

Weiterentwicklung des medialen Service public

Die Medienlandschaft ist im Umbruch. Das Konsumverhalten ändert sich, die Werbeinnahmen sind rückläufig und politische Vorstösse stellen den medialen Service public in Frage. Dieser mediale Service public ist aber wichtig, damit über das Geschehen in den Regionen überhaupt berichtet und eine demokratische Meinungsbildung möglich ist. Die SAB setzt sich deshalb an vorderster Front für die Stärkung des medialen Service public ein.

Thomas Egger – SAB, Seilerstrasse 4 – 3001 Bern

Im Juni dieses Jahres hatte ich Gelegenheit, mit der Eidgenössischen Medienkommission über die zukünftige Ausrichtung der Medienpolitik zu diskutieren. Ein Kommissionsmitglied fragte überrascht, warum sich die SAB so aktiv für die Medienpolitik engagiere. Dabei liegt das offensichtlich auf der Hand. Die Berggebiete und ländlichen Räume sind vom derzeitigen Umbruch in der Medienlandschaft am stärksten betroffen. Die Medienhäuser konzentrieren sich immer mehr in den urbanen Zentren. Hingegen verschwinden unabhängige Medienhäuser in Berggebieten und ländlichen Räumen. Damit diese Gebiete nicht zu eigentlichen Medienwüsten werden, setzt sich die SAB sehr aktiv für die Stärkung der Medien ein.

Für die elektronischen ...

So hat die SAB an vorderster Front die NoBillag-Initiative bekämpft, welche letztlich vom Stimmvolk im Jahr 2018 abgelehnt wurde. Die SAB lehnt ebenso die aktuelle Halbierungsinitiative ab. Sie geht viel zu weit und würde die SRG existenziell gefährden. Da die Initiative aber nach Ansicht der SAB durchaus Chancen hat, vom Volk angenommen zu werden, unterstützt die SAB eine moderate Senkung der Medienabgabe von aktuell 335 auf noch 300 Fr. pro Jahr. Im Bereich der elektronischen Medien setzt sich die SAB zudem vor allem für genügend finanzielle Mittel für die regionalen Radio- und Fernsehsender ein. Deren Anteil am Ertrag der Medienabgabe soll von 6 auf 8% angehoben werden. Denn mit der Verteilung der Konzessionen ab 2025 sind neue Sender dazu gekommen, weshalb es auch mehr Mittel braucht.

... und die Printmedien

Genauso setzt sich die SAB für die regionalen und lokalen Printmedien ein. Die indirekte Presseförderung mit der verbilligten Zustellung von abonnierten Zeitungen und Zeitschriften sowie der Mitgliedschafts- und Stiftungspresse ist ein zentrales Element der Medienförderung. Die Printmedien müssen sich mit der zunehmenden Digitalisierung neu ausrichten. Um dies zu ermöglichen, sollen die Printmedien während einer Übergangszeit von sieben Jahren stärker unterstützt werden. Ein erster Anlauf dazu scheiterte in der Volksabstimmung vom Februar 2022. Unmittelbar nach der Ablehnung startete die SAB einen neuen Anlauf, der ausschliesslich auf die regionalen und lokalen Printmedien fokussierte. Der Vorstoss unserer damaligen Präsidentin Christine Buillard-Marbach war letztlich erfolgreich und tritt auf den 1. Januar 2026 in Kraft. Neues Ungemach droht jedoch durch das Entlastungspaket 27, welches die Beiträge an die Mitgliedschafts- und Stiftungspresse vollständig streichen will. Betroffen wären rund 1000 Publikationen, so auch die «Montagna». Die SAB wehrt sich gegen diese Streichung.

Service public ist wichtig

Unabhängige und starke Medien gewährleisten die Meinungsvielfalt und tragen entscheidend zur demokratischen Meinungsbildung bei. Nationale Medien wie die SRG und die grossen Zeitungsverlage wie TA-Media und NZZ stellen den nationalen Service public sicher, indem sie über das nationale und internationale Geschehen berichten. Die regionalen Medien hingegen berichten über das Geschehen in ihren jeweiligen Regionen. Die Mitgliedschafts- und Stiftungspresse vermittelt zu-

dem Hintergrundinformationen, die sonst nie den Weg in die tagesaktuelle Berichterstattung finden würden. Die Medien können aber nur dann unabhängig berichten, wenn sie wirtschaftlich nicht gefährdet sind. Die Medienpolitik des Bundes und teilweise auch der Kantone stärkt deshalb bewusst die Medien in ihrer Tätigkeit, ohne dabei in die journalistische Freiheit einzugreifen.

