

Trennung von Leistungsauftrag und Markt

Zur aktuellen Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG)

23. Februar 2004

Nummer 8/2

5. Jahrgang

dossierpolitik

Wettbewerb statt Sonderregelungen

Das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) wird revidiert. In der Frühjahrsession beginnt die parlamentarische Beratung im Nationalrat. Grundsätzlich unterstützt die Wirtschaft die Stossrichtung, ist aber der Ansicht, dass Teile der vorgeschlagenen Änderungen bereits wieder überholt sind und der Entwurf sich immer noch zu stark an der historischen Struktur des Rundfunks orientiert. Auch für den Rundfunk sind möglichst weit greifende Lockerungen im Infrastruktur- und publizistischen Wettbewerb anzustreben.

Mehr als vier Jahre sind vergangen, seit der Bundesrat ein Aussprachepapier über die Grundzüge der künftigen Radio- und Fernsehgesetzgebung verabschiedet hat. Die Revision ist notwendig, hat sich doch seit dem Erlass des geltenden Gesetzes im Jahr 1991 die Medienlandschaft Schweiz nicht nur infolge technologischer und wirtschaftlicher Entwicklungen erheblich verändert. Auch der Eintritt neuer Konkurrenten auf den publizistischen Märkten erfordert neue medienpolitische Ansätze und Konzepte.

Von welcher Bedeutung die Revision des RTVG für die Schweiz ist, zeigen die mehr als 200 eingegangenen Stellungnahmen im Zuge des Vernehmlassungsverfahrens von Kantonen, Parteien, Verbänden, Radio- und Fernsehveranstaltern, Infrastrukturanbietern und anderen Organisationen. Das Ergebnis dieser Konsultationen hat der Bundesrat am 21. November 2001 diskutiert und das UVEK mit der Gesetzesbotschaft beauftragt. Diese wurde dann am 18. Dezember 2002 zuhanden der eidgenössischen Räte verabschiedet. Nach der Vorberatung des revidierten RTVG in der nationalrätlichen Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen (KVF) wird das Dossier in der kommenden Frühjahrsession zuerst vom National- und dann, voraussichtlich in der Herbstsession, vom Ständerat behandelt. Nachdem aber bereits in der Kommission zahlreiche Entscheide mit knappen Mehrheiten ausfielen und für die Beratung im Plenum über 50 Abänderungsanträge vorliegen, ist der Verlauf der Beratung im Erstrat sehr offen.

economiesuisse vertritt grundsätzlich die Ansicht, dass sich die vorgeschlagene Revision zu stark am historischen Gefüge orientiert und teilweise bereits zum Zeitpunkt des Inkrafttretens wieder überholt sein wird. Eine Rückweisung müsste allerdings mit einem klaren Auftrag für eine schlankere Vorlage und für eine Liberalisierung der Werbevorschriften verbunden werden. Neben einem Leistungsauftrag der SRG, der präzise zu definieren ist, hat aus Sicht der Wirtschaft für das restliche Radio- und Fernsehgesetz eine Grundregel zu gelten: der Markt. Demnach sollten sich medienpolitische Massnahmen prinzipiell auf die Rahmenbedingungen konzentrieren. Folglich ist eine möglichst liberale, den Markt als prinzipiellen Regelungsmechanismus akzeptierende Medienordnung anzustreben.

