



Politik Position

Medienpolitik | 3

Wie hat sich die staatliche Förderung der Medien entwickelt?

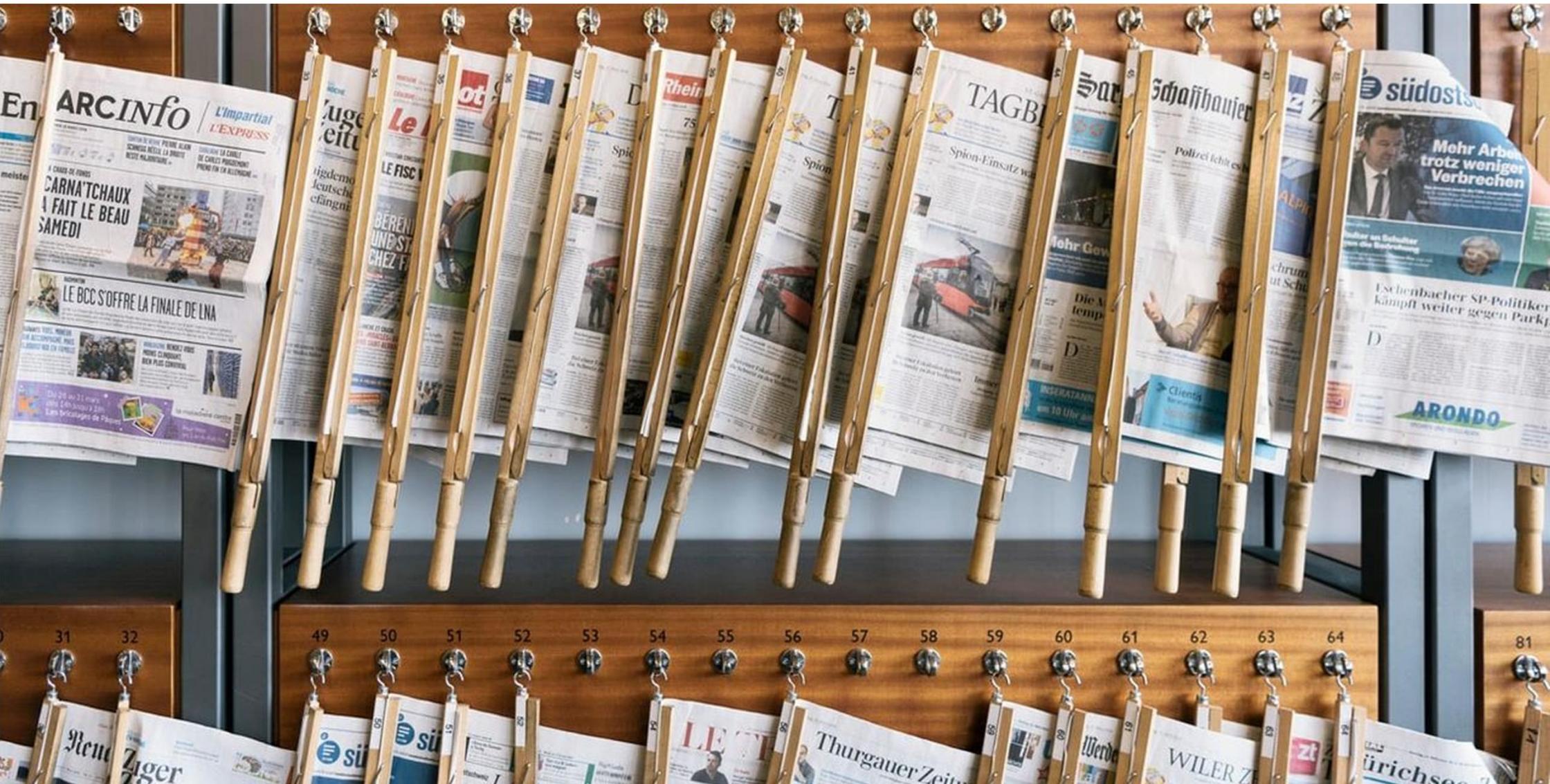


■ Grundsätze ● Positionen ► Aussagen



• Position Medienpolitik Medienpolitik

(Version Januar 2021 V1)



