

Eidg. Departement für Umwelt,  
Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK  
Bundeshaus Nord  
3003 Bern

## **Bundesgesetz über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen (KomPG)**

### **Vernehmlassungsantwort des Verlegerverbands SCHWEIZER MEDIEN (VSM)**

Zürich, Februar 2026

Sehr geehrte Damen und Herren

Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) ist die Branchenorganisation der privaten Medienunternehmen in der Schweiz mit Fokus auf Print- und Digitalmedien. Er vereint über 70 Unternehmen sowie branchennahe assoziierte Mitglieder, die Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie Newsplattformen und elektronische Medien betreiben. Als grösster Vertreter der privaten Schweizer Medien bedankt sich der VSM für die Gelegenheit, zum Entwurf des Bundesgesetzes über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen (KomPG) Stellung nehmen zu dürfen.

#### **1. Zentrale Anforderungen an die Vorlage**

Der VSM begrüsst die geplante Regulierung von Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen (folgend: Plattformen). Der Gesetzesentwurf des Bundesrats adressiert einen zentralen Regulierungsbedarf und stellt einen wichtigen Schritt dar, um die Rechte der Nutzerinnen und Nutzer zu stärken sowie mehr Transparenz und Fairness im digitalen Raum zu schaffen. Die Vorlage ist dringlich und sollte rasch umgesetzt werden.

Gleichzeitig möchte der VSM festhalten, welche zentrale Rolle das KomPG hinsichtlich der gesellschaftlichen Herausforderungen, namentlich der steigenden Plattformdominanz und der sinkenden Medienvielfalt, einnimmt. Vor diesem Hintergrund ist es dem VSM ein Anliegen - neben den positiven Aspekten der Vorlage und neben konkreten Anpassungswünschen bei bereits adressierten Problemen - aufzuzeigen, welche Lücken das KomPG mit Blick auf eine funktionierende Demokratie, eine gut informierte Gesellschaft und eine hohen Medienvielfalt aufweist.

Das KomPG muss die zahlreichen entstandenen Probleme der Plattformdominanz mit Auswirkungen auf das gesellschaftliche Zusammenleben und die Medienvielfalt in der Schweiz lösen. Die digitale Machtkonzentration, das mangelnde Verantwortungsbewusstsein von Big Tech und fehlende rechtliche Durchsetzbarkeit schaden dem gesellschaftlichen Diskurs spürbar. Dieser Schaden wächst von Jahr zu Jahr - und droht mit dem ungebremsen Einzug Künstlicher Intelligenz in allen Bereichen um ein Vielfaches zuzunehmen.

**Aus Sicht der Schweizer Medienlandschaft ist die Medienvielfalt aufgrund der Marktmacht der globalen Plattformen, aufgrund der Abhängigkeit lokaler (Medien-)Unternehmen von den Plattformen, aufgrund intransparenter Algorithmen und aufgrund ungleicher gesetzlicher Spiesse und mangelnder Rechtsdurchsetzung akut gefährdet. Das KomPG hat aus Sicht des VSM die Aufgabe, diese Probleme zu lösen.**

Damit dies möglich ist, müssen in allen Bereichen gleich lange Spiesse geschaffen werden. Die Plattformen müssen ausnahmslos dieselbe Verantwortung wie andere Marktteilnehmer übernehmen - und dieselbe Transparenz schaffen.

Dazu gehören aus Sicht des VSM folgende Aspekte, die dringend und ausnahmslos in das KomPG einzuarbeiten sind:

*Erstens:* Die Plattformen dürfen der **Meinungsvielfalt** nicht schaden bzw. müssen Verantwortung für entstandene Schäden übernehmen. Dabei müssen die Plattformen insbesondere auch auf die **Medienvielfalt und -freiheit** Rücksicht nehmen.

*Zweitens:* Anwendungen **Künstlicher Intelligenz** mit Auswirkungen auf die geschilderten Probleme müssen dieselbe Verantwortung übernehmen und ebenfalls vom KomPG erfasst sein.