Fortschritt stellt Gestaltungsanspruch des Staates in Frage

Für die Schweiz ist es im internationalen Wettbewerb entscheidend, durch ein technisch und inhaltlich hoch stehendes Angebot an Informations- und Kommunikationstechnologien die Attraktivität und Zukunftsorientierung des Wirtschaftsstandorts zu fördern. Die flächendeckende, sämtliche Lebensbereiche und Gesellschaftsschichten durchdringende Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien mit all ihren Möglichkeiten ist dafür eine zentrale Voraussetzung. Dieser Entwicklung kann und darf sich auch die Medienpolitik nicht verschliessen. Neben der Sicherstellung von Meinungs- und Informationsfreiheit muss das primäre Ziel der schweizerischen Medienpolitik darin bestehen, die Voraussetzungen für eine innovations- und leistungsfähige Medienindustrie zu schaffen. Denn Medienpolitik ist heute mehr und mehr auch Wirtschafts- und Standortpolitik; Informations-, Telekommunikations- und Medienwirtschaft wachsen immer stärker zusammen. Die durch den technischen Fortschritt generell mögliche digitale Vermittlung von Ton und bewegten Bildern wird den Trend zur Konvergenz verstärken. Radio- und Fernsehübertragungen treten damit in Konkurrenz zu anderen Datenübertragungen in der Informationsgesellschaft.

Presse-, Telekommunikations-, Rundfunkregulierung

In der Vergangenheit wurden die Bereiche Telekommunikation und Rundfunk stärker reguliert als die Presse. Während der Ordnungsrahmen der Presse seit jeher durch die Garantie der Pressefreiheit und den Schutz vor Zensur geprägt ist, zielte die Rundfunkregulierung primär auf Inhalte. Begründet wurde diese ausserordentliche Regulierung mit der grossen Suggestivwirkung auf die Rezipienten, die dem Rundfunk als Massenmedium zugeschrieben wurde. Verbunden mit der Frequenzknappheit und der Knappheit der Verbreitungskapazität gab sich deshalb der Staat auch im Radio- und Fernsehgesetz von 1991 noch umfassenden Anspruch zur Gestaltung der Rundfunkordnung.

Die Regulierung des Telekommunikationssektors erfolgte historisch innerhalb eines nationalen öffentlichen Monopols. Regulator und Regulierungsobjekt waren viele Jah-

re miteinander verbunden, wodurch politisch erwünschte Regulierungsleistungen direkt durch die Geschäftstätigkeiten des Telekommunikationsunternehmens in Monopolstellung (PTT) umgesetzt werden konnten. Durch die Liberalisierung des Fernmeldesektors ist diese Konstellation nicht mehr gegeben.

Die Selbstregulierung der Presse – unter Vorbehalt des allgemeinen Rechts – hat offensichtlich weder ihrem Beitrag zur Entwicklung von Gesellschaft, Staat und Demokratie noch ihrer Qualität und Vielfalt geschadet. Ein solcher Rahmen ist auch für den Rundfunk zu favorisieren.

Die wichtigsten technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen:

- Digitalisierung: Effizientere Nutzung von Übertragungsinfrastrukturen dank Datenreduktion und Datenkompression. Der Ablösungsprozess der analogen Technologie durch die digitale hat eingesetzt, geht aber infolge nötiger Investitionen jedes einzelnen Haushalts nur schleichend voran.
- Konvergenz: tendenzielle Entgrenzung der Bereiche Rundfunk und Telekommunikation. Das bedeutet, Netze, Dienste, Endgeräte werden kompatibel und vielfach nutzbar.
- Internationalisierung: Satelliten- und Kabelverbreitung sorgten in der Vergangenheit für eine starke Einbettung hiesiger Medienkonsumenten in den internationalen Rundfunkmarkt. Namentlich Angebote aus Deutschland, Österreich, Italien und Frankreich haben beim schweizerischen Publikum hohe Marktanteile.
- Vervielfachung der Informationen: Die Verfügbarkeit von Informationen ist explosionsartig gestiegen (Internet) und hat somit auch Auswirkungen auf die demokratische Meinungsbildung. Darüber hinaus sind die Ansprüche an Inhalt und Darstellungsform (stärkere Unterhaltungsorientierung) gestiegen.

Vor diesem Hintergrund sollte das neue RTVG weitgehend Abschied vom umfassenden Gestaltungsanspruch des Staates nehmen. Die Chance ist im Entwurf aber nur halbherzig genutzt worden. Staatliche Regulierungen und Interventionen sind zu wenig abgebaut worden und der Entscheid für ein Gebührensplitting dient als Rechtfertigung für weitere kontraproduktive Sonderregelungen.

