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung der Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden: Beiträge an Aus- und Weiterbildungsinstitutionen durch KOMEM.
Selbstregulierungsorganisationen der elektronischen Medien	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung nicht gewinnorientierter Selbstregulierungsorganisationen durch KOMEM.
Nachrichtenagenturen	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung nicht gewinnorientierter Nachrichtenagenturen durch KOMEM über einen Leistungsauftrag
Innovative IT-Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> • keine 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung von Entwicklung oder Betrieb innovativer digitaler Infrastrukturen durch KOMEM.