

Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen
CH-3003 Bern

Ausschliesslich per E-Mail an:
pg@bakom.admin.ch

1. März 2024

Änderung des Postgesetzes: Stellungnahme economiessuisse

Sehr geehrter Herr Kommissionspräsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 20. November 2023 haben Sie uns eingeladen, zu einer Änderung des Postgesetzes im Rahmen der Pa. Iv. 22.423 Stellung zu nehmen. Wir danken Ihnen für diese Möglichkeit.

Als Dachverband der Wirtschaft bündeln wir die Interessen von **100 Branchenverbänden, 20 Handelskammern und insgesamt rund 100'000 Schweizer Unternehmen mit 2 Mio. Beschäftigten** im Inland.

Alle diese Mitglieder sind grundsätzlich stark an einer breiten, diversifizierten und gesunden Presse-landschaft interessiert. Diese ist wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in einem föderalen, mehrsprachigen Land wie der Schweiz. Auch fördert sie das Funktionieren der direkten Demokratie und leistet damit einen Beitrag zu einem zentralen wirtschaftlichen Standortfaktor: Der politischen Stabilität.

Die gesamte Medienbranche ist bekanntlich einem fundamentalen Strukturwandel ausgesetzt. Der Medienmarkt ist ausserdem durch staatliche Eingriffe in die Rahmenbedingungen bereits stark verzerrt. **Vor diesem Hintergrund befürworten wir die Stossrichtung der Vernehmlassungsvorlage.** Diese Zustimmung ist mit vier Forderungen verbunden:

1. Die Mehrausgaben sollen durch Einsparungen bei anderen Bundesausgaben kompensiert werden. Der Ausbau der indirekten Presseförderung muss finanzpolitisch nachhaltig sein.
2. Es ist sicherzustellen, dass die Beiträge auf sieben Jahre beschränkt bleiben. Eine Verstärkung würde der Idee einer Transformationshilfe widersprechen.
3. Die Fördermittel müssen in der indirekten Presseförderung effizienter eingesetzt werden. Hierfür fordern wir die anbieterneutrale Ausschreibung der Zustellermässigung, die heute allein der Schweizerischen Post vorbehalten ist.
4. Die Praxis bei der Festlegung der Anspruchsberechtigung muss überdacht werden.

Weitere Ausführungen zu dieser Position finden Sie nachfolgend.

Ausgangslage: Medienmarkt im Umbruch

Der Medienmarkt ist seit Jahren starken strukturellen Veränderungen ausgesetzt: Der Konsum redaktioneller Inhalte in gedruckter Form wird substituiert durch einen Konsum in elektronischer Form und der Konsum audiovisueller Inhalte in linearen Programmen wird ersetzt durch einen nicht-linearen Konsum. Das Medienangebot richtet sich immer stärker an diesen neuen Nutzungsgewohnheiten aus. Redaktionelle Inhalte werden zunehmend online angeboten, wobei aufgrund bisher ungenügender Finanzierungsmodelle und langsamer Marktdurchdringung ein hoher Kostendruck besteht. Regional- und Lokalmedien sind davon aufgrund ihrer beschränkten Reichweite besonders betroffen. Erschwerend hinzu kommt ein vergleichsweise grosser staatlicher Fussabdruck im Medienmarkt, der einerseits durch die redaktionellen Angebote der SRG verzerrend wirkt und andererseits durch generell suboptimale regulatorische Rahmenbedingungen.

Handlungsbedarf: Schnelle digitale Transformation privater Medienangebote

Die Veränderung der Nutzungsgewohnheiten und die technologisch bedingten Veränderungen im Werbemarkt erfordern von den Medienunternehmen Investitionen in zukunftsfähige Produkte. Diese Investitionen müssen in einem volatilen Umfeld getätigt werden, ohne dass die Informationsversorgung der Bevölkerung nachhaltigen Schaden nimmt. Deshalb braucht es Massnahmen, die einerseits die Planungssicherheit für künftig wirksame Investitionen erhöhen und andererseits das aktuelle Medienangebot stützen.

