

AKTION MEDIENFREIHEIT



AKTION MEDIENFREIHEIT
POSTFACH 470
8702 ZOLLIKON

WWW.MEDIENFREIHEIT.CH
INFO@MEDIENFREIHEIT.CH

VORSTAND:

NATALIE RICKLI, NATIONALRÄTIN, WINTERTHUR (PRÄSIDENTIN)
CHRISTIAN WASSERFALLEN, NATIONALRAT, BERN (VIZEPRÄSIDENT)
MARTIN BALTISSER, BREMGARTEN – PIERRE BESSARD, LIB. INSTITUT, LAUSANNE – THOMAS MAIER
ALT NATIONALRAT, DÜBENDORF – THOMAS MÜLLER, NATIONALRAT, RORSCHACH – PHILIPPE NANTERMOD,
NATIONALRAT, TROISTORRENTS – MARCO ROMANO, NATIONALRAT, MENDRISIO – GREGOR RUTZ,
NATIONALRAT, ZÜRICH – ANDRI SILBERSCHMIDT, PRÄSIDENT JUNGFREISINNIGE SCHWEIZ, ZÜRICH

per E-mail:

srg-konzession@bakom.admin.ch
Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Zukunftstrasse 44
Postfach 252
2501 Biel

Zürich, 28. März 2018

Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Bundesrätin
Sehr geehrte Damen und Herren

Im Namen des Vorstands der Aktion Medienfreiheit danken wir Ihnen für die Möglichkeit, im Rahmen der oben aufgeführten Vernehmlassung Stellung zu nehmen. Gerne äussern wir uns inhaltlich wie folgt:

Die Aktion Medienfreiheit lehnt die vorgeschlagenen Änderungen dezidiert ab. Die SRG-Konzession – wenn auch zeitlich befristet – derart auszuweiten, erachten wir als falsch und voreilig. Das Problem ist nicht der Inhalt der aktuell geltenden Konzession, sondern sind vielmehr die Aktivitäten, welche die SRG ausserhalb dieser Konzession wahrnimmt und die fehlende Kontrolle durch das BAKOM. Aus diesem Grund ist es zielführender, die geltende Konzession befristet zu verlängern, um zuerst einmal die erwähnten problematischen Punkte fundiert und seriös diskutieren zu können.

Unseres Erachtens ist darum nicht ersichtlich, weshalb im heutigen Zeitpunkt eine stark veränderte Konzession beschlossen werden soll, insbesondere vor dem Hintergrund,

- dass zuerst eine offene und breite Diskussion über die **künftige Ausrichtung des Service public** und den davon erfassten gebührenfinanzierten Aufgaben stattfinden muss. Teil dieser Diskussion muss auch die neue SRG-Konzession sein. Daher ist die SRG-Konzession bis 2020, allenfalls bis 2022, zu verlängern.
- des Abstimmungskampfes zur „No Billag“-Initiative vom 4. März 2018, wo von verschiedenen Parteien und auch der SRG selber diverse Versprechen für eine **Redimensionierung bei der SRG** gemacht wurden. Diese gilt es nun zu diskutieren und umzusetzen. Es wäre falsch, die verschiedenen Forderungen mit einer voreilig erteilten SRG-Konzession faktisch zu verhindern. Konkret ist zu prüfen, ob und welche Sender zusammengelegt oder aufgehoben werden können. So wäre z.B. die Reduktion auf einen oder zwei Radio- und Fernsehsender pro Region denkbar.

- dass es kein Mediengesetz braucht, sondern vielmehr eine **Deregulierung**, welche im Rahmen einer **Teilrevision des RTVG** stattfinden kann. Eine Regulierung und Subventionierung des Internets, wie es das Mediengesetz anstrebt, wäre u.E. falsch. Eine zusätzliche Ausweitung des SRG-Angebots im Online-Bereich führt zu zusätzlichen Marktverzerrungen und Eingriffen in einen funktionierenden Wettbewerb. Diese Frage muss zwingend zuerst auf gesetzlicher Ebene diskutiert werden, bevor entsprechende Konzessionsaufträge erteilt werden.
- dass die im Rat angenommenen **Postulate [17.3628](#) und [15.3618](#)**, dringend **berücksichtigt** und in die neue SRG-Konzession **integriert** werden müssen (Überprüfung der Anzahl SRG-Sender, Berücksichtigung des Subsidiaritätsprinzips).
- dass das Radiosponsoring der SRG-Formate aufzuheben sei. Diese Werbeeinnahmen sollen den Privatradios überlassen werden, die sich oft vollständig über Werbung finanzieren müssen. Zudem entstehen momentan immer grossflächigere DAB-Layer und IP-Verbreitung, wo Werbekunden über die Privatradios vermehrt sprachregionale Werbungen senden können.
- dass wir schon vor Kurzem im Rahmen der Vernehmlassung zur RTVV das voreilige und nicht stringente Vorgehen kritisiert haben.

