

Kleine Anfrage

Kennzeichnungspflicht von entgeltlichen Medieninhalten

Frage von Landtagsabgeordneter Elfried Hasler

Antwort von Regierungschef-Stellvertreter Daniel Risch

Frage vom 07. November 2018

In einem Leserbrief vom 2.11. thematisierte der Verfasser unter anderem auch die Täuschung von Medienkonsumenten durch bezahlte Artikel. Gemäss Art. 40 des Mediengesetzes sind entgeltliche Veröffentlichungen deutlich entweder als «Anzeige», «entgeltliche Veröffentlichung» oder «Werbung» zu kennzeichnen. Einzige Ausnahme bilden Artikel, die schon durch Anordnung und Gestaltung eindeutig, also ohne jeglichen Zweifel auch für den unbedarften Leser, zweifelsfrei als entgeltliche Veröffentlichung zu erkennen sind. Anlässlich der Schaffung des Mediengesetzes hat die Regierung im Bericht und Antrag Nr. 2004/82 dieser Pflicht zur Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen eine «fundamentale Bedeutung» beigemessen und die diesbezüglichen Hürden ausserordentlich hoch angesetzt. So soll die Kennzeichnungspflicht «nur in absolut eindeutigen Fällen, die keinen vernünftigen Grund zu Zweifeln darüber lassen, dass es sich dabei um einen kommerziellen Beitrag handelt», nicht erfolgen müssen. Eine Verletzung dieser im Landtag ausdrücklich begrüsst sehr strengen Auslegung ist gemäss Ausführungen im Bericht und Antrag Nr. 2005/06 von Amtes wegen zu verfolgen und kann sich auch auf die Gewährung von Medienförderung auswirken. In diesem Zusammenhang stellen sich folgende Fragen:

1. Ist es im Zusammenhang mit entgeltlichen Veröffentlichungen in den letzten Jahren von Amtes wegen zu Untersuchungen gekommen und hatte dies Auswirkungen auf die Medienförderung?
2. Was hat die Medienkommission bisher in Sachen nicht oder nicht zweifelsfrei gekennzeichnete entgeltliche Veröffentlichungen unternommen?
3. Falls die Medienkommission in dieser Frage bisher nicht oder nur wenig aktiv wurde, sind in diesem Zusammenhang künftig verstärkte Aktivitäten zu erwarten?

Antwort vom 09. November 2018

Zu Frage 1:

Der Medienkommission sind in den letzten Jahren weder Verdachtsmomente noch bewusst fehlerhafte Kennzeichnungen von Beiträgen bekannt geworden. Aufgrund dessen wurden auch keine entsprechenden Untersuchungen eingeleitet, noch musste die Regierung über potenzielle Falschkennzeichnungen in Kenntnis gesetzt werden. Folglich hatte diese Thematik auch keine Auswirkungen auf die Medienförderung.

Zu Frage 2:

In der jährlichen Ausschreibung zur Beantragung von Medienförderung müssen die Medienunternehmen Belegexemplare einreichen. Die Überprüfung der Inhalte, auch von entgeltlichen Beiträgen, erfolgt mittels sogenannter Quadranten, welche in Umsetzung der entsprechenden gesetzlichen Vorgaben zur Berechnung der Medienförderung verwertet werden. Diese Quadranten sind wie folgt unterteilt:

Q1 - politisch mit FL Bezug

Q2 - nicht politisch mit FL Bezug

Q3 - redaktioneller Beitrag ohne FL Bezug

Q4 - entgeltlich z. B. Werbung, Inserat, PR Artikel etc.

Nur die Quadranten 1 und 2 sind grundsätzlich förderungsrelevant, Q3 und Q4 komplett ausgeschlossen.

Die Medien werden in der Ausschreibung explizit auf die gesetzlichen Vorgaben hingewiesen und die Medienkommission überprüft in den Belegexemplaren unter anderem die Richtigkeit der Artikel-Kennzeichnung exakt.

Die Medienkommission hat bei der Prüfung der eingereichten Unterlagen (Printmedien) jeweils darauf geachtet, ob es sich um unentgeltliche oder entgeltliche Veröffentlichungen (Inserate und/oder PR-Artikel) handelte. Dabei wurde auch überprüft, wie viele Prozente der gesamten Seiten der jeweiligen Ausgabe den Werbeanteil ausmachen. Bei einem Anteil von über 50 % entfällt eine Medienförderung (Art. 4 Abs. 2 Bst. a MFG). Wurde vom Medienunternehmen versehentlich oder irrtümlicherweise gar keine oder eine unklare Bezeichnung angegeben, hat die Medienkommission dies vorsorglich als Q4 bewertet und somit unmittelbar von einer möglichen Förderung ausgeschlossen.

Zu Frage 3:

Die Medienkommission hat mit ihrer bisherigen Arbeitsweise, die eine umfassende Prüfung der Kennzeichnungspflicht bezüglich der Belegexemplare beinhaltet, sehr gute Erfahrungen gemacht, weshalb derzeit keine weiteren Massnahmen als notwendig erachtet werden. Hingegen erscheint es sinnvoll, dass die Medien weiterhin regelmässig auf die Pflicht zur richtigen Kennzeichnung aufmerksam gemacht werden, dies auch unter Verweis auf allfällige rechtliche Konsequenzen einer Nichteinhaltung der geltenden Vorschriften. Eine vorsätzliche Verletzung der allgemeinen Bestimmungen des Mediengesetzes über die Werbung ist von Gesetzes wegen als Verwaltungsübertretung mit Busse zu ahnden (Art. 93 Abs. 2 Bst. a MedienG).