Konnex zwischen RTVG und FMG fordert Abstimmung

Dem Anliegen einer Parallelität bei den Revisionen von RTVG und Fernmeldegesetz (FMG) hat die KVF mit dem Nichteintretensantrag zum FMG eine Abfuhr erteilt. economiesuisse hält fest, dass zwischen diesen beiden Geset-

zen ein enger Zusammenhang besteht; regelt doch das RTVG die Verbreitung von Radio- und Fernsehprogrammen und das FMG die Individualkommunikation (Fernmeldedienste). Hier besteht Abstimmungsbedarf, auch wenn die beiden Gesetze nicht gleichzeitig behandelt werden. Denn die Risiken von Fehl- und Überreglementierungen sind hoch. Aus Sicht der Wirtschaft wäre eine Zusammenlegung der beiden Gesetze eine sinnvolle Lösung gewesen. Jetzt gilt es, eine befriedigende RTVG-Lösung anzustreben, bei der die Verbreitung so geregelt wird, dass der Wettbewerb in allen Bereichen funktioniert, Rechtssicherheit geschaffen wird und der Marktzugang gewährleistet ist.

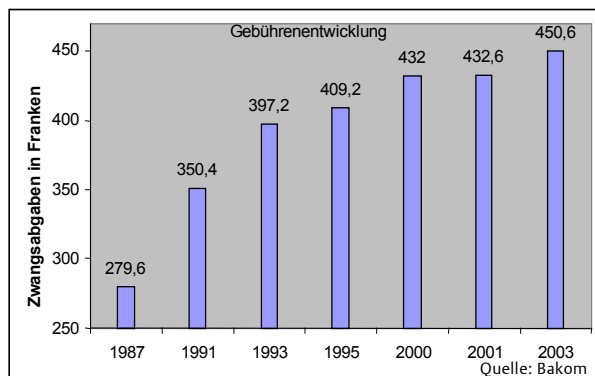
Technologieneutrale Regelung der Verbreitung

Es ist nicht sinnvoll, Programme mit Zwangsabgaben zu finanzieren, wenn die Verbreitung nicht sichergestellt werden kann. Die Verbreitung muss so geregelt werden, dass sie den Infrastrukturwettbewerb nicht verhindert. Dieser ist für die Weiterentwicklung der Informationsgesellschaft unabdingbar. Die heute eingesetzten Technologien beschränken sich auf zwei Kategorien: Zum einen handelt es sich dabei um das Koax-Kabel der Kabelnetzbetreiber, zum anderen um die analog-terrestrische Verbreitung, vornehmlich über die Sendeinfrastrukturen der Swisscom, wie auch via Satellit. Während bei der analog-terrestrischen Verbreitung der Veranstalter für die Transportleistung bezahlt, entschädigt bei der Koax-Kabel-Verbreitung der Kunde den Infrastrukturbetreiber für den Transport. Durch die Digitalisierung und die Konvergenz unterschiedlicher Übertragungstechnologien erhalten diese bisher weitgehend getrennten Verbreitungsinfrastrukturen zunehmend Konkurrenz. Unifunktionale Netze werden mit hohem finanziellen Aufwand zu multifunktionalen Netzen ausgebaut. So wird das traditionelle Kupfer-Kabel der Telekom-Welt auch zum Transportmedium für Radio- und Fernsehsignale, während über die Koax-Kabel der Kabelnetzunternehmen beispielsweise auch telefoniert werden kann.

Dieser Wettbewerb ist zu begrüßen. Er gewährleistet nämlich, dass der Standort Schweiz auch in Zukunft über moderne, preiswerte und leistungsfähige Infrastrukturen verfügt. Der Wettbewerb kann jedoch nur spielen, wenn die Anbieter damit auch Gewinn erwirtschaften können. Die Regulierung der Verbreitung im RTVG muss deshalb technologieneutral sein und Anreize für Investitionen in die Modernisierung der Infrastruktur enthalten.

