



Jugendsession 2019

07 - 10. November

Dossier

Die Medienlandschaft der Schweiz im Wandel

Autorin: Mira Plüss

Inhaltsverzeichnis

Einleitung - Um was geht es?	3
Weshalb sind Medien überhaupt wichtig?	3
Die neuen und traditionellen Medien	3
Die Medienlandschaft der Schweiz	4
Service public	4
Der Service-public-Auftrag der SRG	5
Der Service-public-Auftrag der Lokalradios und Regional-TV	5
Veränderungen der neuen Konzession der SRG	5
Gesetzliche Grundlagen	6
Gesetzliche Grundlagen für Radio und Fernsehen	6
Was läuft aktuell in der Politik	6
Neues Mediengesetz	6
Die No-Billag Initiative und die Konsequenzen	7
Herausforderungen der digitalen Medien	7
Fazit	8
Weiterführende Informationen	9
Aktuelle Diskussionen im Parlament	9
Recherchen zum Thema	9
Nützliche Links	9
Quellenverzeichnis	10
Literatur	10
Abbildungen	11

Einleitung - Um was geht es?

Die Digitalisierung hat zu einem tiefgreifenden Wandel der Medienlandschaft Schweiz geführt. Betroffen sind alle Mediengattungen - Presse, Radio, Fernsehen und Online-Medien. Sowohl die Produktion als auch die Verbreitung und die Nutzung der Medien verändern sich laufend. Der Wettbewerb ist geprägt durch globale Plattformen wie Facebook und Google. Hingegen hat die Anzahl der Tageszeitungen in der Schweiz in den letzten Jahrzehnten stetig abgenommen. Während es vor dem zweiten Weltkrieg noch gegen 400 verschiedene Zeitungen waren, sind es heute weniger als 100, wobei viele davon einen Teil des Inhalts gar nicht selbst herstellen (SRF 2018a). Eigenständige Hauptausgaben von Zeitungen gab es im Jahr 2012 gerade noch 30 (Künzler 2013). Gleichzeitig hat das Medienangebot mit zunehmender Verbreitung des Internets und dem Aufkommen von Online-Medien insgesamt zugenommen. Diese Entwicklung wirft Fragen betreffend unseres aktuellen Mediensystems auf. Bevor wir jedoch darauf eingehen, wollen wir noch einige Begrifflichkeiten etwas genauer anschauen.

Weshalb sind Medien überhaupt wichtig?

Zuerst klären wir, was Medien genau sind. Laut dem Duden handelt es sich dabei um Trägersysteme, welche der Informationsvermittlung dienen, also um Kanäle, über die Nachrichten und Botschaften ausgetauscht werden können (Duden 2019a). Sie können zur Verbreitung von Informationen über wesentliche Ereignisse, Themen und Meinungen verwendet werden und stellen so eine direkte Verbindung zur Bevölkerung her. Bürgerinnen und Bürger erhalten durch sie die Informationen, die sie zur Meinungsbildung und zur Teilnahme an der Demokratie benötigen. Ein vielfältiges und freies Medienangebot gilt denn auch als eine wichtige Voraussetzung für eine gesunde Demokratie mit informierten Bürger*innen.¹

Die neuen und traditionellen Medien

Es wird häufig zwischen neuen und traditionellen Medien unterschieden. Die traditionellen Medien verbreiten ihre Informationen einseitig über einen Kanal. Beispielsweise eine Tageszeitung, das Radio oder das klassische Fernsehen sind traditionelle Medien, denn sie senden die Informationen (Musik oder Beiträge) einseitig an die Empfänger*innen. Diese können die Informationen prioritär nur zur Sendezeit empfangen - es gibt also keinen direkten Austausch (Interaktion) zwischen Sender*in und Empfänger*in.

