



19.417

Parlamentarische Initiative

Töngi Michael.

Schaffung einer Medienförderabgabe auf digitalen Plattformen

Initiative parlementaire

Töngi Michael.

Perception d'une redevance sur les plateformes numériques destinée à aider les médias

Vorprüfung – Examen préalable

CHRONOLOGIE

NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 12.12.19 (VORPRÜFUNG - EXAMEN PRÉALABLE)

Antrag der Mehrheit

Der Initiative keine Folge geben

Antrag der Minderheit

(Aebischer Matthias, Guhl, Hadorn, Hardegger, Rochat Fernandez, Töngi)

Der Initiative Folge geben

Proposition de la majorité

Ne pas donner suite à l'initiative

Proposition de la minorité

(Aebischer Matthias, Guhl, Hadorn, Hardegger, Rochat Fernandez, Töngi)

Donner suite à l'initiative

La présidente (Moret Isabelle, présidente): Vous avez reçu un rapport écrit de la commission.

Töngi Michael (G, LU): Sie wissen alle, dass wir im Medienbereich in den letzten Jahren grosse Umwälzungen erlebt haben. Wir haben Probleme: Sonntagszeitungen wurden eingestellt; Abbau von Stellen; Print-Ausgaben, die es nicht mehr gibt; Zeitungen, die zusammengelegt oder sogar geschlossen wurden. Sie kennen auch die Gründe für dieses erschreckende Zeitungssterben: Wir haben innerhalb von zehn Jahren eine Halbierung der Werbeeinnahmen der Zeitungen gehabt. 1 Milliarde Franken ist seit 2007 jährlich weggefallen. Es gab allein 2018 einen Rückgang von 10 Prozent bei den Werbeeinnahmen der Zeitungen. Das ist erschreckend, und es ist erschreckend hinsichtlich der Situation der Medien und der Medienvielfalt in der Schweiz. Geworben wird zwar immer noch. Es wird aber immer mehr online geworben. Davon profitiert nicht die einheimische Presse, sondern das meiste Geld geht zu grossen internationalen Konzernen. Es wurde 2017 für 2,3 Milliarden Franken online geworben. Davon gingen 1,7 Milliarden an internationale Konzerne, der grösste Teil davon an Google.

Wir haben es mit unglaublich grossen Umwälzungen bei den Medien zu tun. Diese Entwicklung kann uns nicht egal sein, weil die Medien sehr wichtig sind für unsere Demokratie. Medienvielfalt ist wichtig. Wir brauchen, das ist klar, eine verstärkte Stützung und Förderung der Medien in der Schweiz. Die Medien leiden unter der Situation des Werbemarkts. Es gibt einen ganz klaren Zusammenhang zwischen der Abwanderung der Werbefrankens zu Google oder Facebook und dem Zeitungssterben. Dieser Zusammenhang wurde schon mehrmals diskutiert. Es gibt verschiedene Konzepte, wie man das Thema aufnehmen kann. Es ist aus unserer Sicht klar,





dass die grossen Digitalplattformen in Zukunft ihren Beitrag an die Finanzierung der Medien leisten müssen. Verschiedene Länder sind das Thema auch schon angegangen.

Es gibt verschiedene Konzepte. Sinn und Zweck ist immer derselbe: Die digitalen Plattformen werden in irgendeiner Art mit einer Steuer oder Abgabe belegt, damit sie von den Gewinnen auch wieder etwas den Medien zurückgeben. Das von uns vorgeschlagene Modell will konkret einen Beitrag zur Lösung dieses Problems auf dem Medienmarkt leisten. Internetplattformen, die journalistische Inhalte unentgeltlich zugänglich machen, sollen eine Abgabe leisten, die den Medien am Schluss auch wieder zugutekommt. Die Abgabe wird unabhängig vom Sitz der Betreiberfirma erhoben. Das wäre am Schluss eine echte Hilfe für die Medien. Es gibt dazu eine Frage: Verschiedene Länder haben jetzt eine sogenannte Umsatzsteuer eingeführt; da ist die Frage, ob es tatsächlich eine Steuer oder ob es eine Abgabe ist. Aus unserer Sicht müsste es eine Abgabe sein. Für eine Steuer braucht es eine Verfassungsänderung. Den Erlös aus einer Abgabe kann man hingegen direkt verwenden und zugunsten der Medien einsetzen.

