



3 Plus Group AG, Obermattweg 12, 6052 Hergiswil NW

**Vorabkopie per E-Mail an: [SRG-Konzession@bakom.admin.ch](mailto:SRG-Konzession@bakom.admin.ch)**  
Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel

Hergiswil, 10. April 2018

## **Vernehmlassung vom 19.12.2017 betreffend Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, zum Entwurf zu einer neuen Konzession für die SRG für die Zeit vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2022 Stellung nehmen zu können. Wir sind Mitglied der Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) und schliessen uns grundsätzlich deren Eingabe vom 3. April 2018 an. Ergänzend möchten wir Folgendes vortragen:

### **1. Liberale Regeln und Chancengleichheit im Werbemarkt**

TV-Werbung hält sich allen Unkenrufen zum Trotz als starke Werbeform, mit der Brands in kurzer Zeit eine grosse Reichweite erzielen können. Damit Werbeauftraggeber ihre Ziele erreichen können, sind sie auf genügend Werbeinventar angewiesen. Zeitliche Einschränkungen der TV-Werbung bei der SRG in der Primetime würde den Gesamtmarkt schwächen und sich nicht automatisch in entsprechenden Mehrumsatz bei den privaten TV-Veranstaltern umwandeln lassen. Daher sprechen auch wir uns gegen mögliche zeitliche Einschränkungen der TV-Werbung auf den SRG Sendern aus.

Hingegen fordern wir das BAKOM auf, endlich die notwendigen Massnahmen zu ergreifen, damit das TV-Signal aller Veranstalter (sowohl konzessionierte, wie auch private) bei der Verbreitung und Weiterverbreitung durch die TV-Verbreitungsplattformen Schutz findet. Wie dem BAKOM bekannt ist, verlieren die TV-Sender einen wachsenden Teil ihrer Einnahmen (im Jahr



2017 waren es über CHF 100 Mio.), weil die TV-Verbreitungsplattformen es ihren Nutzern ermöglichen, TV-Werbung zu überspringen und mit Hilfe der TV-Inhalte riesige Mediatheken für ihre Kunden bereitzustellen. Gelegenheit dazu bietet die laufende Revision des Fernmeldegesetzes.

Eine ebenso unabdingbare Rahmenbedingung für das Überleben aller TV-Sender ist die Anforderung an TV-Verbreitungsplattformen, TV-Sender vollständig (d.h. insbesondere mit unter Einbezug von HbbTV) zu verbreiten und Daten sowie Schnittstellen für die Auslieferung von zielgruppenspezifischer Werbung bereitzustellen. Erst wenn diese Voraussetzung für alle TV-Sender erfüllt ist, darf es auch der SRG gestattet werden, zielgruppenspezifische Werbung einzusetzen.

## **2. Beschränkung auf Service Public relevante Inhalte**

Gemäss Konzessionsentwurf soll die SRG weiterhin Sendungen im Bereich Unterhaltung und Sport anbieten. In diesen Bereichen konkurrenziert die SRG mit einem vielfältigen Angebot privater Veranstalter. Sie verteuert damit den Rechteerwerb durch private Veranstalter. Wenn die geltende Konzession schon angepasst werden sollte, müsste sie der SRG klare Pflichten auferlegen. Die SRG muss sich klar auf Information, Bildung, Kultur und Politik fokussieren. Nachrichtensendungen wie die "Tagesschau" sowie "10 vor 10" sind seit jeher die grossen Zuschauermagnete der SRG. Sendungen wie diese lassen sich durch private Veranstalter kaum kostendeckend produzieren.

Im Übrigen soll die SRG dazu verpflichtet werden, unverwechselbare schweizerische Programme zu zeigen und sich in ihrem Programm klar von den privaten Veranstaltern zu unterscheiden. Dazu gehören insbesondere auch sprachregional übergreifende Sendungen, welche Private nicht ohne Gebührengelder produzieren können.

Im Bereich Unterhaltung und Sport sollte die SRG auf Sendungen mit Bezug zur Schweiz verpflichtet werden. In den USA produzierte Filme und/oder Serien sowie Sendungen von Sportanlässen ohne Schweizer Beteiligung gehören nicht zum Service Public.

Ausserdem muss die SRG zum Ausbau ihrer Zusammenarbeit mit privaten Sendern verpflichtet werden. Dazu gehören ein (kostenpflichtiger) Zugang zum Archiv der SRG (sowohl Sendungen wie auch Rohmaterial), sowie das Teilen von Sportrechten wie bspw. der Fussballnationalspiele mit privaten Sendern gegen Kostenbeteiligung. Private Veranstalter sollen in solchen Fällen gleichviel bezahlen wie die SRG. D.h. wir fordern ausdrücklich keine Quersubventionierung der privaten Veranstalter durch die der SRG zufließenden Gebührengelder.

Schliesslich müsste die SRG auch dazu verpflichtet werden, mindestens 25% ihrer Produktionen an externe Schweizer Produzenten zu vergeben. Eine solche Massnahme würde den Produktionsstandort Schweiz stärken, was auch den privaten Sendern zugutekommen würde.



Wir sind uns des Umstandes bewusst, dass die vorstehend angesprochenen Themen auch politisch zu reden geben, und dass die Vernehmlassung zu einem neuen Mediengesetz unmittelbar bevorsteht. Umso weniger verstehen wir das Vorpreschen des BAKOM bezüglich einer neuen SRG Konzession. Eine befristete Verlängerung der aktuellen Konzession bis zum Inkrafttreten des neuen Mediengesetzes wäre ausreichend.

Wir danken für Ihre Kenntnisnahme und verbleiben  
mit freundlichen Grüßen



Dominik Kaiser  
CEO



## REGIERUNGSRAT

Regierungsgebäude, 5001 Aarau  
Telefon 062 835 12 40, Fax 062 835 12 50  
regierungsrat@ag.ch  
www.ag.ch/regierungsrat

### **A-Post Plus**

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

28. März 2018

### **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie die Kantonsregierungen zur Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR eingeladen. Wir danken Ihnen dafür und machen von dieser Möglichkeit gerne Gebrauch.

#### **1. Grundsätzliche Bemerkungen**

Aus Sicht des Regierungsrats erbringen die im Kantonsgebiet tätigen SRG-Medien einen wichtigen Service public und leisten damit – zusammen mit den privaten Medienunternehmen – einen unentbehrlichen Beitrag zum Funktionieren der direkten Demokratie beziehungsweise der demokratischen Prozesse. Wie bereits in Stellungnahmen zur früheren Gesetzes- und Verordnungsrevisionen festgehalten, beurteilt der Regierungsrat geplante Anpassungen und Änderungen vor allem auch bezüglich der konkreten Auswirkungen auf die im Kantonsgebiet tätigen Medien. Sie sollen auch künftig in der Lage sein, ihre für die Demokratie und das Zusammenleben im Kanton wichtigen Funktionen wahrzunehmen. Der Regierungsrat unterstützt Bestimmungen, welche einerseits SRG und privaten Medienanbietern grösstmögliche Unabhängigkeit und Eigenständigkeit gewährleisten und andererseits eine qualitativ überzeugende und quantitativ vielfältige Lokal-, Regional- und Kantonalberichterstattung begünstigen.

#### **2. Medienpolitische Erwägungen**

Die Schweizer Stimmbürgerinnen und Stimmbürger haben am 4. März 2018 über die Eidgenössische Volksinitiative "Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren" (Abschaffung der Billag-Gebühren) abgestimmt. Der Regierungsrat wertet die deutliche Ablehnung des Volksbegehrens als klares Bekenntnis der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger zu einer qualitativen und quantitativ adäquaten Service-public-Grundversorgung im Bereich von Radio und Fernsehen durch die SRG; dies insbesondere auch unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der verschiedenen Sprachregionen sowie Minderheiten-Zielgruppen. Der Regierungsrat stimmt deshalb allen in der neuen Konzession erhaltenen Elementen zu, welche zur Erfüllung des verfassungsmässigen Auftrags der SRG dienen.

Im Zusammenhang mit der "No-Billag"-Abstimmung ist eine breite medienpolitische Diskussion über den von SRG erbrachten Service public beziehungsweise das Service-public-Verständnis in Gang gekommen. Zum Beispiel über Umfang, Ausgestaltung und Finanzbedarf (Gebührenanteil) der von der SRG erbrachten Leistungen, insbesondere auch über den Anteil von Informations- und Unterhal-

tungsangeboten. Ein weiterer zentraler Diskussionspunkt ist das Verhältnis der SRG zu den privaten Medienanbietern beziehungsweise die Auswirkungen der SRG-Aktivitäten (Programm- und Informationsangebot, Werbeangebote usw.) auf die wirtschaftliche Situation von privaten respektive regionalen Medienunternehmen. Im Art. 93 Abs. 4 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft (BV) ist festgehalten, dass SRG und Bund "auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse", Rücksicht zu nehmen haben.

Medienunternehmen sind durch die technologischen Entwicklungen (Digitalisierung der Kommunikation) und die damit verbundenen Veränderungen im Nutzungsverhalten (Usermarkt und Werbemarkt) existenziell herausgefordert. Klassische Geschäftsmodelle funktionieren nicht mehr. Um die Kunden in beiden Märkten noch erreichen beziehungsweise ihre Bedürfnisse abdecken zu können, entwickeln die Medienunternehmen neue Aktivitäten und Angebote im Online- und Mobilebereich sowie neue Verbreitungsformen. Private Medien müssen sich die dazu notwendigen finanziellen Mittel und Ressourcen (Investitionen, Betrieb usw.) aus dem User- und dem Werbemarkt erwirtschaften, während die SRG dafür Gebührengelder einsetzen kann.

Das Bundesgericht hat in einem aktuellen Beschwerdeentscheid im Zusammenhang mit dem Werbe-Joint-Venture Admeira, an dem die SRG beteiligt ist, festgehalten, dass zwischen Publizistik/Journalismus und der zu ihrer Finanzierung benötigten Werbung ein direkter Zusammenhang bestehe, der zu einem direkten Konkurrenzverhältnis führe.

Der Regierungsrat erwartet vor diesem Hintergrund, dass in der Konzession die Bestimmungen zu den künftigen Onlineaktivitäten der SRG so ausgestaltet und präzisiert werden, dass für die privaten Medien kein Wettbewerbsnachteil entsteht. Dies ist vor allem im Zusammenhang mit Werbeaktivitäten der SRG im Onlinebereich, aber auch eigenständigen, nicht programmbegleitenden oder programmgänzenden publizistischen Onlineangeboten wichtig. Hier muss aus Sicht des Regierungsrats die in Art. 93 Abs. 4 BV festgehaltene Rücksichtnahme auf die privaten Medien zum Tragen kommen. Aus Sicht des Regierungsrats muss vermieden werden, dass die im Aargau herrschende Angebotsvielfalt im Bereich des Service public (Kantonal-, Regional- und Lokalberichterstattung) beeinträchtigt wird. Der Regierungsrat hat in diesem Zusammenhang bereits seine Bedenken gegen die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung zum Ausdruck gebracht (Vernehmlassungsantwort vom 24. Januar 2018 zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung [RTVV]).

### **3. Zusammenarbeit mit privaten Medienunternehmen**

Der Regierungsrat begrüsst, dass in der SRG-Konzession der Zusammenarbeit mit andern Medien eine erhöhte Bedeutung zugemessen wird (Art. 9 und 10 sowie Art. 31.). Er sieht jedoch noch Klärungs- und Ergänzungsbedarf, was die strukturellen, organisatorischen und vor allem finanziellen Modalitäten anbelangt.

### **4. Sicherstellung des Service public im Bereich der Kantonal- und Regionalberichterstattung**

Die SRG-Führung hat im Rahmen der medienpolitischen Diskussion zur Eidgenössischen Volksinitiative "Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren" (Abschaffung der Billag-Gebühren) Spar- und Abbaumassnahmen angekündigt. Der Regierungsrat erwartet, dass diese nicht bei der Information vorgenommen und nicht die publizistischen Service-public-Leistungen der SRG schmälern werden. Er geht davon aus, dass die publizistischen SRG-Angebote (Radio und Fernsehen) im Bereich der Kantonal- und Regionalberichterstattung im bisherigen Umfang aufrechterhalten werden.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Vernehmlassung.

Freundliche Grüsse

Im Namen des Regierungsrats

Alex Hürzeler  
Landammann

Vincenza Trivigno  
Staatsschreiberin

Kopie

- [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)



## Landammann und Standeskommission

Sekretariat Ratskanzlei  
Marktgasse 2  
9050 Appenzell  
Telefon +41 71 788 93 24  
Telefax +41 71 788 93 39  
michaela.inauen@rk.ai.ch  
www.ai.ch

Ratskanzlei, Marktgasse 2, 9050 Appenzell

Bundesamt für Kommunikation  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 256  
2501 Biel

Appenzell, 5. April 2018

### Konzession für die SRG SSR Stellungnahme Kanton Appenzell I.Rh.

Sehr geehrte Damen und Herren

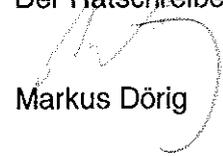
Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns die Vernehmlassungsunterlagen zum Entwurf für eine neue SRG-Konzession zukommen lassen.

Die Standeskommission hat die Unterlagen geprüft und ist mit der Weiterentwicklung und Verlängerung der bisherigen SRG-Konzession einverstanden. Begrüssst wird insbesondere die Schärfung des Service-public-Auftrags, wie sie für die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots festgehalten wird (Art. 6 ff. der Konzession).

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit zur Stellungnahme, bitten um Berücksichtigung unserer Anliegen und grüssen Sie freundlich.

### Im Auftrage von Landammann und Standeskommission

Der Ratschreiber:

  
Markus Dörig

### Zur Kenntnis an:

- srg-konzession@bakom.admin.ch
- Volkswirtschaftsdepartement Appenzell I.Rh., Marktgasse 2, 9050 Appenzell
- Ständerat Ivo Bischofberger, Ackerweg 4, 9413 Obereggen
- Nationalrat Daniel Fässler, Weissbadstrasse 3a, 9050 Appenzell

# 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:



Natalie Rickli  
Nationalrätin

Vizepräsident:



Christian Wasserfallen  
Nationalrat

**Alex Schneider-Hersperger**

Haselrainstrasse 21  
CH-5024 Küttigen  
Schweiz

Tel. P.: 0041 62 827 23 27 Email: axsh@hotmail.com

---

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Küttigen, 15.03.2018

## **Vernehmlassung zur Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

### **Art. 4 Abs.1 und Art. 5 Abs.1**

„Das publizistische Angebot der SRG hat hohen qualitativen und **ethischen Anforderungen** zu genügen. Es zeichnet sich aus durch Relevanz, Professionalität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit (Art. 4 Abs.1).“ Ich frage mich nun, wo ist in diesen Kriterien – die im Anhang noch spezifiziert werden – die Ethik versteckt und was genau ist ein **Mehrwert** des SRG Angebots für die Gesellschaft (Art.5 Abs.1)? Da wäre doch zu hinterfragen, ob die Übertragung von Formel 1- und Motorradrennen, dopinggesteuertem Profisport, endlosen Krimifolgen, Gewalt- und Zynikerfilmen irgendetwas mit hohen ethischen Anforderungen zu tun hat oder gar Mehrwert für die Gesellschaft erzeugt.

### **Art. 40**

Schon der Titel von Art. 40 „Neue finanzielle Bedürfnisse der SRG“ zeigt, in welcher Richtung der Finanzbedarf der SRG in Zukunft gehen könnte: nach oben! Eine Reduktion der Gebühreneinnahmen wird schon gar nicht in Erwägung gezogen, obwohl sich die Gebühreneinnahmen von 1984 bis 2016 von 0,4 Mia CHF auf 1,24 Mia CHF erhöht haben.

Freundliche Grüsse

Alex Schneider

Frau Bundesrätin  
Doris Leuthard  
Bundeshaus  
3000 Bern

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
SRG-Konzession@bakom.admin.ch

Bern, 11. April 2018

### **Stellungnahme von alliance F zur Vernehmlassung des Service Public-Vertrages**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin, sehr geehrte Damen und Herren

alliance F zählt 154 Mitgliederverbände und 400 Einzelmitglieder. Damit vertritt alliance F die politischen Interessen von rund 400'000 Frauen in der Schweiz. Wir setzen uns aktiv für die Gleichstellung von Frau und Mann und für bessere Rahmenbedingungen beider Geschlechter in der Erwerbstätigkeit ein. Wir erlauben uns daher, leider ohne explizit dazu eingeladen worden zu sein, zur Vernehmlassung des Service Public-Vertrages Stellung zu nehmen.

Sowohl im Radio- und Fernsehgesetz als auch in der Konzession war bisher von einer ausgewogenen Vertretung der Geschlechter keine Rede, während in Art. 24 RTVG und Art. 2 der Konzession erwähnt wird, dass die SRG Rücksicht auf die Landesteile, Sprachgemeinschaften, Kantone, Kulturen, Religionen, gesellschaftlichen Gruppierungen, Ausländer, Auslandschweizer, Schweizer Kultur und Schweizer Literatur zu nehmen habe.

Frauen sind in den Medien heute noch prozentual untervertreten, wie die Studie zu Gender und Medien im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2015 zeigt. Es ist in der heutigen Zeit nicht mehr vertretbar, dass so viele Elemente und Personen gemäss RTVG und Konzession zu berücksichtigen sind, die weibliche Hälfte der Bevölkerung aber nicht ausgewogen vertreten, miteinbezogen und dargestellt wird.

Erfreut stellen wir nun fest, dass eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter bei SRF zum Thema gemacht wurde und Eingang in den Service Public-Vertrag mit der Klausel 3 gefunden hat: „Die SRG bemüht sich um eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.“

Diese Formulierung scheint uns jedoch zu wenig verpflichtend, und doch sehr negativ formuliert: Es soll nicht eine «Bemühung» sein. In der heutigen Zeit ist das schlicht ein Ziel, dass es zu erreichen gilt, da die Medien eine derart wichtige Rolle im Zusammenhang mit der Durchsetzung der Gleichstellung und dem Abbau von Stereotypen haben. Wir ersuchen Sie daher, die folgende Formulierung zu verankern: „Die SRG achtet auf eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot“.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen und stehen Ihnen für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Co-Präsidentinnen alliance F

Nationalrätin Maya Graf und Nationalrätin Kathrin Bertschy

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44, Postfach  
2501 Biel/Bienne

**PDF und DOC per E-Mail an [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)**

Wallisellen, 6. April 2018

**Stellungnahme zur Vernehmlassung  
Konzession für die SRG SSR ab 1. Januar 2019**

Sehr geehrte Frau Bundespräsidentin,  
sehr geehrte Damen und Herren

**Die ASW**

Die ASW Allianz Schweizer Werbe- und Kommunikations-Agenturen ist die Landesorganisation der inhabergeführten Agenturen in der Schweiz. Sie hat rund 45 Aktivmitglieder. Diese beschäftigen mehr als 250 festangestellte Mitarbeitende und zeichnen zusammen für ein jährliches Kommunikationsvolumen von gegen CHF 500 Mio. verantwortlich.