*Drittens:* Die Plattformen müssen für **gesetzeswidrige Inhalte** in ihren Angeboten **haften**, auch wenn diese von Drittpersonen stammen. Dieser Haftungsanspruch muss rechtlich durchsetzbar sein, wie dies z.B. bei Schweizer Medienverlagen der Fall ist. Diese Vollzugsasymmetrie gilt es auch bei rechtswidriger Werbung aufzuheben.

## 2. Allgemeine Betrachtungen

Mit dem KomPG folgt die Schweiz dem europäischen Digital Services Act (DSA), bleibt in ihrer Ausgestaltung jedoch in wesentlichen Punkten zurückhaltender als die EU. Angesichts der föderalistischen, direktdemokratischen und sprachlich vielfältigen Struktur der Schweiz besteht jedoch ein besonders hohes öffentliches Interesse an einer resilienten, vielfältigen und verlässlichen Informationslandschaft. Vor diesem Hintergrund weist der vorliegende Gesetzesentwurf aus Sicht des VSM in mehreren Bereichen Lücken auf oder greift zu kurz.

Die Regulierung grosser Plattformen ist notwendig, da diese aufgrund ihrer Marktmacht, ihrer datengetriebenen Geschäftsmodelle und ihrer zentralen Rolle als Kommunikationsinfrastruktur einen erheblichen Einfluss auf den Schweizer Informationsraum ausüben. Plattformen bestimmen massgeblich, welche Inhalte sichtbar sind, welche Reichweiten erzielen und in welchem Umfang journalistische Leistungen monetarisiert werden können. Um auch künftig eine funktionierende öffentliche Debatte und eine demokratische Meinungsbildung sicherzustellen, braucht es wirksame regulatorische Instrumente zur Begrenzung dieser Machtkonzentration.

Gleichzeitig ist es entscheidend, die Schnittstellen zwischen der Plattformregulierung, der in Erarbeitung befindlichen KI-Regulierung sowie notwendigen urheberrechtlichen Anpassungen kohärent auszugestalten. Rechtliche Graubereiche – insbesondere im Zusammenhang mit KI-basierten Such- und Antwortsystemen – sind zu vermeiden.

## 3. Einbezug Künstlicher Intelligenz

Generative KI-Systeme, insbesondere KI-basierte Such- und Antwortsysteme, haben bereits heute tiefgreifende Auswirkungen auf die Informationsbeschaffung, die Sichtbarkeit journalistischer Inhalte und die öffentliche Meinungsbildung. Diese Systeme übernehmen funktional Aufgaben der Selektion, Gewichtung und Moderation von Inhalten.

Der vorliegende Gesetzesentwurf erfasst solche Anwendungen nur unvollständig. Aus Sicht des VSM ist klarzustellen, dass KI-basierte Suchmaschinen sowie KI-gestützte Antwortfunktionen, die als Ersatz oder Ergänzung klassischer Suchdienste fungieren, unter das KomPG fallen. Parallel dazu sind Massnahmen erforderlich, um Anbieter generativer KI-Anwendungen, die nicht vom KomPG erfasst werden, in geeigneter Weise in die Verantwortung zu nehmen.

## **4. Weitere relevante Aspekte**

### **4.1 Transparenz-, Mitteilungs- und Beschwerdepflichten**

Die vorgesehenen Transparenz-, Mitteilungs- und Beschwerdepflichten sind für Medienverlage von zentraler Bedeutung. Journalistischer Content wird auf Plattformen zunehmend automatisiert entfernt, herabgestuft oder demonetarisiert. Dies beeinträchtigt einerseits das Informationsangebot für die Bevölkerung und andererseits die wirtschaftliche Grundlage journalistischer Medien.

Die den Moderations- und Empfehlungsentscheidungen zugrunde liegenden Kriterien und Prozesse sind heute weitgehend intransparent. Damit die im Gesetz vorgesehenen Pflichten wirksam werden, müssen sie nicht nur formell bestehen, sondern auch praktisch durchsetzbar sein. Dazu gehört insbesondere die Verpflichtung von Anbieterinnen ohne Sitz in der Schweiz, eine handlungsfähige Rechtsvertretung im Inland zu benennen.

