

No-Billag-Initiative

Die Volksinitiative «Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren» («No Billag») hat zu einer breiten medienpolitischen Debatte geführt. Das ist gut so. Die Befürworter wollen die Gebührenpflicht abschaffen. Die Gegner mahnen, ein «Lichterlöschen» bei der SRG schade dem Zusammenhalt der Schweiz.

Abschied von den Zwangsgebühren

Gastkommentar
von ROBERT NEF

Eigenständige und unabhängige Menschen bezahlen alles, was sie konsumieren, am liebsten selbst. Das wäre auch für die Finanzierung des Radio- und Fernsehkonsums die freiestmögliche Lösung: Die Kunden bezahlen aufgrund ihrer Präferenzen und ihres Konsums, und die Kosten sowie das unternehmerische Risiko werden durch private, staatsunabhängige Medienunternehmen getragen, die miteinander im Wettbewerb stehen. Dazu braucht es Medienunternehmer mit unterschiedlichem Profil, die mit qualifizierten und ideologisch unbefangenen Medienschaffenden kooperieren.

Zwangsfinanzierte und gemischtwirtschaftliche Medienunternehmen, die behaupten, ohne sie sei weder die Medienfreiheit noch die Medienvielfalt zu gewährleisten, sind in einer offenen Gesellschaft ein Fremdkörper und zunehmend auch ein Anachronismus. Die Freiheit beruht nämlich auf einem vielfältigen Angebot, das weder zwangsfinanziert noch durch ein Aussortieren des – angeblich – politisch inkorrekten noch durch eine problematische, staatlich verordnete «Doktrin der Ausgewogenheit» eingeschränkt wird.

Dasselbe gilt ja auch bei den Printmedien. Dort gewöhnten sich Leserschaft und Abonnenten leider daran, dass über Jahrzehnte die Inserenten – freiwillig – die Hauptkosten trugen. Diesbezüglich findet derzeit eine anspruchsvolle Entwöhnungskur statt, die zu höheren Preisen und zu einem Wandel in der Zeitungslandschaft führt, den man

Ein Ende der Zwangsgebühren ist allein schon aus technologischen Gründen absehbar.

bedauern mag, den man aber letztlich nicht verhindern kann, es sei denn, der Staat interveniere, subventioniere und reguliere auch im Zeitungswesen und mache auch dieses zu einer «Säule der Nationalkultur» und zu einem Service public.

Die gesamte Medienbranche sollte zu einer Normalität der koexistierenden und konkurrierenden Vielfalt zurückkehren, wenn sie nicht vom Staat oder von mit diesem verbandelten Grossverlagen, Förderern und Sponsoren abhängig werden will. Dies würde letztlich zur Bevormundung aller Medienkonsumenten führen und zu jenem schleichenden Mediensozialismus, der weltweit in vielen Ländern etabliert ist.

Im Folgenden sei versucht, einen Plan B zu skizzieren, der unabhängig vom Ausgang der Abstimmung zu realisieren wäre. Es geht um einen Abschied von den Zwangsgebühren durch eine Umwandlung in echte, frei wählbare Benutzergebühren und um eine «Auffanglösung», falls diese nicht ausreichen, um den reduzierten Leistungsauftrag der SRG weiterhin zu erfüllen.

Alle Gegner einer Abschaffung der Zwangsgebühren (die ja nichts anderes als eine Steuer sind) sollen unabhängig davon, ob sie in der politischen Volksabstimmung einer Mehrheit oder einer Minderheit angehören, den derzeitigen Mix von Information, Kommentaren, Unterhaltung, geförderter Kultur, Sport, Folklore und Konsumwerbung weiter konsumieren können, wenn sie den verlangten Preis (zum Beispiel 1 Franken pro Tag) bezahlen. Das ökonomische Plebiszit der zahlungsbereiten SRG-Kunden könnte so das politische Plebiszit der Zwangsgebührenzahler ersetzen. Von No-Billag-Befürwortern sollten hingegen keine Zwangsbeiträge mehr erhoben werden, selbst wenn sie rein technisch noch die Möglichkeit eines Zugangs haben sollten.

Wenn die Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft dieses ökonomische Plebiszit nicht überleben sollte, was sehr unwahrscheinlich ist, braucht es in einer Demokratie eine Möglichkeit, die politisch notwendige Behördeninformation zu garantieren. Auch die Versorgung von sprachlichen Minderheiten mit ausreichenden Informationen und mit Beiträgen zur Pflege ihrer Kultur ist ein politisch legitimes Anliegen. Zu diesem Zweck wäre den Behörden auf politischem Weg ein Budgetposten einzuräumen, mit dem sie sich bei privaten

Sendern ein elektronisches Zeitfenster zur «notwendigen amtlichen Information in den elektronischen Medien» und zum «sprachlich-kulturellen Minderheitenschutz» erwerben könnten.