**Verlängerung der Konzession für die SRG SSR**

Die ASW befürwortet die Verlängerung der auf dem RTVG vom 24. März 2006 basierenden Konzession für die SRG SSR und freut sich auf die Ausgestaltung eines neuen Gesetzes über die elektronischen Medien (GeM).

Freundliche Grüsse

**ASW Allianz Schweizer Werbe- und Kommunikations-Agenturen**

Geschäftsstelle



Benno Frick, Geschäftsführung  
[www.asw.ch/kontakt](http://www.asw.ch/kontakt)

Geschäftsstelle ASW  
Breitestrasse 1  
Postfach 466  
CH 8304 Wallisellen

T +41 44 831 15 50  
F +41 44 831 1424



Regierungsrat, 9102 Herisau

Bundesamt für Kommunikation,  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

**Dr. iur. Roger Nobs**  
Ratschreiber  
Tel. +41 71 353 63 51  
roger.nobs@ar.ch

Herisau, 23. März 2018

## **Eidg. Vernehmlassung; Konzession für die SRG SSR; Stellungnahme des Regierungsrates von Appenzell Ausserrhoden**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 unterbreitet das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) den Konzessionsentwurf SRG SSR zur Vernehmlassung.

Der Regierungsrat von Appenzell Ausserrhoden nimmt dazu wie folgt Stellung:

Der Service Public der SRG und der privaten Radio- und Fernsehveranstalter im Sinne eines Dienstes an der Gesellschaft hat sich bewährt. Die Programme der SRG, insbesondere das Regionaljournal, haben im ländlich geprägten Kanton Appenzell Ausserrhoden eine besondere Bedeutung.

Anders als städtische Agglomerationen, deren Informationsbedürfnis von mehreren Medien abgedeckt wird, sind die ländlichen Regionen besonders auf den Service Public angewiesen. In diesen Regionen rechnen sich private Medien aufgrund des kleinen Marktes nicht. So wird Appenzell Ausserrhoden auch nur in geringem Masse durch einen privaten Fernsehsender (TVO) abgedeckt. Ein privater, durch Gebühren mitfinanzierter und somit dem Service Public verpflichteter Radioanbieter fehlt. Einzig das Regionaljournal Ostschweiz berichtet tagesaktuell über Appenzell Ausserrhoden. Damit wird klar, dass TVO und das Regionaljournal ergänzend zur Appenzeller Zeitung einen ausserordentlich wichtigen Beitrag an die mediale Grundversorgung des Kantons und der Region leisten. Deshalb erachtet der Regierungsrat die neuerliche Konzessionserteilung an die SRG als richtig und beantragt, in Art. 6 Abs. 2 den Service Public zugunsten von ländlichen Regionen explizit festzuschreiben:

Art. 6 Abs. 2: „*Sie [die SRG] informiert insbesondere über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche, kulturelle und soziale Zusammenhänge. Sie legt den Schwerpunkt auf die Darstellung und Erklärung des Geschehens auf internationaler, nationaler, **regionaler** und sprachregionaler Ebene.*“



Das Argument, dass die regionale Berichterstattung v.a. von gebührenfinanzierten regionalen „privaten“ Radio- und Fernsehsendern übernommen wird, verfängt nicht, da diese Aufgabe ausserhalb von Agglomerationen aus wirtschaftlichen Gründen nicht überall wahrgenommen werden kann. Das Beispiel der Ostschweiz zeigt dies deutlich.

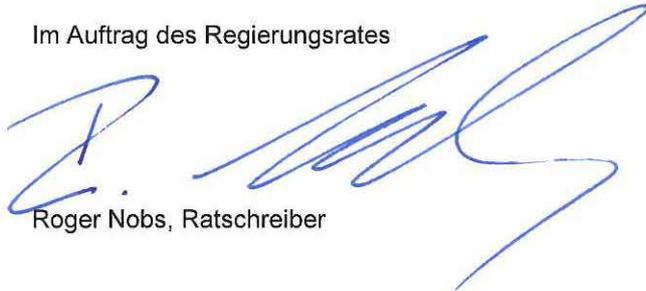
Die Mediennutzung verändert sich derzeit rasant. Die so genannte „lineare Nutzung“ von Radio und Fernsehen, wie wir sie seit Jahrzehnten kennen, ist im Wandel begriffen. Das Internet wird als Verbreitungsweg immer wichtiger; Sendungen werden vermehrt „on demand“ konsumiert. Art. 11 „Innovation“, Art. 13 „Angebote für junge Menschen“ oder Art. 22 „Verbreitung über Internet“ im Abschnitt „Querschnittaufgaben“ bleiben in ihrer Stossrichtung hinter den Möglichkeiten eines modernen Medienunternehmens zurück. Damit dem Wandel Rechnung getragen wird, begrüsst der Regierungsrat das Vorhaben des Bundesrates, per Ende 2022 ein Bundesgesetz über elektronische Medien zu schaffen. Angesichts des schnellen Wandels und der offenen Fragen hat dieses Gesetzesvorhaben hohe Dringlichkeit. Der Regierungsrat bedauert, dass schon in der vorliegenden Vernehmlassung ein verspätetes Inkrafttreten des entsprechenden Gesetzes angedeutet wird.

Ansonsten unterstützt der Regierungsrat die vom Bundesrat vorgeschlagene erneute Konzession für die SRG.

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit zur Stellungnahme.

Freundliche Grüsse

Im Auftrag des Regierungsrates



Roger Nobs, Ratschreiber



## Vereinigung für kritische Mediennutzung

Daniel Römer, Präsident  
Haldenstrasse 176, 8055 Zürich

[www.arbus.ch](http://www.arbus.ch)

Zürich, 12. April 2018

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation

Abteilung Medien

Zukunftsstrasse 44

Postfach 252

2501 Biel

### Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Einladung zur Vernehmlassung über die SRG SSR Konzession und nehmen dazu folgendermassen Stellung:

#### I. Vorbemerkungen und grundsätzliche Fragen

Die heutige Konzession für die SRG SSR, welche vom Bundesrat bis zum 31. Dezember 2018 verlängert wurde, soll abgelöst werden mit einer Übergangskonzession ab 1. Januar 2019. Sie soll Gültigkeit haben bis zur Ablösung durch eine Konzession, welche ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird.

Der ARBUS ist sehr erfreut, dass die Vernehmlassung - nach der sehr deutlichen Ablehnung der No-Billag-Initiative - nicht hinfällig geworden ist und die Schweiz nachwievor über einen starken Service-public-Anbieter verfügen wird. Der vorliegende Konzessionsentwurf, welchen Sie als Konzession mit Übergangscharakter bezeichnen, trägt durchaus teilweise die Handschrift der Kritiker des medialen Service-public, welche in mehreren Punkten ersichtlich ist.

Es ist für den ARBUS derzeit durchaus folgerichtig nur eine Konzession mit zeitlich befristeter Dauer zu erlassen (bis das angedachte Gesetz über elektronische Medien vorliegt). Dass die vorgeschlagene Konzession nun für alle wichtigeren Bereiche des publizistischen Angebotes eine aktualisierte Umschreibung des Service-public-Auftrages vorsieht, ist ganz im Sinne des ARBUS. Mit der Stossrichtung der vorliegenden Konzession ist der ARBUS im Grundsatz einverstanden.

## **Grundsätzliche Bemerkungen**

Ihre Vorlage zur Konzession für die SRG SSR steht unter den Titeln: Unterscheidbarkeit, Integrative Funktionen, Aufsicht und Kooperationen und ist für den ARBUS nachvollziehbar.

Nichtsdestotrotz sind einige Punkte in der Vernehmlassung zu finden, welche Eingang in die SRG-Konzession finden bzw. unterstrichen werden, die aus Sicht des ARBUS und aus Konsument/innen-Sicht, nicht ausser Acht gelassen werden können. Eingang finden beispielsweise die zielgruppenspezifische Werbung, welche bereits in der RTV-Teilrevision 2018 Thema war oder auch die Alimentierung der Nachrichtenagentur SDA.

Die künftigen bzw. bereits vorhandenen Finanzierungsprobleme betreffend Werbung werden sich unvermindert fortsetzen und zuspitzen. Immer mehr Schweizer Medienveranstalter – ob Print, ob audiovisuell oder konzessioniert oder nicht konzessioniert - werden weiter ins Internet investieren wollen und müssen. Dass diese Veränderung auch Niederschlag findet in der vorliegenden SRG-Konzession ist darum selbstredend.

Die Unabhängigkeit sowie die Autonomie von Programmveranstaltern stehen für den Arbus im Vordergrund für vielfältige Medien und die Stärkung einer lebendigen Demokratie. Dazu gehört aus Sicht des Arbus auch ein Service public bei Radio und Fernsehen (und Online-Medien); Service public ist ein politisch definiertes Angebot, welches nicht nur allen Regionen in der Schweiz sondern auch allen Bevölkerungsschichten und auch nach überprüfbaren Qualitätsstandards zur Verfügung stehen soll.

Dass in der Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung unter dem Titel der Schaffung von Grundlagen für die zielgruppenspezifische Werbung der SRG und privaten Veranstalter mit einer Konzession nur geregelt wird (Art. 35a, Abs. 1 und 2), dass die beiden vorerwähnten Anbieter solche Werbung künftig in ihre Programme einfügen dürfen, sofern die Konzession dies nicht ausschliesst, und das BAKOM (Abs.2) vorab über die Einzelheiten informiert werden muss, ist für den ARBUS nachwievor ungenügend.

Journalismusförderung / Qualitätsförderung umfasst für den ARBUS neben Radio, Fernsehen auch Print und Online und eine langfristige Journalismusförderung für die Schweiz muss unbedingt angedacht werden. Ein immer grösser werdender Teil der Schweizer Bevölkerung nutzt Medienprodukte auf mobilen Geräten bzw. im Internet generell; diese Inhalte können pausenlos neu zusammengestellt und ausgewählt werden; als Vereinigung für kritische Mediennutzung stellt sich dem ARBUS daher u.a. die Frage, welche Konsequenzen dieses neue Medienverhalten für journalistische Anbieter aber auch den gesamten Journalismus in der Schweiz – und somit auch der SRG - haben wird.

## II. Konkrete Anmerkungen bzw. Änderungsvorschläge

### Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

#### *Abs. 1 (Änderung)*

Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus einem **publizistischen Online-Angebot** (Online-Beiträge ist zu ersetzen).

#### *Abs. 3 (Änderung)*

Die SRG **sorgt** für eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.

#### *Abs. 4 (Ergänzung)*

..... gesellschaftliche Gruppierungen und berücksichtigt die Besonderheiten des Landes **und trägt speziell auch Bedürfnissen medial unterversorgter Kantone bzw. Gebiete Rechnung in welchen ansonsten faktische regionale Medienmonopole herrschen würden.**

### Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

#### *Abs. 3 (Ergänzung)*

..... und lädt Interessenvertreter von Zivilgesellschaft (**zu der auch Medienorganisationen gehören**) ..... zum Dialog über die Evaluation ein.

### Art. 6 Information

#### *Abs. 7 (Neu)*

**Die SRG fördert und intensiviert die Zusammenarbeit mit anderen öffentlich-rechtlichen Veranstaltern insbesondere aus Frankreich, Deutschland, Oesterreich und Italien.**

### Art. 13/14/15 Junge/Menschen mit Migrationshintergrund/Sinnesbehindert

Die Bemühungen der SRG für Angebote für Junge, Menschen mit Migrationshintergrund und Sinnesbehinderten sind ein wesentlicher Auftrag eines Service public-Anbieters; der ARBUS begrüsst die Stossrichtung der Konzession ausdrücklich.

## Art. 16 Radioprogramme

### Abs. 1 / Buchstabe a – 1. (Änderung)

..... und Unterhaltung setzt: in diesen Programmen **müssen** für die Deutschschweiz zeitlich begrenzte, regionale Informationssendungen (Regionaljournale) ohne Sponsoring verbreitet werden. (Die „kann-Formulierung“ ist durch „muss“ zu ersetzen.)

### Abs. 1 / Buchstabe b (Ergänzung)

..... und beinhaltet mindestens die aktuellen Informationsleistungen, welche von anderen Programmen gemäss Abs. 1 übernommen. **Die Programme können zusätzlich auch eigene Informationsformate beinhalten.** (Übernahme Formulierung erläuternder Bericht).

### Abs. 1 / Buchstabe f (Ergänzung)

..... drei identische (**sprachregionenübergreifende**) Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop ..... Die Musik- und Veranstaltungshinweise sollen nur eingeschränkt / stundenweise begrenzt an die Sprachregionen angepasst werden. Die drei Musikprogramme können von Programmen gemäss Art. 16 Abs. 1 Buchstabe a. / b. / c. zeitgleich oder zeitversetzt übernommen werden.

Bei einer allfälligen Auslagerung der Angebote aus der SRG ist darauf zu achten, dass der schweizerische und sprachregionenübergreifende Charakter erhalten bleibt und ob allenfalls eine Zusammenarbeit mit privaten Anbietern möglich ist.

## Art. 17 Fernsehprogramme

### Abs. 3 (Änderung)

Die SRG kann einen **mehrsprachigen** Fernsehkanal veranstalten, welcher aus Informationssendungen besteht, die zuvor in den Programmen nach Abs. 1 ausgestrahlt worden sind.

SRF info ist somit vermehrt für die anderen Sprachregionen zu öffnen (mit Untertitelung) und soll so der Klammerfunktion der SRG SSR Rechnung tragen.

### Abs. 5

Im erläuternden Bericht zur Teilrevision RTVV wurde betont, dass die Grundlagen für zielgruppenspezifische Werbung der SRG - und der privaten Veranstalter mit einer Konzession geschaffen - sowie Spielregeln für die zielgruppenspezifische Werbung festgelegt werden sollen.

Der ARBUS zeigt sich aus datenschützerischer wie auch aus Gründen der Privatsphäre nachwievor gegenüber dem neuen Instrument der zielgruppenspezifischen Werbung aus Konsumentensicht sehr skeptisch. Es ist nicht auszuschliessen, dass die konzessionierten Sender schützenswerte Nutzerdaten auswerten, um gezielt Werbung zu verkaufen. Dies

führt aus Sicht des ARBUS eindeutig dazu, dass gebührenfinanzierte Programme verkommerzialisiert werden. Werbung und Kommerz widersprechen der Idee des Service public grundsätzlich. Der ARBUS sieht den Service public denn als Nutzbringer für die Bürgerinnen und Bürger und nicht als mögliches Instrument für die Werbewirtschaft.

Zielgruppenspezifische Werbung bei der SRG darf nur äusserst eingeschränkt möglich sein darf und nicht nach geographischen Kriterien (SRG) definiert zugelassen wird. Dies würde ansonsten einer Bevorteilung der SRG gleichkommen bzw. einer Benachteiligung der anderen konzessionierten (regionalen / lokalen) Programmanbieter und das Konstrukt der festgehaltenen und zwischenzeitlich eingeführten Aufteilung sprachregional und regional – lokal würde nicht mehr nachgelebt.

Dass in der RTV-Vernehmlassung eine Einschränkung der Quantität von allfälliger zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG vorgesehen ist (Art. 22 ff), sieht der ARBUS durchaus als nachvollziehbar und wünschenswert. Der ARBUS spricht sich dafür aus, dass eine allfällige – gewollte - Überschreitung dazu führen muss, dass der SRG-Anteil des erwirtschafteten Mehrertrages zugunsten einer noch einzuführenden Onlinemedienförderung zu verwenden ist (Anlehnung an Variante der RTV-Vernehmlassung Art. 22).

Was die zielgruppenspezifische Werbung vor, während und nach Sendungen, die sich an Minderjährige richtet, anbelangt betont der ARBUS, dass der RTV-Revisionsvorlage vollumfänglich Rechnung zu tragen ist und eine solche nicht zugelassen wird.

## **Art. 18      Übriges publizistisches Angebot**

### *Abs. 1 b/c*

Der ARBUS stellt sich nicht gegen die im erläuternden Bericht aufgeführte Formulierung, dass wenn der klassische Teletext-Dienst unverändert im Hbb TV-Angebot verbreitet wird, die aus dem Teletext-Dienst übernommenen Werbung bzw. das Sponsoring verbreitet werden. Allzu restriktive Einschränkung der SRG bei Werbe- und Sponsoringeinnahmen könnten der SRG Einnahmenverluste beschern und ein solcher Wegfall soll durchaus kompensiert werden dürfen.

### *Abs. 2 c*

Die in der vorliegenden Übergangskonzession geplante Regelung erscheint uns in der jetzt vorliegenden Form zu eng und nicht verhältnismässig. Zudem steht sie medienpolitisch quer bei der momentanen rasanten Entwicklung. Die Regelung soll daher regelmässig überprüft werden und es soll untersucht werden, ob für die Deutschschweiz, Romandie, italienischsprachige Schweiz und das rätoromanische Sprachgebiet nicht unterschiedliche Einschränkungen gelten sollen. Der ARBUS erwartet vom Bundesrat zudem bekannt zu geben worin die Gegenleistung der Verleger für die in der SRG Konzession erkennende Einschränkung des Service public besteht.

*Abs. 2 c (Änderung)*

Bei multimedialen Inhalten ohne Sendungsbezug sind Textbeiträge für die Sparten **News und Regionales** **ist auf 4'500 Zeichen** zu beschränken. In den Sparten **Sport und Lokales** **soll eine Beschränkung auf 1'500 Zeichen** gelten.

**Art. 20 Drahtlose Verbreitung***Abs. 4 (Ergänzung)*

..... **Für die 1. Radioprogramme (SRF 1, RTS 1, RTS 1, Radio Rumantsch) sowie die Programme Musikwelle und Option Musique sollen verlängerte Übergangsfristen gelten.**

**Art. 22 Verbreitung über Internet***Buchstabe a (Änderung)*

..... Die Formulierung „oder teilweise“ ist wegzulassen bzw. zu streichen.

Die im erläuternden Bericht gemachte Formulierung in welcher die SRG Leistungen primär über die eigentlichen Rundfunk-Verbreitungsvektoren zu erbringen habe, ist aus Sicht des ARBUS nicht mehr zeitgemäss. Die Angebote der SRG bzw. die Verbreitungsvektoren vermischen sich zusehends und es soll von der SRG erwartet werden, dass sie alle ihre Radio- und Fernsehprogramme soweit technisch und kostenmässig möglich auch übers Internet zu verbreiten habe.