Die neuen Medien können hingegen orts- und zeitlos angeboten und genutzt werden. Es ist zudem eine Interaktion zwischen Sender*in und Empfänger*in möglich: die Informationen können von beiden Enden sowohl gesendet wie auch empfangen werden. Das Internet vereinfacht multimediale Kommunikation, bestehend aus Text, Bildern und Musik, und erhöht deren Reichweite zusätzlich. Denken wir nur an YouTube, Blogger*innen, Podcasts oder Video-on-Demand. (Studienkreis 2019)

¹ Zwar ist jeweils die Rede von Medien als Kanälen, die klassischerweise der Informationsübermittlung dienen. Medien sind in diesem Sinne jedoch mehr als blosser Kommunikationskanäle: durch den grossen Einfluss auf die Meinungsbildung werden sie selbst zu politisch wirksamen Akteuren, welche dementsprechend Verantwortung tragen. Die Politik *mediatisiert* sich also zunehmend. (Kneuer & Demmelhuber 2012)

Die Medienlandschaft der Schweiz

Die Digitalisierung prägt die Medienlandschaft Schweiz deutlich. Sie beeinflusst aufgrund neuartiger Verbreitungsformen alle Mediengattungen - Presse, Radio, Fernsehen und Online - und hat auch Folgen für die Wettbewerbsverhältnisse. In den vergangenen Jahren sind die Werbeeinnahmen der privatwirtschaftlich finanzierten Zeitungen, wie z.B. die Basellandschaftliche Zeitung, der Bund oder die NZZ, massiv eingebrochen. Von 2230 Millionen Franken im Jahr 2000 auf zirka 600 Mio. CHF (Stiftung Werbestatistik Schweiz 2019) und auch die Einnahmen aus der Fernsehwerbung gehen zurück. Die verbleibenden Werbegelder, meistens im Internet, fliessen hauptsächlich zu internationalen Internetplattformen wie Google und Facebook. Gleichzeitig ist die Zahlungsbereitschaft des Publikums gesunken. Dies hat bei den Zeitungen zu Sparmassnahmen und einer Zunahme der Medienkonzentration geführt. So ist in der Deutschschweiz und in der Suisse Romande eine Auflagenkonzentration bei den je vier grössten Verlagshäusern – Tamedia, CH- Medien, Ringier und NZZ bzw. Tamedia, eshmédias, St. Paul und Ringier – mit je über 90 Prozent feststellbar. Die Konsequenz ist eine abnehmende Vielfalt der in den Medien vertretenen Meinungen. Infolge der Digitalisierung ist im Bereich der elektronischen Medien unter anderem eine Vielzahl an neuen Radio-, Fernseh- und Online-Informationsangeboten entstanden. Bei Radio und Fernsehen ist die zu drei Vierteln mit öffentlichen Mitteln finanzierte SRG mit ihren 17 Radio- und 7 Fernsehprogrammen die grösste Anbieterin, vor Lokalradios und sprachregionalen und regionalen Fernsehanbieter*innen (vgl. unten). Viele davon sind im Besitz von grossen Verlagshäusern, welche bei Schweizer Online-Informationsangeboten gemeinsam mit der SRG eine zentrale Bedeutung haben. (Medienmonitor Schweiz 2019)

Mit der Digitalisierung hat sich die Mediennutzung grundlegend gewandelt. Wohl haben die traditionellen Medien – Tageszeitungen, Radio und Fernsehen – noch eine Bedeutung, aber die tägliche Mediennutzung ist beim Internet mittlerweile für alle Altersgruppen am höchsten, am stärksten ist diese Verhaltensänderung bei der Jugend zu beobachten.