Solche steuerfinanzierte Sendungen sollten dann aber stets mit dem Logo des Staates gekennzeichnet sein. Die realen Kosten würden in einem politisch kontrollierten Budget erscheinen, und Bürger und Konsumenten könnten die Sendungen kritisch beobachten und daran glauben oder auch nicht. In den konkurrierenden Medien aller Couleur könnten solche Sendungen gezielt wiederholt, kommentiert, kritisiert oder gelobt werden. Lieber klar deklarierte und als solche erkennbare Staats-sendungen als ein Mischmasch von Information, Infotainment, Sport, Folklore und Werbung.

Die Meinung, die Behörden würden bei einer Annahme von «No Billag» und dem in der Folge prognostizierten Niedergang der SRG jeden offiziellen medialen Kontakt zur Bevölkerung verlieren, ist nicht nachvollziehbar. Können sich denn gewählte Parlaments- und Regierungsmitglieder wirklich nur über zwangsfinanzierte Kanäle öffentlich Gehör verschaffen? Wäre dies der Fall, so wäre es ein schlechtes Zeichen für eine freie Nachfrage nach Informationen und Meinungs-äusserungen.

In den bisher nicht subventionierten Printmedien funktioniert dies ja auch. Dort kommen sowohl die offiziellen Meinungen als auch die wichtigsten Parteistandpunkte erfahrungsgemäss ausgiebig zum Zug, weil sich das Publikum eben dafür interessiert. Bei den landessprachlichen Minderheiten (insbesondere bei der rätoromanischen und der italienischen) könnte man sogar zusätzliche kulturelle und informative Sendungen mit Steuergeldern fördern und dies jeweils vermerken – sie sei ermöglicht worden durch den Einsatz von Bundesmitteln oder durch eine gemeinnützige regionale Pro-Stiftung.

Die hier skizzierte Lösung ist unabhängig vom Ausgang der No-Billag-Abstimmung realisierbar. Sie würde eine klare Trennung von Behördeninformation, Minderheitenförderung sowie unterhaltenden, bildenden, erbauenden und kommerziellen Inhalten bringen. Politische Parteien müssten ihre Sendezeit bei privaten Sendern und bei einer privatisierten SRG eben bezahlen, wie sie auch für Plakate und Zeitungsinserate zahlen müssen, in denen sie werben und sich selbst darstellen.

Sowohl die elektronischen als auch die Printmedien werden vermutlich in Zukunft zunehmend am Smartphone und am Computer à la carte und unabhängig von zeitlich fixierten Programmen und Ausgaben via Internet konsumiert werden. Der Einwand, die Separierung von bezahlenden und nichtbezahlenden Konsumenten im elektronischen Bereich aufgrund von Zugangscodes sei technisch schwierig, ist ernst zu nehmen.

Das Phänomen des Trittbrettfahrens beim elektronischen Konsum ist bei offenen Märkten nie völlig auszuschalten und ist weder neu noch aussergewöhnlich. Diesen Preis sollte man für wirklich staatsunabhängigere Medien zu zahlen bereit sein, und eine optimale Verknüpfung von Technologie und Kommerz wird es in Zukunft ermöglichen, befriedigende Lösungen zu finden.

Die Benutzer des Internets bezahlen ihren Konsum, indem sie ungefragt und ungewollt offenbar wertvolle und an Dritte verkäufliche Informationsdaten liefern und sich, ebenfalls ungefragt, in Informationsbegleittexten bewerben lassen. Möglicherweise kommt es schon in absehbarer Zeit zu einem weiteren technologisch-ökonomischen Entwicklungsschritt, nach dem die Medienproduktion auch durch die systematische Ermittlung von Daten über die Gewohnheiten und Präferenzen der Medienkonsumenten und durch den Verkauf dieser Informationen an Dritte finanziert werden kann. Dieser Trend ist im Hinblick auf den Datenschutz nicht unproblematisch, und es ist darum besonders wichtig, dass auch in diesem Bereich eine klare Trennung zwischen Staat, Kultur und Wirtschaft angestrebt wird.

Zwangsfinanzierte und mit dem Staat verbandelte Medien werden in einer offenen Gesellschaft zunehmend zu einem Anachronismus. Die No-Billag-Abstimmung kommt möglicherweise zu früh, aber das Ende der Finanzierung des elektronischen Medienkonsums durch Zwangsgebühren ist aus technologischen Gründen absehbar.