Ich glaube, das Thema wird uns sowieso noch länger beschäftigen. Wir haben jetzt eine grössere internationale Diskussion über die Ausgestaltung der Steuern – international läuft diese Diskussion jetzt relativ heiss. Es geht immer um die Frage, wo die Steuern bezahlt werden: wo der Umsatz generiert wird oder wo der Sitz des Unternehmens ist? Die Schweiz ist da eher in einer Verteidigungshaltung. Aber in diesem Bereich sehen wir jetzt ganz konkret, dass auch die Schweiz unter dieser Situation leidet. Nur schon aus diesem Grund wäre es wichtig, diesen Vorstoss anzunehmen, um auch international zu zeigen, dass wir nicht nur Profiteure sind, sondern dass es eben verschiedene Bereiche gibt, wo wir ganz konkret unter dieser Situation leiden.

Ich möchte Sie bitten, diese parlamentarische Initiative zu unterstützen.

Aebischer Matthias (S, BE): Trittbrettfahrerinnen und -fahrer bei neuen Geschäftsmodellen gibt es immer wieder. Oft bereiten mir die Trittbrettfahrerinnen und -fahrer sogar Freude, Kinder zum Beispiel, welche sich an Festen mit dem Mehrweggeschirr eine goldene Nase verdienen, oder der Bauer, der neben der Skipiste im Winter für zwei Monate übersteuerten Glühwein verkauft. Etwas weniger Freude habe ich an Taxiunternehmen, die zwar selbst ernannten Taxifahrern eine App zur Verfügung stellen, aber keine soziale Verantwortung übernehmen wollen. Noch weniger Freude habe ich an digitalen Plattformen, welche mit Inhalten Geld verdienen, die sie gar nicht selber produziert haben. Klar, man kann nun sagen, dass die Inhalte so immerhin unter die Leute kommen. Aber eben, die einen arbeiten und die anderen verdienen das Geld.

Genau das will Kollege Töngi mit seiner parlamentarischen Initiative ändern. Er will dieses Geschäftsmodell nicht etwa verbieten, er will es auch nicht verhindern. Die parlamentarische Initiative 19.417 hat einzig zum Ziel, dass die international tätigen digitalen Plattformen einen Teil ihres in

AB 2019 N 2244 / BO 2019 N 2244

der Schweiz erzielten Umsatzes beziehungsweise Gewinns in diese Produkte investieren, mit denen sie das grosse Geld verdienen. Ganz konkret sollen sie eine Förderabgabe leisten, die dem Journalismus im Bereich elektronischer Medien zugutekommt. Es ist Zeit, dass die Trittbrettfahrer, welche fremde journalistische Inhalte verbreiten, ihren Beitrag zu einer breiten Medienvielfalt leisten.

Wir werden der Initiative Töngi deshalb klar Folge geben.

Rutz Gregor (V, ZH), für die Kommission: Die KVF-N empfiehlt Ihnen diese Initiative mit 16 zu 7 Stimmen zur Ablehnung.

Die Diskussion fand im Rahmen der Diskussion über insgesamt neun Initiativen statt; ich habe es vor zwei Tagen schon erwähnt. Vier davon haben wir bereits behandelt, die parlamentarischen Initiativen Feller, Aebischer Matthias, Guhl und Grossen Jürg, denen dieser Rat allesamt auch keine Folge gegeben hat. Im Zentrum stand ja vor allem eine Änderung des Verfassungsartikels 93, die eine Kompetenzerweiterung des Bundes dahingehend schaffen wollte, dass der Bund neu die Zuständigkeit für Medien generell und nicht nur für Radio und Fernsehen hat. Das haben Sie wie auch die Kommissionsmehrheit abgelehnt. In diesem Zusammenhang sind auch diese Initiative und die nächste, die wir behandeln werden, zu sehen. In diesem Zusammenhang wurden sie auch diskutiert.

Der Grund für die klare Ablehnung durch die Kommission liegt einerseits sicher darin, dass man eben der Auffassung war, dass hier keine zusätzliche Bundeskompetenz, auch elektronische Medien bzw. diese Internetplattformen zu regeln, geschaffen werden soll. Andererseits gibt es auch verfassungsrechtliche Fragen, die in diesem Zusammenhang aufzuwerfen sind.