Zuerst muss nun eine **breite Diskussion** über die **künftige Ausrichtung des „Service public“** und den davon erfassten gebührenfinanzierten Aufgaben stattfinden. Teil dieser Diskussion muss auch die neue SRG-Konzession sein, denn sie ist Kernstück des „Service public“-Auftrags. **Daher ist die geltende SRG-Konzession befristet bis 2020, allenfalls bis 2022, zu verlängern.**

Zu den einzelnen Bestimmungen nehmen wir folgt Stellung:

1. Abschnitt: Allgemeines

Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Art. 3 Abs. 1: Es ist falsch, die Online-Angebote als „Teil des publizistischen Angebots“ der SRG in der Konzession zu verankern. Der Online-Bereich gehört nicht zum Programmauftrag: Dieser ist in erster Linie durch Radio- und TV-Programme zu erbringen.

Schon heute produziert die SRG „Web-only“ Content, was sie gemäss Konzession nicht dürfte. Die Verbreitung der TV- und Radio-Inhalte im Internet sowie damit zusammenhängender Online-Inhalte ist unbestritten. Weitere Online-Angebote sollen nicht zum Auftrag der SRG gehören: Diese sind im Grundsatz den Privaten zu überlassen.

Art. 3 Abs. 3: Die Bestimmung ist ersatzlos zu streichen. Das Geschlecht von Moderatoren, Darstellern etc. ist nicht ausschlaggebend. Vielmehr sind die einzelnen Ereignisse und speziellen Eigenschaften eines Themas glaubwürdig darzustellen.

Art. 3 Abs. 5 (i.V.m. Art 4 Abs. 2): Die alte Konzession hielt explizit fest, dass Quoten für die SRG nicht relevant sind. Die neue Konzession berücksichtigt diese Formulierung nicht mehr. Mit Blick auf das Subsidiaritätsprinzip sind Quoten für „Service public“-Angebote nach wie vor nicht relevant: Staatliche Grundversorgungsangebote müssen erbracht werden, weil eine Notwendigkeit dafür vorliegt. Wie oft sie genutzt werden – vgl. z.B. Angebote in rätoromanischer Sprache – ist irrelevant.

Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

Art. 4 Abs. 1: Service public-Programme müssen sich generell von den Programmangeboten privater Stationen unterscheiden (und nicht nur für den Unterhaltungsbereich, vgl. Art. 9 Abs. 2). Die Formulierung in Art. 3 der geltenden Konzession, nach welcher die SRG die „Unverwechselbarkeit ihrer Programme“ sicherzustellen hat und sich damit „von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern“ unterscheidet, ist treffsicher und entsprechend beizubehalten.

Art. 4 Abs. 2 siehe Art. 3 Abs. 5.

2. Abschnitt: Die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots

Art. 6 Information

Art. 6 Abs. 3: Den Bereich Information als Schwerpunktauftrag zu betrachten, ist richtig. Der Informationsauftrag darf sich jedoch nicht auf den Online-Bereich erstrecken: Online soll vielmehr abgebildet werden, was im Radio und Fernsehen ausgestrahlt worden ist. Das Anbieten von Newsplattformen im Internet ist den privaten Verlegern zu überlassen.

Art. 6 Abs. 4: Die Absolutheit und der Detaillierungsgrad der Auftragsformulierung an die SRG wirft etliche Fragen auf. Wurde hier das Subsidiaritätsprinzip geprüft und entsprechende private Angebote überhaupt in Erwägung gezogen? Unseres Erachtens ist es falsch, in der Konzession explizit von, Sportresultaten, Wetter- und Verkehrsmeldungen zu reden. Wo Private eine Dienstleistung anbieten oder eine Übertragung machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten.

Art.9 Unterhaltung

Unterhaltung gehört bereits heute zum Konzessionsauftrag – allerdings ist dieselbe nur stichwortartig erwähnt, da es einerseits in diesem Bereich bereits etliche private Angebote gibt und andererseits die SRG andere Schwerpunktaufträge hat. Wo die SRG Unterhaltung anbietet, soll diese einen direkten Bezug zur Schweiz haben und die Traditionen und Eigenheiten unseres Landes abbilden.

Dass die SRG aber „innerhalb des Unterhaltungsangebots der elektronischen Medien eine Leitbildfunktion“ wahrnehmen soll, ist nicht angebracht.