Indirekte Presseförderung als pragmatische Übergangslösung

Die indirekte Presseförderung ist ein lang etabliertes Instrument zur Stützung der medialen Versorgung. Obwohl es auf die Unterstützung gedruckter Zeitungen und Zeitschriften ausgerichtet ist, kann es in der aktuellen Transformationsphase einen Beitrag an die erwähnte Planungssicherheit leisten und gleichzeitig dafür sorgen, dass die Informationsbedürfnisse erfüllt bleiben. Gegenüber anderen Instrumenten besteht der gewichtige Vorteil, dass die Wirkungszusammenhänge der indirekten Presseförderung bekannt sind. Ein befristeter Ausbau macht daher als pragmatische Übergangslösung Sinn. Diese Übergangsphase sollte den Medienunternehmen für eine Neuausrichtung dienen. Gleichzeitig gibt sie der Politik Luft für eine dringend nötige Grundsatzdiskussion über die Medienregulierung der Zukunft.

Die Wirtschaft verbindet mit dem befristeten Ausbau vier Forderungen:

1. Finanzpolitisch verträglicher Ausbau

Das strukturelle Ausgabenproblem im Bundeshaushalt ist in Betracht zu ziehen. Der Finanzplan 2025-2027 weist bereits jetzt hohe Fehlbeträge aus. In den Folgejahren steigen die Fehlbeträge weiter. Ohne Massnahmen steuert der Bund in den nächsten Jahren auf nicht tragbare und von Verfassung und Gesetz verbotene Defizite zu. Entsprechend müssen die Mehrausgaben für die indirekte Presseförderung zwingend durch Ausgabenkürzungen an anderen Stellen kompensiert werden.

2. Befristung sicherstellen

In den Übergangsbestimmungen der Vernehmlassungsvorlage ist richtigerweise klar festgehalten, dass der Ausbau nach Inkrafttreten auf sieben Jahre befristet ist. Dem sollte die Politik insbesondere mit Verweis auf den ersten Punkt Nachdruck verleihen. Eine Verstetigung der höheren Beiträge würde dem an sich richtigen Grundgedanken einer Transformationshilfe widersprechen.

3. Effiziente Mittelverwendung gewährleisten

Die indirekte Presseförderung ist heute de facto auf die Leistungen der Schweizerischen Post beschränkt. Es gibt jedoch auch private Unternehmen, welche diese Dienstleistung erbringen könnten. Durch eine zusätzliche Anpassung am Postgesetz ist diese Leistungserbringung deshalb auszuschreiben. Die Effizienz der indirekten Presseförderung kann so gesteigert werden, indem in allen Vertriebskanälen der Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis den Zuschlag erhält. Dies dient dem eigentlichen Zweck des Instruments und reduziert Streuverluste. Die Post wird im heutigen System gegenüber privaten Dienstleistern bevorteilt, indem ihr durch die Beiträge ermöglicht wird, tiefere Preise für die Zustellung von Presseerzeugnissen anzubieten als ihren Mitbewerberinnen. Dadurch ergibt sich eine rechtliche Ungleichbehandlung von Marktteilnehmern, welche das verfassungsmässige Gleichbehandlungsgebot verletzt. Dies gilt es zu verhindern:

Antrag

Art. 16 Abs. 4 PG

⁴ Ermässigungen werden *anbieter- und vertriebskanalunabhängig* gewährt für die Zustellung von:

- a. abonnierten Tages- und Wochenzeitungen der Regional- und Lokalpresse;
- b. Zeitungen und Zeitschriften von nicht gewinnorientierten Organisationen an ihre Abonnenten, Mitglieder oder Spender (Mitgliedschafts- und Stiftungspresse) in der Tageszustellung.

4. Unschärfen bei der Feststellung der Anspruchsberechtigung beseitigen

Die Regulierung sieht richtigerweise vor, dass der Anspruch auf Zustellermässigung bei einem Pressetitel nicht anhand inhaltlicher Kriterien festgelegt werden soll, sondern anhand formeller Kriterien (ausformuliert in Art. 36 der Postverordnung). In der Praxis findet dennoch eine inhaltliche Selektion statt, indem die Fachpresse von der Förderung ausgenommen ist. Da die Abgrenzung der Fachpresse von den anspruchsberechtigten Presseerzeugnissen nicht immer klar ist, kommt es hier zu ungerechtfertigter Diskriminierung einzelner Titel. Diese Praxis sollte dringend überdacht werden. Es kann nicht sein, dass die Presseförderung arbiträr erfolgt und damit die Informationsversorgung eingeschränkt wird.

Vielen Dank für die Berücksichtigung unserer Argumente. Bei Rückfragen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

economiesuisse

Alexander Keberle
Mitglied der Geschäftsleitung,
Bereichsleiter Infrastruktur, Energie & Umwelt

Lukas Federer
Stv. Bereichsleiter Infrastruktur, Energie & Umwelt