Einschränkung der gebührenfinanzierten Programme

Das langfristige Ziel für die SRG muss ein eigenständiges, ertragsorientiertes und unternehmerisches Wirtschaften sein, sodass die in den vergangenen Jahren sukzessive angestiegenen Zwangsgebühren (vgl. Grafik) langfristig wieder sinken. Die Unternehmenseinheiten müssen ihren Selbstfinanzierungsgrad in allen Regionen markant erhöhen. economiesuisse ist überzeugt, dass die aktuelle Zahl subventionierter Rundfunkprogramme auf acht TV- und acht Radioprogramme (je zwei pro Sprachregion) reduziert und somit auch die Grundversorgung sichergestellt werden kann. Heute werden sieben TV- und 18 Radiosender der SRG mit Gebührengeldern produziert.



Klammerfunktion Service public der SRG

Grundsätzlich anerkennt die Wirtschaft die Klammerfunktion des Service public. Die multikulturelle Willensnation Schweiz kann ein staatspolitisches Interesse daran haben, dass gewisse Inhalte mit öffentlichen Mitteln zu unterstützen sind. Wobei grundsätzlich sowohl private Anbieter wie auch die SRG Service-public-Leistungen erbringen können. Solange aber vor allem die SRG mit Zwangsgebühren alimentiert wird, ist gesetzlich festzulegen, zu welchen Bedingungen und für welche Gegenleistungen die Sonderfinanzierung gilt. Diese Vorgaben müssen dann auch wirksam kontrolliert werden.

Die SRG ist an einen Leistungsauftrag gebunden. Dieser definiert sich durch die erbrachte Programmleistung im öffentlichen Interesse. Hauptsächlich handelt es sich dabei um die Förderung der politischen Meinungsbildung, der kulturellen Entfaltung und der gesellschaftlichen Integration. Der Begriff Service public enthält auch immer eine politisch zu bestimmende Grundversorgung, die drei Dimensionen aufweist:

- Die Grundversorgung soll flächendeckend sein und jedem zur Verfügung stehen,
- es soll eine bestimmte Qualität gewährleistet werden,
- der Preis soll für jeden erschwinglich sein.

Rechte und Pflichten der Privaten

Natürlich sollen auch private Rundfunkanbieter Ansprüche auf bestimmte Inhalte mit lokalem und regionalem Leistungsauftragscharakter geltend machen können. Der Kommissionsantrag, nach dem auch private Anbieter Gebührengelder erhalten können (Gebührensplitting), ist ordnungspolitisch verfehlt und öffnet die Türe für eine Ausdehnung von kontraproduktiven Sonderregelungen. Angesichts der realen Verhältnisse und im Sinne der Erleichterung des Marktzutritts für Private ist ein Anteil in minimalem Ausmass allenfalls als Kompromiss vertretbar. Entscheidender ist, dass für die Privaten zur Gewährleistung ihrer Marktchancen Werbe- und Sponsoringregelungen konsequent gelockert werden, für die SRG jedoch weiterhin eingeschränkt bleiben.

Sponsoring und Werbung

Der Unterschied zwischen Sponsoring und Werbung liegt in der Art und Weise und zu welchem Zeitpunkt das Produkt beziehungsweise die Dienstleistung präsentiert wird. So muss die Werbung immer vom redaktionellen Programm getrennt sein. Beim Sponsoring darf nur der Name eines Unternehmens oder die Marke eines Produkts genannt werden. Mehr ist nicht zulässig. economiesuisse setzt sich klar für eine starke Liberalisierung der Werbe- und Sponsoringordnung ein. Nur so können private Rundfunkanbieter wirtschaftlich rentables Fernsehen und/oder Radio senden. Zur Kompensation der Gebührengelder der SRG befürwortet die Wirtschaft eine asymmetrische Werberegulation zugunsten der privaten Anbieter. Die Asymmetrie ist ausschliesslich durch quantitative und nicht durch qualitative Beschränkungen sicherzustellen.