© Bild: srf

• ludwiglorenz.ch

• llorenz@bluewin.ch

LUDWIG LORETTZ
FÖRDERUNG MEDIENPOLITIK



■ Vielschichtige Subventionierung

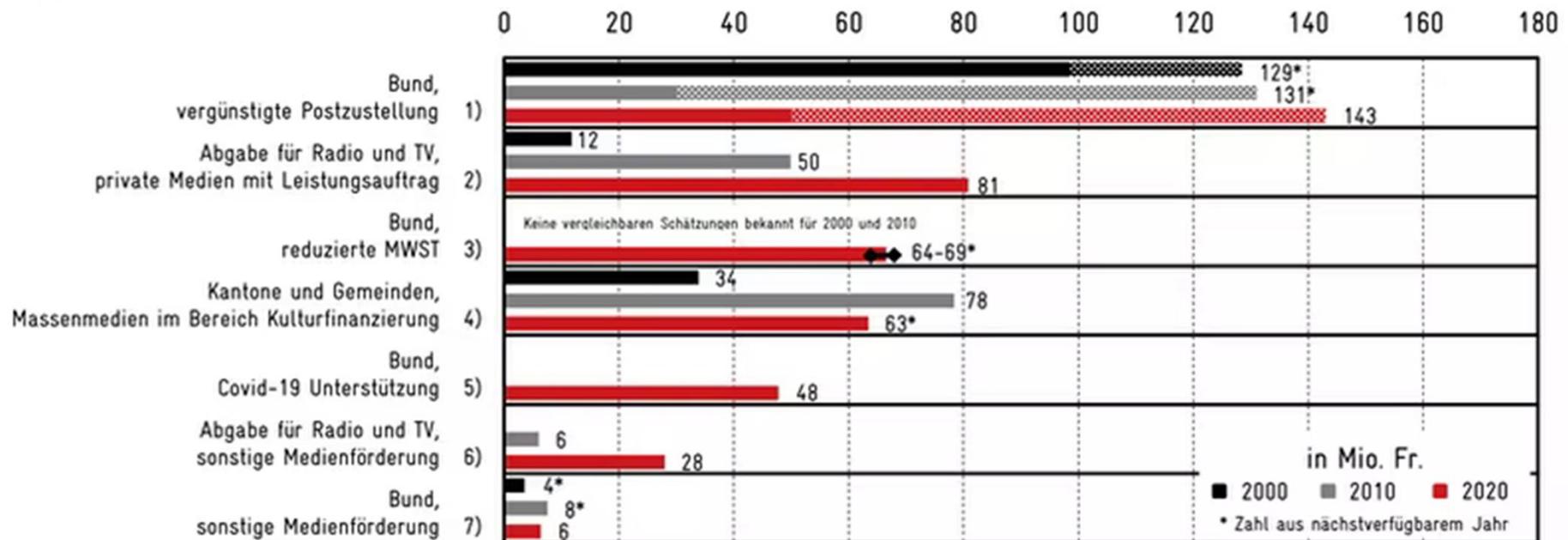
- Den meisten ist wegen der jährlich zu entrichtenden Abgabe für Radio und Fernsehen bewusst, dass die **SRG** mit rund **1,2 Mrd. Fr. pro Jahr** alimentiert wird. (Billag, Serafe)
 - Die Medienbranche wird aber zusätzlich mit mehreren hundert Millionen Franken jährlich **subventioniert**. (ca. 400 Mio. Fr.)
 - Die **Fördergelder** für die Medien werden in der Schweiz nicht einheitlich ausgewiesen, sondern sind in diversen Dokumenten «untergebracht».
 - Auch die **kantonalen** und **lokalen Förderungen** liegen noch nicht für 2020 vor.
- **Nicht nur die SRG wird staatlich subventioniert, sondern auch Printmedien, Lokalradio, etc.**



Medienpolitik

■ Vielschichtige Subventionierung

Während 2020 die SRG rund 1200 Mio. Fr. an Gebührgelder erhielt, dürfte der Rest der Medienbranche mit knapp 440 Mio. Fr. subventioniert worden sein. Diese Förderung ist vielschichtig. So dürfte den wenigsten bekannt sein, dass auch Kantone und Gemeinden den Mediensektor unterstützen.