Art. 10 Sport

Art. 10 Abs. 3: Auch in diesem Bereich ist das Subsidiaritätsprinzip zu respektieren: Wo Private eine Übertragung machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten. Die SRG faktisch zu beauftragen, entsprechende Rechte zu erwerben und dann „Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern“ einzugehen, tönt auf den ersten Blick gut, stärkt aber vor allem die SRG und schafft unerwünschte neue Abhängigkeiten.

neuer 3. Abschnitt: Querschnittsaufgaben

Art. 11 Innovation

Art. 11 Abs. 1: Dieser Artikel ist ersatzlos zu streichen. Ein solcher Auftrag wäre ein Frontalangriff auf Verleger und andere private Anbieter. Auch in diesem Bereich ist das Subsidiaritätsprinzip durchzusetzen: Wo Private neue innovative Formate machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten. Die SRG muss den Grundversorgungsauftrag wahrnehmen und nicht „laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad“ entwickeln.

Art. 11 Abs. 2: Ebenso ist die Etablierung eines „Innovationsmanagements“ völlig unnötig und im Rahmen des Grundversorgungsauftrags nicht erforderlich.

Art. 13 Angebote für junge Menschen

Art. 13 Abs. 1: Dieser Artikel ist ersatzlos streichen. Es gehört nicht zum Service public-Auftrag, ein spezifisches Publikum für die SRG zu gewinnen. Aus diesem Grund ist auch Art. 14 ersatzlos zu streichen.

4. Abschnitt: Programme und übriges publizistisches Angebot

Art. 16 Radioprogramme

Es ist zu prüfen (s.o.), gemäss dem [Postulat der KVF-N](#) die Anzahl der Radiosender zu überprüfen. Unseres Erachtens sollen diese auf einen bis zwei Sender pro Region reduziert werden.

Art. 16 Abs. 1 lit. b, d und f: Auch in diesem Bereich ist das Subsidiaritätsprinzip durchzusetzen: Wo Private neue innovative Formate machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten. Spartensender sind zu hinterfragen. Mögliche Varianten – Verkauf, Einstellung, Kooperationen etc. – sind zu analysieren.

Art.17 Fernsehprogramme

Auch in Bezug auf die TV-Programme ist gemäss dem [Postulat der KVF-N](#) die Anzahl der Sender zu überprüfen. Unseres Erachtens ist die Anzahl der TV-Sender auf einen bis zwei Sender pro Region zu reduzieren.

Art. 17 Abs. 2: Der SRG darf kein Blankocheck erteilt werden. Zunächst ist die „Service public“-Diskussion unter dem Aspekt der Subsidiarität zu führen. In dieser Diskussion müssen auch die Onlineangebote angesprochen werden. Wir verschliessen uns nicht grundsätzlich der Möglichkeit, dass die SRG das zweite Tessiner Fernsehprogramm nur noch online ausstrahlen kann. Dass hierbei aber nichts gespart wird, sondern nur umverteilt werden soll, ist genauer zu prüfen. Die SRG soll darlegen, wie ein solches multimediale Angebot ausgestaltet werden soll; über die Kosten ist Transparenz zu schaffen. Eine allfällige Konzessionsänderung darf nicht dazu führen, dass neue „Web only“-Inhalte zu Lasten privater Anbieter geschaffen werden.

Art.17 Abs. 5: Dass neu zielgruppenspezifische Werbung via Konzession erlaubt werden soll, ist falsch und auch verfrüht. Zunächst sind die Vernehmlassungsantworten zur Revision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) auszuwerten und zu berücksichtigen. Vgl. hierzu die Vernehmlassungsantwort der Aktion Medienfreiheit vom 15. Februar 2018, Punkt 2.1.

Parallel dazu sind Wege für eine Marktlösung im Zusammenhang mit werberelevanten Daten zu diskutieren.

Art. 18 Übriges publizistisches Angebot.

Art. 18 Abs.1:

Mit Rücksicht auf das Subsidiaritätsprinzip sollen übrige publizistische Inhalte nur mit grosser Zurückhaltung publiziert werden.

8. Abschnitt: Berichterstattung und Aufsicht

Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten (Alternative zu Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c gemäss Entwurf vom 30. Oktober 2017 zur RTVV-Teilrevision 2018)

Diese Bestimmung ist zu streichen. Leistungen an die SDA, aber auch weitere Projekte, sind im Rahmen des Service public zu diskutieren. Von der Finanzierung durch Werbegelder ist abzusehen.

Art. 40 Neue finanzielle Bedürfnisse der SRG

Dieser Artikel ist ersatzlos zu streichen. Die SRG muss mit den Mitteln auskommen, welche sie erhält (Plafonierung auf 1,2 Mia. Franken).

Aus den vorerwähnten Gründen lehnt die Aktion Medienfreiheit die vorgeschlagene Änderung der SRG-Konzession ab. Die bestehende Konzession ist zu verlängern, um die Diskussion des „Service public“-Auftrags offen und umfassend führen zu können.

Mit freundlichen Grüßen

AKTION MEDIENFREIHEIT

Die Präsidentin:

Handwritten signature of Natalie Rickli in black ink.

Natalie Rickli
Nationalrätin

Vizepräsident:

Handwritten signature of Christian Wasserfallen in blue ink.

Christian Wasserfallen
Nationalrat