**Art. 23 Zugang zu Sendungen***Abs. 1 (Änderung)*

Die SRG muss eigenproduzierte Sendungen aus den Programmen im Internet im nicht kommerziellen Bereich kostenlos zur Verfügung stellen.

*Abs. 2 / 3 / 4*

Keine Änderungen.

**Art. 25 Produktion**

Der ARBUS unterstreicht die Bedeutung des Inhaltes von Art. 25, welcher festhält, dass die nach den Artikeln 16-18 produzierten Angebote überwiegend in den Sprachregionen produziert werden für die sie bestimmt sind.

Sinngemäss soll im Artikel 25 auch festgehalten werden, dass auch innerhalb der Sprachregionen (insbesondere was die Deutschschweiz anbelangt) der Bekenntnis zum föderalen Wesen nicht nur der Schweiz sondern eben auch der SRG Rechnung getragen wird. Eine allzustarke Konzentration beispielsweise auf den SRG Standort Zürich – wie kürzlich angedacht – ist aus Sicht des ARBUS nicht mit dem Service-public-Gedanken vereinbar.

### **Art. 30            Internationale Zusammenarbeit**

Dieser Artikel ist für den ARBUS wichtig und ergänzt insbesondere auch den vom ARBUS gewünschten neuen Abs. 7 in Art. 6.

### **Art. 31            Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen**

*Abs. 2 (Ergänzung)*

..... ***Eine Übernahme ist bei den Unternehmen als SRG Produktion zu deklarieren.***

### **Art. 32            Regionalgesellschaften**

*Abs. 4 (Ergänzung)*

Der Publikumsrat richtet in jeder Sprachregion (**sowie** ergänzend **national**) eine Ombudsstelle für die Behandlung von Beanstandungen des Programmes und des übrigen publizistischen Angebots ein.

### **Art. 38bis        Unterstützung von Medienprojekten**

*Ergänzung:*

Übersteigen die Werbeeinnahmen der SRG inklusive Einnahmen aus der Zielgruppenwerbung den Durchschnittsertrag der letzten **fünf** Jahre vor der Festlegung eines Abgabenanteils zugunsten der SRG durch den Bundesrat, so sind **50%** des über dem Durchschnittsertrages liegenden Ertrages, zugunsten der Aus- und Weiterbildung und / oder der Medienforschung einzusetzen.

Ebenfalls kann die Verwendung für konkrete Projekte zugunsten von schweizerischen Nachrichtenagenturen (in deren Service public-Bereich) vorgesehen werden.

Das UVEK regelt jährlich die Einzelheiten.

Anmerkung:

Das Konstrukt der SDA – private Firma bei der die grössten Kunden auch deren grösste Aktionäre sind – sieht der ARBUS als problematischen Punkt für Verwendung von

Werbeeinnahmen aus der SRG-Tätigkeit. Der ARBUS verweist ausdrücklich auf die in der RTV-Vernehmlassung angebrachten Bedenken gegenüber der SDA.

Im bereits angedeuteten Mediengesetz muss aus Sicht des ARBUS unbedingt darüber nachgedacht werden, ob die SDA nicht allenfalls in eine Genossenschaft oder Stiftung umgewandelt werden soll und wer künftig Einsitz nimmt in einer solchen Genossenschaft bzw. Stiftung.

Besten Dank für die wohlwollende Prüfung unserer Anliegen; gerne stehen wir für weitere Auskünfte jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

**ARBUS Schweiz** Vereinigung für kritische Mediennutzung

Der Präsident:

A handwritten signature in blue ink that reads "D. Römer". The signature is written in a cursive, slightly stylized font.

Daniel Römer

---

# \*AdS

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Zürich, 10. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR Stellungnahme des Verbands Autorinnen und Autoren der Schweiz AdS**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard,  
sehr geehrte Damen und Herren

Der Verband Autorinnen und Autoren der Schweiz AdS ist 2002 gegründet worden und umfasst heute mehr als 1000 Mitglieder (Autorinnen und Autoren, Übersetzerinnen und Übersetzer aller literarischen Gattungen und aller vier Landessprachen, dazu verschiedener weiterer Sprachen). Er verfolgt gewerkschaftliche, politische und kulturelle Ziele.

Obwohl der AdS nicht zu den Vernehmlassungsadressaten des Konzessionsentwurfs gehört, erlauben wir uns, zu einem für unsere Mitglieder besonders wichtigen Punkt Stellung zu nehmen:

Speziell begrüsst der AdS, dass in Art. 7 Abs. 1 bei der Förderung der Kultur explizit auch die Literatur besonders berücksichtigt werden muss. Hingegen bedauern wir sehr, dass die SRG SSR hierbei aber keiner Verpflichtung zu einer engen Zusammenarbeit mit der Literaturbranche folgen muss.

Literarische Texte umfassen heute unzählige Formen, angefangen bei Romanen, Gedichten oder Essays über Kolumnen, Comics, Blogs, Hypertexten bis zu Hör- und Fernsehspielen oder Spoken Poetry. Viele Texte werden heute immer noch primär über das gedruckte Buch vermittelt, zahlreiche andere werden im weltweiten digitalen Netz, auf E-Books oder anderen digitalen Datenträgern gelesen. Wiederum andere hört das Publikum auf der Bühne oder über Kopfhörer. Die Präsenz von Literatur ist heute somit wesentlich vielseitiger und bildet sich, nicht zuletzt auch im Zuge der Digitalisierung, immer mehr auch in den unterschiedlichen elektronischen Medien ab. Daher sieht der AdS nicht ein, weshalb die Bedürfnisse der Literatur nicht wie beim Film- und Musikschaffen nicht auch mittels einer engen Zusammenarbeit mit der Literaturbranche definiert werden sollen. Die reaktive Haltung des Bundes, die Konzession diesbezüglich erst ergänzen zu wollen, sollten die

# \*AdS

Bedürfnisse der Literatur nicht angemessen berücksichtigt werden, ist für den AdS deshalb unverständlich. Denn ohne eine regelmässige und aktive Zusammenarbeit mit der Literaturbranche bleibt die Überprüfung einer angemessenen Berücksichtigung bis zu einem gewissen Grad unzureichend. Der AdS fordert daher, dass die SRG SSR bereits mit dieser Konzessionsvergabe dazu verpflichtet wird, auch mit der schweizerischen Literaturbranche eine aktive Zusammenarbeit anzustreben und mit ihr eine adäquate Form einer Kooperationsvereinbarung auszuhandeln.

Daher schlagen wir vor, Art. 7 Abs. 3 Lit. c folgendermassen neu zu formulieren:

«c. eine enge Zusammenarbeit mit der schweizerischen Literaturbranche»

Entsprechend wäre im 6. Abschnitt (Produktion und Zusammenarbeit) ein zusätzlicher Artikel «Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Literaturschaffen» analog zu Art. 26 bzw. Art. 18 zu ergänzen.

Wir bitten Sie, im weiteren Verfahren unserem Anliegen Rechnung zu tragen. Besten Dank.

Freundliche Grüsse,



Nicole Pfister Fetz  
Geschäftsführerin AdS

Vorab per E-Mail:

[doris.leuthard@gs-uvek.admin.ch](mailto:doris.leuthard@gs-uvek.admin.ch)

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

**EINSCHREIBEN**

UVEK Eidg. Departement  
für Umwelt, Verkehr, Energie  
und Kommunikation  
Kochergasse 6  
3003 Bern

**EINSCHREIBEN**

BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 256  
2501 Biel

Baden, 10. April 2018

**Vernehmlassung der AZ Medien zur neuen SRG-Konzession**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrter Herr Metzger  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Möglichkeit zur Stellungnahme im Rahmen der Vernehmlassung zum beabsichtigten Entwurf für eine neue SRG-Konzession. Die SRG ist die wichtigste Medienunternehmung in der Schweiz, insbesondere im Rundfunkbereich, zunehmend aber auch online. Die geplanten Änderungen in der SRG-Konzession sind für private Medienunternehmungen von sehr grosser Bedeutung. Dies gilt vor allem für die AZ Medien und die mit ihr verbundenen Unternehmungen als dem wichtigsten privaten Akteur in der schweizerischen Rundfunklandschaft. Es ist daher für die AZ Medien ein dringendes Anliegen, sich zur geplanten neuen SRG-Konzession äussern zu können.

**I. Grundsatzposition der AZ Medien**

Die AZ Medien lehnt die vorgeschlagene neue Konzession der SRG aus folgenden Gründen ab:

- Die SRG hat in Aussicht gestellt, ihre Strategie umfassend zu überdenken. Zuerst ist die Strategiediskussion innerhalb der SRG abzuwarten, da davon Änderungen in der Ausrichtung der SRG zu erwarten und zu erhoffen sind. Erst dann stellt sich die Frage einer neuen Konzession für die SRG.
- Das Gesetz über die elektronischen Medien befindet sich derzeit in der Ämterkonsultation. Anschliessend soll ein Vernehmlassungsverfahren erfolgen. Die AZ Medien ist de-

zidiert der Auffassung, dass zuerst das Gesetzgebungsverfahren zum Mediengesetz abzuwarten ist, bevor überhaupt eine Konzession neu festzulegen ist. Denn die Grundlage einer neuen Konzession ist, falls es kommt, das neue Gesetz. Andernfalls besteht die Gefahr, dass mit einer neuen SRG-Konzession die Regelungen des Mediengesetzes präjudiziert werden und der Handlungsspielraum des Parlamentes eingeschränkt wird. Dies ist auch demokratiepolitisch nicht akzeptabel.

- Die Service Public Diskussion ist nach wie vor vollumfänglich im Gange. Das Resultat dieser Diskussion ist offen. Mit einer neuen Konzession wird der öffentliche Service Public-Diskurs präjudiziert, ja recht eigentlich abgewürgt. Dies ist politisch falsch. Die Diskussion muss vielmehr weitergeführt werden und darf nicht durch eine neue Konzession in künstlich erzeugte Sachzwänge gebracht werden. Das Resultat dieser Diskussion, also ein neuer politischer Konsens, hat sich dann in einer neuen Konzession niederzuschlagen.
- Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Medienlandschaft und die regulatorische Einflussnahme auf die Marktverhältnisse im Sinne der Schaffung einer Marktordnung ist noch unklar. Auch unter diesem Gesichtspunkt geht es fehl, Regulierungen durch die zuständigen Organe mittels einer neuen SRG-Konzession zu präjudizieren.

Auch der Verband Schweizer Medien hat in seiner Vernehmlassung diverse Gründe angeführt, weswegen derzeit die SRG-Konzession nicht erneuert, sondern ganz einfach verlängert werden sollte. Die AZ Medien ist genau derselben Auffassung und teilt die in der Vernehmlassung des Verbandes Schweizer Medien geäusserten Argumente.

## **II. Allgemeine Bemerkungen**

### a) Grundlage für eine nahezu unbegrenzte SRG-Expansion

Das Projekt einer neuen SRG-Konzession vernachlässigt nach Auffassung der AZ Medien die neuesten medienpolitischen Entwicklungen. Auch wenn das Resultat der Volksabstimmung über die No-Billag Initiative eindeutig ausgefallen ist, herrscht weitem die Auffassung vor, dass mit Bezug auf die SRG und deren Expansion ein Marschhalt einzulegen ist. Der Generaldirektor der SRG, Gilles Marchand, hat selber verlauten lassen, bezüglich der Strategie der SRG über die Bücher gehen zu wollen. Es ist offensichtlich und zu begrüßen, dass in der SRG-Spitze ein Umdenken begonnen hat. Dies auch völlig zu Recht. Die relativ massive Ablehnung der No-Billag Initiative erfolgte vor allem darum, weil diese zu extrem war. Demgegenüber bedeutet die Ablehnung nicht ein Votum für den Status Quo, sondern durchaus auch für massvolle Veränderungen. Nicht vergessen werden darf in diesem Zusammenhang auch, dass die Referendumsabstimmung über die RTVG-Revision (insb. Einführung der Abgabe) äusserst knapp verlief. Die Öffentlichkeit ist, auch wenn sie den Service Public durchaus zu

schätzen weiss, viel SRG-kritischer geworden.

Davon ist im Entwurf für eine neue SRG-Konzession nichts zu spüren. Dieser ist nach wie vor geprägt von einer unverminderten Unterstützung des nunmehr Jahre dauernden Expansionsdranges der SRG in immer neue Medienmärkte zulasten der privaten Unternehmungen. Die Dominanz der SRG als umsatzstärkste Medienunternehmung der Schweiz soll auf diese Weise noch zusätzlich ausgebaut werden. Die AZ Medien sind aus offensichtlichen, zusammenfassend unter I. dargelegten Gründen gegen eine solche Expansion.

#### b) Verletzung von Verfassung und Gesetz

Das grosse Problem des Entwurfs für eine neue SRG-Konzession ist einmal, dass auf diese Weise ein *fait accompli* geschaffen würde, welche den medienpolitischen Spielraum stark einengt. Es wäre dies ein *fait accompli* vor allem auch zulasten der privaten Medienunternehmungen. Dies gilt vor allem für einen weiteren Ausbau der Onlineaktivitäten der SRG. Mit der neuen Konzession sollen hier ganz offensichtlich neue Fakten geschaffen werden in dem Sinne, dass online nun eindeutig ein eigenständiges Standbein der medienrelevanten SRG Aktivitäten darstellen soll, dies neben Radio und Fernsehen. Dies ist nach Auffassung der AZ Medien verfassungswidrig:

- Verletzt wird einmal der Gehalt von Art. 93 Abs. 4 BV, der eine Rücksichtnahme gegenüber den Printmedien verlangt. Diese Rücksichtnahme hat heutzutage vor allem eine Bedeutung im Online-Bereich.
- Online wird sodann von der Definition des *Service public* in Art. 93 Abs. 2 BV nicht erfasst. Diesbezüglich unterscheidet sich Art. 93 Abs. 2 BV von Art. 93 Abs. 1 BV der dort über den Rundfunk hinausgehende Regelungsmöglichkeiten des Bundes vorsieht. Demgegenüber bezieht sich die Umschreibung des *Service public* ausdrücklich nur auf Radio und Fernsehen. Es fehlt damit an einer Verfassungsgrundlage für eine Konzessionierung der SRG auch mit Bezug auf einen umfassenden Onlineauftritt. Online kann und darf unter der geltenden Verfassung nicht zu einem eigenständigen Standbein der SRG neben Radio und Fernsehen werden.

#### c) Unterminierung des seinerzeitigen Online-Kompromisses

Es ist unter diesem Gesichtswinkel schwierig zu verstehen, warum unter einer neuen SRG-Konzession online einen derart wichtigen Stellenwert einnehmen soll. Dies unterminiert und verletzt letztlich auch die seinerzeit gefundene Einigung zwischen der SRG, dem Departement und den privaten Medienunternehmungen mit Bezug auf den Onlineauftritt der SRG im Allgemeinen und mit Bezug auf den Umfang von Textnachrichten im Besonderen, auch wenn sich diese im Konzessionsentwurf wiederfindet. Praktisch wird sie durch neue Online-Aktivitäten unterspült. Einmal mehr, so muss man feststellen, erfolgen schrittweise immer mehr Zugeständnisse an die SRG und deren Entfaltungsmöglichkeiten online. Während es

früher insbesondere gestützt auf die immer noch anwendbaren Bestimmungen des RTVG die herrschende Doktrin war, dass die Onlineaktivitäten der SRG eine rein ergänzende Funktion zu den Rundfunkprogrammen haben sollen, wird nun aufgrund des vorgeschlagenen Konzessionsentwurfs mehr wie deutlich, dass Online neben dem Radio und dem Fernsehen das dritte Standbein der medialen SRG-Aktivitäten sein soll. Für die privaten Medien kommt dies einem Dammbbruch gleich, wie nachfolgend zu erläutern ist. Nach Auffassung der AZ Medien hat ein derartiger, eigenständiger Onlineauftritt der SRG, der losgelöst von einer rundfunkprogrammergänzenden Funktion ist und über diese hinausgeht, keine Basis im RTVG und erst recht keine Basis in der Verfassung.

#### d) Ausdehnung der Marktbeherrschung der SRG zulasten Privater

Man kommt nicht umhin festzustellen, dass die Bedeutung dieser Problemstellung ganz offensichtlich massiv unterschätzt wird. Die SRG ist die grösste Medienunternehmung der Schweiz mit einer umfassenden gesetzlichen Konzession im Rundfunkbereich und einer gesetzlich garantierten und damit gesicherten Finanzierung in einer Grössenordnung, die die finanzielle Leistungskraft der grössten privaten Medienunternehmung der Schweiz, der Tamedia, übertrifft. In dieser Position hat die SRG eine völlig andere, privilegierte Marktposition beim Zugang zu Online und damit zum Publikum im Vergleich zu privaten Medienunternehmungen, welche ihre Onlineaktivitäten in der Regel über die Werbung, seltener über Bezahl-schranken zu finanzieren haben. Der Marktvorteil der SRG ist hierbei ein mehrfacher: Es beginnt mit der finanziellen Ausstattung. Es geht weiter über eine marktbeherrschende Stellung im Rundfunkbereich sowie den benachbarten Märkten, was es der SRG ermöglichte, ohne gesetzliche oder konzessionsrechtliche Einschränkungen auch Online eine zentrale Stellung einzunehmen. Schon jetzt zählt die SRG-Homepage zu den beliebtesten und meistbesuchten der Schweiz. Die enormen finanziellen Ressourcen der SRG verbunden mit den enormen Ressourcen an publizistischen Material (Text, Bild, Ton etc.) verschafft ihr eine einmalige, kaum zu übertreffende Stärke.