Robert Nef ist Publizist und Mitglied des Stiftungsrates des Liberalen Instituts.

«No Billag» ist kein liberales Projekt

Gastkommentar
von MARTIN KOLMAR UND ULRICH M. SCHMID

Zu den klassischen Dilemmata des Liberalismus gehört die Frage, ob der Staat die Bildung politischer Meinungen unterstützen soll. Nur auf den ersten Blick ist die Antwort so klar, wie sie sich den Befürwortern der No-Billag-Initiative präsentiert: Nein. Sie argumentieren vor dem liberalen Ideal des Nachwächterstaats: Freiheit ist in diesem Sinne die Freiheit des Einzelnen von fremden Eingriffen. Der Staat müsse sich darauf beschränken, die demokratisch legitimierte gesellschaftliche Ordnung aufrechtzuerhalten. Alles, was darüber hinausgehe, sei Privatsache.

Es gibt aber, wie der liberale Philosoph Isaiah Berlin prominent hervorgehoben hat, nicht nur eine Freiheit «von», sondern auch eine Freiheit «zu». Zu den wichtigsten Voraussetzungen einer funktionierenden Demokratie gehört die Freiheit, sich eine eigene politische Meinung zu bilden. Diese Freiheit kann nicht ohne weiteres ausgeübt werden; sie ist auf gewisse Voraussetzungen angewiesen. Politische Meinungen sind seit je anfällig für Manipulation und Indoktrination – die gegenwärtige Diskussion um Fake-News und Filterblasen ist nur der vorläufige Höhepunkt einer Entwicklung, die das Entstehen der westlichen Rechtsstaaten von Anfang an begleitet hat. Es gibt keine reine Sphäre der Öffentlichkeit, in der sich – wie der Philosoph Jürgen Habermas hoffte – durch den «zwanglosen Zwang des besseren Arguments» eine herrschaftsfreie Kommunikation einstellt. Viel öfter hat man in der Geschichte beobachten können, dass sich nicht das bessere, sondern das lauter vorgetragene Argument durchgesetzt hat. Mit dem sicheren Gespür für die eigene Macht-sicherung haben alle autoritären Herrscher dieser Welt zuerst das Mediensystem diszipliniert.

Sind solche Fehlentwicklungen aber nicht genau ein Argument gegen die SRG und für «No Billag»? Nein, aus drei Gründen: Erstens ist die SRG keine staatliche Institution, sondern ein privatrechtlicher Verein. Die SRG hat einen paradoxen Zweck, bei dessen Erfüllung der Staat nicht als Staat in Erscheinung treten darf. Sie muss eine kritische Öffentlichkeit herstellen.

Die Paradoxie dieser staatstragenden Aufgabe äussert sich in der Organisation der SRG. Sie wird nicht mit Steuergeldern finanziert, sondern durch Gebühren, die von jedem Besitzer eines Empfangsgeräts unabhängig von seinem Programmkonsum erhoben werden. Sie untersteht keinem Ministerium, sondern ist als öffentliches Medienhaus organisiert, das über eine eigene Beschwerdeinstanz verfügt. Im Printzeitalter war die SRG auf dem Medienmarkt ein zusätzlicher Anbieter, dessen teure Infrastruktur durch eine staatsnahe Finanzierung gesichert werden musste. Im Internetzeitalter hat sich die Begründungslogik für die SRG verschoben: Heute geht es nicht mehr in erster Linie darum, die technischen Sendeanlagen überhaupt bereitzustellen, sondern einen hochwertigen Qualitätsjournalismus im Radio und Fernsehen zu ermöglichen.

Zweitens hat sich die Medienbranche zu einer Plattformindustrie entwickelt, in der das Geschäftsmodell auf sogenannten «mehrseitigen Märkten» basiert. Diese Tendenz hat sich durch die Kostenstruktur und durch Netzexternalitäten digitaler Angebote im Internet dramatisch verstärkt. Die Haupteinnahmequelle kommerzieller Anbieter ist nicht der Verkauf von Inhalten. Diese werden oft kostenlos bereitgestellt, um damit entweder auf weiteren Märkten Werbeeinnahmen zu generieren oder Kundendaten zu verkaufen.

Die ökonomische Unterwanderung der eigentlichen Informationsanbieter durch die Internetgiganten Google und Facebook macht die Medienkrise strukturell so gewaltig und politisch so gefährlich. Die von diesen Unternehmen eingesetzten Algorithmen spielen den einzelnen Nutzern basierend auf ihrem Verhalten passgenaue Inhalte zu und reduzieren die Anzahl kontroverser Meinungen. Diese Algorithmen entziehen sich einer demokratischen Kontrolle, weil sie das zentrale Geschäftsmodell von Google und Facebook darstellen und wie das Geheimnis der Coca-Cola-Substanz gehütet werden.