Werbemarkt

Fernsehwerbung wird in der Schweiz von fünf Anbietergruppen gesendet: Von der SRG, von Programmfenstern und von Werbefenstern ausländischer Privatsender, von sprachregionalen Schweizer Privatsendern und von regionalen und lokalen Privatsendern. Der Abfluss hoher Werbegelder ins benachbarte Ausland ist gross (vgl. Kasten).

Programm- und Werbefensterbilanz 1999 bis 2001 (in Prozent der Nettoeinnahmen)

- 1999:** Abfluss Deutschland 27% (von 85,6 Mio. Franken)
- 2000:** Abfluss Deutschland 24% (von 101,1 Mio. Franken)
- 2001:** Abfluss Deutschland 30% (von 95,3 Mio. Franken)

Quelle: Prognos

Europäische Private als Konkurrenz

Der grösste Teil der in der Schweiz empfangbaren Programme benötigt keine schweizerische Konzession. Diese ausländischen (überwiegend privaten) Sender befinden sich somit in einem starken Wettbewerbsvorteil gegenüber den Privaten der Schweiz, die heute ohnehin nur noch auf lokaler Ebene existieren. Diese wenigen Anbieter haben dann auch noch die Pflicht, den Konzessionierungshürdenlauf zu bestehen und unterliegen darüber hinaus – sollten sie den Status Gebührenempfänger haben – einem Leistungsauftrag. Ein Hauptziel der Revision muss deshalb sein, private Schweizer Veranstalter konkurrenzfähig zu machen und demnach ein möglichst loses Regulierungskorsett (im publizistischen und verbreitungstechnischen Wettbewerb) zu schnüren. Dadurch soll ein möglichst grosser Entfaltungsspielraum geschaffen werden. Diesem Anliegen wurde in der KVF des Nationalrats weitgehend eine Abfuhr erteilt, indem beispielsweise die Werbemöglichkeiten stark einschränkt wurden.

In allen drei Sprachregionen verbringen die Rezipienten einen Grossteil ihrer Fernsehnutzungszeit mit ausländischen Programmen. In der Deutschschweiz entfielen 2001 fast 60 Prozent der Nutzungszeit auf ausländische Programme, 2002 hat sich diese Zahl weiter auf 62 Prozent erhöht. In der französischen und der italienischen Schweiz verbringen die Zuschauer rund zwei Drittel der Nutzungszeit mit ausländischen Programmen. Der grössere Teil der Fernsehnutzung der Schweizer Bevölkerung geht also an den Schweizer Programmen vorbei.

Konsequente Liberalisierung der Werbevorschriften

Entsprechend muss sich das schweizerische Gesetz an den internationalen Abkommen ausrichten (Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen), darf aber nicht darüber hinausgehen. Der schweizerische Fernseh- und Radiomarkt ist zu klein, als dass weitergehende Einschränkungen der verfassungsmässig garantierten Werbefreiheit und Benachteiligungen gegenüber ausländischen, aber hier empfangbaren Sendern verkraftbar wären. Für Radioprogramme bestehen keine internationalen Werbevorschriften. Im Sinne der anzustrebenden Liberalisierung sollen hier keine weitergehenden Verbote erlassen werden, die sich nicht bereits aus dem allgemeinen Lauterkeitsrecht ergeben.

Konkret müssen die Werbebeschränkungen im RTVG für private Anbieter wie folgt gelockert werden:

- Keine Einschränkungen für Alkohol- und Tabakwerbung, die über die Spezialgesetzgebung hinausgeht (Zulässigkeit von Werbung für Wein und Bier in elektronischen Medien).
- Zulässigkeit der politischen und religiösen Werbung

(das bestehende Verbot wurde vom Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte beanstandet und stark eingeschränkt). Damit werden auch Abgrenzungsprobleme vermieden.