Würde man der SRG wie im Konzessionsentwurf vorgesehen praktisch unbeschränkte Betätigungsmöglichkeiten online zugestehen, so könnte die SRG in Kernbereiche der publizistischen Aktivitäten privater Medienunternehmungen eindringen und ihre Marktposition ausserhalb des Rundfunkbereichs noch zusätzlich verstärken. Die privaten Medienunternehmungen haben Entwicklungs- und Expansionsmöglichkeiten praktisch nur online. Im Rundfunk sind ihre Entwicklungsmöglichkeiten als Folge der Dominanz der SRG und der grossen Konkurrenz auch durch ausländische Programmveranstalter sehr beschränkt. Es fehlt dort mithin an breiteren Entfaltungsmöglichkeiten. Der Printmedienbereich ist schon seit Jahren, sieht man von gewissen Special Interest-Titeln sowie lokal-regionalen Printmedienangeboten ab, stark rückläufig. Als Betätigungsfeld bleibt den privaten Medienunternehmungen je länger desto mehr nur noch online. Gerade dort werden sie indessen in ihren Entwicklungsmöglichkeiten entscheidend behindert, falls eine weitere Onlineexpansion der SRG ermöglicht wird. Dies würde auf den Onlinemärkten die Marktverhältnisse entscheidend und irreversibel verändern. Die SRG hätte so gute Chancen, in vielen relevanten Medienmärkten zur Schweizer

Nummer 1 zu werden und könnte zusätzliche marktbeherrschende Positionen erringen. Dabei würde ihr die gesetzlich garantierte Finanzierung entscheidend helfen. Es bestehen mithin auf den Onlinemärkten nicht ansatzweise gleich lange Spiesse zwischen der gesetzlich finanzierten SRG einerseits und den sich über Werbe-, Abo- und Bezahlschranken finanzierenden privaten Medienunternehmungen. Damit würde die schweizerische Medienordnung auch unter dem Gesichtswinkel der Medienvielfalt erst recht in eine Schieflage geraten.

Die AZ Medien ist aus den erwähnten Gründen der Ansicht, dass zur beabsichtigten SRG-Konzession eine Stellungnahme bzw. ein Gutachten der Wettbewerbskommission einzuholen ist. Im Zentrum muss hierbei die Frage stehen, ob es wettbewerbsrechtlich zulässig ist, einer marktbeherrschenden Unternehmung als Folge eines gesetzlichen Leistungsauftrages im öffentlichen Interesse und einer gesetzlich garantierten Finanzierung durch eine Neuregelung des Leistungsauftrags in einer Konzession Zugang in benachbarte Märkte zulasten der dort präsenten privaten Unternehmungen zu verschaffen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich als Folge der gesetzlichen gewollten Marktbeherrschung in den Rundfunkmärkten wegen der die Mediengattungen verwischenden Digitalisierung diese Marktbeherrschung auf benachbarte Märkte überträgt oder zumindest einen wesentlich erleichterten Marktzugang ermöglicht.

#### e) Klare Marktordnung erforderlich

Der Entwurf einer neuen SRG-Konzession zeigt einmal mehr, wie dringend eine klare Abgrenzung des Service public der SRG zu den Medienaktivitäten der privaten Medienunternehmungen ist. Während früher sich diese Abgrenzung gewissermassen ganz natürlich ergab, indem Rundfunk zum Service public der SRG zählte, Print demgegenüber zu den privaten Medienaktivitäten, hat die digitale Revolution diese Grenze aufgelöst. Anstatt diese Grenze in einer neuen Konzession klar zu umschreiben, verwischt der vorgelegte Entwurf diese zusätzlich. Es kann indes unter der geltenden Verfassung nicht sein, dass diese Grenze allein zugunsten der SRG verschoben wird. Es braucht vielmehr eine neue, klare Marktordnung mit einem klaren Fundament in der Verfassung und eindeutigen gesetzlichen Regelungen, welche der SRG als grösste, gesetzlich finanzierte Medienunternehmung in ihrer Expansion in den verschiedenen Märkten Grenzen setzt. Was demgegenüber derzeit geschieht, ist ein stetes Vordringen der SRG in immer mehr Märkten ohne Gesetzesanpassung, ohne die hierfür erforderliche Verfassungsänderung, vielmehr bloss auf Verordnungs- und Konzessionsstufe. Dies ist auch rechtsstaatlich nicht statthaft.

#### f) Service Public-Debatte geht weiter

Es ist zudem in Erinnerung zu rufen, dass die Service public Debatte keineswegs abgeschlossen ist. Das Resultat der No-Billag-Initiative hat nur gezeigt, in welche Richtung es nicht gehen soll, nicht aber, wie der Service public der Zukunft aussehen soll. Diese Diskussion darf nicht auf dem Wege einer Konzessionsanpassung in einer Weise präjudiziert werden, dass die künftige Ausgestaltung des Service public praktisch schon determiniert ist. Dies wäre auch nicht demokratisch. Zuerst müssen mithin die regulatorischen Grundlagen des Service public

erneuert sowie eine Marktordnung geschaffen werden, welche die Märkte transparent abgrenzt. Mit Bezug auf die Ausgestaltung des Service public sind hier unter anderem als massgebende Gesichtspunkte das Vorliegen eines Marktversagens hervorzuheben, die Reduktion von Mainstream-Unterhaltung zugunsten des Ausbaus und der qualitativen Verbesserung der Informationsangebote etc. Das beabsichtigte Vorgehen im Zusammenhang mit der SRG-Konzession macht demgegenüber genau das Gegenteil: Mittels Konzessionsanpassungen werden in zentralen Bereichen faits accomplis geschaffen, welche dann die beabsichtigten Regulierungen als Sachzwänge determinieren. Genau dies gilt es zu vermeiden.

### **III: Zu einzelnen Bestimmungen der SRG-Konzessionsentwurfs**

#### **1. Vorbemerkung**

Die folgenden Bemerkungen beschränken sich auf einzelne Bestimmungen der vorgeschlagenen neuen SRG-Konzession. Grundsätzlich sind die AZ Medien der Auffassung, dass die bestehende Konzession verlängert werden sollte, bis wesentliche politische Grundentscheidungen gefällt worden sind. Die Kommentierung einzelner Bestimmungen darf mithin nicht als Zustimmung zum Revisionsprojekt missverstanden werden.

#### **2. Zum 1. Abschnitt: Allgemeines**

Art. 3 regelt neu Grundsätze betreffend das publizistische Angebot. Demgegenüber entfällt die Umschreibung eines Programmauftrages wie derzeit in der geltenden Konzession gemäss Art.2. Es ist wohl davon auszugehen, dass die im zweiten Abschnitt festgelegten Grundsätze zu den einzelnen Bereichen des publizistischen Angebotes den Programmauftrag ersetzen.

Art. 3 Abs. 1 legt mit aller Deutlichkeit fest, dass das publizistische Angebot der SRG aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus Onlinebeiträgen besteht. Damit erhalten Onlinebeiträge dasselbe Gewicht wie Radio- und Fernsehprogramme, wofür weder eine verfassungsrechtliche noch eine einfachgesetzliche Grundlage besteht. Nochmals: Der Service public von Art. 93 Abs. 2 BV ist beschränkt auf Radio und Fernsehen. Der Verfassungsgeber hätte es seinerzeit ohne weiteres in der Hand gehabt, auch die in Abs. 1 verwendeten weiteren Formen der fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen in Abs. 2 aufzunehmen. Dies hat er nicht gemacht. Die Schlussfolgerung ist denkbar einfach: Es gibt von Verfassungs wegen keinen über den Rundfunk hinausgehenden Service public. Art. 3 Abs. 1 der vorgeschlagenen Konzession ist daher verfassungswidrig. Dieselben Schlussfolgerungen ergeben sich auch aus dem RTVG. Der Programmauftrag in Art. 24 als verfassungsrechtlicher Auftrag bezieht sich auf Radio und Fernsehen. Art. 25 Abs. 3 b RTVG bezieht sich zwar auf den Umfang des übrigen publizistischen Angebots, das zur Erfüllung des Programmauftrages notwendig ist. Gerade aus dieser Umschreibung („zur Erfüllung des Programmauf-

trages notwendig“) ergibt sich mit aller Deutlichkeit, dass das übrige publizistische Angebot funktional auf den verfassungsrechtlichen Leistungsauftrag, also auf Radio und Fernsehen bezogen ist und keine eigenständige Bedeutung haben kann. Darauf geht der erläuternde Bericht mit keinem Wort ein! Art. 3 Abs. 1 der vorgeschlagenen Konzession ist daher auch gesetzeswidrig. In der Konzession wird dies terminologisch dadurch verwedelt, dass anstelle vom verfassungsrechtlichen Auftrag wie im RTVG ganz allgemein vom publizistischen Angebot die Rede ist, wofür dann gemeinsame Grundsätze aufgestellt werden. Das Gesetz macht indessen eine klare Unterscheidung zwischen dem Programmauftrag als verfassungsrechtlicher Auftrag im Bereich von Radio und Fernsehen einerseits und dem übrigen publizistischen Angebot andererseits. An diese Unterscheidung hat sich auch die Konzession zu halten. Die derzeit geltende Konzession geht denn auch richtigerweise vom Programmauftrag aus.

Art. 3 des Konzessionsentwurfs erweist sich mithin in seiner Gesamtheit insoweit weder als verfassungs- noch als gesetzeskonform. Der Versuch ist offensichtlich, Online, Radio und Fernsehen auf dieselbe Stufe zu stellen und alle drei Vektoren als gesamtes publizistisches Angebot der SRG zu verstehen und denselben Grundsätzen zu unterstellen. Nochmals: Dies genügt den Verfassungs- und gesetzlichen Vorgaben nicht, sondern verletzt diese.

Art. 4 regelt die Qualitätssicherung. Die Bestimmung ist eine weitere Bestätigung des Umstandes, dass online zu einem eigenständigen, ausgebauten Standbein der SRG werden soll, beziehen sich doch die Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung auf das gesamte publizistische SRG-Angebot, also auch auf online. Weil dies so geschieht, gerät ein ganz zentraler Aspekt mit Bezug auf die Anforderungen an die Qualität des Angebotes aus dem Fokus: nämlich die Ausrichtung der Angebote an den Programmauftrag. Das publizistische Angebot der SRG hat in erster Linie den Programmauftrag zu erfüllen. Dies ergibt sich aus Verfassung und Gesetz.

Art. 5 regelt den Dialog der SRG mit der Öffentlichkeit. Etwas überrascht nimmt man zur Kenntnis, dass die SRG bloss mindestens alle zwei Jahre über ihre Unternehmens- und Angebotsstrategie zu informieren hat. Von einer Medienunternehmung, insbesondere wenn es sich um die grösste der Schweiz handelt, kann man erwarten, dass sie kontinuierlich den Dialog mit der Öffentlichkeit sucht, dies auch in strategischer Hinsicht.

### **3. 2. Abschnitt: Die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebotes**

Die Bestimmungen in diesem Abschnitt sind im Detailierungsgrad neu. Die Umschreibungen sind ambitiös. Sie beziehen sich auf das publizistische Angebot ganz allgemein, also auch auf die Onlinebeiträge. Mit keinem Wort geht indes der erläuternde Bericht darauf ein, dass diese Bestimmungen sich in ihrer Gesamtheit auch auf Online beziehen. Indes wird erneut klar, dass Online zu einem zentralen Standbein der publizistischen Leistungen der SRG werden sollen, was aus den erwähnten Gründen nicht zulässig ist.

Eine Bestätigung findet dies in Art. 6 Abs. 3 der vorgeschlagenen Konzession. Es ist offensichtlich, dass mit dieser Bestimmung gruppenspezifische Onlineangebote legitimiert werden sollen, insbesondere gegenüber Jugendlichen. Dafür fehlt die Verfassungs- und Gesetzesgrundlage.

Ausserordentlich knapp ist der Bildungsauftrag umschrieben. Dieses ist erstaunlich: gerade hier kann sich der Service public besonders entfalten, weil private Medien in diesem Bereich kaum aktiv sind. Hier könnte ein Service public komplementär wirken, denn hier liegt wohl ein Marktversagen vor. Die stiefmütterliche Behandlung der Bildung zeigt sich auch im Vergleich zur Unterhaltung, der ein Artikel mit vier Absätzen gewidmet ist. Es ist mithin offensichtlich, dass der Unterhaltung nach wie vor ein enorm wichtiger Stellenwert zukommen soll, obschon es dort absolut genügend Angebote Privater gibt, wenn man z. B. an Netflix und ähnliche Anbieter denkt. Ein Marktversagen ist bei der Unterhaltung nicht festzustellen. Der in Art. 9 Abs. 1 zum Ausdruck gelangte Anspruch, innerhalb des Unterhaltungsangebotes der elektronischen Medien eine Leitbildfunktion wahrnehmen zu wollen, erscheint hierbei als reichlich präventios und wird mehr in entsprechenden Selbstdeklarationen bestehen als in eine reale Leitbildfunktion münden.

Was die Regelung des Sports in Art. 10 des Konzessionsentwurfes anbelangt, so tritt diese neue Bestimmung zur Unterhaltung hinzu. Damit wird konzessionsrechtlich die dominante Bedeutung der Unterhaltung sowie unterhaltungsähnlicher Inhalte erst recht deutlich. Zum Schutz der Privatveranstalter ist Abs. 3 wie folgt zu ergänzen: "Sie ist bestrebt, beim Rechteerwerb Kooperation mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen und ihre marktbeherrschende Position beim Rechteerwerb nicht auszunützen."

#### **4. Zu 3. Abschnitt: Querschnittaufgaben**

Was ist unter "laufend neue eigene publizistische Angebote" in Art. 11 Abs. 1 zu verstehen? Ist dies eine Aufforderung zum laufenden Ausbau der publizistischen Aktivitäten der SRG? Sollte dies das Verständnis sein, ist diese Bestimmung abzulehnen. Es sei daran erinnert, dass Art. 93 Abs. 4 BV den Rundfunk und insbesondere die SRG zu einer Rücksichtnahme gegenüber privater Medienunternehmungen verpflichtet. Dies schliesst es aus, das Angebot laufend zu erweitern. Wie bereits ausgeführt ist es vielmehr von Bedeutung, regulatorisch die Grenzen zwischen den Aktivitäten der SRG und privater Unternehmungen und Anbieter klarer zu umschreiben. Art. 11 Abs. 1 bewirkt das Gegenteil.

Was die Angebote für junge Menschen gemäss Art. 13 des Konzessionsentwurfes anbelangt, so sind solche Angebote dann sinnvoll, wenn der Markt diese nicht anbietet.

## 5. **Zu 4. Abschnitt: Programme und übriges publizistisches Angebot**

In Art. 16 der Konzession sollen die bestehenden Radioprogramme festgeschrieben werden. Die AZ Medien sind der Auffassung, dass das dritte Programm gemäss Art. 16 Abs. 1 Bst. a) 3. nicht erforderlich ist, weil es hier kein Marktversagen gibt.

Die AZ Medien nimmt sodann zur Kenntnis, dass nach Art. 16 Abs. 1 Bst. f) der Anteil an Schweizer Musik mindestens 50% betragen soll. Nach Ansicht der AZ Medien ist dies nicht realistisch.

In Art. 17 werden die bisherigen Fernsehprogramme festgeschrieben. Die AZ Medien bezweifeln, dass es ein deutschsprachiges Fernsehprogramm braucht, das aus Informationssendungen und –beiträgen besteht. Derartige Beiträge, die zuvor in den Programmen ausgestrahlt worden sind, können auch auf Abruf konsumiert werden. Dies sollte genügen.

Ablehnend steht der AZ Medien der zielgruppenspezifischen Werbung gegenüber. Es ist überraschend und auch befremdlich, dass im Konzessionsentwurf diese Werbeform erwähnt wird, nachdem eben erst die Vernehmlassung zur entsprechenden RTVV-Anpassung abgeschlossen worden ist und ein wesentlicher Teil der Medienbranche dieser Werbeform mit Bezug auf die SRG ablehnend gegenübersteht.

Zu Kritik Anlass gibt sodann die Regelung des übrigen publizistischen Angebotes in Art. 18 des Konzessionsentwurfs. Zwar wird in dieser Bestimmung der Gehalt von Art. 25 Abs. 3 RTVG aufgenommen. Im Zentrum des übrigen publizistischen Angebotes gemäss Konzessionsentwurf stehen aber Onlineangebote. Diese sollen ja durch die Konzession eine massive Aufwertung erfahren und sollen neu auch den Regelungen zu den einzelnen Bereichen des publizistischen Angebotes unterliegen. Diese allgemeinen Normen sowie der Umstand, dass Online zu einem eigenständigen publizistischen Standbein der SRG werden soll, übersteuern die vorgeblich Grenzen setzenden Regelungen von Art. 18 weitgehend. Die AZ Medien sind ferner der Auffassung, dass die in Abs. 2 Bst. a) erwähnten Audioinhalte und audiovisuellen Inhalte sich auf vorher linear ausgestrahlte Beiträge zu beschränken haben, da sonst die SRG schrankenlos eigenständige audiovisuelle Inhalte produzieren und verbreiten kann. Dies wäre eine nicht akzeptable Konkurrenzierung der privaten Medien und hätte zur Folge, dass der Onlineauftritt der SRG eine noch stärkere Beachtung erhielte als schon jetzt.

Entscheidend wichtig ist, dass der SRG verboten wird, zeitungähnliche Texte zu verbreiten, dass sie also gänzlich auf die Verbreitung von nachrichtlichen Texten ohne Sendungsbezug verzichtet, wie sie dies selber vorgeschlagen hat. Bei Texten mit Sendungsbezug muss zwingend die Beschränkung auf höchstens 1000 Zeichen gelten. (Die vorgeschlagene Regelung einer Beschränkung auf 1000 Zeichen bei Inhalten ohne Sendungsbezug ist insofern ein Witz, als die SRG diese ohne weiteres mit eigenständigen audiovisuellen Inhalten überspielen könnte). Das Hauptproblem bleibt, dass die SRG überhaupt derart ausgedehnt ihr übriges publizistisches Angebot ausbauen kann, dies namentlich mit Bezug auf Audioinhalte und au-

diovisuellen Inhalte.

Vorbehalte haben die AZ Medien auch gegenüber einem multimedialen Angebot für die italienische Sprachregion gemäss Absatz 1 Bst. d). Ein derartiges Angebot ist letztlich gegen die privaten Medienunternehmungen, die im Tessin aktiv sind, gerichtet.

## **6. Zum 5. Abschnitt: Verbreitung**

Von besonderem Interesse für die AZ Medien ist die Regelung der Verbreitung in Art. 22 des Konzessionsentwurfs. Die Verbreitung der Radio- und Fernsehprogramme gemäss Bst. a) dieser Bestimmung ist völlig unbestritten und ein legitimes Anliegen der SRG. Dies gilt demgegenüber nicht für originäre Beiträge über politische, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse von sprachregionaler oder nationaler Bedeutung. Der einzige Zweck dieser Bestimmung ist es, online aufzuwerten und zu einem eigenständigen Standbein der SRG zu machen, was aus den bereits erwähnten Gründen verfassungs- und gesetzeswidrig ist. Wichtige Ereignisse von sprachregionaler oder nationaler Bedeutung sind über den Rundfunk zu verbreiten.