### **4.2 Algorithmische Empfehlungssysteme**

Plattformen beeinflussen mittels algorithmischer Empfehlungssysteme die Sichtbarkeit, Reichweite und Auffindbarkeit journalistischer Inhalte in erheblichem Ausmass. Der VSM fordert daher eine weitgehende Transparenz über die Funktionsweise dieser Systeme sowie nutzerfreundliche Alternativen zu rein personalisierten Feeds. Empfehlungssysteme, die auf Profiling und Aufmerksamkeitsmaximierung beruhen, dürfen nicht der einzige Standard sein. Nutzerinnen und Nutzer müssen die Möglichkeit haben, nicht-profilbasierte Ausspielungslogiken zu wählen.

### **4.3 Werberegulierung und Datenzugang**

Im Bereich der Werbung besteht kein materiell-rechtliches Regelungsdefizit, sondern primär ein Defizit in der effektiven Durchsetzung des geltenden Rechts. Täuschende, betrügerische oder auf Identitätsmissbrauch beruhende Werbung ist nach Schweizer Recht bereits heute unzulässig. Medienunternehmen unterliegen diesbezüglich klaren Sorgfalts- und Haftungspflichten und sind bei Verstössen unmittelbar mit zivil- und strafrechtlichen Konsequenzen konfrontiert.

Demgegenüber werden vergleichbare rechtswidrige Werbeinhalte auf grossen Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen in erheblichem Umfang verbreitet, ohne dass bestehende gesetzliche Vorgaben in der Praxis konsequent durchgesetzt werden. Diese Vollzugsasymmetrie verzerrt den Wettbewerb im Werbemarkt. Entscheidend ist daher nicht die Einführung neuer materieller Werbeverbote, sondern die wirksame Durchsetzung des bestehenden Werberechts. Transparenz- und Datenzugangspflichten sind hierfür zentrale Voraussetzungen.

#### **4.4 Systemische Risiken und Risikominderung**

Der VSM begrüsst die Verpflichtung zur Durchführung systemischer Risikobewertungen. Diese Massnahme bleibt jedoch unvollständig, solange Plattformen nicht auch verpflichtet werden, konkrete Massnahmen zur Risikominderung zu ergreifen und darüber Bericht zu erstatten. Eine reine Risikoanalyse ohne Folgepflichten droht wirkungslos zu bleiben.

#### **4.5 Abgrenzung redaktioneller Medienangebote**

Für die Rechtssicherheit ist eine klare Abgrenzung zwischen redaktionell verantworteten Medienangeboten und Kommunikationsplattformen erforderlich. Redaktionelle Medienangebote – auch wenn sie über Kommentarspalten oder Community-Funktionen verfügen – dürfen nicht als Kommunikationsplattformen im Sinne des KomPG qualifiziert werden. Medien unterliegen bereits heute journalistischen Sorgfalts- und Verantwortungspflichten sowie der Selbstregulierung durch den Presserat. Eine Fehlanwendung des KomPG auf redaktionelle Angebote wäre systemwidrig und würde die Medienfreiheit beeinträchtigen.

## **5. Erläuterungen zu einzelnen Artikeln**

### **Art. 2–3 Geltungsbereich und Begriffe**

Der VSM regt an, die Messung der Nutzerzahlen präziser auszugestalten. Nutzerzahlen sollten rollend über einen Zeitraum von sechs Monaten sowie kumuliert über alle relevanten Verbreitungsvektoren ermittelt werden können. Die Schwelle der Nutzerzahlen sollte so gestaltet sein, dass auch kleinere Plattformen, die trotzdem wirkungsmächtigen Einfluss auf die Informationsdistribution erzeugen, nicht von der Regulierung ausgeschlossen sind. Zudem sollte eine unabhängige Verifikation der Nutzerzahlen möglich sein, um Umgehungen zu verhindern.

### **Art. 6 Mitteilungspflicht**

Der VSM begrüsst die Mitteilungspflicht bei einschränkenden Massnahmen ausdrücklich. Die Mitteilungen müssen jedoch zwingend detaillierte Metadaten enthalten, namentlich den Entscheidungsgrund, eine Referenz auf die relevante interne Richtlinie sowie – soweit vorhanden – den systeminternen Prüfcode. Die Bereitstellung hat in einem strukturierten, maschinenlesbaren Format (z. B. via API) zu erfolgen.