Konsumverhalten und politisches Umfeld

Die Diskussionen um die Förderung der Printmedien und um die SRG zeigen, dass die bisherige Medienförderung nicht mehr lange so weiter geführt werden kann. Zudem ändert sich das Konsumverhalten der Bevölkerung. Immer mehr Inhalte werden Online konsumiert. Die Zahlungsbereitschaft ist dabei minim. Die Informationsbeschaffung verläuft immer mehr über Gratisplattformen wie Tiktok und X. Die Gefahr ist gross, dass die Konsumentinnen und Konsumenten die dort aufgeschnappten Inhalte nicht mehr richtig einordnen können und sich in einer Blase bewegen. Wer auf den sozialen Medien immer wieder die gleichen Inhalte anklickt, wird durch die hinter den Plattformen stehenden Algorithmen auch immer wieder mit gleichen Informationen versorgt. Eine unabhängige Meinungsbildung wird so erschwert und die Polarisierung der Bevölkerung nimmt zu.

Konvergenz erfordert Neuausrichtung

Die Grenzen zwischen den herkömmlichen Medien verschmelzen immer mehr. Diese Konvergenz der Medien ist in der heutigen schweizerischen Medienpolitik nicht abgebildet. Die Medienpolitik erfolgt immer noch gemäss dem Schema elektronische

Die regionalen Medien spielen für die Berggebiete und ländlichen Räume eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund ist die SAB der Ansicht, dass sie unterstützt werden müssen.



Medien auf der einen und Printmedien auf der anderen Seite. Diese Trennung entspricht nicht mehr der Realität und muss überwunden werden. Entsprechend muss die Medienpolitik weiter entwickelt und die Medienkompetenz der Bevölkerung gestärkt werden. Die SAB hat entsprechende Vorschläge ausgearbeitet und wird diese in nächster Zeit mit weiteren Akteuren diskutieren.

RÉSUMÉ

Développement du service public médiatique

Le paysage médiatique est en pleine mutation. De nombreuses personnes s'informent sur des plateformes numériques, les recettes publicitaires sont en baisse et des initiatives politiques remettent en question le service public médiatique. Ces changements touchent particulièrement les régions de montagne et l'espace rural. Dans ce contexte, le SAB agit, afin que ces régions ne deviennent pas de véritables déserts médiatiques, à la suite de la disparition des médias indépendants régionaux. C'est pourquoi le SAB soutient l'augmentation de la part de la redevance reversée aux chaînes de radio et de télévision régionales (de 6 à 8%). Pour la presse écrite locale, le SAB estime qu'il est nécessaire de l'aider indirectement, par le biais d'une par-

ticipation aux coûts de distribution de journaux et de la presse associative. Cette mesure, qui a été lancée par Christine Bulliard-Marbach, ancienne présidente du SAB, devrait entrer en vigueur au 1^{er} janvier 2026 et durer sept ans. Elle contribuera à assurer la pérennité de médias proposant des contenus dédiés à leur région, ou à soutenir la presse associative diffusant des informations qui ne sont souvent pas relayées par les autres médias (comme c'est le cas pour montagne). Enfin, le SAB rejette l'initiative SSR visant à réduire de moitié la redevance. Cette initiative va beaucoup trop loin et mettrait en péril l'existence même de cette institution. Cependant, étant donné que nous estimons qu'elle a des chances d'être acceptée, nous soutenons une réduction modérée de la redevance, qui passerait à 300 francs par an, au lieu des 335 francs actuels.

RIASSUNTO

Sviluppo del servizio pubblico dei media

Il panorama dei media è in piena mutazione. Molte persone si informano su delle piattaforme digitali, gli introiti pubblicitari sono in calo e delle iniziative politiche rimettono in discussione il servizio pubblico dei media. Questi cambiamenti interessano particolarmente le regioni di

montagna e le zone rurali. In questo contesto, il SAB si adopera, affinché queste regioni non diventino veri e propri deserti mediatici a causa della scomparsa dei media indipendenti regionali. Per questo motivo il SAB sostiene un aumento della quota del canone versata alle emittenti radiotelevisive regionali (dal 6 all' 8%). Per la stampa scritta locale, il SAB ritiene che sia necessario aiutarla indirettamente, attraverso un contributo alle spese di distribuzione dei giornali e della stampa associativa. Questa misura, che è stata lanciata da Christine Bulliard-Marbach, ex presidente del SAB, dovrebbe entrare in vigore il 1° gennaio 2026 e durare sette anni. Contribuirà a garantire la sostenibilità dei media che propongono dei contenuti dedicati al proprio territorio, o a supportare la stampa associativa che diffonde delle informazioni che spesso non vengono veicolate da altri media (come nel caso di Montagna). Infine, il SAB respinge l'iniziativa della SSR che mira a ridurre della metà la tassa di concessione. Questa iniziativa si spinge troppo oltre e metterebbe a repentaglio l'esistenza stessa di questa istituzione. Tuttavia, poiché il SAB ritiene di che ci siano delle possibilità che essa venga accettata ed è quindi favorevole a una moderata riduzione della tassa, che passerebbe da 335 franchi a 300 franchi all'anno.