## **7. Zum 6. Abschnitt: Produktion und Zusammenarbeit**

In diesem Abschnitt ist für die AZ Medien vor allem die Regelung der Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmungen von Bedeutung. Es fällt auf, dass in Art. 31 diese Zusammenarbeit sehr zurückhaltend umschrieben ist. Wieso können die Bereiche der Zusammenarbeit nicht erweitert werden, dies auch im Interesse der Medienvielfalt? Die AZ Medien sind der Auffassung, dass die Konzessionsgrundlage für die Zusammenarbeit viel breiter zu umschreiben ist, dies auch im Sinne einer allgemeinen Öffnungsklausel. Diese kann wie folgt lauten: „Die SRG arbeitet mit schweizerischen Medienunternehmungen auf den verschiedensten Ebenen zusammen, dies auch im Interesse der Meinungsvielfalt. Sie unterstützt diese Medienunternehmungen u. a. damit, dass sie Sendeinhalte den anderen Medienunternehmungen zu Vorzugskonditionen anbietet.“

## **8. Zum 8. Abschnitt: Berichterstattung und Aussicht**

Von besonderer Bedeutung für die AZ Medien ist der vorgeschlagene Artikel 38<sup>bis</sup>, zur Unterstützung von Medienprojekten. Die AZ Medien ist der Auffassung, dass überschüssige Werbeeinnahmen zugunsten der privaten Medienunternehmungen durch eine entsprechende Erhöhung des Abgabeteils verwendet werden sollten. Alternativ ist die Möglichkeit vorzusehen, dass der Bundesrat die Werbezeiten reduzieren kann.

## 9. Fazit

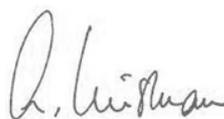
Es gibt sehr gewichtige Gründe gegen die Absicht, der SRG eine neue Konzession zu erteilen: Die Vorlage geht eindeutig in die falsche Richtung und enthält Bestimmungen, die verfassungs- und gesetzeswidrig sind. Dies gilt insbesondere für die massive Online-Expansion, welche der Entwurf ermöglichte. Daher ist die Vorlage abzulehnen und das Projekt zurückzuziehen. Die bisherige Konzession ist zu verlängern, bis wesentliche politische und regulatorische Entscheide gefällt sind. Anschliessend kann die SRG-Konzession neu formuliert werden.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Argumente. Verfasser dieser Stellungnahme ist Prof. Dr. Urs Saxer. Er hat sie in enger Zusammenarbeit mit unseren Verantwortlichen verfasst. Für Rückfragen stehen wir gerne zu Verfügung.

AZ Medien AG



Peter Wanner  
Verleger



Axel Wüstmann  
CEO

Postgasse 68  
Postfach  
3000 Bern 8  
www.rr.be.ch  
info.regierungsrat@sta.be.ch

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44 / Postfach 252  
2501 Biel

per E-Mail an:  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

28. März 2018

RRB-Nr.: 317/2018  
Direktion Staatskanzlei  
Unser Zeichen 2018.STA.159  
Ihr Zeichen  
Klassifizierung Nicht klassifiziert



## **Vernehmlassung des Bundes: Konzession für die SRG SSR. Stellungnahme des Kantons Bern**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Der Regierungsrat des Kantons Bern dankt Ihnen für die Gelegenheit, sich zur genannten Vorlage äussern zu können.

Der Regierungsrat stimmt der Vernehmlassungsvorlage grundsätzlich zu. Der Kanton ist nicht direkt davon betroffen.

Der Service-public-Auftrag in der SRG-Konzession soll geschärft werden. Der Regierungsrat begrüsst ausdrücklich, dass die SRG ihrer politischen und gesellschaftlichen Rolle einen hohen Stellenwert einräumen muss und zu einer sachlichen, qualitativ hochstehenden Berichtserstattung verpflichtet wird.

Ebenfalls ausdrücklich begrüsst wird der Auftrag an die SRG, mit ihrem Angebot zu Bildung und Wissen beizutragen und insbesondere die Beteiligung junger Menschen am politischen und gesellschaftlichen Leben zu fördern. Ebenso wird unterstützt, dass in der neuen Konzession die gelebte Vielfalt der Schweiz stärker betont wird, indem die Lebenswirklichkeit von Menschen mit Migrationserfahrung bei der Programmgestaltung der SRG einen höheren Stellenwert erhalten soll.

Daneben unterstützt der Regierungsrat auch den Auftrag an die SRG zur Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen und damit die Umsetzung eines Shared-Content-Modells.

Der Regierungsrat dankt Ihnen für die Berücksichtigung seiner Anliegen.

Freundliche Grüsse

**Im Namen des Regierungsrates**

Der Präsident

Bernhard Pulver

Der Staatsschreiber

Christoph Auer

Verteiler

- Erziehungsdirektion
- Volkswirtschaftsdirektion
- Staatskanzlei

Regierungsrat, Rathausstrasse 2, 4410 Liestal

Per E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Liestal, 20. März 2018

## **Konzession für die SRG SSR: Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 ersuchen Sie uns, im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens zum rubrizierten Thema unsere Stellungnahme abzugeben, was wir hiermit gerne tun.

Der Regierungsrat des Kantons Basel-Landschaft begrüsst grundsätzlich den Entwurf der Konzession für die SRG SSR. Er nimmt zustimmend zur Kenntnis, dass es sich dabei um eine Übergangskonzession handelt, die ab 1. Januar 2019 bis zum Vorliegen eines neuen Gesetzes über die elektronischen Medien gelten soll. Insofern ist der Entwurf einerseits eine Fortschreibung bewährter Regelungen; gleichzeitig enthält er neue Bestimmungen und Konkretisierungen, die die aktuellen Debatten zum Service Public-Auftrag der SRG berücksichtigen.

### **Bemerkung zur Geltungsdauer**

Die Tatsache, dass es sich um eine Übergangskonzession handelt, kommt unseres Erachtens in Art. 42 des Entwurfs zu wenig zum Ausdruck. Die Konzession sollte – wie in Art. 42 Abs. 1 vorgesehen – bis am 31. Dezember 2022 befristet sein. Eine nochmalige Verlängerung (ohne Änderungen) erachten wir nur dann als sinnvoll, wenn das vom UVEK geplante neue Gesetz über elektronische Medien nicht rechtzeitig in Kraft treten kann.

Wir schlagen deshalb folgende Formulierung für Abs. 2 (im Text irrtümlich als Abs. 3 bezeichnet) vor:

*<sup>2</sup> Der Bundesrat kann die Konzession um höchstens vier Jahre verlängern, wenn bis am 1. Januar 2022 keine neuen rechtlichen Grundlagen für audiovisuelle Medien in Kraft getreten sind.*

### **Stellungnahme zu weiteren Bestimmungen**

Im Folgenden nehmen wir zu einzelnen Artikeln Stellung:

Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Wir begrüßen, dass das Online-Angebot (genauer geregelt in Art. 18. Abs. 2) neu explizit als Teil des Service Public erwähnt wird.

Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

Wir begrüßen die Verpflichtung der SRG zu mehr Transparenz und Bürgernähe. Die Rolle der Trägerschaft – namentlich der Mitgliedgesellschaften der SRG – wird an dieser Stelle allerdings nicht erwähnt und folgt erst in den Art. 32 ff. Wir regen an zu prüfen, ob bereits in Art. 5 auf Art. 32 ff. hingewiesen werden soll.

Art. 6 Absatz 6 Information

Wir begrüßen die bereits praktizierte Verpflichtung der SRG, mindestens die Hälfte ihrer Einnahmen aus Abgaben für den Bereich Information zu investieren.

Art. 7 Kultur

Wir begrüßen diese Bestimmungen.

Art. 9 und 10 Unterhaltung und Sport

Wir begrüßen die Verpflichtung, dass sich das Unterhaltungsangebot der SRG SSR substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter unterscheiden muss - ebenso die Verpflichtung, beim Einkauf fiktionaler Inhalte resp. von Sportrechten mit privaten Anbietern zu kooperieren, um die Einkaufsmacht zu bündeln.

Art. 13 Angebote für junge Menschen

Wir begrüßen die Verpflichtung der SRG SSR, Angebote für junge Menschen bereit zu stellen und damit diese Zielgruppe frühzeitig mit dem Service Public vertraut zu machen. Die explizite Erwähnung des Online-Angebots in Art. 3 bildet dafür eine notwendige Voraussetzung.

Art. 16 ff. Radioprogramme, Fernsehprogramme, übriges publizistisches Angebot

Die Fortschreibung des Status Quo ist vertretbar, weil es sich um eine Übergangskonzession handelt. Betreffend Möglichkeit, Fernsehprogramme mit zielgruppenspezifischer Werbung auszustrahlen, verweisen wir auf unsere unterstützende Stellungnahme im Rahmen der Revision der Radio- und Fernsehverordnung. Die Restriktionen für die Online-Inhalte (Art. 18 Abs. 2) unterstützen wir.

Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Wir begrüßen die Verpflichtung, tagesaktuelle, audiovisuelle Inhalte anderen Unternehmen diskriminierungsfrei zur Verfügung zu stellen.

Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten

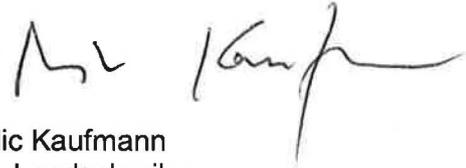
Wir bereits in der Vernehmlassung zur RTVV festgehalten, begrüßen wir ausdrücklich eine Mitfinanzierung der sda aus Erträgen der Haushaltsabgabe und unterstützen den Abschluss einer entsprechenden Leistungsvereinbarung zwischen UVEK und sda. Die Formulierung in Art. 38bis (als Alternative zu Art. 22 Abs. 2, lit. b und c des Entwurfs zur RTVV-Revision) ist diesbezüglich zu offen ("...oder zugunsten von sda-Projekten einzusetzen") und muss verbindlicher formuliert werden.

Wir danken für die Gelegenheit zur Stellungnahme und für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse



Dr. Sabine Pegoraro  
Regierungspräsidentin



Nic Kaufmann  
2. Landschreiber



Rathaus, Marktplatz 9  
CH-4001 Basel

Tel: +41 61 267 80 54  
Fax: +41 61 267 85 72  
E-Mail: [staatskanzlei@bs.ch](mailto:staatskanzlei@bs.ch)  
[www.regierungsrat.bs.ch](http://www.regierungsrat.bs.ch)

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 256  
2501 Biel  
Per Mail an:  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Basel, 28. März 2018

### **Regierungsratsbeschluss vom 27. März 2018**

#### **Konzession für die SRG SSR: Vernehmlassungsverfahren** Stellungnahme des Kantons Basel-Stadt

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens zur neuen Konzession für die SRG SSR Stellung nehmen zu können.

Wir unterstützen die Zielsetzungen, die der Bund mit der neuen Konzession verfolgt. Angesichts der Veränderungen, die die SRG SSR selber nach der Ablehnung der „No Billag“-Initiative angekündigt hat, muss die neue Konzession aber klar eine Übergangskonzession sein, was im vorliegenden Entwurf noch zu wenig zum Ausdruck kommt. Eine praktisch unveränderte Fortschreibung des heutigen publizistischen Angebots in Verbindung mit zusätzlichen Auflagen kann dazu führen, dass Veränderungen aufgeschoben werden müssen oder blockiert werden. Dies kann - zum Beispiel bei tieferen Erträgen aus Abgaben und Werbung - zu unerwünschten Folgen für die SRG SSR selber, aber auch zu Nachteilen für kommerzielle Veranstalter führen.

Im Folgenden nehmen wir zu einzelnen Artikeln Stellung:

#### Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Wir begrüssen, dass das Online-Angebot (genauer geregelt in Art. 18. Abs. 2) neu explizit als Teil des Service Public erwähnt wird.

#### Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

Wir begrüssen die Verpflichtung der SRG zu mehr Transparenz und Bürgernähe. Die Rolle der Trägerschaft – namentlich der Mitgliedgesellschaften der SRG.D – wird an dieser Stelle allerdings nicht erwähnt und folgt erst in den Art. 32ff. Wir regen an zu prüfen, ob bereits in Art. 5 auf Art. 32ff hingewiesen werden soll.

#### Art. 6 Abs. 6 Information

Wir begrüssen die bereits praktizierte Verpflichtung der SRG, mindestens die Hälfte ihrer Einnahmen aus Abgaben für den Bereich Information zu investieren.

#### Art. 7 Kultur

Wir begrüssen diese Bestimmungen.

Art. 9 und 10 Unterhaltung und Sport

Wir begrüßen die Verpflichtung, dass sich das Unterhaltungsangebot der SRG SSR substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter unterscheiden muss - ebenso die Verpflichtung, beim Einkauf fiktionaler Inhalte resp. von Sportrechten mit privaten Anbietern zu kooperieren, um die Einkaufsmacht zu bündeln.

Art. 13 Angebote für junge Menschen

Wir begrüßen die Verpflichtung der SRG SSR, Angebote für junge Menschen bereit zu stellen und damit diese Zielgruppe frühzeitig mit dem Service Public vertraut zu machen. Die explizite Erwähnung des Online-Angebots in Artikel 3 bildet dafür eine notwendige Voraussetzung.

Art. 16ff Radioprogramme, Fernsehprogramme, übriges publizistisches Angebot

Die Fortschreibung des Status Quo ist vertretbar, weil es sich um eine Übergangskonzession handelt. Betreffend Möglichkeit, Fernsehprogramme mit zielgruppenspezifischer Werbung auszustrahlen, verweisen wir auf unsere unterstützende Stellungnahme im Rahmen der Revision der Radio- und Fernsehverordnung. Die Restriktionen für die Online-Inhalte (Art. 18 Abs. 2) unterstützen wir.

Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Wir begrüßen die Verpflichtung, tagesaktuelle, audiovisuelle Inhalte anderen Unternehmen diskriminierungsfrei zur Verfügung zu stellen.

Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten

Wir bereits in der Vernehmlassung zur RTVV festgehalten, begrüßen wir ausdrücklich eine Mitfinanzierung der sda aus Erträgen der Haushaltsabgabe und unterstützen den Abschluss einer entsprechenden Leistungsvereinbarung zwischen UVEK und sda. Die Formulierung in Art. 38bis (als Alternative zu Art. 22 Abs. 2, lit. b und c des Entwurfs zur RTVV-Revision) ist diesbezüglich zu offen ("...oder zugunsten von sda-Projekten einzusetzen") und muss verbindlicher formuliert werden.

Art. 42 Inkrafttreten und Geltungsdauer

Wie bereits oben erwähnt, sollte die Übergangskonzession - wie in Art. 42 Abs. 1 vorgesehen - bis 31. Dezember 2022 befristet sein. Eine nochmalige Verlängerung (ohne Änderungen) erachten wir nur dann als sinnvoll, wenn das vom UVEK geplante neue Gesetz über elektronische Medien nicht rechtzeitig in Kraft treten kann.

Wir schlagen folgende Formulierung für Abs. 2 (im Text irrtümlich als Abs.3 bezeichnet) vor:  
<sup>2</sup> *Der Bundesrat kann die Konzession um höchstens vier Jahre verlängern, wenn bis am 1. Januar 2022 keine neuen rechtlichen Grundlagen für audiovisuelle Medien in Kraft getreten sind.*

Freundliche Grüsse

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Eva Herzog  
Vizepräsidentin



Barbara Schüpbach-Guggenbühl  
Staatsschreiberin

Geht per Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

2.2.2018

### Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Bürgerlich-Demokratische Partei (BDP) bedankt sich für die Gelegenheit zur Stellungnahme in obgenannter Vernehmlassung.

**Die BDP befürwortet grundsätzlich die Verlängerung der Konzession für die SRG. Die vorgeschlagene neue Konzession ist allerdings nicht nur eine Verlängerung der bestehenden Konzession, sie enthält auch inhaltliche Anpassungen. Die BDP fordert, dass bevor die 'neue' Konzession für die SRG erst nach der Beratung über das neue Bundesgesetz über die elektronischen Medien, basierend auf dem Ergebnis jener Beratungen neu definiert wird. Die Konzession, geltend ab 2019 soll nicht Änderungen vorwegnehmen, welche zuerst im Parlament ausdiskutiert werden müssen.**

Die geltende Konzession für die SRG gilt bis Ende 2018, deshalb ist es nur folgerichtig, dass die Konzession um vier Jahre verlängert wird, resp. eine Konzession für die Übergangszeit bis zum Abschluss der Beratungen über das neue Bundesgesetz über die elektronischen Medien vergeben wird. Allerdings müssen folgende Einwände beachtet werden:

Der Bundesrat hat am 17. Juni 2016 einen „Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien“ publiziert. Der Bericht war die Antwort auf ein Postulat, welches von der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerats zuhanden des Bundesrates eingereicht worden war. Es beauftragte die Exekutive mit der Prüfung der Service-public-Leistungen der SRG. Der Bericht kam zum Schluss, dass das Service-public-Angebot an die digitalen Verhältnisse angepasst werden müsste und stellte ein neues Gesetz über elektronische Medien in Aussicht. Bis es soweit ist, möchte er Anpassungen an der neuen Konzession für die SRG vornehmen.

Die anschliessende Debatte im Parlament verlief kontrovers: Ein Konsens liess sich nicht erzielen, oft genannt wurde jedoch, dass die SRG nicht weiter wachsen dürfe, dass hingegen das Angebot eher reduziert werden müsse. Der Nationalrat stimmte später dem Postulat seiner Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen zu, welches im Hinblick auf die Erteilung

der neuen SRG-Konzession den Bundesrat beauftragte darzulegen, wie der Service-public-Auftrag mit weniger Radio- und Fernsehsendern erfüllt werden kann.

Die vorliegende Vorlage zur Neukonzessionierung der SRG enthält nun nicht einfach nur eine Verlängerung der bisherigen Konzession, sondern auch inhaltliche Anpassungen: Die SRG soll unterscheidbarer gegenüber kommerziellen Veranstaltern, integrativer (u.a. Angebote für jüngeres Publikum anbieten), ihre Aufsicht soll verbessert und sie soll kooperativer werden. In Art. 17 wird plötzlich zielgruppenspezifische Werbung in Fernsehprogrammen ermöglicht – ein Punkt, der sehr umstritten ist. Diese Anpassungen setzen die Forderungen des Bundesrates im Bericht vom Juni 2016 um, jedoch nicht jene des Nationalrates.

Der Bundesrat hat verlauten lassen, dass er in diesem Jahr ein neues Gesetz über elektronische Medien in die Vernehmlassung schicken will. Im Rahmen dieser Vorlage wird eine umfassende Diskussion über die Marktgestaltung der neuen Medien und damit auch der Werbemöglichkeiten der verschiedenen Anbieter, aber auch eine umfassende Diskussion des Leistungsauftrags der SRG stattfinden. Denn auch die Service-public-Anbieter sollen aus Sicht der BDP die Möglichkeit bekommen, die neuen Medien nutzen zu können. Die SRG kann und soll in der Übergangsfrist bis zur Inkraftsetzung des Gesetzes über die elektronischen Medien auch ohne "neue" Konzession wie im heutigen Rahmen online publizieren.