**Konkreter Änderungsvorschlag:** „Ergreifen die Anbieterinnen von Kommunikationsplattformen einschränkende Massnahmen, so müssen sie dies der Nutzerin oder dem Nutzer, deren oder dessen Inhalte betroffen sind, mitteilen und detailliert begründen.“

### **Art. 14–16 Werbung und Werbearchiv**

Die in den Art. 14–16 vorgesehenen Sorgfalts-, Transparenz- und Archivierungspflichten sind ein zentrales Instrument zur Durchsetzung des geltenden Werberechts im digitalen Werbemarkt. Sie tragen dazu bei, Verantwortlichkeiten nachvollziehbar zu machen und rechtswidrige Werbeinhalte auf grossen Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen wirksam zu adressieren.

Der VSM unterstützt die vorgesehenen Transparenzvorgaben sowie die Einrichtung eines öffentlich zugänglichen Werbearchivs ausdrücklich. Damit dieses seine Kontroll- und Durchsetzungsfunktion erfüllen kann, sollen akkreditierte Verlage einen erweiterten, automatisierten Zugang zu relevanten Werbearchiv-Metadaten erhalten, soweit ihre eigenen Domains oder Inhalte betroffen sind. Diese Daten sind in maschinenlesbarer, einheitlicher und vergleichbarer Form bereitzustellen, sodass die Daten tatsächlich zugänglich und verarbeitbar sind.

**Konkreter Änderungsvorschlag zu Art. 16:** „Das Werbearchiv ist mittels einer elektronischen Schnittstelle (API) und ohne Registrierungspflicht zugänglich.“

## **Art. 18 Empfehlungssysteme**

Zusätzlich zur Offenlegung zentraler Parameter fordert der VSM die Einführung einer nicht-profilbasierten Ausspieloption für journalistische Inhalte sowie die Möglichkeit, redaktionelle Inhalte technisch als solche zu kennzeichnen (z. B. mittels eines «Editorial Content»-Flags). Ergänzend sollen Verlagen über definierte Schnittstellen Sichtbarkeitsmetriken für ihre eigenen Inhalte zur Verfügung gestellt werden.

## **Art. 19 Transparenzbericht**

Der Transparenzbericht muss verpflichtend standardisierte Publisher-Tabellen enthalten, die für jede namentlich genannte Publisher-Domain Kennzahlen zu Inhalteinschränkungen, Demonetarisierung und Wiederherstellungen ausweisen. Diese Daten sind in maschinenlesbarer, einheitlicher und vergleichbarer Form bereitzustellen, sodass die Daten tatsächlich zugänglich und verarbeitbar sind.

## **Art. 20 Risikobewertung**

Die Anbieterinnen müssen nicht nur Risiken bewerten, sondern auch konkrete Massnahmen zur Risikominderung ergreifen und darüber Bericht erstatten.

Nach Art. 20 Abs. 2 lit. c müssen die Anbieter den systemischen Risiken für die Meinungsvielfalt und für die öffentliche Debatte entgegenwirken. Diese Risikobewertung muss spezifisch für ihre Dienste und verhältnismässig zu den systemischen Risiken unter Berücksichtigung ihrer Schwere und Wahrscheinlichkeit erfolgen. Sie soll die systemischen Risiken von etwaigen tatsächlichen oder vorhersehbar nachteiligen Auswirkungen auf die Ausübung der Grundrechte umfassen, insbesondere auf die verfassungsrechtlich geschützte Meinungs- und Informationsfreiheit. Dies bedingt eine inhärente Abbildung journalistischer Inhalte, die in das System eingebunden werden müssen.

**Konkreter Änderungsvorschlag zu Art. 20 Abs. 2 lit. c:** "negative Folgen für die Meinungsvielfalt, die öffentliche Meinungsbildung, für Wahl- und Abstimmungsprozesse, für die öffentliche Sicherheit und Ordnung sowie für die öffentliche Gesundheit.