- Keine strengeren Auflagen für die Dauer der Werbung als nach den europäischen Regeln.
- Anpassung der Sponsoring-Bestimmungen an die europäischen Regeln.

Diese Anliegen sind dringlich; eine Verzögerung zementiert die bestehenden Marktverzerrungen.

Regelung der Marktaufsicht

Generell fällt auf, dass in den knapp 120 Artikeln des neuen Gesetzesentwurfs das Wort Bundesrat 70-mal vorkommt. Die Einflussnahme des Regulators ist also immens. Zuständig für die Rundfunkregulierung ist das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK). Der Bundesrat nimmt eine bedeutende Rolle als Regulierer ein: Er konzessioniert die SRG-Programme und legt die Höhe der Empfangsgebühren fest. Als Regulierungsbehörde ist das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) zuständig. Des Weiteren existiert die quasi richterliche Instanz UBI (Unabhängige Beschwerdeninstanz für Radio und Fernsehen). Sie tritt ein, wenn Beschwerden gegen ausgestrahlte Beiträge schweizerischer Veranstalter in Radio und TV eingehen. Administrativ ist die UBI dem Generalsekretariat des UVEK angegliedert. Die ComCom, eine weitere Behördenstelle, erteilt mitunter Konzessionen.

In der Botschaft des Bundesrats war ursprünglich die Schaffung einer neuen, unabhängigen Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien vorgesehen. economiesuisse hätte diesen Schritt, welcher der zunehmenden Tendenz zur Konvergenz Rechnung getragen hätte, mit Vorbehalt begrüsst. Die KVF des Nationalrats hat sich indessen auf eine Behördenorganisation nach funktionalen Gesichtszügen geeinigt. Es sind dies folgende Stellen:

- BAKOM (Bundesamt für Kommunikation)
- UBI (Unabhängige Beschwerdeninstanz)
- Programmaufsicht (ein Publikumsrat pro Region)
- ComCom (Kommunikationskommission)

Vorgesehen ist, dass das BAKOM neu die Konzessionen prüft und erteilt. Die UBI bliebe die behördliche Beschwerdenstelle, die nicht nur für die SRG verantwortlich wäre, sondern für alle Gebühren empfangenden Programmanbieter. Die Programmaufsicht würde dem Vorschlag zufolge durch einen Publikumsrat pro Sprachregion gestellt und die ComCom behielte ihre Funktionen.

Die Wirtschaft wehrt sich gegen partielle Lösungen und ist der Ansicht, eine möglichst schlanke, den Verhältnissen angepasste Behördeninstanz reicht aus, um die Regulierungsaufgaben in diesem Bereich wahrzunehmen. Der Staat sollte sich zwingend auf Strukturentscheide konzentrieren und sich aus der Regulierung von Detailfragen zurückziehen.

Bestimmungen zu Medienkonzentration sind kontraproduktiv

Der RTVG-Entwurf sieht vor, dass eine Konzession für private Radio- und Fernsehstationen nur dann erteilt werden kann, wenn die Meinungs- und Angebotsvielfalt nicht gefährdet wird. Die KVF hat sich zudem dafür ausgesprochen, dass ein Medienunternehmen maximal zwei Fernseh- und zwei Radiokonzessionen erwerben kann. Damit werden Multimediastrategien im Keim erstickt. Das, obwohl die Schweiz heute schon eine der höchsten Mediendichte der Welt aufweist und eine Gefährdung der Meinungsvielfalt nicht ersichtlich ist. Auch auf regionaler Ebene findet sich eine grosse Zahl verschiedenster Informationsquellen. Widersprüchlich ist, dass sich die Massnahmen zur Meinungsvielfalt auf ökonomische Kriterien abstützen. Hier werden Medien- und Meinungsvielfalt vermischt. Darüber hinaus ist die Abgrenzung zum Kartellrecht, das wirtschaftliche Konzentrationsprozesse abschliessend regelt, unklar. In der Fachwelt herrscht weitgehend Einigkeit, dass von wirtschaftlicher Konzentration nicht auf den Verlust an publizistischer Vielfalt geschlossen werden darf. Der Entwurf berücksichtigt letztlich auch nicht, dass gerade kleinere Medienunternehmen auf die multimediale Verbreitung ihrer Inhalte angewiesen sind. Angesichts dieser Mängel sollten die Bestimmungen (Artikel 82 und 83 im Entwurf) ersatzlos gestrichen werden.