Erst nach dem Beschluss eines neuen Gesetzes zu den elektronischen Medien, und basierend darauf, kann aber eine neue Konzession überhaupt definiert werden.

Die neue Konzession muss daher als Übergangslösung betrachtet werden. Eine Neudefinition der Konzession kann erst nach dem Inkrafttreten eines neuen Gesetzes zu den elektronischen Medien geschehen. Andernfalls könnte der Eindruck entstehen, dass der Bundesrat mit dieser Konzession das Parlament vor vollendete Tatsachen stellen will. Zudem würde mit dieser neuen Konzession die gesetzgeberische Reihenfolge nicht eingehalten: Normalerweise erfolgt zuerst ein Verfassungsartikel, dann ein Gesetz und erst zum Schluss eine Verordnung oder Konzession.

**Die BDP fordert demzufolge, dass die aktuell geltende Konzession als Übergangslösung für vier Jahre ggf nur leicht redaktionell angepasst, inhaltlich jedoch erst nach der Beratung über das neue Gesetz zu den elektronischen Medien substantiell erneuert wird. Eine ausgiebige Diskussion über das publizistische Angebot, die Programme und Distributionskanäle der Service Public Anbieter kann nicht im Rahmen einer Vernehmlassung erfolgen.**

Wir danken für die Prüfung und Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse



Martin Landolt  
Parteipräsident BDP Schweiz  
Schweiz



Rosmarie Quadranti  
Fraktionspräsidentin BDP

Office fédéral de la communication OFCOM  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

Par courriel :  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Paudex, le 27 mars 2018  
PGB

### **Procédure de consultation : nouvelle concession SSR**

Madame, Monsieur,

Nous avons pris connaissance du projet de nouvelle concession SSR, tel qu'il a été mis en consultation. Par la présente, nous souhaitons vous communiquer notre position.

#### Contexte

La concession SSR a vocation à compléter la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) en définissant de manière précise le mandat de la SSR, entreprise publique chargée d'assurer l'essentiel du service public audio-visuel en Suisse. La concession fixe l'organisation de la SSR, son fonctionnement, le nombre et le contenu de ses programmes, etc.

La concession SSR actuelle, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2008 pour une durée de dix ans, aurait dû être remplacée dès le 1<sup>er</sup> janvier 2018. Elle a été prolongée d'une année afin que la nouvelle concession entre en vigueur après la votation sur l'initiative populaire «No Billag», d'une part, et en même temps que la nouvelle LRTV, d'autre part. La nouvelle concession, qui fait l'objet de la présente consultation, entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2019 et sa durée sera limitée à quatre ans, dans l'idée que le projet de loi fédérale sur les médias électroniques aura abouti d'ici là.

#### Appréciation générale

Le texte mis en consultation reprend pour l'essentiel le contenu de la concession actuelle, en le présentant sous une forme qui nous apparaît un peu plus claire et logique, mais sans procéder à des changements profonds ou substantiels en ce qui concerne l'organisation de la SSR et de ses programmes et surtout l'étendue de ses activités.

Les principales nouveautés que nous identifions concernent

- l'exigence d'une meilleure «démarcation» des programmes de la SSR par rapport à ceux des médias privés («exigences qualitatives élevées») ;
- une analyse de la qualité des programmes par des experts externes à la SSR ;
- l'obligation d'un dialogue régulier et approfondi avec le public et la population (publication des résultats des contrôles de qualité, information sur la stratégie d'entreprise, discussion publique sur l'évaluation de cette stratégie) ;

- une accentuation de la collaboration avec les médias privés (contenus partagés, mise à disposition de contenus audio-visuels de la SSR) ;
- un contrôle financier plus étroit.

Ces nouveautés nous paraissent pertinentes et bienvenues. Elles sont susceptibles d'améliorer, ici ou là, l'activité de la SSR et l'image de cette dernière auprès du public. Toutefois, elles ne donnent lieu à aucune redéfinition ou tentative de redéfinition du service public dans la perspective de l'évolution actuelle de la société.

Pour mémoire, les reproches qu'on peut adresser à la SSR sont essentiellement de deux ordres :

- **L'offre journalistique de la SSR apparaît trop souvent orientée politiquement à gauche.** Cette orientation, quoique contestée par les responsables de la SSR, est nettement perceptible dans le ton, l'attitude, la connotation du vocabulaire, la répétition d'affirmations présentées comme allant de soi, le choix et l'angle d'approche des thèmes traités. Ces éléments relèvent d'un certain conformisme intellectuel (parfois qualifié de «mainstream médiatique») qui n'est certes pas lié à un parti politique en particulier, mais qui découle néanmoins d'une vision du monde qui n'est pas neutre et qui n'est pas partagée par tous les citoyens. Cette orientation se retrouve dans la plupart des médias et n'est donc pas spécifique à la SSR, même si elle est davantage problématique dans un service public. Afin de rééquilibrer la situation, il serait souhaitable que la SSR veille à engager des journalistes ayant des profils, des personnalités et des convictions plus variés. Nous sommes toutefois conscients qu'une telle exigence ne se laisse pas forcément transcrire de manière nuancée et efficace dans le cadre d'un mandat de prestations, et nous n'insistons donc pas pour intégrer cette préoccupation dans le présent projet de concession.
- **Le second reproche est que la SSR prend désormais une place excessive dans le paysage médiatique suisse.** Avec un budget dépassant 1,6 milliard de francs, avec plus de 6000 emplois, avec 17 chaînes de radio et 7 de télévision, le tout complété par une abondante offre sur internet, l'entreprise SSR, d'une part, exerce une concurrence parfois douloureuse pour les autres médias et, d'autre part, nécessite un financement que la population juge désormais excessivement lourd. L'évolution actuelle de la société est marquée par une multiplication des canaux de communication et d'information, que ce soit sous des formes traditionnelles ou nouvelles. Face à cette évolution, un service public audio-visuel reste nécessaire, mais uniquement pour remplir des fonctions non assumées par les autres médias (notamment la «cohésion médiatique» de la Suisse), et non pour occuper une place dominante dans l'information et le divertissement de la population.

Nous estimons que le problème du poids médiatique et financier excessif de la SSR, ainsi que celui de la concurrence envers les médias privés, auraient dû être pris davantage en compte dans le présent projet de nouvelle concession.

En ce qui concerne la concurrence envers les médias privés, nous apprécions la volonté de mettre davantage à disposition certains contenus audio-visuels de la SSR (art. 31). En revanche, nous nous opposons à la possibilité de diffuser de la publicité ciblée (art. 17 al. 5), ce d'autant plus que les responsables de la SSR eux-mêmes semblent avoir récemment accepté d'y renoncer ; nous avons déjà exprimé cette même position dans le cadre de la consultation sur le projet de révision de l'ORTV.

En ce qui concerne le poids médiatique et financier de la SSR, nous avons le sentiment que le projet de nouvelle concession ne remet rien en question et se contente de recopier ce qui existe, en repoussant à plus tard (et en laissant à une nouvelle génération de responsables politiques) la difficile tâche de redéfinir les contours et les limites du service public. Il aurait été utile et courageux de ne pas attendre la future loi fédérale sur les médias – qui n'est pas encore en consultation à l'heure où nous écrivons ces lignes, et dont le parcours parlementaire risque d'être semé d'embûches – et de proposer déjà quelques mesures de réforme dans le présent projet de consultation.

### Remarques de détail

Art. 6 al. 6 : l'affectation d'au minimum 50% des recettes de la redevance à des tâches d'information nous paraît absolument justifiée. Il s'agit en effet d'un minimum.

Art. 9 al. 2 : nous nous interrogeons sur le sens de l'expression «en toute décontraction», accolée à l'obligation de familiariser un large public avec diverses thématiques et questions de fond. Cette expression paraît incongrue dans un texte de portée normative.

Art. 17 al. 5 (publicité ciblée) à supprimer, conformément à la position exprimée dans notre appréciation générale.

### Conclusion

**Compte tenu de ce qui précède, nous n'avons pas de motif de nous opposer formellement au projet de nouvelle concession, excepté à son art. 17 al. 5. Nous ne pouvons cependant l'approuver avec enthousiasme, dans la mesure où il manque singulièrement d'ambition et de volonté de réforme.**

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre position et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.

Centre Patronal



Pierre-Gabriel Bieri

CVP Schweiz, Postfach, 3001 Bern

Per Mail: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, April 2018

## **Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR**

---

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie haben uns eingeladen zum Vernehmlassungsverfahren zur Erneuerung der Konzession für die SRG SSR Stellung zu nehmen. Für diese Gelegenheit zur Meinungsäusserung danken wir Ihnen bestens.

### **Allgemeine Bemerkungen**

Die CVP unterstützt die befristete Erneuerung der Konzession an die SRG SSR, welche ab dem 1. Januar 2019 in Kraft treten und längstens bis am 31. Dezember 2022 gelten soll.

Der mediale Service public muss ein Dienst an der Gesellschaft darstellen, welcher für eine funktionierende direkte Demokratie unerlässlich ist. Dem Service public kommt im Medienbereich die Aufgabe eines wichtigen demokratischen und staatspolitischen Instruments zu. Die SRG SSR muss darum gerade für Sendungen, welche die öffentliche Meinungsbildung fördern, mehr Platz einräumen. Generell müssen die SRG-Programme zur Bildung der Öffentlichkeit, zur kulturellen sowie sprachlichen Vielfalt und zur freien Meinungsbildung beitragen. Auch Unterhaltungssendungen gehören zum Kernauftrag der SRG. Dabei soll die SRG mehr eigene Unterhaltungsformate produzieren. Für die Sport- und Kulturbranche in der Schweiz ist dies zentral und es gehört zum Selbstverständnis unseres vielfältigen und vielsprachigen Landes. Ein attraktives Grundangebot ist Bestandteil davon.

Die klare Ablehnung der „No-Billag-Initiative“ vom 4. März 2018 hat gezeigt, dass die Schweizer Bevölkerung sich für einen starken Service public im Medienbereich ausspricht. Zwei Mal in den letzten drei Jahren hat sich das Volk nun für die neue Gebührenordnung ausgesprochen und die Medienabgabe bekräftigt. Das vom Bundesrat für Mitte 2018 angekündigt neue Mediengesetz soll den Bedarf in der Schweizer Medienlandschaft neu regeln und den Service-public-Auftrag neu definieren. Die Kritik an der SRG betreffend ihrer übermächtigen Marktstellung im Rahmen der Abstimmungskampagne zur „No-Billag-Initiative“ ist allerdings ernst zu nehmen und im Zusammenhang mit der Erneuerung der Konzession an die SRG SSR sowie mit der Erarbeitung des neuen Mediengesetzes zu berücksichtigen.

### **Kundenorientierung und Kooperationen mit regionalen Sendern**

Die CVP begrüsst zudem einerseits, dass diverse parlamentarische Vorstösse in der neuen Konzession eingeflossen sind, andererseits aber auch, dass die SRG SSR hohe Qualitätsanforderungen erfüllen und in ihren Programmen sich merklich vom Programm Privater unterscheiden muss. Integrative Funktionen, wie beispielsweise dem Austausch zwischen den Sprachregionen sowie ein konsumentenausgerichtetes Angebot, werden ebenfalls begrüsst. Konsumentenorientiert heisst auch, dass man sich verstärkt auf Online-Plattformen und soziale Medien ausrichten soll, die in der Zukunft einen wesentlichen Anteil der Nachfrage ausmachen werden. Der CVP erscheinen aber auch die

verstärkten Kooperationen mit regionalen Sendern als wichtig. Die Kooperationen im Bereich der zielgruppenspezifischen Werbung und eine damit verbundene engere Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern sind für die CVP von Bedeutung. Diese wird benötigt, damit vor allem die regionalen Sender im Wettstreit gegen die Werbegiganten Google und Facebook in Sachen Werbeeinnahme überleben können. Eine Rücksichtnahmepflicht gegenüber den regionalen Anbietern, namentlich was die Stellung und Aufgaben derer im Bereich der Regionalberichterstattung belangt, ist gewünscht. Um eine Konkurrenzierung der regionalen Fernsehsender infolge Ausweitung der Möglichkeiten der SRG im Werbebereich zu vermeiden soll eine enge Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern angestrebt werden. Hier bedarf es einer entsprechenden Ergänzung im Artikel 17 Abs. 5.

### **Ausbau der Rechenschaftspflichten und Dienst im Sinne des Service public**

Für die CVP ist aber auch klar, dass die Rechenschaftspflichten für die SRG SSR ausgebaut werden müssen, wie beispielsweise im Bereich der Finanzen. Für die Qualitätssicherung und das konsumentenorientierte Angebot, bedarf es einem verstärkten Mass des dauerhaften Dialogs mit der Öffentlichkeit. Die SRG SSR muss aber auch verpflichtet werden effizienter, kostenbewusster und ressourcenschonender zu produzieren. In der jüngeren Vergangenheit hat sich in der Öffentlichkeit diesbezüglich ein gegenteiliges Bild verbreitet, was sicherlich nicht ganz unbegründet erscheint. Die SRG SSR muss sich wieder als bodenständiges und bescheidenes Unternehmen im Dienste des Steuerzahlers und im Sinne des Service-public-Gedankens präsentieren.

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit zur Stellungnahme und verbleiben mit freundlichen Grüssen.

CHRISTLICHDEMOKRATISCHE VOLKSPARTEI DER SCHWEIZ

Sig. Gerhard Pfister  
Präsident der CVP Schweiz

Sig. Béatrice Wertli  
Generalsekretärin CVP Schweiz

# cinésuisse

Dachverband der Schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche  
ère de la branche suisse du cinéma et de l'audiovisuel

Per Mail an:

[src-konzession@bakom.admin.ch](mailto:src-konzession@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Bern, 12. April 2018 tt/cb

## **Konzession für die SRG SSR ab Januar 2019**

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren

Frau Bundesrätin Leuthard hat im Dezember 2017 das Vernehmlassungsverfahren für die neue Konzession der SRG SSR eröffnet. Cinésuisse, der Dachverband der schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche, nimmt dazu gerne wie folgt Stellung:

### **1. Weiterentwicklung der bisherigen Konzession**

Cinésuisse ist dankbar, dass das Schweizer Volk am 4. März 2018 die No Billag-Initiative mit über 71 % abgelehnt hat. Die Abstimmung hat gezeigt, dass die SRG mit ihrem Service public-Auftrag nach wie vor einen starken Rückhalt in der Bevölkerung hat. Es ist denn auch richtig, dass der Bundesrat in seinem „Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien“ zum Schluss kommt, dass sich der Service public der SRG im Sinne eines Dienstes an der Gesellschaft bewährt.

### **2. Das publizistische Angebot**

Cinésuisse begrüsst, dass die SRG im Bereich der Information eine umfassende, vielfältige und sachliche Berichterstattung garantieren muss. Dabei erachtet es Cinésuisse als gerechtfertigt, dass dafür Mittel in der Höhe von mindestens der Hälfte der SRG-Einnahmen aus den Abgaben für Radio und Fernsehen investiert werden müssen. Diese Fokussierung darf aber nicht zu Lasten der Kultur gehen. Immerhin gilt es zu berück-

sichtigen, dass gerade Dokumentarfilme durchaus auch der Information dienen. Im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Filme erlauben wir uns weitergehende Ausführungen in Ziffer 5 der vorliegenden Vernehmlassung.

### 3. Weiterbildung

Cinésuisse begrüsst, dass die SRG in der Konzession ausdrücklich verpflichtet wird, die Teilnahme ihrer Mitarbeitenden an berufsspezifischen Aus- und Weiterbildungskursen zu fördern (Art. 4 Abs. 6 des Konzessionsentwurfs). Cinésuisse regt an, dabei zu präzisieren, dass diese Weiterbildungen, soweit es um Mitarbeitende im audiovisuellen Bereich geht, soweit möglich in Zusammenarbeit mit der Filmbranche erfolgen (z. B. mit FOCAL). Dadurch können Synergien gewonnen und der Austausch mit der Branche gefördert werden.

**Art. 4 Abs. 6** lässt sich somit wie folgt ergänzen:

„Die SRG fördert die Teilnahme ihrer Mitarbeitenden an berufsspezifischen Aus- und Weiterbildungskursen, **soweit es um Mitarbeitende im audiovisuellen Bereich geht, soweit möglich in Zusammenarbeit mit der Filmbranche**. Sie berichtet im Rahmen der jährlichen Berichterstattung über die Massnahmen, die sie in diesem Bereich ergreift.“

### 4. Bestimmungen zu den bisherigen Bestimmungen in der Audiovision

Die Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen und mit der schweizerischen audiovisuellen Industrie sind unverändert geblieben. Wir erlauben uns dazu folgende Ausführungen:

#### a) *Art. 26 – Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen*

Die Zusammenarbeit zwischen der SRG und dem schweizerischen Filmschaffen ist zum einen im „Pacte de l’audiovisuel“ geregelt. Der aktuelle Pacte de l’audiovisuel gilt für die Zeit von 2016 - 2019. Mit diesem Pacte hat die SRG mit den massgebenden Filmverbänden vereinbart, dass jährlich CHF 27.5 Mio. durch die SRG bereitgestellt werden, um damit hochstehende Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme entstehen zu lassen, welche anschliessend im Fernsehen gezeigt werden. Zusätzlich verteilt die SRG an die unabhängige Filmwirtschaft Aufträge für die Herstellung von spezifischen Fernsehformaten, wie beispielsweise die Serien „Tatort“ oder „Der Bestatter“. Diese zusätzlichen Investitionen belaufen sich auf rund CHF 13 Mio., so dass jährlich von einem Investitionsvolumen von gut CHF 40 Mio. für das unabhängige Filmschaffen ausgegangen werden darf. Cinésuisse ist der Auffassung, dass die aktuelle Formulierung in der Konzession so in Ordnung ist.

#### b) *Art. 27 – Zusammenarbeit mit der audiovisuellen Industrie*

Bereits bisher ist in der Konzession geregelt, dass die SRG einen angemessenen Anteil für Aufträge an die unabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie

vergift. Nach langen und zähen Verhandlungen konnte im Januar 2018 endlich eine neue Vereinbarung zwischen der SRG und der audiovisuellen Industrie abgeschlossen werden. Eines der grossen Probleme für die audiovisuelle Industrie ist der Umstand, dass zu wenig klar definiert ist, wie hoch das jährliche Investitionsvolumen ist. Die grossen Schwankungen führen dazu, dass es für einzelne Betriebe schwierig ist, grössere Investitionen zu tätigen. Deshalb wird beantragt, Art. 27 analog den Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen auszugestalten.