- 1) Neben der indirekten Presseförderung durch den Bund (nicht schraffiert), profitiert die Presse auch durch eine Kostenunterdeckung der Post (schraffiert; Daten 2010 aus 2011, Daten 2000 basieren auf einer Schätzung von Ecoplan (2001), limitierte Vergleichbarkeit vor und nach 2010).
- 2) Lokale und regionale Veranstalter von Radio und Fernsehprogrammen mit Leistungsauftrag erhalten einen Teil der Abgabe für Radio und Fernsehen.
- 3) In der Botschaft zum Massnahmenpaket zugunsten der Medien wird der geldwerte Vorteil durch die reduzierte MWST im Jahr 2019 auf 125-130 Mio. Fr. beziffert. Laut Bakom entfielen davon 61 Mio. Fr. auf die SRG, weshalb hier lediglich die restlichen 64 bis 69 Mio. Fr. aufgeführt sind.
- 4) Ausgaben der Kantone und Gemeinden für «Massenmedien», z.B. für Dorfzeitungen (Daten 2020 aus 2019).
- 5) Beiträge an Radio- und Fernsehveranstalter, Keystone SDA-Abgebühren der Online-Medien und Ausbau der indirekten Presseförderung.
- 6) Sonstige Medienförderung aus der Abgabe für Radio und TV, z.B. zur Förderung neuer Verbreitungstechnologien oder ein Beitrag an die Nachrichtenagentur Keystone-SDA.
- 7) Sonstige Medienförderung des Bundes, z.B. Medienforschung oder einen Beitrag an die rätoromanische Nachrichtenagentur (Daten 2000 und 2010 teilweise approximiert).

Quelle: Avenir Suisse: BAKOM, BFS, Ecoplan, Post, EFV, FMR, Bundesrat, Kanton Graubünden,



Medienpolitik

■ Lokale und steuerliche Subventionen

- Neben der klar ausgewiesene **Mediensubvention** des Bundes geht vergessen, dass es noch weitere Unterstützung für die Branche gibt.
 - Verschiedene **Kantone** und **Gemeinden** subventionieren lokale Zeitungen und Medien.
 - Laut der **Kulturfinanzierungs-Statistik** kostete 2019 die Förderung von «Massenmedien» die Kantone und die Gemeinden rund 63 Mio. Fr.
 - **Mehrwertsteuervergünstigungen** für die Medien verschafften einen geldwerten Vorteil von ca. 130 Mio. Fr.
-  ► **Bereits heute ist nicht transparent, wer in welchem Masse von der indirekten Medienförderung profitiert**



Medienpolitik

■ Subventionen via Staatsbetrieb

- Die Postvergünstigung für Zeitungen und Zeitschriften subventionieren rund **50 Mio. Fr.**
- Zusätzliche **93 Mio. Fr.** laufen über eine Kostenunterdeckung der Post.
- Rund **81 Mio. Fr.** fließen an konzessionierte Privatmedien mit Leistungsauftrag. (z.B. regionale Radio- und Fernsehveranstalter)
- Flankierend zu den Covid-19 Wirtschaftshilfen genehmigte das Parlament bis heute zusätzlich rund **78 Mio. Fr.** speziell für die **Medienbranche.**



- ▶ Die Subventionen dürften um **Faktoren schneller gestiegen** sein als etwa das allgemeine Preisniveau.



