

Regierungsrat _____

An die
Mitglieder des Kantonsrates

Schaffhausen, 10. Januar 2023

**Interpellation 2022/3 von Kantonsrat Patrick Portmann betreffend finanzieller
Unterstützung für Schaffhauser Medien
Schriftliche Antwort**

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Kantonsrat Patrick Portmann stellt eine Reihe von Fragen zum Zustand der Schaffhauser Medien und zu Möglichkeiten der direkten und indirekten Medienförderung.

Vorbemerkungen

Die Medien, im Kontext der direkten Demokratie oft auch als Vierte Gewalt bezeichnet, sind in der Schweiz von grosser Bedeutung. Mit ihrer Berichterstattung ermöglichen und prägen Sie die öffentliche Diskussion und die Meinungsbildung. Als Folge der Digitalisierung schreitet der Medienwandel im Land rasch und mit einschneidenden Folgen voran. Insbesondere Printangebote wie die klassische Tageszeitung müssen in den kommenden Jahren mutmasslich einen weiteren starken Rückgang der Werbeeinnahmen und der Abonnentenzahl hinnehmen. Als Folge des damit einhergehenden wachsenden wirtschaftlichen Drucks sind weitere Titelfusionen, Redaktionszusammenlegungen und Stellenabbau wahrscheinlich. Die Inhalts- und Meinungsvielfalt wird darunter weiter leiden. Dies zeigt ein Bericht auf, den das Bundesamt für Kommunikation zusammen mit der Eidgenössischen Medienkommission 2020 zu zukünftigen Entwicklungen in der Medienlandschaft Schweiz publiziert hat (Medienperspektivbericht, Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK, 17. April 2020).

Volksabstimmung über Mediengesetz vom Februar 2022

Im Februar 2022 stimmten die Stimmberechtigten über das Mediengesetz ab. Die Schweizer Medienunternehmen haben in den vergangenen Jahren Werbeeinnahmen in der Höhe von

Hundertern Millionen Franken an Google, Facebook und andere Tech-Unternehmen aus China und den USA verloren. Das hat zu einer Medienkonzentration geführt, die in einem Land mit hoher politischer Partizipation der Bevölkerung wie in der Schweiz nicht erwünscht ist. Das Mediengesetz war als staatlich alimentierte Abfederung dieser Entwicklung gedacht. Ein Komitee mit dem Namen «Nein zu staatlich finanzierten Medien» hatte das Referendum ergriffen, weshalb das Gesetz zur Abstimmung kam.

Von den Gegnern wurde das Mediengesetz aus vielfältigen Gründen bekämpft. Die verbilligte Postzustellung wurde als Existenzverlängerung eines überkommenen Geschäftsmodells kritisiert, die Förderung von Onlinemedien als Eingriff in die redaktionelle Freiheit. Eines der Hauptargumente der Gegner war, dass subventionierte Medien staatsnah berichten. Die Abstimmung fand inmitten der Corona-Pandemie statt, als es für die Medien noch schwerer als sonst gewesen sein dürfte, ihre Unabhängigkeit gegenüber den medienkritischen Teilen der Bevölkerung zu beweisen.

Das Mediengesetz wurde schliesslich mit 54.6 Prozent abgelehnt. Im Kanton Schaffhausen war die Ablehnung mit 61.1 Prozent noch deutlicher. In sieben Kantonen wurde das Gesetz jedoch angenommen. Mit Ausnahme von Basel-Stadt und Uri handelt es sich dabei um Westschweizer Kantone: Jura, Waadt, Neuenburg, Genf und Freiburg. Grund dafür dürfte auch die Medienvielfalt sein, die in diesen Regionen über die vergangenen Jahre noch stärker zurückgegangen ist, als in anderen Teilen der Schweiz. Dementsprechend sind es auch die Westschweizer Kantone, die beim Thema kantonale Medienförderung bisher am weitesten gegangen sind.

Die Fragen des Interpellanten können unter der Berücksichtigung der oben genannten Punkten wie folgt beantwortet werden.

