



MEDIENMITTEILUNG

Die Bevölkerung ist in der No-Billag-Frage pragmatisch

Zürich, 21. September 2017 – **Eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts DemoSCOPE im Auftrag des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN (VSM) zeigt: Die Bevölkerung wünscht sich eine tiefere Billag-Gebühr, steht aber hinter dem Kernauftrag der SRG. Die No-Billag-Initiative stösst derzeit auf eine überraschend hohe Zustimmung. Der Verband der privaten Schweizer Medienunternehmen unterstützt eine gebührenfinanzierte SRG, fordert die SRG aber zur Konzentration auf ihren Kernauftrag im Bereich TV und Radio und zu Gesprächen über eine mögliche Selbstbeschränkung auf.**

Die Wogen um die No-Billag-Initiative gehen hoch und am kommenden Montag wird auch im Parlament weiter über die Frage der Finanzierung der SRG debattiert. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN hat dies zum Anlass genommen, gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut DemoSCOPE eine repräsentative Umfrage durchzuführen. Gemäss der aktuellen Umfrage sind derzeit 47 Prozent der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger für eine Annahme der No-Billag-Initiative und 37 Prozent dagegen, unentschlossen sind 16 Prozent. 27 Prozent der Befürworter erhoffen sich, bei einer Annahme Geld sparen zu können und weitere 19 Prozent finden den Betrag zu hoch. Hingegen geben nur 14 Prozent als Grund für ihre Zustimmung an, mit dem Programm unzufrieden zu sein.

Auch zur strittigen Frage über die richtige Höhe der Billag-Gebühr gibt die Meinungsumfrage Hinweise: Die Schmerzgrenze scheint bei 400 Franken pro Jahr zu liegen, wobei eine Gebühr von 200 Franken pro Jahr die höchste Zustimmung in der Bevölkerung geniesst. Die Bevölkerung wünscht sich also eine tiefere Billag-Gebühr, steht aber hinter dem Kernauftrag der SRG.

Der Verlegerverband, der eine gebührenfinanzierte SRG immer unterstützt hat, sieht sich durch die Umfrageresultate bestätigt. Das Angebot der SRG ist dort sinnvoll und nützlich, wo es die privaten Medien ergänzt – so wie es die Bundesverfassung vorsieht. Der VSM erwartet von der SRG, dass sie ihr Gebührenprivileg für einen echten Service public und nicht zur Konkurrenzierung des privaten Medienangebots nutzt. Insbesondere soll die SRG auf presseähnliche Digitalangebote und auf neue Formen der Kommerzialisierung verzichten. Längerfristig sollte sie ganz ohne Werbung auskommen. Die Gebühreneinnahmen der SRG sollten auf ein Niveau reduziert werden, das die Erbringung eines hochstehenden, viersprachigen und demokratierelevanten Service public ermöglicht.

Der in den letzten Jahren dank steigenden Einnahmen vorangetriebene Ausbau der Angebotspalette der SRG strapaziert die positive Haltung der Bevölkerung gegenüber der SRG. Gleiches gilt für das Verhältnis zu den privaten Medienunternehmen, denen lediglich bei einigen lokalen TV- und Radio-Stationen Gebühren zur Verfügung stehen. Für den Verband SCHWEIZER MEDIEN ist deshalb klar, dass der Streit um die SRG letztlich nur zu Verlierern führt, denn das Problem ist ausschliesslich pragmatisch und sachlich zu lösen, nicht ideologisch oder politisch. Um das Vertrauen der Bevölkerung zurückzugewinnen und zu einer komplementären Medienlandschaft zurückzufinden, fordert der Verlegerverband die SRG deshalb zu Gesprächen über eine mögliche Selbstbeschränkung auf. Der VSM ist überzeugt: Wenn die SRG mit Augenmass und Disziplin auf einer realistischen Gebührenbasis arbeitet, kann sie die Zustimmung der Bevölkerung zurückgewinnen. Eine Spaltung der Bevölkerung in der Frage der Finanzierung der SRG ist für alle Parteien ein unnötiger politischer Kampf.

Link

Repräsentativbefragung zur No-Billag-Initiative von DemoSCOPE:

http://www.schweizermedien.ch/getattachment/Artikel/Medienmitteilung/Die-Bevolkerung-ist-in-der-No-Billag-Frage-pragmatisch/170921_Repräsentativbefragung-No-Billag-Initiative_DemoSCOPE.pdf.aspx

Weitere Auskünfte

Andreas Häuptli, Geschäftsführer VSM, andreas.haeuptli@schweizermedien.ch, 044 318 64 64

Verband SCHWEIZER MEDIEN

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Online. Er vereinigt rund 100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen gegen 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene Newsplattformen und elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA, setzt sich der Verband SCHWEIZER MEDIEN für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.