**Abs. 2 von Art. 27** sollte demzufolge neu wie folgt lauten:

*„Sie (die SRG) regelt die Grundzüge dieser Zusammenarbeit in einer Vereinbarung. Kommt keine Vereinbarung zustande **oder werden Vereinbarungsinhalte nicht erfüllt**, so kann das UVEK Vorgaben machen **zur Berücksichtigung der schweizerischen audiovisuellen Industrie, einschliesslich Quoten.**“*

## **5. Antrag auf Einführung einer neuen Bestimmung im Zusammenhang mit der Berichterstattung und Distribution von Filmen**

Die Berichterstattung der SRG über audiovisuelle Angebote ausserhalb ihrer Kanäle ist zumindest in einzelnen Sprachregionen, insbesondere in der Deutschschweiz, ungenügend. Deshalb ist die Berichterstattung über das schweizerische Filmschaffen zu verstärken und zu verstetigen.

Die schweizerische audiovisuelle Industrie, zusammengeschlossen im Dachverband CinéSuisse, unternimmt grosse Anstrengungen zur Promotion der Filmkultur. Dazu gehören etwa der Schweizerische Filmpreis, zahlreiche anerkannte Filmfestivals oder der Tag des Kinos. Die Unterstützung der SRG für die Filmkultur soll über die Berichterstattung erfolgen, aber auch durch die Zusammenarbeit mit den Organisatoren filmkultureller Anlässe.

In Art. 9 Abs. 4 der Konzession wird ausdrücklich erwähnt, dass die SRG bestrebt ist, bei der Akquisition von fiktionalen Inhalten mit privaten Anbietern zu kooperieren. Gemäss erläuterndem Bericht BAKOM ist die Bestimmung wie folgt zu verstehen:

*„Absatz 4 verpflichtet die SRG, Kooperationen mit privaten Anbietern anzustreben und diesen durch den gemeinsamen Einkauf Zugang zu einem attraktiven Angebot zu ermöglichen. Dies, weil die Rechte für fiktionale Inhalte, d. h. Filme und Serien, oft an eine gewisse Reichweite gebunden sind, bzw. nur an Sender(gruppen) mit einer relevanten Reichweite erteilt werden. Private Schweizer Anbieter können hier aufgrund der kleinräumigen Märkte benachteiligt sein.“*

Notwendig ist aber auch eine Kooperation der SRG mit den Rechteinhabern der schweizerischen Audiovisionsindustrie, weil diese über die Distribution des Filmschaffens zur Filmkultur in der Schweiz in wesentlichem Ausmass beitragen. Namentlich geht es darum, dass die SRG die Akteure der unabhängigen schweizerischen Audiovisionsindustrie nicht über eigene Beteiligungsgesellschaften bzw. deren Tochtergesellschaften konkurrenziert, wie das beispielsweise bei Telepool GmbH der Fall ist, die über ihre Tochtergesellschaft EuroVideo Medien GmbH im VOD- und DVD-Endkundengeschäft in der Schweiz tätig ist.

Angesichts dieser Ausgangslage beantragen wir ein Einführung eines neuen Artikels, idealerweise unmittelbar nach dem heutigen Art. 27, allenfalls unter Einführung eines 27<sup>bis</sup>:

**„Die SRG arbeitet mit dem schweizerischen Filmschaffen und der schweizerischen Audiovisionsindustrie zusammen, insbesondere indem sie über deren kulturelle Leistungen regelmässig berichtet, sie in filmkulturellen Belangen unterstützt und bei der Akquisition von fiktionalen und non-fiktionalen Inhalten mit deren Akteuren kooperiert.“**

Wir danken für die Möglichkeit einer Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüssen



Matthias Aebischer  
Nationalrat, Präsident



Thomas Tribolet  
Geschäftsleiter a. i.

Per E-Mail an:  
srg-konzession@bakom.admin.ch

12. April 2018

## **Stellungnahme: Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Ihrem Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns eingeladen, zur vorgesehenen Erneuerung der SRG-Konzession Stellung zu nehmen. Wir danken Ihnen für diese Möglichkeit.

economiesuisse vertritt als Dachverband der Schweizer Wirtschaft rund 100'000 Unternehmen jeglicher Grösse mit insgesamt zwei Millionen Beschäftigten im Inland. Unsere Mitglieder umfassen 100 Branchenverbände, 20 kantonale Handelskammern sowie zahlreiche Einzelunternehmen. Sämtliche unserer Mitglieder sind an einer zeitgemässen und kosteneffizienten medialen Grundversorgung interessiert. Diese stellt einen wichtigen Standortfaktor für die Schweizer Volkswirtschaft dar.

economiesuisse lehnt die angedachte Überarbeitung der SRG-Konzession ab. Diese käme verfrüht und würde in der vorliegenden Fassung keine wünschenswerte Entwicklung abbilden. Eine weitere Verlängerung der geltenden Konzession ist vorerst ausreichend. Eine Überarbeitung kann wieder ins Auge gefasst werden, sobald eine medienpolitische Grundsatzdebatte geführt wurde.

### **Begründung der Ablehnung:**

#### **1. Vorgängige Grundsatzdebatte ist notwendig**

Im Vorfeld der Volksabstimmung zur No-Billag-Initiative haben economiesuisse und diverse unserer Mitglieder die Nein-Parole gefasst und die Initiative als zu extrem bezeichnet. Dies war ein Grundsatzbekenntnis zur demokratiepolitischen Bedeutung eines medialen Service public. economiesuisse hat jedoch stets betont, dass eine Grundsatzdebatte über die zukünftige Ausrichtung der Schweizer Medienpolitik sowie über Art und Umfang eines zukunftsfähigen Service public unabhängig vom Abstimmungsresultat zu führen sei. Die intensiven Diskussionen im Rahmen des Abstimmungskampfes haben denn auch die Notwendigkeit einer solchen Debatte bestätigt. Da der Bund Mitte dieses Jahres mit dem Gesetz über elektronische Medien eine neue Rechtsgrundlage für den Medienbereich in Vernehmlassung geben will, bietet sich hierfür Gelegenheit.

## **2. Debatte soll inhaltlich nicht vorgespurt werden**

Auch im Sinne eines kohärenten legislativen Vorgehens ist es nicht logisch, dass der vorliegende Konzessionsentwurf zum aktuellen Zeitpunkt zur Diskussion gestellt wird. Die bestehende Konzession stand zwar inhaltlich wiederholt in der Kritik, ein Ersatz ist jedoch nicht dringend notwendig, wenn in naher Zukunft sowieso über eine mögliche neue gesetzliche Grundlage im Medienbereich diskutiert werden soll. Eine jetzige Überarbeitung der Konzession ist in diesem Zusammenhang sogar kontraproduktiv, da diese der Diskussion um ein neues gesetzliches Fundament in gewissen Punkten zuvorkommt und so bereits Tatsachen schafft, die im politischen Prozess schwierig zu korrigieren sind. *economiesuisse* spricht sich deshalb dafür aus, dass die medienpolitische Diskussion transparent und rechtssystematisch korrekt erfolgt. Dies bedeutet, dass die Auseinandersetzung zuerst auf Ebene Gesetz (oder gar auf Ebene Verfassung) erfolgen muss, bevor eine neue SRG-Konzession opportun ist.

## **3. Zu viele kontroverse Elemente in der Vernehmlassungsvorlage**

Der vorliegende Konzessionsentwurf führt in diversen Bereichen zu einer Ausweitung der Aufgaben und Kompetenzen der SRG. Dies betrifft etwa die äusserst umstrittene, explizite Aufnahme des Online-Kanals ins publizistische Angebot, deren Verfassungskonformität in den betroffenen Kreisen stark in Frage gestellt wird. Ebenso enthält die Vorlage neue «Querschnittsaufgaben» (Art. 11-15 E-SRG-Konzession) und einen deutlich breiter und detaillierter formulierten Programmauftrag (Art. 16-18) als dies bisher der Fall war. Darin werden den einzelnen Verbreitungskanälen sehr konkrete Funktionen zugewiesen und bisher nicht berücksichtigte, ebenfalls umstrittene Dienste wie HbbTV in den Rang eines Service public erhoben (Art. 18 E-SRG-Konzession). Hinzu kommt ein Widerspruch zwischen Art. 21 E-SRG-Konzession und Art. 51a neu-RTVV (vgl. Stellungnahme unseres Mitglieds SUISSDIGITAL). Zu guter Letzt werden die regionalen Aktivitäten der SRG sehr weitgehend legitimiert, ohne dass hierfür im Vergleich zum Status Quo eine offensichtliche Notwendigkeit besteht oder ein Mehrwert für die effiziente mediale Grundversorgung geschaffen wird.

Insgesamt erzeugt der grosszügig formulierte Konzessionsentwurf, zusätzlich zu den bestehenden Konfliktfeldern und Wettbewerbsverzerrungen, neue Dissonanzen mit der Privatwirtschaft. Dies ist insbesondere deshalb stossend, weil mit den vorgeschlagenen Änderungen der Spielraum für organisatorische und inhaltliche Anpassungen eingeschränkt wird, bevor eine politische Grundsatzdebatte geführt wurde und die SRG in einen Reformprozess starten kann.

## **4. Es fehlt der Nachweis eines Marktversagens und ein eng definierter Service public**

Es ist *grundsätzlich* nachzuweisen, ob und allenfalls in welchen Bereichen des Medienmarktes ein Marktversagen vorliegt, welches dazu führt, dass Information, Meinungsbildung und nationale Kohäsion nicht dem demokratiepolitisch notwendigen Ausmass entsprechen. Angesichts der technologischen Dynamik in der Branche ist dieser Prozess regelmässig kritisch und transparent durchzuführen. Der demokratiepolitisch notwendige Umfang des medialen Service public, der das private Angebot ergänzt, ist erst *auf dieser Basis* zu bestimmen. Des Weiteren ist er möglichst eng zu definieren, so dass keine Marktverzerrungen entstehen und private Anbieter keine erheblichen Wettbewerbsnachteile davontragen, bzw. nicht aus dem Markt verdrängt werden. Dabei müssen technologieneutral alle Medien in die Marktbeurteilung einbezogen werden.

## 5. Unvollständige Transparenz bezüglich des gebührenfinanzierten Angebotsteils

Der Konzessionsentwurf enthält keinerlei Verpflichtung zur Ausweisung des gebührenfinanzierten Angebotsteils. Zwar wird im erläuternden Bericht die Erwartung des Bundes formuliert, dass rund drei Viertel der Gebühreneinnahmen den Bereichen Information und Kultur zufließen. Allerdings ist keine umfassende Nachweispflicht für die Mittelverwendung vorgesehen. Besonders in den Bereichen Information und Unterhaltung kann unter diesen Umständen eine verborgene Subvention von Inhalten erfolgen, welche die Privatwirtschaft ebenfalls bereitstellt. Ist dies der Fall, bestehen ungerechtfertigterweise ungleichlange Spiesse zwischen der SRG und privaten Medienunternehmen.

## 6. Fazit

Die angedachte SRG-Konzession weist inhaltlich diverse Schwachstellen auf und ist zum jetzigen Zeitpunkt weder rechtssystematisch sinnvoll noch sachlich notwendig. Ebenso ist sie angesichts des Eröffnungszeitpunkts des Vernehmlassungsverfahrens und der heutigen Ausgangslage politisch nicht opportun. Bevor die SRG eine umfassend erneuerte Konzession erhält, müssen die grundlegenden Rahmenbedingungen der Medienpolitik geklärt werden. economiesuisse ist bereit, sich in diesen Prozess aktiv und konstruktiv einzubringen.

Herzlichen Dank für die Berücksichtigung unserer Argumente.

Freundliche Grüsse  
economiesuisse



Kurt Lanz  
Mitglied der Geschäftsleitung



Lukas Federer  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter Infrastruktur,  
Energie & Umwelt



2501 Biel/Bienne, BAKOM

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

**Biel/Bienne, 27. März 2018**

## **Stellungnahme der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK) zur Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Folgenden nimmt die Eidgenössische Medienkommission im Rahmen der Vernehmlassung Stellung zum Konzessionsentwurf der SRG SSR.

### **1. Einleitende Bemerkungen**

Die EMEK beurteilt den vorgelegten Konzessionsentwurf als ausgewogen, sorgfältig formuliert – und demzufolge als eine wertvolle Grundlage für die nachfolgende Stellungnahme.

Die Konzession wird als «Übergangskonzession» bezeichnet; d.h. sie soll für 4 Jahre gültig sein und dann per 1.1.2023 durch das GEM abgelöst werden. Die EMEK weist allerdings ausdrücklich darauf hin, dass die vorliegende Konzession allenfalls eben doch für insgesamt 8 Jahre Gültigkeit haben könnte; nämlich dann, wenn sich die GEM-Arbeiten bzw. deren Inkraftsetzung politisch bedingt verzögern sollte. Aus diesem Grund empfiehlt die EMEK Formulierungen generell offener zu gestalten («kann» anstatt «muss»), um bei absehbaren Marktveränderungen nicht jedes Mal die Konzession anpassen zu müssen.

### **2. Leistungsauftrag**

Die Ausrichtung des Auftrags auf die Bedürfnisse der Bürgerinnen/Bürger ist insgesamt stärker zu gewichten – gemäss Vorgaben aus der BV. Die Fokussierung auf die Informationsaufgabe ist ausreichend definiert – hingegen empfehlen wir eine deutlichere Artikulation in den Bereichen Bildung, Kultur und Medienkompetenz.

### **3. Kooperation mit Dritten**

Die Öffnung des Archivs der SRG für Wissenschaft und Medienschaffende/Medienunternehmen ist in der Konzession verpflichtend festzuhalten.

Generell ist die EMEK der Überzeugung, dass die SRG angehalten werden sollte, namentlich im Bereich Infrastruktur bei jeder grösseren Investition unvoreingenommen zu prüfen, ob bestehende Angebote/Strukturen ökonomischer und sinnvoller genutzt werden könnten durch entsprechende Kooperationsvereinbarungen. Die Kernaufgabe ist und bleibt das Bereitstellen von demokratierelevanten Inhalten für ein möglichst grosses Publikum. Infrastrukturprojekte sollen auch als Chance «Kooperation mit Dritten» gesehen werden.

### **4. Distribution**

Die EMEK schlägt vor, dass die SRG zu verpflichten sei, während der Dauer der Konzession in jeder Sprachregion mindestens EINEN linearen Audio- und Audiovisuellen Kanal zu betreiben. Alles andere soll bewusst offen gehalten werden, damit die SRG frei ist, sich ändernden Markt- und Nutzungsbedingungen anzupassen. Und ebenso soll die SRG die erforderlichen Sparmassnahmen umsetzen können ohne diesbezügliche Behinderungen durch die Konzession.

Im Bereich der Distributionstechnologie ist die SRG zu verpflichten, nur dann in eigene Infrastrukturprojekte zu investieren, wenn sorgfältig geprüften Zusammenarbeitsprojekte mit existierenden, anderen Anbietern sich als nicht machbar (Neutralität der Plattform) oder ökonomisch uninteressant herausstellen sollten.

Die Investitionsstrategie und der jährliche Investitionsplan sind vorausschauend mit der zuständigen Aufsichtsbehörde abzustimmen.

### **5. Forschung und Entwicklung**

Die SRG ist zu verpflichten, im Bereich Forschung und Entwicklung mit Universitäten und privaten Medienanbietern möglichst eng und unvoreingenommen zu kooperieren. Übergeordnetes Ziel muss auch für die SRG sein, durch fortlaufende Innovationsförderung die Medienvielfalt von in der Schweiz verantworteten Medien und Plattformen zu stärken im Interesse ihrer Bürgerinnen und Bürger.

### **6. Werbung**

Die EMEK ist mehrheitlich der Meinung, dass die heutige Regelung mit 12 Minuten erlaubter Werbung pro Stunde aus Nutzersicht bereits über das akzeptable Mass hinausgeht.

Die Mehrheit der EMEK gibt einer Plafonierung der SRG-Gesamtwerbeeinnahmen (Werbung, PR, Sponsoring) den Vorzug im Vergleich zu anderen denkbaren Restriktionsformen wie etwa zeitliche Begrenzung der Werbung im Tagesverlauf (Werbeverbot ab 20 bzw. 22Uhr). Bei starker Zunahme der zeitversetzten TV-Nutzung sind zeitliche Restriktionsverbote wenig praktikabel.

Die Mehrheit der EMEK erachtet eine frankenmässige Begrenzung der Werbeeinnahmen als denkbare Option; ein allfälliger Überschuss an Werbeeinnahmen soll anderweitigen Medienförderungsprojekten zugeleitet werden (Innovationsförderung, Infrastrukturprojekte, Aus- und Weiterbildung, Medienprojekte in Randregionen). Die entsprechenden rechtlichen Voraussetzungen dafür müssten noch geschaffen werden.

Die EMEK unterstreicht im Übrigen die bereits andernorts geäusserte Überzeugung, dass der SRG «Target Advertising» mit primär geografischem Fokus (Ansprache breiter Personengruppen in einem Kanton/einer Region/einer Agglomeration) explizit zu untersagen ist. Damit sollen die Interessen der stark unter Druck stehenden Lokal- und Regionalpresse gemäss BV bestmöglich geschützt werden.

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
2501 Bienne

Berne, 4 avril 2018 / nb  
VL Concession SSR

Par e-mail: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

## Concession octroyée à SRG SSR Prise de position du PLR.Les Libéraux-Radicaux

Madame, Monsieur,

Nous vous remercions de nous avoir donné la possibilité de nous exprimer dans le cadre de la consultation de l'objet mentionné ci-dessus. Vous trouverez ci-dessous notre position.

### Remarques sur la procédure

Dans sa [réponse de consultation](#) à la révision de l'Ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV), PLR.Les Libéraux-Radicaux critiquait le moment choisi pour réaliser les modifications proposées. Cette remarque est également valable pour cette proposition de nouvelle concession. En commission les contours de la nouvelle Loi sur les médias électroniques ont été présentés. Celle-ci posera les conditions cadres sur lesquelles sera ensuite octroyée la nouvelle concession de la SSR. Le PLR considère dès lors qu'il est contestable d'un point procédural de modifier la concession avant que les discussions aient eu lieu sur cette nouvelle loi en commission et au Parlement. La campagne « no-billag » a démontré que l'heure est venue de mener un débat de fond sur la notion de service public. Le statu quo n'est pas une option. Le PLR exige, dans son [papier de position sur le paysage médiatique suisse](#) adopté le 13 janvier dernier, la tenue de ce débat.