Kommentar

economiesuisse setzt sich für eine möglichst liberale Medienordnung ein. Dem freien Spiel der Marktkräfte soll in sämtlichen Wettbewerbsfeldern Rechnung getragen und den Wettbewerbsteilnehmern möglichst viel Entfaltungsspielraum gewährt werden. Eine Politik, die hauptsächlich auf Subventionen und Strukturert halt setzt, wird keinen Erfolg haben. Staatliche Interventionen und Regulierungen sind denn auch nur aus zwei Gründen zu rechtfertigen: Entweder wenn knappe Ressourcen (wie zum Beispiel Frequenzen) verteilt werden müssen oder wenn dem Leistungsauftrag entsprechende Aufgaben unter Nutzung von öffentlichen Ressourcen wahrzunehmen sind. economiesuisse anerkennt das staatspolitische Interesse an der Mitgestaltung der öffentlich-rechtlichen Anbieter im Rundfunkbereich. Gerade deshalb ist den privaten Anbietern der Markt zu öffnen; der vorgeschlagene Kompromiss für ein Gebührensplitting mag realpolitisch begründet sein, ist ordnungspolitisch aber problematisch und kann die Türen für Sonderregeln öffnen. Die Liberalisierung der Werbung ist zentral und dringlich. Diese sollte zumindest für Presse und Radio äquivalent sein. Die Werberegeln sollten für die privaten Fernsehanbieter konsequent auf das Niveau des Europäischen Übereinkommens für das grenzüberschreitende Fernsehen liberalisiert und zwecks Gewährleistung der Marktchancen asymmetrisch zu Gunsten der Privaten ausgestaltet werden.

Für die Schweiz ist es im internationalen Wettbewerb entscheidend, durch ein technisch und inhaltlich hoch stehendes Angebot an neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die Attraktivität und Zukunftsorientierung des Wirtschaftsstandorts zu sichern. Ziel sollte die Schaffung der Voraussetzungen für eine innovations- und leistungsfähige Medienindustrie sein.

Aus Sicht der Wirtschaft ist zu verhindern, dass durch das schleppende Vorankommen der Revision bereits wieder ein neuer Revisionsvorschlag lanciert werden muss. economiesuisse appelliert deshalb an die eidgenössischen Räte, die Liberalisierung rasch an die Hand zu nehmen und

zu einem positiven Abschluss im Sinne einer offenen und leistungsfähigen Medienindustrie zu gelangen. Die dringende Lockerung der Werberegulierung ist allenfalls vorzuziehen.

Eine Koordination mit dem Fernmeldegesetz ist im Hinblick auf die Konvergenz absolut unumgänglich. Auch vor dem Hintergrund der kürzlich gefällten Entscheidung der KVF, nicht auf die bundesrätliche FMG-Revisionsvorlage einzutreten, ändert sich nichts daran.

Falls das Parlament dem angekündigten Rückweisungsantrag folgt, ist diese als Chance für eine echte Liberalisierung zu nutzen. Eine Zustimmung auch des Nationalrates zur parlamentarischen Initiative von Carlo Schmid betreffend der Lockerung der Werbebeschränkungen in Radio und TV wäre dazu ein gutes Signal. (RW/HS)

Rückfragen:

thomas.pletscher@economiesuisse.ch