

Postregulationsbehörde  
Post Reg  
Bundeshaus Nord  
3003 Bern

Zürich, 5. Januar 2007 HSC

**Vernehmlassung zur Parl. Initiative "Presseförderung mittels  
Beteiligung an den Verteilungskosten"**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, uns zu dieser für uns und andere Organisationen der Arbeitswelt wichtigen Vorlage äussern zu können. Der Kaufmännische Verband Schweiz vertritt die angestelltenpolitischen Interessen eines wichtigen Segmentes der schweizerischen Erwerbsbevölkerung. Es erscheint uns unerlässlich, dass die **Ansichten und Meinungen aus der Arbeitswelt** auch unter den heutigen medialen Bedingungen eine **Chance** haben, **formuliert, verbreitet** und **gehört** zu werden.

**I. Grundsätzliche Ueberlegungen zur Presseförderung**

Grundsätzlich sind wir mit der Stossrichtung der Vorlage bzw. der Absicht, die bisherige Presseförderung des Bundes durch eine Verbilligung der Posttaxen weiterzuführen, sehr einverstanden. Zu unserem Bedauern konzentriert sich die Diskussion von Meinungsvielfalt leider auch diesmal primär auf das Verhältnis von Regional- und Lokalpresse ("Pressekonzentration") und auf die Tages- bzw. allenfalls Wochenpresse. Die Funktion und der Stellenwert der Mitgliederpresse generell und diejenige der Meinungspresse der Sozialpartner im Besonderen wird – wie schon in früheren Vorlagen - nur am Rande wahrgenommen. Der Förderansatz in Ihrem Bericht ist unserer Ansicht nach nicht umfassend genug, er **muss erweitert und fixiert werden:**

- **Meinungsbildung ist nicht an Aktualitätenpresse gebunden!**

Eine Konzentration auf die Tageszeitungen und allenfalls noch auf die wöchentlich oder zweiwöchentlich erscheinenden Publikationen eliminiert Organe, die möglicherweise nur monatlich oder quartalsweise erscheinen, gleichwohl aber wichtige Beiträge zur Meinungsbildung liefern.

- **Meinungsvielfalt schliesst Meinungen der Sozialpartnerorganisationen bzw. generell der Mitgliederpresse mit ein!**

Die Verbandszeitungen und –Zeitschriften tragen wesentlich zur Meinungsbildung bei, denn sie informieren Öffentlichkeit und Behörden über Erfahrungen, Einschätzungen und **Anliegen** der verschiedenen Segmente der **Erwerbsbevölkerung** in der **Arbeitswelt**. Viele Thematiken werden weder von der nationalen Presse noch von der Regional- und Lokalpresse erschöpfend abgedeckt, sondern – so z.B. im Bereich des Arbeitsmarktes - häufig nur von den Organen bzw. den "Radars" der **Sozialpartnerorganisationen** erfasst. Unsere Organe sensibilisieren gleichzeitig auch weitere Kreise über strukturelle Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft und über Anliegen der für die Schweiz zentralen Sozialpartnerschaft. All diese Publikationsorgane – so z.B. auch unsere Verbandszeitschrift *Context* - erfüllen die Anforderung, eine „abonnierte Zeitung“ bzw. Zeitschrift“ zu sein, und die Mitglieder sind auch bereit, einen - im Mitgliedschaftsbeitrag mit enthaltenen - Preis zu bezahlen.

**Fazit:** Wir bitten Sie, den **erläuternden Bericht** in dieser Hinsicht zu **überarbeiten** und sich **ausführlicher zur Rolle der Arbeitnehmerpresse** – bzw. der **Mitgliederpresse** generell - zu äussern und **deren Einbezug in die Presseförderung explizit zu verankern**.

## **II Bemerkungen zum Entwurf von Art. 15 Postgesetz**

In der Vorlage wird vorgeschlagen, die bestehende Presseförderung über das Jahr 2007 hinaus weiterzuführen. Mit dieser Stossrichtung sind wir einverstanden, da wir sie auch staatspolitisch als richtig erachten. Gleichwohl fehlt uns im Begleittext wie in der vorgeschlagenen Gesetzesänderung der **ausdrückliche** Einbezug der Presseorgane der Mitgliederpresse bzw. der Non-Profit-Organisationen, die wesentlich zur Meinungsbildung – und dies sehr oft auch die Sprachgrenzen hinweg – beitragen.

Art. 15 Abs. 1

Grundsätzlich sind wir mit diesem Absatz einverstanden. Bezüglich der Anforderung „abonniert“ muss jedoch durch eine Ergänzung dieses Absatzes oder in den Materialien sicher gestellt werden, dass darunter auch die Zeitungen und Zeitschriften der Mitgliederpresse fallen. So ist auch bei allen Organen der Arbeitnehmerverbände das *Abonnement* der Verbandszeitschrift *im Mitgliederbeitrag enthalten*. Das Verbandsorgan ist das zentrale Kommunikationsmittel zwischen Mitglied und Verband, die Mitgliedschaft ist ohne dieses Bindeglied sinnentleert.<sup>1</sup> Von der Presseförderung auszuschliessen wären hingegen Medienprodukte, die gratis abgegeben werden.