Service public

Der mediale *Service public* ist ein Dienst an der Gesellschaft. Er orientiert sich am Gemeinwohl und erfüllt verschiedene wichtige Funktionen der Informationsverbreitung für die gesamte Bevölkerung. Im Gegensatz zu den privatwirtschaftlich finanzierten Tageszeitungen wird der Service public, d.h. die Radio-, Fernseh- und Online-Angebote der SRG, sowie 21 privaten Lokalradios und 13 Regionalfernsehen, teilweise öffentlich via Haushaltsabgabe finanziert. Dieses Finanzierungsmodell soll neben der Vielfalt auch die Unabhängigkeit des Medienangebots von privaten oder politischen Einzelinteressen garantieren. Dafür kommen der SRG derzeit jährlich 1,2 Milliarden Franken zu, den Lokalradios und Regional-TV insgesamt 81 Millionen Franken (Bundesrat 2017). Im Gegenzug müssen diese Service-public-Anbieter*innen einen öffentlichen Auftrag erfüllen, der in der Bundesverfassung, im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) und den Konzessionen (Vereinbarungen) der Veranstalter*innen festgeschrieben ist. Die folgenden Abbildungen veranschaulichen, welche Radio- und Fernsehstationen für den Service public in der Schweiz verantwortlich sind. (UVEK 2018)

SRG



Regionale Radio- und Fernsehstationen



Abbildung 1: SRG und regionale Stationen mit Service-public-Auftrag

Der Service-public-Auftrag der SRG

Der Service-public-Auftrag der SRG ist breit gefasst. Sie erbringt ihre Dienstleistungen in allen vier Landessprachen, inklusive Rätoromanisch. Um möglichst grosse Teile der Bevölkerung zu erreichen und auch in Krisenfällen den Informationsaustausch mit allen Bürger*innen sicherzustellen, können ihre Angebote in den entlegensten Regionen der Schweiz empfangen werden. Mit ihren Radio- und TV-Programmen sowie ihrem Onlineangebot soll die SRG die Bereiche Information, Bildung, Kultur, Unterhaltung und Sport abdecken. Ausserdem sollen Minderheiten speziell berücksichtigt werden, beispielsweise indem Fernsehinhalt für hör- oder sehbehinderte Menschen untertitelt und in Gebärdensprache übersetzt oder audiodeskribiert werden. Zudem verpflichtet das Gesetz die SRG dazu, dringliche polizeiliche Informationen, behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen in Krisensituationen auszustrahlen. (SRG Insider 2014)

Der Service-public-Auftrag der Lokalradios und Regional-TV

Die in der zweiten Grafik (siehe oben) aufgeführten Lokalradios und Regional-TV tragen ebenfalls zum Service public bei. Ihr Programmauftrag ist aber nicht so umfassend wie bei der SRG, sondern beschränkt sich bei den kommerziellen Veranstalter*innen auf den Informationsbereich: Während den Hauptsendezeiten müssen diese über das lokale und regionale Geschehen in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport berichten. Jedoch sind auch die Lokalradios und Regional-TV verpflichtet, dringliche Bekanntmachungen der Polizei, Alarmmeldungen, etc. auszustrahlen. (UVEK 2018)

Nebst den kommerziellen Lokalradios und Regional-TV tragen auch neun komplementäre und nicht gewinnorientierte Lokalradios zum Service public bei. Ihr Auftrag ist es, eine inhaltliche Alternative zu kommerziellen Programmen anzubieten. Ferner soll sich das Publikum an der Gestaltung des Programms beteiligen (Bürger*innen-Radio). Zudem müssen auch sie über gesellschaftliche und kulturelle Minderheiten berichten. (BAKOM 2007)

Veränderungen der neuen Konzession der SRG

Im August 2018 hat die SRG vom Bundesrat eine neue Konzession erhalten, welche seit Anfang dieses Jahres in Kraft ist. Darin ist der Leistungsauftrag, also die Rechte und Pflichten der SRG, verankert. Neuerdings soll die SRG vermehrt versuchen, mit ihren Angeboten auch junge Menschen besser zu erreichen. Dazu soll sie Angebote bereitstellen, die eine altersgerechte Orientierung bieten und zur Beteiligung der Jugend am politischen,

wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Leben beitragen. Ausserdem muss sie dem Austausch der Sprachregionen mehr Bedeutung schenken. So sollen die Menschen der *Suisse romande* mehr über das Geschehen in der *Svizzera italiana* oder der Deutschschweiz erfahren und umgekehrt. Zudem muss die SRG mindestens die Hälfte der Gebühreneinnahmen zugunsten der Informationsvermittlung verwenden und die Anforderungen an die Unterscheidbarkeit der SRG-Programme, insbesondere im Bereich der Unterhaltung, gegenüber Programmen kommerzieller Anbieter*innen wird erhöht. Die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem werden erweitert und präzisiert. Auch der Dialog mit der Öffentlichkeit muss besser gepflegt werden und die SRG muss ihre Angebots- und Unternehmensstrategie regelmässig öffentlich diskutieren. Die SRG ist auch gefordert, im Bereich der Unterhaltung und des Sports mit schweizerischen Veranstalter*innen zu kooperieren. Die Zusammenarbeit mit privaten Medienunternehmen ist ebenfalls festgehalten, denn die SRG soll Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten zur Verfügung stellen. (Bundesrat 2017)

Gesetzliche Grundlagen

Die *Meinungs- und Informationsfreiheit* sind Grundsteine der Schweizer Bundesverfassung. Im Art. 16 wird festgelegt, dass diese stets gewährleistet sein muss. Schliesslich hat jede Person das Recht auf freie Meinungsbildung und darauf, diese zu äussern und zu verbreiten. Sie hat also ebenfalls das Recht, Informationen frei zu empfangen bzw. sich diese aus allgemein zugänglichen Quellen zu beschaffen und auch zu verbreiten.

Nach Art. 17 ist auch die Medienfreiheit von Presse, Radio und Fernsehen per Bundesgesetz zu gewährleisten. In diesem Artikel wird auch jegliche Zensur untersagt und die Einhaltung des Redaktionsgeheimnisses wird festgeschrieben. Das bedeutet, dass sich die Redaktion bei Anfragen zu ihren Quellen auf das Redaktionsgeheimnis (Duden 2019b) berufen kann, um die Rechte ihrer Informant*innen zu schützen. (BV 2018; Schweizer Presserat 2017)

Gesetzliche Grundlagen für Radio und Fernsehen

In der Bundesverfassung ist in Art. 93 festgehalten, dass der Bund für die Regulierung von Radio, Fernsehen und weiteren Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen zuständig ist. Radio und Fernsehen haben den Auftrag, zur Bildung, kulturellen Entfaltung und Unterhaltung sowie zur freien Meinungsbildung beizutragen. Dabei sollen sie die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone berücksichtigen. Zentral ist zudem, dass sie die Geschehnisse sachgerecht schildern und vielfältige Ansichten angemessen aufzeigen müssen. Der Artikel 93 Absatz 3 besagt, dass das Radio und Fernsehen stets unabhängig vom Staat zu sein habe und die freie Programmgestaltung gewährleistet sein muss. Das *Bundesgesetz über Radio und Fernsehen* (RTVG) konkretisiert die Verfassung in inhaltlicher Hinsicht, während technische Bestimmungen im sogenannten *Fernmeldegesetz* festgelegt sind. (BV 2018; RTVG 2017; FMG 2018)

Was läuft aktuell in der Politik

Neues Mediengesetz

Zurzeit steht ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien zur Diskussion. Ein erster Entwurf ging Mitte letztes Jahr beim zuständigen *Departement für Umwelt, Verkehr, Energie*

und Kommunikation (UVEK) in die Vernehmlassung. Das UVEK hat die Notwendigkeit eines neuen Gesetzes mit der fortschreitenden Digitalisierung und der damit verbundenen Veränderung der Medienangebote und Nutzungsformen begründet. Denn das bestehende Bundesgesetz über Radio und Fernsehen stammt aus dem Jahr 2006 und beschränkt sich auf die Regulierung von Radio und Fernsehen. Neu sollten laut dem UVEK-Entwurf auch Online-Medien einbezogen werden; sie sollen künftig zum medialen Service public beitragen und entsprechend finanziell gefördert werden können. Der Gesetzesentwurf wurde in der Vernehmlassung jedoch eher negativ aufgenommen. (BAKOM 2018)