- 1. Welche Schwierigkeiten ortet der Regierungsrat bei den Schaffhauser Medien? Teilt der Regierungsrat meine Bedenken zur schwierigen Allgemeinsituation?*

Der Wandel in der Medienbranche wie vorstehend beschrieben geht auch an den Schaffhauser Medien nicht vorbei. Wie fast überall sind es die leserstarken Print-Zeitungen wie die Schaffhauser Nachrichten und der Schaffhauser Bock, die seit Jahren an Werbeeinnahmen und Auflage verlieren. Dies bestätigten auch die jährlich publizierten WEMF-Zahlen. Beide Zeitungen versuchen diese Rückgänge bei den Leserzahlen unter anderem durch zeitgemässe Online-Angebote zu kompensieren.

Bezüglich der Medienvielfalt sieht die Situation in Schaffhausen aber besser aus als in anderen Regionen der Schweiz. So verfügt der Kanton mit den Schaffhauser Nachrichten (SN) über eine der wenigen in der Schweiz verbliebenen unabhängigen Tageszeitungen. Die Wochenzeitung Schaffhauser AZ – als Gegenpol zu den SN – ist eine der wenigen Regionalzeitungen der Schweiz, die in den vergangenen Jahren einen Zuwachs bei der Auflage verzeichnen konnte. Mit der Wochenzeitung "Schaffhauser Bock" sowie mit den durch das Medienhaus Meier + Cie. vertriebenen Lokalzeitungen Klettgauer Bote, Steiner Anzeiger und Thaynger Anzeiger werden nahezu alle Regionen im Kanton Schaffhausen medial abgedeckt. Neben Radio Munot bietet Radio Rasa ein alternatives Radio-Programm an. Auch das gebührenfinanzierte Programm der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) berichtet im Gefäss Regionaljournal Zürich-Schaffhausen regelmässig aus dem Kanton Schaffhausen. Ebenfalls zur Meinungsbildung tragen die drei regionalen Fernsehsender Schaffhauser Fernsehen, Tele Top und Tele D bei.

2. Wie steht der Regierungsrat zu einer direkten oder indirekten Medienförderung? Gibt es Modelle aus anderen Kantonen, welche man ggf. adaptieren könnte?

Der Regierungsrat befürwortet die bereits bestehende Medienförderung durch den Bund. Um die Presse- und Meinungsvielfalt zu erhalten, leistet dieser jährlich einen Subventionsbeitrag von 50 Millionen Franken für die ermässigte Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften. Davon profitieren die Regional- und Lokalpresse mit 30 Millionen Franken und die Mitgliedschafts- und Stiftungspresse mit 20 Millionen Franken.

Mit der Radio- und Fernsehempfangsgebühr, die jeder Haushalt in der Schweiz zu zahlen hat, generiert der Bund rund 1,4 Milliarden Franken. Damit finanziert er neben den Radio- und Fernsehprogrammen der SRG SSR auch konzessionierte private Medienunternehmen wie Lokalradios und Privatfernsehen. Damit wird der Service public in allen Landesteilen sichergestellt und die Demokratie gestärkt, wovon das ganze Land und alle Einwohnerinnen und Einwohner profitieren.

Der Bundesrat hat 2016 und 2017 entschieden, den lokalen Radio- und Fernsehstationen mehr finanzielle Mittel aus dem Gebührentopf zuzusprechen. Er hat den entsprechenden Anteil zuerst auf 5 Prozent bzw. um 13,5 Millionen Franken und ab 2019 auf 6 Prozent erhöht.

Wie auf der vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM öffentlich zur Verfügung gestellten Übersicht der Gebührenverteilung ersichtlich ist (Gebührenanteile nach Veranstalter, Bundesamt für Kommunikation BAKOM, 25. September 2019), erhält in Schaffhausen Radio

Munot einen Gebührenanteil von 1'430'888 Franken (vor 2016: 867'615 Franken). Bei den nicht kommerziellen Radios erhält das Schaffhauser Radio Rasa 357'210 Franken (vor 2016: 93'949 Franken). Bei den Regionalen Fernsehsendern erhalten das Schaffhauser Fernsehen und Tele D keine Gebühren. Tele Top, welches den Raum Schaffhausen durch eine entsprechende Konzession abdeckt, erhält 2'964'826 Franken (vor 2016: 1'907'910 Franken).

