

avenir debate

Eine Medienpolitik für das digitale Zeitalter

Wie die Schweizer Medienordnung ins 21. Jahrhundert überführt werden kann

Die Digitalisierung hat die Medienlandschaft umgepflügt. Trotzdem verharnt die Schweizer Medienpolitik weiter in analogen Denkmustern. In einer neuen Studie analysiert Avenir Suisse das Mediensystem, skizziert kurzfristig umsetzbare Massnahmen und entwickelt Ideen für eine Medienordnung der Zukunft.

Zeitungen, Radio und Fernsehen verlieren zunehmend ihr Publikum – so weit, so bekannt. Doch gleichzeitig ist im Mediensektor auch viel Neues entstanden. Online-Plattformen verzeichnen stetig wachsende Zugriffszahlen, die traditionellen Verlage haben sich zu multimedialen Organisationen gewandelt, und Medien-Startups wurden gegründet. Auf aggregierter Ebene gibt es heute deutlich mehr Medienschaffende als noch vor zwanzig Jahren.

Steter Ausbau der Medienförderung

Derweil hat sich bei der Medienpolitik kaum etwas geändert. Nur der Umfang der bestehenden Medienförderung hat zugenommen. Seit der Jahrtausendwende sind die Subventionen für den Mediensektor um über 20% auf 1,5 Mrd. Fr. gestiegen. Diese Gelder finanzieren überwiegend medienpolitische Instrumente, die aus der Zeit gefallen und wenig zielgerichtet sind.

Die heutige Medienförderung führt damit zu ungewünschten Nebeneffekten. So kommt es etwa zu Wettbewerbsverzerrungen: Private Medien werden verdrängt, worunter die Medienvielfalt leidet. In der kurzen Frist lassen sich solche Probleme mindern. Langfristig braucht es aber eine neue Medienordnung, in der Marktversagen gezielt angegangen werden.

Kurzfristig: Problematische Nebeneffekte reduzieren

Prinzipiell gilt: Die allgemeinen Rahmenbedingungen für die Medien in der Schweiz sind gut. Problematisch sind aber gewisse Aktivitäten von (teil-)staatlichen Firmen wie der Post sowie Eingriffe auf kommunaler und kantonaler Ebene. Dabei wird manchmal die Publizistik gefährlich nahe an die Politik gerückt sowie der Wettbewerb verzerrt.

Der Elefant in der heutigen Medienordnung ist derweil die SRG. Sie erhält jährlich gut 1,2 Mrd. Fr. Das entspricht über 80% der gesamten Schweizer Medienförderung. Sie ist damit das zentrale Element des medialen Service public. Das heutige Preis-/Angebots-Bündel des Grundversorgungsauftrags passt jedoch nicht mehr in die digitale Welt. Der Auftrag muss entsprechend neu ausgesteckt werden:

- *Angebot:* Fokussierung des Leistungsauftrags der SRG auf Medieninhalte, die Private nicht anbieten und die für das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft relevant sind. Mit

der Angebotsschärfung sollte auch ein verbindlicher Ertragspfad für die SRG eingeführt werden.

- *Preis:* Das alte Gebührenmodell wurde 2019 durch ein Abgabenmodell ersetzt, das einer Zwecksteuer gleichkommt. Um die Pflichtabgaben zu reduzieren und die Wettbewerbsverzerrungen der SRG zu mindern, bietet sich ein neues «Gebührenmodell 2.0» an.

Langfristig: Marktversagen gezielt angehen

Die kurzfristigen Massnahmen können nicht alle Defizite des veralteten Gesamtsystems beseitigen. Daher schlagen die Autoren der Studie auch grundlegende Reformen vor:

- *Stärkung der Kontrollfunktion über Projekte oder Personen:*

Ein allfälliges Marktversagen bei der Schaffung von neuem Wissen (u.a. im Bereich des investigativen Journalismus) könnte nach Vorbild der Grundlagenforschung über eine Projekt- oder Subjektförderungen adressiert werden. In der Studie werden verschiedene Ideen erarbeitet und diskutiert.

- *Ergänzung des Medienangebots über einen Public Content Provider mit Lizenzauktion:*

Eine Weiterentwicklung der SRG sollte langfristig in die Richtung eines Public Content Providers führen. Dabei würden anhand eines Leistungsauftrags gesellschaftlich relevante Medieninhalte produziert, die der Markt nicht herstellt. Im Gegensatz zu heute würden die Medieninhalte aber nicht von der SRG selbst ausgespielt, sondern an private Medienorganisationen auf Programmstufe auktioniert werden. Was in der Theorie abstrakt klingt, wird in der Studie anhand eines Szenarios beispielhaft dargestellt.

Eine solche Reform der Medienordnung hätte diverse Vorteile. Die Medienförderung könnte sowohl zielgerichteter als auch effizienter erfolgen. Die Technologieneutralität wäre gewährleistet und die Verzerrungen des Wettbewerbs würden im Gegensatz zu heute geringer ausfallen, womit die Medienvielfalt weniger gefährdet wäre. Für Jürg Müller, Co-Autor der Studie, ist deshalb klar: «Die Schweizer Medienpolitik ist aus der Zeit gefallen. Es braucht neue Ansätze, um die Versorgung mit demokratiepolitisch relevanten Medieninhalten sicherzustellen».

avenir debate: «Eine Medienpolitik für das digitale Zeitalter», Jürg Müller, Basil Ammann und Laurenz Grabher, 96 Seiten, online abrufbar ab 24. Oktober 2022 auf www.avenir-suisse.ch.

Weitere Auskünfte: Jürg Müller (+41 44 445 90 13, juerg.mueller@avenir-suisse.ch), Basil Ammann (+41 44 445 90 05, basil.ammann@avenir-suisse.ch).