So wurde einerseits kritisiert, dass sich das neue Gesetz nur auf die Regulierung elektronischer Medien beschränke, die Presse aber nicht miteinbeziehe. Der *Verband Schweizer Medien*, die Branchenorganisation der Verleger*innen, verlangt wegen der stetig sinkenden Werbeeinnahmen dringlich einen deutlichen Ausbau der indirekten Presseförderung von heute 30, um weitere 90 Millionen Franken. Die zuständige Kommission des Nationalrates hat im September dieses Jahres denn auch der parlamentarische Initiative *Unterstützung für die Presse in der digitalen Transformation* Folge gegeben, welche einen raschen Ausbau der indirekten Presseförderung fordert (KVF-N 2019). Mit der indirekten Presseförderung werden die Posttaxen für den Versand der Zeitungen vergünstigt, die Verfassungskonformität einer Förderung von Angeboten im Internet ist hingegen umstritten. (Schweizer Medien 2019)

Andererseits wurde kritisiert, dass soziale Medien, Suchmaschinen etc. im Entwurf nicht berücksichtigt würden und es wird eine mögliche Verfassungsänderung diskutiert. Zur Diskussion steht im Konkreten, dem Bund nicht nur die Zuständigkeit für die elektronischen Medien zuzusprechen, sondern betreffend alle Medienkategorien. Auf jeden Fall wird der Bundesrat in der zweiten Jahreshälfte 2019 seine medienpolitischen Weichen stellen. (NZZ 2019). Ende August hat er nun entschieden, auf ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien zu verzichten und schlägt anstelle ein Massnahmenpaket zur Förderung der Medien vor (UVEK 2019).

Die No-Billag Initiative und die Konsequenzen

Im März 2018 haben wir über die *No-Billag*-Initiative abgestimmt, welche im Vorfeld grosse Kontroversen ausgelöst hatte. Die Initiant*innen wollten die Gebühren abschaffen, welche bisher von allen Radio- und Fernsehnutzer*innen an die Firma *Billag*, heute *Serafe*, bezahlt wurden, um die bereits erwähnten öffentlichen Radio und Fernsehangebote zu finanzieren. Die Initiative wurde mit 71,6% jedoch deutlich abgelehnt (SRG 2019). Dieses Resultat gibt dem Service public Rückhalt und sorgt dafür, dass weiterhin alle Sprachregionen der Schweiz auf eine ausführliche Radio- und TV-Berichterstattung zählen können. (UVEK 2018)

Herausforderungen der digitalen Medien

Soziale Medien bieten Chancen: Sie ermöglichen einen einfachen Zugang zur Öffentlichkeit. Ausserdem offerieren sie neue Möglichkeiten, sich zu informieren und an Diskussionen teilzunehmen. Zugleich bergen sie aber auch Risiken für die einzelnen Nutzer*innen und die Demokratie.

Heutzutage bedienen sich 25% aller Jugendlichen den Sozialen Medien, um sich zu informieren. Dort finden sich jedoch vermehrt auch sogenannte *Fake News* (SRF 2016). Der Begriff steht für bewusst manipulierte oder erfundene Nachrichten, die nicht auf wahren

Fakten beruhen, aber als wahre Tatsachen präsentiert werden (Universität Zürich 2018). Ein aktuelles Beispiel dafür sind gewisse Meldungen, die nach dem Brand der Kathedrale Notre Dame in Paris verbreitet wurden. Es wurde spekuliert, dass es sich um einen islamistischen Anschlag handle, oder dass sich Menschen in der Umgebung über den Brand freuten. Beides erwies sich als falsch. Diese Tendenz hin zu Fake News birgt die Gefahr, dass sich das Misstrauen gegenüber den Medien noch verstärkt. (Eckert & Röttger 2019)

