



Förderung von Online-Medien

Die Vorlage sieht verschiedene Massnahmen zugunsten der einheimischen Medien vor. Neben der bewährten indirekten Presseförderung ist neu auch eine Unterstützung für Online-Medien vorgesehen. Mit dieser passt das Massnahmenpaket die Medienpolitik ans Internet-Zeitalter an und erleichtert den Medienhäusern den Übergang ins digitale Zeitalter. Ziel ist es, insbesondere kleinere und mittlere Verlage in der Transformationsphase zu ermutigen, in Digitalangebote zu investieren. Wie bei der indirekten Presseförderung werden auch bei der Förderung der Online-Medien keine inhaltlichen Vorgaben in Form von publizistischen Leistungsaufträgen gemacht. Die Online-Förderung ist befristet und fällt nach sieben Jahren dahin.

Online-Medien mit Publikumseinnahmen

Immer mehr Menschen lesen ihre Zeitung auf dem Tablet oder dem Mobiltelefon oder informieren sich über Medien, die nur im Internet gelesen werden können. Die Vorlage trägt dieser Entwicklung Rechnung und unterstützt daher auch Online-Medien, die über das Geschehen in der Schweiz berichten. Mit einer Summe von 30 Millionen Franken pro Jahr will das Parlament sicherstellen, dass die Bevölkerung sich im Internet in allen Landesteilen und in allen Landessprachen über die hiesigen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen informieren kann. Gefördert werden keine Gratisangebote, sondern Medien, die von ihrer Leserschaft mitfinanziert werden.

Die Förderung ist marktnah ausgestaltet. Sie ist an die Einnahmen gekoppelt, die ein Online-Angebot mit Publikumseinnahmen erzielt. Als Publikumseinnahmen gelten etwa Erlöse aus dem Verkauf von Online-Abonnements und Tagespässen oder Spenden der Leserschaft.

Damit kleine und mittlere Angebote stärker profitieren, erfolgt die Förderung degressiv. Das heisst: Kleine und mittlere Angebote werden mit höheren Beitragssätzen gefördert als grosse.

Die Vorlage sieht einen Mindestumsatz vor, ab dem ein Online-Angebot förderberechtigt ist. Bei Online-Medien aus kleineren Sprachregionen kann der Bundesrat die Schwelle tiefer setzen. Damit wird sichergestellt, dass in allen Landesteilen attraktive Online-Medien entstehen.

Tiefer liegt die Umsatzschwelle zudem bei Neugründungen. Damit soll der Markteintritt für neue Akteure («Start-up») erleichtert werden.

Online-Medien ohne Publikumseinnahmen

Die Förderung von Online-Medien in der Höhe von 30 Millionen Franken ist auf Angebote beschränkt, die Publikumseinnahmen erzielen. Damit werden die Bemühungen verschiedener Medienhäuser unterstützt, auch im Online-Bereich eine Zahlungsbereitschaft des Publikums zu fördern. Die Förderung der Online-Medien orientiert sich in diesem Punkt an der indirekten Presseförderung. Auch dort werden nur abonnierte Titel unterstützt.

Online-Medien ohne Publikumseinnahmen profitieren dennoch vom Massnahmenpaket. Unter den Massnahmen zugunsten aller Medien ist die Unterstützung von innovativen IT-Projekten vorgesehen. Das können zum Beispiel gemeinsame technische Plattformen für eine bessere Sichtbarkeit oder ein gemeinsames Log-In sein (vgl. Faktenblatt 7 «Massnahmen für alle Medien»).