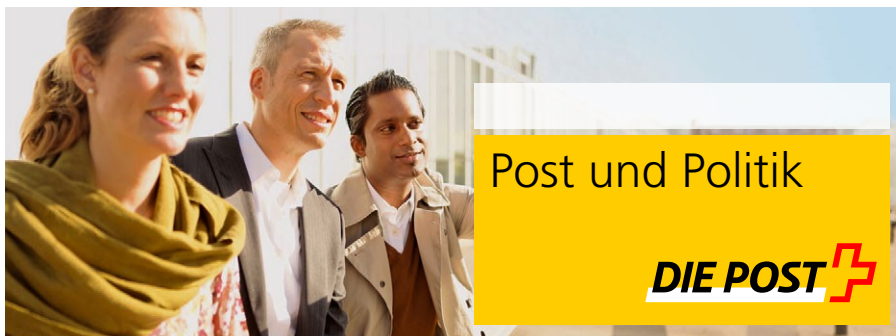


**Herausgeberin und
Auskunftsstelle**
Die Schweizerische Post
Kommunikation
Ronny Kaufmann
François Tissot-Daguet
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 058 338 77 21
Fax 058 667 31 73
infoplattform@post.ch



Presseförderung im neuen Postgesetz

Die Post trägt zur Pressevielfalt bei

Die Schweizerische Post ist an einem funktionierenden Pressemarkt interessiert. Sie unterstützt die Förderung einer vielfältigen Presselandschaft durch den Bund. Als Beitrag an eine vielfältige Regional- und Lokalpresse sowie an viele Zeitungen und Zeitschriften von nicht gewinnorientierten Organisationen erhalten die Herausgeber solcher Publikationen auch zukünftig ermässigte Posttarife. Der Bund leistet der Post hierfür eine jährliche Abgeltung. Diese wird im Rahmen der neuen Gesetzgebung erhöht, jedoch für eine volle Kostendeckung auch weiterhin nicht ausreichen. Die Post hat keinen Auftrag, die Presse über die Beiträge des Bundes hinaus zu subventionieren. Sie fordert ein Preissystem, welches diesem Anliegen Rechnung trägt. Die von der Politik gesprochenen Fördermittel will sie transparent an die von einer unabhängigen Instanz bezeichneten förderungsberechtigten Titel in Form von Preisermässigungen pro Zeitungsexemplar weitergeben.

Die indirekte Presseförderung ist im neuen Postgesetz in Artikel 16 geregelt. Der jährliche Beitrag des Bundes zur Presseförderung wird um 20 Millionen Franken auf 50 Millionen Franken erhöht. Ermässigungen werden gewährt für die Zustellung von abonnierten Tages- und Wochenzeitungen der Regional- und Lokalpresse sowie Zeitungen und Zeitschriften von nicht gewinnorientierten Organisationen an ihre Abonnenten, Mitglieder oder Spender (Mitgliedschafts- und Stiftungspressen) in der Tageszustellung. Im Vergleich zum bisherigen Postgesetz wurde im neuen Gesetz eine Einschränkung vorgenommen. So sind Titel, die zu einem Kopfblattverbund mit über 100 000 Exemplaren beglaubigter Gesamtauflage gehören, künftig von der Förderung ausgeschlossen. Bei Zeitungen

und Zeitschriften von nicht gewinnorientierten Organisationen wurde vom Parlament hingegen eine Erweiterung des Förderkreises beschlossen: Nebst der Mitgliedschaftspressen wird die indirekte Presseförderung neu auch auf die Stiftungspressen ausgeweitet. Die Konkretisierung des neuen Postgesetzes erfolgt in einer Verordnung, die vom Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) ausgearbeitet wird.

Keine Quersubvention

Der Post-Regulator klärte im November 2010 auf Hinweis des Preisüberwachers ab, ob PromoPost-Sendungen und Gratiszeitungen durch die abonnierten Zeitungen quersubventioniert würden. Das Ergebnis ist eindeutig: Es erfolgt keine Subventionierung von Produkten, die im freien Wettbewerb stehen, durch Leistungen des Universaldienstes.

Vollzugsaufgabe der Post

Durch die aktuell geltende Regelung zur Presseförderung (Artikel 15 Postgesetz, Stand: 1.1.2008) ist die Post vom Gesetzgeber mit deren Umsetzung betraut worden. Dabei kommt der Post die Aufgabe zu, festzulegen, welche Zeitungstitel eine Presseförderung erhalten und welche nicht. Bisher ergangene Gerichtsurteile in strittigen Auslegungsfragen haben die Vollzugspraxis der Post gestützt. Es hat sich jedoch gezeigt, dass die aktuelle Gesetzesgrundlage mangels präzisierender Verordnungsbestimmungen einen erheblichen Interpretationsspielraum offen lässt.