Ausserdem können durch das Internet heikle oder gar illegale Inhalte wie Pornographie und Gewalt schnell und unkontrolliert verbreitet werden. Ein Beispiel ist das Attentat in Christchurch (Neuseeland) im März 2019. Es gelang dem Täter, sein Verbrechen per Livestream über die Sozialen Medien an mehr als 89 Millionen Menschen zu verbreiten, indem er den Youtube Account einer bekannten Persönlichkeit missbrauchte. Youtube stufte das Video zwar als riskant ein, verbannte es jedoch nicht.

In den Sozialen Medien scheint es bisher keine funktionierenden Kontrollmechanismen zu geben, und der Aufwand, alle Inhalte zu sichten, ist nach Angaben der Betreiber*innen schlicht viel zu gross. Zudem trügen sie ja auch keine Verantwortung für die Inhalte, da diese von den Benutzer*innen hochgeladen würden. (Langer 2019)

Fazit

Die Medienlandschaft in der Schweiz befindet sich im Wandel. Die zugrunde liegenden Faktoren sind wohl hauptsächlich die Digitalisierung und der Wettbewerb zwischen den Anbieter*innen. Einerseits eröffnen technologische Neuerungen wie das Internet diverse Möglichkeiten zur Verbreitung von Medieninhalten, andererseits haben sie auch einen starken Einfluss auf die Art und Weise, wie diese Inhalte konsumiert werden. Sie stellen damit zwar eine Gefahr für etablierte Formen der Medienarbeit dar, können aber gleichwohl auch als Chance gesehen werden. Dies hat sowohl bei privaten wie auch öffentlichen Medienschaffenden eine gewisse Unsicherheit über die eigene Zukunft ausgelöst, die sich auch in politischen Debatten um Themen wie Medienförderung oder die Werbewirtschaft zeigt und dafür gesorgt hat, dass globale Medienportale wie Facebook und Google, aber auch die SRG und Medienimperien wie Tamedia immer mehr in den Fokus geraten. Sorgen bereiten primär die zunehmende Konzentration der Inhalte bei den traditionellen Medien und Probleme im Zusammenhang mit der Kontrolle moderner Medien. Diese Probleme sind insofern wichtig, als dass die Medienlandschaft eines Staates eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung ihrer Bürger*innen einnimmt. Eine freie, also zugleich von der Wirtschaft und Politik unabhängige Medienlandschaft bildet die wohl wichtigste Informationsgrundlage in einer Demokratie. Damit diese auf die lange Frist gesichert werden kann, braucht es aber eine Strategie, wie mit dem durch die Digitalisierung ausgelösten Wandel umzugehen ist.

Weiterführende Informationen

Aktuelle Diskussionen im Parlament

Motion: *Für eine vielfältige, die demokratische Meinungsbildung unterstützende Schweizer Presse* (Im Rat noch nicht behandelt).

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20184284>
[12.09.2019]

Parlamentarische Initiative: *Medien in die Bundesverfassung* (Im Rat noch nicht behandelt)

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20180470>
[12.09.2019]

Recherchen zum Thema



Bericht: *Darstellung der Schweizer Medienlandschaft* der Universität Freiburg (2014)

https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/2014/12/bericht_darstellungschweizermedienlandschaftunifr.pdf.download.pdf/bericht_darstellungschweizermedienlandschaftunifr.pdf [12.09.2019]

Bundesratsbericht zum Service public im Medienbereich (2016)

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/bundesratsbericht-zum-service-public-im-medienbereich.html> [12.09.2019]

Nützliche Links

	QR Code
Studien des BAKOM zu elektronischen Medien [12.09.2019]	
Webseite der Eidgenössischen Medienkommission EMEK [12.09.2019]	