## **Art. 23 Rechtsvertretung**

Die Pflicht zur Bezeichnung einer Rechtsvertretung in der Schweiz ist essentiell für die effektive Durchsetzung der gesetzlichen Pflichten und wird vom VSM ausdrücklich unterstützt.

## 6. Beantwortung der Zusatz-Fragen der Vernehmlassung

1. Wird die Pflicht zur Bereitstellung eines Meldeverfahrens im Grundsatz befürwortet?

Ja. Die vorgesehenen Melde-, Mitteilungs- und Beschwerdepflichten sind aus Sicht der Schweizer Medienverlage ein zentraler Baustein des vorliegenden Gesetzesentwurfs. Damit diese Pflichten jedoch ihre volle Wirkung entfalten können, fordert der VSM weitere Massnahmen, damit diese in der Praxis effektiv durchsetzbar sind.

2. Soll das Meldeverfahren auf die in der Vorlage aufgeführten Tatbestände beschränkt bleiben, soll es reduziert oder gestrichen werden oder soll es umgekehrt auf alle rechtswidrigen Inhalte bzw. auf bestimmte rechtswidrige Inhalte ausgeweitet werden?

Ja. Der VSM spricht sich für eine Ausweitung der Verantwortung der Plattformen aus. Zwar werden die vorgesehenen Melde- und Mitteilungspflichten grundsätzlich positiv bewertet, doch fordert der VSM zusätzlich, dass die Anbieter für sämtliche gesetzeswidrigen Inhalte in ihren Angeboten haften müssen, selbst wenn diese von Drittpersonen stammen. Diese Haftung soll rechtlich durchsetzbar sein. Zudem betont der VSM, dass Plattformen dieselbe Verantwortung wie andere Marktteilnehmer übernehmen müssen.

3. Würden Sie eine Pflicht der geregelten Dienste zur Ergreifung von geeigneten und verhältnismässigen Massnahmen, um für ein hohes Mass an Privatsphäre, Sicherheit und Schutz von Minderjährigen zu sorgen, im Grundsatz begrüssen?

Der VSM begrüsst die geplante Regulierung, um die Rechte der Nutzerinnen und Nutzer zu stärken sowie mehr Transparenz und Fairness im digitalen Raum zu schaffen. Die Plattformen müssen Verantwortung für gesellschaftliche Schäden übernehmen. Vor diesem Hintergrund sind auch die angesprochenen Massnahmen zu begrüssen.

4. Sollten Sie eine solche Pflicht begrüssen, welche der folgenden Massnahmen würden Sie priorisieren?

Der VSM fordert prioritär, dass Empfehlungssysteme, die auf Profiling beruhen, nicht der einzige Standard sein dürfen. Nutzerinnen und Nutzer müssen zwingend die Möglichkeit haben, nicht-profilbasierte Algorithmen zu wählen.

## **7. Schlussbemerkung**

Die im Gesetzesentwurf vorgesehene Stärkung von Transparenz und Nutzerrechten ist ein notwendiger Schritt, bleibt jedoch unvollständig, solange die ökonomischen Grundlagen der journalistischen Inhalteproduktion unberücksichtigt bleiben. Eine vielfältige, unabhängige und qualitativ hochwertige Medienlandschaft ist eine zentrale Voraussetzung für den demokratischen Diskurs.

Da Plattformen und Suchmaschinen journalistische Leistungen systematisch integrieren, selektieren und verwerten, ist deren Nutzung geistigen Eigentums als inhärenter Bestandteil der Regulierung zu betrachten. Zur nachhaltigen Sicherung der Medienvielfalt und der demokratischen Meinungsbildung ist daher ein gesetzlicher Vergütungsmechanismus für die Nutzung journalistischer Inhalte unerlässlich.

### **Für weitere Auskünfte:**

Pia Guggenbühl, Direktorin Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN  
[pia.guggenbuehl@schweizermedien.ch](mailto:pia.guggenbuehl@schweizermedien.ch); +41 79 566 60 10

Andreas Zoller, Leiter Public Affairs Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN  
[andreas.zoller@schweizermedien.ch](mailto:andreas.zoller@schweizermedien.ch); +41 79 828 81 13