Einer zusätzlichen *direkten* kantonalen Medienförderung steht der Regierungsrat kritisch gegenüber. Eine solche könnte aus Sicht des Regierungsrates die Unabhängigkeit der Medien vom Staat gefährden, insbesondere in Zeiten, in denen es um die Verlängerung eines entsprechenden Medienförderungs-Leistungsvertrags geht.

Offener steht der Regierungsrat alternativen Formen der *indirekten* Medienförderung, wie sie in einigen Westschweizer Kantonen betrieben wird, gegenüber. Dabei wird Neuzuzügern jeweils für ein Jahr ein Gratis-Abonnement für ein regionales Medienangebot ihrer Wahl geschenkt. Neuzuzüger erhalten so die Gelegenheit, die Region besser kennenzulernen, und die Medienunternehmen profitieren durch einen ersten Kontakt mit potenziellen Neukunden. Der Regierungsrat ist aber der Meinung, dass für eine solche indirekte Medienförderung die jeweiligen Wohngemeinden aufzukommen hätten. Andere Formen der indirekten Medienförderung wie zum Beispiel vergünstigte Zeitungsabonnements für junge Bürger oder die finanzielle Unterstützung der Ausbildung (siehe Antwort auf Frage 3) sieht der Regierungsrat als nicht zielführend an.

3. *Was meint der Regierungsrat zu einer kantonalen Ausbildungsfinanzierung für mehr Ausbildungsplätze für angehende Journalistinnen am MAZ?*

Die Erfahrung der vergangenen Jahre zeigt, dass immer wieder junge Schaffhauserinnen und Schaffhauser eine Journalismusausbildung an der ZHAW in Winterthur oder am MAZ in Luzern absolvieren. Die Schaffhauser Medienhäuser können ihre Praktika-Plätze jeweils besetzen. Radio Munot hat sich schon mehrfach als Ausbildungsradio bewiesen. Der Regierungsrat erachtet den fehlenden Nachwuchs nicht als Hauptproblem in der aktuellen Medienlandschaft. Daher erscheint eine Ausbildungsfinanzierung im Kanton Schaffhausen als nicht zielführend.

4. *Wie schätzt der Regierungsrat die Lage in Bezug auf internationale Medienkonzerne (bspw. meta-Facebook) ein, welche in der Berichterstattung eine immer grössere Rolle einnehmen und lokale Medien verdrängen?*

Wie in der Einleitung erwähnt, erlebt die Medienbranche aktuell nahezu disruptive Veränderungen. Während die sozialen Medien und multimediale Onlineplattformen in den vergangenen Jahren stark an Wichtigkeit zugelegt haben, verlieren die klassischen Medien wie Radio, Fernsehen, aber vor allem Print-Zeitungen immer mehr an Bedeutung.

Die Verlagerung des Newskonsums auf die digitalen Kanäle hat spezifische Nutzungsmuster hervorgebracht. Dazu gehört der spontane, ungeplante Medienkonsum, bei dem nicht mehr gezielt auf bestimmte Medienmarken zugegriffen wird, sondern einzelne Nachrichtenbeiträge die Nutzerinnen und Nutzer über Algorithmen erreichen. Das bringt für klassische Medienhäuser ebenfalls Herausforderungen mit sich. Eine Kundenbindung, mit der Geld verdient werden kann, wird schwieriger.

Heutzutage geht ein Grossteil der Werbegelder zu den Unternehmen hinter diesen digitalen Kanälen. Problematisch daran ist, dass das Geld dabei zu internationalen Firmen aus den USA oder China fließt, anstatt zu den regionalen Medienunternehmen. Etwa ein Viertel der gesamten Schweizer Werbeausgaben ging im Jahr 2019 an Internetgiganten wie Google oder Facebook. Bei den Einnahmen aus den digitalen Kanälen sind es sogar mehr als 90 Prozent.

Der Wandel in der Medienbranche ist nicht aufzuhalten. Es ist daher die Herausforderung für alle Medienunternehmen der Schweiz, *mit* diesem Wandel zu gehen und die positiven Aspekte davon für sich gewinnbringend zu nutzen. Aus ordnungspolitischer Sicht kann es indessen nicht Aufgabe des Staats sein, mit *direkten* Fördermitteln diese eine Branche zu unterstützen.

Im Namen des Regierungsrates:

Der Präsident:



Dino Tamagni

Der Staatsschreiber:



Dr. Stefan Bilger