Gegenwärtige Herausforderungen

Die Regelungen der Presseförderung im bisherigen und neuen Postgesetz bringen verschiedene Herausforderungen für die Post mit sich:

- Die Zeitungsrechnung der Post weist für das Jahr 2010 insgesamt ein Defizit von rund 117 Millionen Franken aus. Davon entfallen rund 43 Millionen Franken auf die geförderten Pressetitel (nach Abzug des Beitrages zur Presseförderung). Angesichts dieses Fehlbetrages muss die Post ihre Preise für abonnierte Zeitungen und Zeitschriften generell anheben können.
- Bei der Beförderung von Zeitungen und Zeitschriften bestehen heute zwei unterschiedliche Preissysteme, die Leistungsangebote sind jedoch identisch. Beim System «mit Presseförderung» handelt es sich um eine veraltete Tarifierung, welche aus politischen Gründen in der Revision des Artikels 15 des bisherigen Postgesetzes per 1. Januar 2008 nicht den Marktgegebenheiten angepasst werden konnte. Beim System «ohne Presseförderung» handelt es sich um eine marktorientierte Ordnung, welche zusammen mit der Verlagsbranche entwickelt und auf den 1. Januar 2008 in Kraft gesetzt wurde.
- Mit der heutigen Regelung kommen der Post widersprüchliche Rollen zu: Einerseits ist sie Anbieterin von Zustell-Leistungen in einem wettbewerblichen Markt, andererseits ist sie für den Vollzug der pressepolitischen Vorgaben des Gesetzgebers zuständig. Die Post ist deshalb daran interessiert, dass sie zukünftig von dieser Doppelrolle befreit wird.
- Die Zukunft der Presseförderung und deren Wirksamkeit werden in einer vom UVEK in Auftrag gegebenen unabhängigen Studie thematisiert. Die Post unterstützt die Empfehlung der Autoren, wonach künftig für alle Zeitungen ein einheitliches Preissystem gelten und die indirekte Presseförderung über eine Preisermässigung pro Zeitungsexemplar weitergegeben werden soll.



Position der Post

Die Post ist an einem funktionierenden Pressemarkt interessiert, kann die Presse über die Beiträge des Bundes hinaus aber nicht mehr subventionieren. Dieses Finanzierungsdefizit wird auch durch die neue Postgesetzgebung nicht abschliessend gelöst.

Die Post unterstützt die Empfehlungen einer vom UVEK in Auftrag gegebenen Studie zur Zukunft der Presseförderung, wonach künftig für alle Zeitungen und Zeitschriften ein einheitliches Preissystem gelten und die indirekte Presseförderung über eine Preismässigung pro Zeitungsexemplar weitergegeben werden soll.

Die Post tritt dafür ein, dass sie ihre Preise nach einheitlichen und kostenorientierten Kriterien entwickeln darf.

Weiterführende Informationen

www.post.ch/politik

Kostendeckung durch Bund/Verlage

Die Post verfolgt das Ziel, nicht mehr auf einen defizitären Tarif verpflichtet zu werden. Dies bedingt, dass die Verlage einen höheren Beitrag an die von ihnen in Anspruch genommenen Dienste leisten und der Bund für die Kostenfolgen aus der politisch gewünschten Förderung einsteht.

Das bisherige politische Zugeständnis «unveränderte Endpreise für Titel mit Presseförderung» muss aufgehoben werden. Stattdessen fordert die Post, das bereits heute für Titel «ohne Presseförderung» bestehende und mit der Verlagsbranche entwickelte Preissystem mit einer neuen Preismässigungskomponente zu ergänzen. Die vom Bund bereitgestellten Fördermittel sind dadurch in Form einer Preismässigung pro Zeitungsexemplar an die förderberechtigten Titel unmittelbar weiterzugeben.

Vorteile:

- Flexibilität für den Gesetzgeber. Er kann die Fördermittel über die pressepolitischen Vorgaben sowie über die Höhe der Abgeltungen steuern und bei Bedarf der aktuellen Situation anpassen.
- Gleiches Preissystem für Titel mit und ohne Presseförderung. Gleichbehandlung aller Verlage. Keine Marktverzerrungen.
- Einfacher Vollzug für die Post. Auf der Basis eines einheitlichen Systems können die Fördermittel des Bundes in einfacher und transparenter Weise an die Verlage weitergegeben werden.

Zeitungsrechnung

Die Post, der Verband Schweizer Medien sowie die IG Mitgliederpresse haben gemeinsam beim Institut für Accounting, Controlling und Auditing der Universität St. Gallen eine externe Prüfung der Zeitungsrechnung der Post in Auftrag gegeben. Im Zentrum der Expertise standen die methodische Eignung und formale Korrektheit sowie die betriebswirtschaftliche Angemessenheit und Aussagekraft der Kostenrechnung. Die Expertise beurteilt das untersuchte Kostenrechnungssystem als «insgesamt für die gestellten Anforderungen geeignet und aussagekräftig». Es gebe keine Hinweise, an der Integrität der Informationen zu zweifeln.