Art. 15 Abs. 2

Auch hier sind die für die Preisfestlegung genannten Kriterien in den Materialien (Botschaft) bzw. später in der Verordnung zu präzisieren:

- *Kriterium: "Erscheinungshäufigkeit"*: Wir sind der Ansicht, dass grundsätzlich nicht die Erscheinungshäufigkeit, sondern der *Inhalt*<sup>2</sup> einer Publikation darüber entscheidet, ob sie zur Meinungsbildung beiträgt oder nicht. Wir bejahen aber das Erfordernis der Regelmässigkeit. Die Grenze würden wir hier jedoch bei einer quartalsweise, allenfalls noch bei einer *monatlichen* Erscheinung setzen. Eine Beschränkung auf mindestens *wöchentlich* oder *zweiwöchentlich* erachten wir hingegen als *nicht sachgerecht und daher nicht sinnvoll*.
- *Kriterium Gewicht*: Einverstanden.
- *Kriterium "Auflage"*: Wir plädieren für eine Untergrenze von 1000. Eine Obergrenze von 40'000 erscheint hingegen viel zu tief: Damit würden auch die Organe mittlerer Sozialpartnerorganisationen ausgeschlossen. Die obere Limite *sehen wir bei ca. 200'000 bis 250'000 Exemplaren*
- *Kriterium Format*: Einverstanden.
- *Kriterium: "Redaktioneller Anteil von mindestens 30 %"*: Einverstanden. Der Wert könnte auch etwas höher angesetzt werden.

Wir sind damit einverstanden, dass diese Kriterien – mit den von uns erwähnten Korrekturen – *kumulativ* angewendet werden bzw. erfüllt sein müssten, um die in Absatz 3 enthaltene Förderberechtigung auszulösen.

---

<sup>1</sup> Eine Forderung zum Beispiel, den Mitgliederbeitrag separat zu erheben, würden wir strikt ablehnen. Dies bereitet einzig administrativen Mehraufwand, der die Förderabsicht ins Gegenteil verkehrt.

<sup>2</sup> Das Wort "Inhalt" steht hier nicht für den Inhalt im engeren Sinne – dieser könnte wohl kaum das Kriterium für eine Presseförderung abgeben – sondern für den redaktionellen Anteil.

*Art. 15 Abs. 3*

Aus den genannten Gründen muss die **Ermässigung** nicht nur für abonnierte Tages- und Wochenzeitungen, sondern **auch für regelmässig erscheinende Organe der Mitgliederpresse** gelten. **Wir bitten Sie, dies explizit in die Formulierung von Absatz 3 aufzunehmen.**

*Art. 15 Abs. 4*

Einverstanden

*Art. 15 Abs. 5*

Wir messen der Presseförderung eine grosse Bedeutung bei und unterstützen den Antrag der Minderheit II der SPK-N, dass der Bund die ungedeckten Kosten **mit jährlich mindestens 60 Millionen Franken** unterstützt (Anstelle der vorgeschlagenen Formulierung von „Höchstbetrag von jährlich 60 Mio. Franken“).

*Art. 15 Abs. 6*

Wir unterstützen den Antrag der Minderheit III der SPK-N, dass für die Abgeltung der Ermässigungen gem. Abs. 3 jährlich **mindestens 20 Millionen Franken** bereitgestellt werden müssen.

## Zusammenfassung

Wir unterstützen, dass die **Presseförderung mindestens im bisherigen Umfang weitergeführt** wird. Die **ermässigten Taxen** für abonnierte Zeitungen und Zeitschriften müssen jedoch **auch für die Organe der Sozialpartnerorganisationen bzw. der Mitgliederpresse** gelten. In der **Botschaft** zum Bundesbeschluss und im Text der Gesetzesänderung muss klar verankert werden, dass zur **Meinungsbildung** und zur **Meinungsvielfalt** insbesondere **auch die Organe aus der Arbeitswelt** gehören. Dies gilt nicht nur für Tages- und Wochenmedien, sondern auch für Periodika mit monatlichen und evtl. sogar nur quartalsweisen Erscheinungsmodi.

Wir danken Ihnen für die Aufmerksamkeit, die Sie unseren Ausführungen schenken.

Freundliche Grüße

KAUFMÄNNISCHER VERBAND SCHWEIZ  
Kaufmännischer Verband Schweiz

Nationalrat Mario Fehr  
Präsident

Prof. Dr. Edi Class  
Generalsekretär