Quellenverzeichnis

Literatur

- BAKOM (2007): *Konzessionierung*. In: Infos über Programmveranstalter [online]
<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/informationen-ueber-radio-und-fernsehveranstalter/provisorische-konzessionen.html> [13.09.2019]
- BAKOM (2018): *Vernehmlassung zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien*. In: Rechtliche Grundlagen [online]
<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/vernehmlassungen/vernehmlassung-zum-neuen-bundesgesetz-ueber-elektronische-medien.html> [13.09.2019]
- Bundesrat (2017): *Tarif der Radio- und Fernsehgebühr ab 2019: einen Franken pro Tag*. In: Medienmitteilung vom 18.10.2017 [online]
<https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-68454.html> [13.09.2019]
- Bundesrat (2018): *Neue SRG-Konzession: Mehr Service public*. In: Medienmitteilung vom 29.08.2018 [online]
<https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen/bundesrat.msg-id-71973.html> [13.09.2019]
- Duden (2019a): *Redaktionsgeheimnis*. In: Wörterbuch [online]
<https://www.duden.de/rechtschreibung/Redaktionsgeheimnis> [13.09.2019]
- Duden (2019b): *Medien*. In: Wörterbuch [online]
https://www.duden.de/rechtschreibung/Medien_Presse_Rundfunk_Fernsehen [13.09.2019]
- Eckert, Till und Röttger, Tania (2019): *Notre-Dame in Flammen: Diese Fakes, Gerüchte und Spekulationen zum Ausbruch des Feuers sind im Umlauf*. In: Correctiv 16.04.2019 [online]
<https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2019/04/16/notre-dame-in-flammen-diese-fakes-geruechte-und-spekulationen-zum-ausbruch-des-feuers-sind-im-umlauf> [13.09.2019]
- Kneuer, M., & Demmelhuber, T. (2012): Die Bedeutung Neuer Medien für die Demokratieentwicklung. In: *Informationen zur politischen Bildung*.
- Knöpfli, Markus (2019): *Viele klassische Medien und Display mit weniger Umsatz, Privat-TVs hingegen legen zu*. In: Horizont 23.05.2019 [online]
<https://www.horizont.net/schweiz/nachrichten/nettowerbestatistik-2018-klassische-medien-verzeichnen-weniger-umsatz-175020> [13.09.2019]
- Künzler, Matthias (2013): *Pflichten der Journalistinnen und Journalisten*. In: Deklaration des Schweizer Presserates [online]
https://presserat.ch/wp-content/uploads/2017/08/Meilensteine_d-1.pdf [13.09.2019]
- KVF-N (2019): *Indirekte Presseförderung soll verstärkt werden*. In: Medienmitteilung vom 03.09.2019 [online]
<https://www.parlament.ch/press-releases/Pages/mm-kvf-n-2019-09-03.aspx> [13.09.2019]
- Langer, Marie-Astrid (2019): *Wie der Attentäter von Christchurch es schaffte, dass 89 Millionen Menschen von seiner Tat hörten...* In: NZZ 16.03.2019 [online]
<https://www.nzz.ch/international/soziale-medien-scheitern-beim-christchurch-attentat-ld.1467693> [13.09.2019]
- Medienmonitor Schweiz (2019): *Schweizer Medienkonzerne im Publikums- und Meinungsmarkt*. In: Wörterbuch [online]
<https://www.medienmonitor-schweiz.ch/konzerne/meinungsmacht/> [13.09.2019]
- Medienmonitor Schweiz (2019): *SRG SSR*. In: Wörterbuch [online]

<https://www.medienmonitor-schweiz.ch/beteiligungen/srgssr/> [13.09.2019]

Saxer, Urs (2019): *Zuerst kommt die Verfassung, dann das Gesetz – das vorgeschlagene Mediengesetz lässt wesentliche Probleme ungeregelt.* In: NZZ 06.04.2019 [online]
<https://www.nzz.ch/feuilleton/neues-mediengesetz-zuerst-braucht-es-eine-verfassungsgrundlage-id.1472045> [13.09.2019]