Wenn Kollege Töngi hier relativ locker sagt, es soll dann keine Steuer sein, sondern eine Abgabe, weil wir diese ja gesetzlich einfach einführen könnten, muss man doch darauf hinweisen, dass es gewisse Unterschiede



gibt. Steuern sind bekanntlich voraussetzungslos geschuldet und nicht mit einer konkreten Gegenleistung seitens der öffentlichen Hand verbunden; darum ist dort auch eine Verfassungskompetenz nötig. Abgaben kann man zwar durchaus auf gesetzlicher Ebene einführen, aber Abgaben sind eben Entgelte für konkrete Leistungen der öffentlichen Hand. Dass dies hier so nicht zutrifft, sehen Sie, wenn Sie die Initiative studieren. Darum, denke ich, müssen wir etwas vorsichtig sein und keine Abgaben ins Blaue hinein schaffen, die dann auf einer relativ wackligen Basis stehen. Das war für die Kommissionsmehrheit ein Hauptgrund, diese Initiative abzulehnen. Man darf in diesem Zusammenhang sicher auch wieder einmal an die Worte der englischen Premierministerin Margaret Thatcher erinnern, die einmal treffsicher gesagt hat, der Staat verfüge über kein eigenes Geld, sondern müsse dieses Geld immer irgendwo von den Steuerzahlern holen; das wäre ja auch hier der Fall.

Ein weiterer Grund für die Kommissionsmehrheit, diese Ablehnung zu empfehlen, war, dass man grundsätzlich keine direkte Förderung von Medien einführen wollte.

Die Kommissionsminderheit, welche sich hinter diese Initiative stellte, verwies vor allem auf Gründe des Urheberrechts und des Leistungsschutzrechts. Sie wollte vor diesem Hintergrund die Initiative unterstützen. Aber die Mehrheit empfiehlt Ihnen mit 16 zu 7 Stimmen klar, hier Nein zu stimmen und keine Folge zu geben.

Borloz Frédéric (RL, VD), pour la commission: L'initiative parlementaire Töngi vise à introduire une nouvelle redevance servant à compenser les pertes de recettes actuellement subies par la presse écrite, mais également à remédier à l'absence de soutien pour les médias numériques qui se développent extrêmement rapidement dans notre société.

La commission s'est prononcée en faveur de l'initiative parlementaire Engler 18.479 qui vise à élargir l'aide indirecte apportée à la presse. Le Conseil fédéral a également communiqué à la commission qu'à partir du premier semestre 2020 il ferait un certain nombre de propositions d'aides indirectes aux médias en général. C'est la raison pour laquelle, il y a quelques jours, nous avons, sur préavis de la Commission des transports et des télécommunications, rejeté les demandes de modification de la Constitution qui, précisément, visaient à modifier un article constitutionnel afin d'introduire une aide directe à l'ensemble des médias, privilégiant par là même le développement d'une aide indirecte sans modification de la Constitution.

L'initiative parlementaire Töngi, comme cela est bien précisé dans le texte de l'intervention, vise à introduire une redevance portant sur le chiffre d'affaires qui serait réalisé par des médias, notamment électroniques, lors de la vente de publicité. Ces médias offrent effectivement un nouveau canal de publicité, ce qui génère, bien sûr, un chiffre d'affaires important.

Deux éléments conduisent à s'opposer à l'introduction d'une telle redevance. Le premier, c'est qu'on parle d'une redevance sur le chiffre d'affaires. Or, autant dire que c'est une taxe sur la valeur ajoutée, pour parler un langage commun, même si Monsieur Töngi, il y a quelques instants, a refusé qu'on fasse cet amalgame. Mais lorsqu'on parle d'une redevance perçue sur un chiffre d'affaires, c'est quand même une sorte d'impôt déguisé. Et puis, d'autre part, le côté très international, par essence même, du média électronique fait qu'il serait impossible de contrôler ce chiffre d'affaires de manière équitable. Les petits médias électroniques disposant de peu de moyens seraient assujettis à cette redevance et ceux avec un peu plus de moyens pourraient s'installer à l'étranger et seraient fiscalement difficiles à contrôler.

Dans ces conditions, la commission vous propose, par 16 voix contre 7, de ne pas donner suite à cette initiative parlementaire. Il y a une minorité qui vient de s'exprimer à la tribune.

La présidente (Moret Isabelle, présidente): La commission propose de ne pas donner suite à l'initiative. Une minorité Aebischer Matthias propose de donner suite à l'initiative.

Abstimmung – Vote

(namentlich – nominatif; 19.417/19827)

Für Folgegeben ... 69 Stimmen

Dagegen ... 125 Stimmen

(0 Enthaltungen)