Medienpolitik

■ Steter Ausbau der Förderung

- Weil die **diversen Subventionen** für die Medienbranche nicht konsolidiert veröffentlicht werden, ist ein Vergleich über die Jahre schwer vorzunehmen.
- Die vorhandenen Daten deuten aber darauf hin, dass die Medienförderung über die vergangenen Jahre stetig **ausgebaut** wurde.
- Im Jahr 2020 haben die Subventionen für die Medienbranche ausserhalb der SRG wohl insgesamt knapp **440 Mio. Fr.** erreicht. (SRG 1'200 Millionen über Zwangsabgaben)
- ▶ **Erstmals in der Geschichte der Medienpolitik gibt es mit dem neuen Bundesgesetz über die Förderung von Online-Medien eine **direkt an Umsatz gekoppelte Subvention.****



Medienpolitik

■ Medienpaket

- Wird im Februar 2022 das Massnahmenpaket zugunsten der Medien angenommen, würden alleine aus Bundesmittel über die **nächsten sieben Jahre** zusätzlich **100 Mio. Fr. jährlich** zu den Medien fliessen. (700 Mio. Fr.)
 - Dazu kämen **unbefristete Unterstützungsleistungen** in der Höhe von maximal **51 Mio. Fr. pro Jahr**, finanziert aus den Einnahmen der bestehenden Radio- und Fernsehgebühr.
 - Die Medienbranche ausserhalb der SRG dürfte demnach künftig mit über einer halben Milliarde Franken jährlich subventioniert werden.
- Ist es sinnvoll auch **gewinnorientierte** und **profitable Unternehmen** durch den Staat finanziell **zu unterstützen?**



Medienpolitik

■ Erkenntnis

«Die Wirksamkeit der Presseförderung hinsichtlich der politischen Ziele der publizistischen Vielfalt sowie der staatspolitischen Relevanz der Presse ist hingegen sehr begrenzt.»

Evaluationsbericht des Bundes zur Medienförderung 2008



Medienpolitik

■ Fragen

- **Wie frei** ist ein Medium noch wenn es vom Staat mit finanziert wird? **Wie unabhängig?**
 - **Wie nachhaltig** werden damit die lokalen Medien gefördert?
 - Sollen **profitable Unternehmen** öffentliche Fördermittel erhalten, wenn sie ihren Aktionären Dividenden auszahlen?
 - Mit der geplanten Online-Förderung würden Medienunternehmen neu auch **direkt Subventionen** empfangen. Wer gehört zum Kreis der potenziellen **Subventionsempfänger?**
- Auswirkungen auf die Qualität der Publizistik bringen diese Massnahme höchstens indirekt und nur dann, wenn ein Verlag die eingesparten Ressourcen aus dem Vertrieb in die Redaktion steckt. **Aber messen lässt sich das nicht.**



Medienpolitik

▶ Presseförderung als «Palliativmassnahme»?



© Bild: dpa

• ludwiglorenz.ch • llorenz@bluewin.ch



Politik Position

■ Impressum

■ Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:

Ludwig Loretz
Gotthardstrasse
6490 Andermatt

■ Kontakt

lloretz(at)bluewin.ch

■ Copyright ©

Der Inhalt ist für den privaten Gebrauch sowie zur persönliche Meinungsbildung und zur Reflektion bestimmt.
Vor einer Weiterveröffentlichung ist der Autor zu kontaktieren und in Kenntnis zu setzen.
Die Bilder sind eventuell urheberrechtlich geschützt und dienen ausschliesslich der privaten Illustration.
Sämtliche Bildrechte liegen bei den Urhebern.

■ Bildernachweis: *srf, dpa*

■ Literaturquellen

Die Aussagen und Inhalte stützen sich, sofern nicht anderweitig erwähnt, vornehmlich auf Literatur mit liberaler und neoliberaler Ausrichtung ab.

■ Literatur Themenspezifisch: *Internetrecherche, Medienwoche, Avenir Suisse* **AVENIR SUISSE**

▶ Genderhinweis

Gleichberechtigung als Anliegen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet.
Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermassen für alle Geschlechter.

Der Inhalt stellt die persönliche Meinung des Verfassers dar. Die Aussagen und Positionen sind in der Folge ebenso von persönlicher Natur und müssen nicht einheitlich mit denjenigen von politischen Parteien oder politischen Gruppierungen, Vereinen etc. übereinstimmen. Die Inhalte sind als indikativ und rechtlich unverbindlich zu verstehen. Die Sachverhalte unterliegen Veränderungen der Zeit und können auch örtlich unterschiedlich sein.