Schweizer Medien (2019): *Ausbau der indirekten Presseförderung nimmt erste Hürde.* In: Mitteilung vom 02.07.2019 [online]
<https://www.schweizermedien.ch/artikel/medienmitteilung/2019/ausbau-der-indirekten-pressefoerderung-nimmt-erste-hurde> [13.09.2019]

SR 101 BV (Stand 23.09.2018): *Bundesverfassung.* In: SR [online]
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19995395/index.html> [13.09.2019]

SR 784.10 FMG (Stand 01.03.2018): *Fernmeldegesetz.* In: SR [online]
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19970160/index.html> [13.09.2019]

SR 784.40 BTVG (Stand 01.01.2017): *Bundesgesetz über Radio und Fernsehen.* In: SR [online]
<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20001794/index.html> [13.09.2019]

SRG Insider (2014): *Was bedeutet Service public?* In: Beitrag vom 12.05.2014 [online]
<https://www.srginsider.ch/service-public/2014/05/12/was-bedeutet-service-public/> [13.09.2019]

SRF (2016): *Social Media: Schlaraffenland für Falschmeldungen.* In: Beitrag vom 17.11.2016 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/social-media-schlaraffenland-fuer-falschmeldungen> [13.09.2019]

SRF (2018a): *Bedroht das Zeitungssterben die Demokratie?* In: Bericht vom 19.01.2018 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/medien-und-meinungsbildung-bedroht-das-zeitungssterben-die-demokratie> [13.09.2019]

SRF (2018b): *No Billag-Initiative - 71,6 Prozent sagen Nein zur Vorlage.* In: Bericht vom 04.03.2018 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/abstimmungen/abstimmungen/no-billag-initiative/no-billag-initiative-71-6-prozent-sagen-nein-zur-vorlage> [13.09.2019]

Stiftung Werbestatistik (2019): *Online-Rubrikenmärkte legen kräftig zu.* In: persoenlich.com 23.05.2019 [online]
<https://www.persoenlich.com/kategorie-werbung/online-rubrikenmarkte-legen-kraeftig-zu> [13.09.2019].

Studienkreis (2019): *Neue und traditionelle Medien - Was ist das?* In: Wörterbuch [online]
<https://www.studienkreis.de/deutsch/neue-vs-traditionelle-medien/> [13.09.2019].

Universität Zürich (2018): *Qualität der Medien.* In: Jahrbuch 2018 [online]
https://docs.wixstatic.com/ugd/440644_527ba223f5a142f89f8e6ae781717e5e.pdf [13.09.2019].

UVEK (2018): *No Billag-Initiative.* In: Dossier zur Initiative, Stand 04.05.2018 [online]
<https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/abstimmungen/no-billag-initiative.html> [13.09.2019].

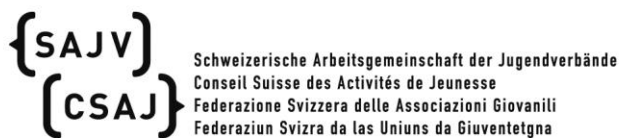
UVEK (2019): *Bundesrat schlägt Massnahmenpaket zur Förderung der Medien vor.* In: Medienmitteilung, 28.08.2019 [online]
<https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/medien/medienmitteilungen.msg-id-76208.html> [14.10.2019]

Abbildungen

Abbildung 1: *SRG und regionale Stationen mit Service-public-Auftrag.*

<https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/abstimmungen/no-billag-initiative/service-public-radio-fernsehen.html#> [13.09.2019].

SAJV | Projektleitung
Jugendsession
projektleitung@jugendsession.ch
www.jugendsession.ch



Dieses Thema wurde erarbeitet mit der Unterstützung von Tamedia, dem Bundesamt für Kommunikation BAKOM und der SRG SSR