



## **Referat von Lilian Studer der Medienkonferenz Aargauer Komitee „Nein zur No-Billag-Initiative“ vom 24. Januar 2018**

### **Weniger Schweizer Musiker, Künstler, kein Bestatter, dafür viel mehr Werbung**

„Über 500 Künstler und Künstlerinnen mobilisieren gegen No-Billag“, dies war nur eine von diversen Überschriften der letzten Zeit in Medien. Diese berichteten von Personen im literarischen, filmschafferischen, musikalischen und weiteren kunstschaftenden Bereichen, die sich gegen die No-Billag -Initiative wehren. Grundsätzlich betrifft dies ihre Arbeit, somit ist ihre Haltung und Äusserung gegen die Initiative sehr verständlich. Andererseits würde uns Bürger und Bürgerinnen mit der Annahme einiges an künstlerischen Inputs oder Unterhaltung als nur die klassischen Nachrichtensendungen auch enorm fehlen und uns verloren gehen.

Im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen, Art. 24,4 Programmauftrag wurde diese Wichtigkeit und Auftrag erkannt. Es steht:

Die SRG trägt bei zur:

- kulturellen Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes sowie zur Förderung der schweizerischen Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie des Schweizer Musik- und Filmschaffens, namentlich durch die Ausstrahlung von Schweizer Produktionen und eigenproduzierten Sendungen;
- Bildung des Publikums, namentlich durch die regelmässige Ausstrahlung von Sendungen mit bildenden Inhalten;
- Unterhaltung.

Dank den Radio- und Fernsehgebühren haben wir in der Schweiz ein vielfältiges, audiovisuelles Medienangebot an Unterhaltungssendungen. Denn auch Unterhaltung dient der Meinungsbildung. Gerade in Filmen werden oft Themen behandelt, welche für die Gesellschaft als Ganzes von Bedeutung sind. Diese wären nun aber zu teuer um über den privaten, kommerziellen Weg finanziert zu werden. Damit ginge nicht nur ein Stück Schweizer Kultur verloren, sondern auch ein wichtiges Gefäss zur Meinungsbildung.

Auch wenn die künstlerischen Beiträge und Unterhaltung nicht ganz wegfallen aber geringer ausfallen würde, wäre die vermehrte Werbung und vermehrten Werbeunterbrüche nicht wegzudenken. Denn Einnahmen müssen andersweitig generiert werden. Grundsätzlich könnte man die Werbung auch als Stück künstlerischen Schaffens und Unterhaltung abtun. Doch schon heute wird dies eher als Ärgernis betrachtet.