Zwar gibt es neue digitale Nachrichtenportale, aber sie haben weder die Ressourcen noch die Reichweiten, um die Recherche- und Informationsfunktion der herkömmlichen Qualitätsmedien zu erreichen. Für die traditionsreichen Printmedien wiederum ist auch nach zwanzig Jah-

ren Interneterfahrung kein Konzept in Sicht, mit dem sie den rasanten Einnahmerückgang aufhalten könnten.

Die Monopolisierungstendenz in der privaten Medienindustrie wird auch in Zukunft weiter zunehmen: Je mehr Nutzer eine Plattform hat, umso attraktiver ist sie für andere Nutzer. Die relevante Frage lautet also nicht primär, ob ein öffentlich finanzierter Medienanbieter vielen kleinen Zeitungen das Leben schwermacht, sondern, wie man ein Gegengewicht gegen die inhärente Tendenz zur nationalen und globalen Konzentration dieser Industrie schaffen kann.

Hier kann ein öffentliches Angebot auch vor dem Hintergrund eines ökonomischen Effizienzziels ein wichtiges Korrektiv sein: Es wird durch ein gemeinschaftlich finanziertes Informationsangebot kein Marktversagen geschaffen, sondern es wird ein existierendes Marktversagen reduziert. Die Alternative zum derzeitigen System ist nicht der atomistische Wettbewerb vieler privater Anbieter, sondern ein privates Medienoligopol, in dem die (oft intransparenten) Interessen der Eigentümer dieser Unternehmen über die Informationen bestimmen, die sich zu Meinungen und Weltbildern in der Bevölkerung verfestigen.

Drittens wird die Sicht vieler liberaler Akteure von einer sehr traditionellen Wahrnehmung von Wettbewerb geprägt, die mit der Wirklichkeit der Medienindustrie wenig zu tun hat. «Güter», die auf Medienmärkten gehandelt werden, können nicht wie Äpfel und Birnen behandelt werden. Wir haben keine Präferenzen bei Informationen und

«Güter», die auf Medienmärkten gehandelt werden, können nicht wie Äpfel und Birnen behandelt werden.

konsumieren dann diejenigen, die uns am meisten Befriedigung verschaffen. Allein schon diese Art und Weise, das Problem zu skizzieren, führt in die Echokammern der postfaktischen Dystopie, zu der das Internet zu werden droht. Letztlich müssen uns die Nachrichten, die wir konsumieren, möglichst umfassend (also auch mit inhärenten Widersprüchen) über den Zustand der Welt aufklären.

Informationen machen uns erst zu dem, was wir sind. Sie formen unser Verständnis der Wirklichkeit. Sie schaffen erst die Weltbilder und Lebensentwürfe, mit denen wir unsere politische Meinung bilden – auch über die Rolle des Staates in der Organisation unserer Medienlandschaft. Es gehört zur öffentlichen Diskussionskultur, dass man die SRG kritisieren kann und soll. Diese Debatte ist umso wichtiger, als sich die Meinungsbildung vielfach von den traditionellen Medien ins Internet verlagert hat. Es gibt Herausforderungen, denen sich die SRG in Zukunft stellen muss – sei es die Erschliessung eines jüngeren Publikums, ein rücksichtsvolles Agieren im Online-Bereich oder ein besonnenes Verhalten auf dem Werbemarkt.

Generell muss aber eine liberale Sicht auf die Rahmenbedingungen der politischen Meinungsbildung in der Schweiz die Wichtigkeit eines unabhängigen öffentlichen Medienhauses unterstreichen. Im Unterschied zu Google und Facebook übernimmt nämlich die SRG die Verantwortung für die Inhalte, die sie auf ihren Kanälen verbreitet. Ihre Struktur als privatrechtlicher Verein ohne Gewinnzweck macht dies möglich, sie schafft damit die Grundlagen für Vertrauen in Nachrichten und die Kontrolle von deren Zustandekommen.

Die Schweiz wählt nicht zwischen Staatsmonopol und vollständigem Wettbewerb, sondern zwischen einem kontrollierten und einem unkontrollierten Medienoligopol. Freiheit droht dabei die Freiheit der Eigentümer der verbleibenden Anbieter zu werden, die Meinungen der Bevölkerung zu beeinflussen. Gibt es die SRG nicht mehr, dann wird die Mediensphäre in der Schweiz so verletzlich, wie sie es in den USA schon ist. Die prekären Folgen sind bekannt.

Martin Kolmar und Ulrich M. Schmid sind Professoren an der Universität St. Gallen.