Le PLR estime donc que la concession de la SSR doit être prolongée dans sa forme actuelle. Lorsque les conditions cadres auront été redéfinies, une nouvelle concession pourra alors être octroyée.

### Remarques sur le contenu

Plusieurs nouveautés proposées sont louables et devront certainement être reprises dans le cadre de la Loi sur les médias électroniques. D'autres éléments ne devraient quant à eux pas être retenus.

### Aspects positifs

Parmi les points positifs, il faut relever le projet du DETEC de reprendre le contenu de deux motions adoptées par les chambres fédérales et soutenues à l'époque par le PLR. Premièrement, l'art. 31 prévoit la mise à disposition des contenus de la SSR aux entreprises de médias suisses, en réponse à la motion [17.3627](#) « Modèle fondé sur les contenus partagés », de la CTT-N. Deuxièmement, l'art. 38 al. 2 let. d demande à la SSR de désormais renseigner annuellement sur les coûts des émissions, des domaines et des chaînes, en exécution de la motion [15.3603](#) « SSR. Instaurer la transparence des coûts et accroître l'efficacité des coûts », du CN Wasserfallen.

La proposition de nouvelle concession propose de définir plus précisément le mandat d'information et de distinguer nettement l'offre de divertissement de la SSR de celle des médias privés. Ces deux éléments, positifs, devront être repris dans la concession qui sera octroyée sur la base de la Loi sur les médias électroniques.

**Aspect négatif: expansion de la SSR en ligne**

La SSR étant financée par la redevance, elle peut gratuitement mettre ses contenus en ligne. Les acteurs privés quant à eux, n'ont pas cette possibilité. Leur financement n'est pas assuré et ils doivent par conséquent mettre en place des *pay-walls* dissuasifs pour beaucoup d'internautes. La SSR jouit donc d'une position très privilégiée. Aussi, toute expansion de la SSR en ligne se fait au détriment des médias privés. Pour cette raison, dans son nouveau papier de position, le PLR revendique le maintien pour la SSR de la diffusion restreinte de contenu en ligne. Or, force est de constater que la proposition de nouvelle concession laisse présager un renforcement de la présence de la SSR sur internet. En guise d'illustration, l'art. 13 charge la SSR d'adapter le format de son offre au public jeune. Etant donné que les jeunes consomment des contenus médiatiques principalement en ligne, cette directive amènerait logiquement à une expansion de la SSR sur internet. Autre exemple, l'art. 18 al. 1 let. d prévoit de mettre sur pied une offre multimédia (audio, vidéo, texte et image) destinée à la région linguistique italophone, ceci sur une base digitale et non plus linéaire. Cette proposition entraînerait nécessairement un renforcement de la présence de la SSR sur le net, au détriment des acteurs privés. Un précédent serait alors créé. L'expérience pourrait ensuite être répétée dans d'autres régions du pays. Enfin, l'art. 11 sur l'innovation demande à la SSR d'« utiliser les possibilités de communication des nouvelles technologies » pour développer constamment de nouvelles offres journalistiques. La conséquence serait alors un très probable renforcement de la présence de la SSR en ligne au détriment des acteurs privés. Le PLR demandera de clarifier ce point et s'opposera donc à ces propositions lors des discussions en commission et au Parlement.

En vous remerciant de l'attention que vous porterez à nos arguments, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos plus cordiales salutations.

PLR.Les Libéraux-Radicaux  
La Présidente

Le Secrétaire général



Petra Gössi  
Conseillère nationale

Samuel Lanz



Secrétariat général

Par courrier électronique :  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Case postale 252  
2501 Bienne

Genève, le 10 avril 2018  
3414/KE - FER n° 05-2018

## Projet de nouvelle concession SSR SRG

Madame, Monsieur,

Notre Fédération a pris connaissance avec intérêt de la consultation mentionnée sous rubrique et vous fait part de sa prise de position.

En préambule, nous soulignons l'importance d'un service public audiovisuel de qualité dans l'ensemble de nos régions linguistiques. Une information impartiale et représentative des différentes sensibilités est indispensable à la formation de l'opinion, mais aussi à la cohésion interne et à la diversité culturelle de la Suisse.

Après le refus de l'initiative «No Billag», une discussion de fond doit maintenant être menée sur la gouvernance de la SSR, sur l'ampleur de sa tâche, sur les moyens mis à sa disposition et ses missions, notamment en vue d'éviter une concurrence déloyale avec les médias privés.

Dans ce contexte, nous soutenons globalement le projet de nouvelle concession et saluons notamment le renforcement des prestations dans le domaine de l'information. S'agissant de la surveillance, le projet prend une direction favorable en étendant la responsabilité de la SSR. Nous relevons aussi positivement les contrôles de qualité internes et externes ou encore le dialogue renforcé avec le public.

Par contre, dans le cadre des dispositions correspondantes de l'ORTV récemment en consultation, la nouvelle concession autorise la SSR à diffuser dans ses programmes de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, pour autant que l'interdiction de publicité régionale ciblée soit respectée. Dans le cadre de la consultation concernant l'ORTV, la FER a estimé que la prudence à l'exploitation de données géographiques est insuffisante et a relevé que l'autorisation de publicité ciblée en fonction de zones géographiques est de nature à pénaliser les acteurs radio et télévisuels locaux, qui peinent déjà à trouver des annonceurs, en recul constant.

Nous maintenons donc notre opposition. Si la SSR devait toutefois être autorisée à diffuser de la publicité ciblée, il faudrait au moins préciser cette disposition afin d'exclure le ciblage effectué sur une base géographique.

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre prise de position et vous prions de recevoir, Madame, Monsieur, l'expression de notre parfaite considération.



Blaise Matthey  
Secrétaire général



Catherine Lance Pasquier  
Directrice adjointe Politique générale  
FER Genève

Per Mail an:

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Bern, 6. April 2018

## ► **Konzession für die SRG SSR ab Januar 2019**

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren

filmdistribution schweiz wahrt die Interessen der Filmdistributionsunternehmen (ehemals als Filmverleiher bezeichnet). fds setzt sich für eine konkurrenzfähige, vielfältige und unabhängige Filmbranche ein und unterstützt filmkulturelle sowie filmwirtschaftliche Anliegen. Die Mitglieder von fds sind vielfältig mit der SRG verbunden, als Lieferanten von Content aber auch als Koproduktionspartner. Frau Bundesrätin Leuthard hat im Dezember 2017 das Vernehmlassungsverfahren für die neue Konzession der SRG SSR eröffnet. fds nimmt dazu wie folgt Stellung:

### **1. Weiterentwicklung der bisherigen Konzession**

Die deutliche Ablehnung der No-Billag-Initiative hat gezeigt, dass die SRG und ihr Service public-Auftrag nach wie vor einen starken Rückhalt in der Bevölkerung hat. Der Bundesrat kommt in seinem „Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien“ richtigerweise zum Schluss, dass sich der Service public Auftrag der SRG bewährt. Es gilt, ihn auch konsequent umzusetzen.

### **2. Das publizistische Angebot**

fds begrüsst, dass die SRG im Bereich der Information eine umfassende, vielfältige und sachliche Berichterstattung garantieren muss und dafür erhebliche Mittel einsetzen soll. Diese Fokussierung soll insbesondere auch die Berichterstattung über kulturelle, namentlich filmkulturelle Angebote verstärken. Es muss sichergestellt sein, dass die SRG nicht einfach nur die eigenen Angebote kanalübergreifend bewirbt, sondern über kulturelle Angebote Dritter (vermehrt) informiert und berichtet.

### 3. Bestimmungen zur Audiovision

Die Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen und mit der schweizerischen audiovisuellen Industrie sind unverändert geblieben. Wir erlauben uns dazu folgende Ausführungen:

*a) Art. 26 – Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen*

Die Zusammenarbeit zwischen der SRG und dem schweizerischen Filmschaffen ist zum einen im „Pacte de l’audiovisuel“ geregelt. Der aktuelle Pacte de l’audiovisuel gilt für die Zeit von 2016 - 2019. Mit diesem Pacte hat die SRG mit den massgebenden Filmverbänden vereinbart, dass jährlich CHF 27.5 Mio. durch die SRG bereitgestellt werden, um damit hochstehende Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme entstehen zu lassen, welche anschliessend im Fernsehen gezeigt werden. Zusätzlich verteilt die SRG an die unabhängige Filmwirtschaft Aufträge für die Herstellung von spezifischen Fernsehformaten, wie beispielsweise die Serien „Tatort“ oder „Der Bestatter“. Diese zusätzlichen Investitionen belaufen sich auf rund CHF 13 Mio., so dass jährlich von einem Investitionsvolumen von gut CHF 40 Mio. für das unabhängige Filmschaffen ausgegangen werden darf. fds ist wie Cinésuisse der Auffassung, dass die aktuelle Formulierung in der Konzession so in Ordnung ist.

*b) Art. 27 – Zusammenarbeit mit der audiovisuellen Industrie*

Wir beantragen, Art. 27 wie folgt neu zu formulieren:

<sup>1</sup>(Neu) Die SRG arbeitet mit der schweizerischen audiovisuellen Industrie zusammen, insbesondere indem sie über deren kulturelle Leistungen regelmässig berichtet, sie in filmkulturellen Belangen unterstützt und bei der Akquisition von fiktionalen und non-fiktionalen Inhalten mit deren Akteuren kooperiert.

<sup>2</sup> Sie vergibt einen angemessenen Anteil von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie.

<sup>3</sup> (Neu) Sie regelt die Grundzüge dieser Zusammenarbeit in einer Vereinbarung. Kommt keine Vereinbarung zustande oder werden Vereinbarungsinhalte nicht erfüllt, so kann das UVEK Vorgaben machen zur Berücksichtigung der schweizerischen audiovisuellen Industrie, einschliesslich Quoten.“

**Begründung:**

Die Berichterstattung der SRG über audiovisuelle Angebote ausserhalb ihrer eigenen Kanäle ist zumindest in einzelnen Sprachregionen, insbesondere in der Deutschschweiz, ungenügend. Ein neuer Absatz 1 soll Abhilfe schaffen. Namentlich ist die Berichterstattung über das schweizerische Filmschaffen zu verstärken und zu verstetigen.

Die schweizerische audiovisuelle Industrie, zusammengeschlossen in Cinésuisse, unternimmt grosse Anstrengungen zur Promotion der Filmkultur. Dazu gehören etwa der Schweizerischen Filmpreis, zahl

reiche anerkannte Filmfestivals oder der Tag des Kinos. Die Unterstützung der SRG für die Filmkultur soll über die Berichterstattung erfolgen aber auch durch die Zusammenarbeit mit den Organisatoren filmkultureller Anlässe.

In Art. 9 Abs. 4 der Konzession wird ausdrücklich erwähnt, dass die SRG bestrebt ist, bei der Akquisition von fiktionalen Inhalten mit privaten Anbietern zu kooperieren. Gemäss erläuterndem Bericht BAKOM ist die Bestimmung wie folgt zu verstehen:

*«Absatz 4 verpflichtet die SRG, Kooperationen mit privaten Anbietern anzustreben und diesen durch den gemeinsamen Einkauf Zugang zu einem attraktiven Angebot zu ermöglichen. Dies, weil die Rechte für fiktionale Inhalte, d.h. Filme und Serien, oft an eine gewisse Reichweite gebunden sind, bzw. nur an Sender(gruppen) mit einer relevanten Reichweite erteilt werden. Private Schweizer Anbieter können hier aufgrund der kleinräumigen Märkte benachteiligt sein.»*

Notwendig ist aber auch eine Kooperation der SRG mit den Rechteinhabern der schweizerischen audiovisuellen Industrie, weil diese über die Distribution des Filmschaffens zur Filmkultur in der Schweiz in wesentlichem Ausmass beitragen. Namentlich geht es darum, dass die SRG die Akteure der unabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie nicht über eigene Beteiligungsgesellschaften bzw. deren Tochtergesellschaften konkurrenziert, wie das bspw. bei Telepool GmbH der Fall ist, die über ihre 100%-Tochtergesellschaft EuroVideo Medien GmbH im VOD und DVD Endkundengeschäft in der Schweiz tätig ist.

Bereits bisher ist in der Konzession geregelt, dass die SRG einen angemessenen Anteil für Aufträge an die unabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie vergibt. Nach langen und zähen Verhandlungen konnte im Januar 2018 endlich eine neue Vereinbarung zwischen der SRG und der audiovisuellen Industrie abgeschlossen werden. Eines der grossen Probleme für die audiovisuelle Industrie ist der Umstand, dass zu wenig klar definiert ist, wie hoch das jährliche Investitionsvolumen ist. Die grossen Schwankungen führen dazu, dass es für einzelne Betriebe schwierig ist, grössere Investitionen zu tätigen. Deshalb wird beantragt, den neuen Art. 27 Abs. 3 analog den Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen auszugestalten.

Wir danken für die Möglichkeit einer Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüssen

filmdistribution schweiz



Hélène Cardis  
Co-Präsidentin



Marcel Dinten  
Co-Präsident



ETAT DE FRIBOURG  
STAAT FREIBURG

Conseil d'Etat  
Rue des Chanoines 17, 1701 Fribourg

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

Document PDF et Word à :  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Fribourg, le 13 mars 2018

## Concession SSR – Réponse à la consultation

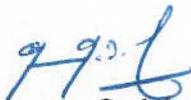
Madame, Monsieur,

Par courrier du 19 décembre 2017, le DETEC a consulté le canton de Fribourg sur le projet de nouvelle concession SSR qui doit entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2019. Après une consultation ciblée auprès de ses directions susceptibles d'être concernées, l'Etat de Fribourg salue le projet de concession transitoire jusqu'en 2022, en attendant la future loi sur les médias électroniques appelée à revoir le cadre juridique pour tenir compte de la numérisation et des changements technologiques actuels.

D'ici là, comme le précise le rapport explicatif, le projet de concession SSR renforce certains aspects de la concession en vigueur, notamment au niveau des exigences et de la qualité de l'offre de programmes et en particulier des services journalistiques. La SSR poursuivra également son dialogue avec le public afin de satisfaire aux attentes de ce dernier, et en particulier des jeunes. La concession souligne l'effort à faire dans les échanges entre les régions linguistiques, un accent important pour le Canton de Fribourg. Autre point à relever, la SSR est tenue de mettre à disposition des ressources suffisantes et adéquates pour soutenir la création et la diffusion culturelles ainsi que la diffusion du sport. Le Conseil d'Etat relève enfin la coopération que la SSR renforcera à l'avenir avec les entreprises de médias et diffuseurs suisses, notamment par des formats et services innovants et des contenus partagés, collaboration qui devrait permettre de faire des économies. Dans cette coopération renforcée, il veillera au bon développement des médias locaux.

En vous remerciant de nous avoir consultés, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de notre considération distinguée.

Au nom du Conseil d'Etat :

  
Georges Godel  
Président



  
Danielle Gagnaux-Morel  
Chancelière d'Etat

Conseil d'Etat CE  
Staatsrat SR

Rue des Chanoines 17, 1701 Fribourg

T +41 26 305 10 40, F +41 26 305 10 48  
[www.fr.ch/ce](http://www.fr.ch/ce)

BAKOM	
20. MRZ. 2018	
Reg. Nr.	
DIR	
EO	
M	X
IR	
TP	
KF	
RA	





Genève, le 11 avril 2018

**Le Conseil d'Etat**

1487-2018

Madame Doris LEUTHARD  
Conseillère fédérale  
Département de l'environnement, de  
l'énergie, des transports et de la  
communication (DETEC)  
Bundeshaus Nord  
3003 Berne

**Concerne : concession SSR – consultation**

Madame la Conseillère fédérale,

Notre Conseil a pris connaissance avec intérêt du projet de concession SSR que vous lui soumettez en vue de son entrée en vigueur, le 1<sup>er</sup> janvier 2019, pour une période transitoire de quatre ans jusqu'à son remplacement par une concession rédigée sur la base des dispositions d'une future loi sur les médias électroniques.

Ce projet de concession permet à la SSR de poursuivre ses missions, ainsi que le peuple l'a souhaité en rejetant le 4 mars 2018 l'initiative No Billag. En même temps, il répond à certaines attentes exprimées durant la campagne ayant précédé ce scrutin.

L'amélioration exigée de la communication de l'entreprise SSR avec ses publics, notamment sur sa stratégie de programmes, et l'exigence d'une démarcation de ceux-ci en regard de l'offre de diffuseurs privés contribuent à déterminer la pertinence d'un service public, soumis désormais à un contrôle qualité externe. La perspective d'un renforcement des échanges entre régions linguistiques et l'effort attendu en matière d'offre aux jeunes s'inscrivent par ailleurs dans l'effort de cohésion de la Suisse et de lien entre ses populations à laquelle la SSR participe grandement.

Notre Conseil approuve le projet qui lui a été soumis et vous sais gré de l'avoir consulté.

Veillez croire, Madame la Conseillère fédérale, à l'assurance de notre considération distinguée.

AU NOM DU CONSEIL D'ÉTAT

La chancelière :

  
Anja Wyder Guelpa

Le président :

  
François Longchamp

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Glarus, 20. März 2018  
Unsere Ref: 2017-389

## **Vernehmlassung i. S. Konzession für die SRG SSR**

Hochgeachtete Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Sie gaben uns in eingangs genannter Angelegenheit die Möglichkeit zur Stellungnahme. Dafür danken wir und lassen uns gerne wie folgt vernehmen:

### **1. Allgemeine Bemerkungen**

Das Weiterbestehen eines qualitativ hochstehenden und flächendeckenden Service public im Medienbereich, der die Versorgung der Bevölkerung mit fundierten Informationen zum Geschehen auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene gewährleistet, ist für uns ein zentrales Anliegen. Die Volksabstimmung über die No-Billag-Initiative hat denn auch eindrücklich bestätigt, dass die grosse Mehrheit der Schweizer Bevölkerung hinter diesem Service Public-Auftrag steht. Wie Studien zur Mediennutzung aufzeigen, sind die Programme der SRG sowie der gebührenfinanzierten regionalen Radio- und Fernsehsender in den Berggebieten und ländlichen Räumen von wesentlich grösserer Bedeutung als in den städtischen Agglomerationen. Die zukünftige Gestaltung des medialen Service public ist deswegen eine Frage, die unseren kleinen Kanton mit keiner so grossen Medienvielfalt wie in Zürich stärker betrifft. Zudem erachten wir es als wichtig, dass in allen vier Sprachregionen der Schweiz weiterhin ein angemessenes Angebot zur Verfügung steht. Vor diesem Hintergrund begrüssen wir das Bekenntnis zu einem leistungsfähigen Service public der SRG und der gebührenfinanzierten regionalen Radio- und Fernsehsender im Sinn eines Dienstes an der Gesellschaft.

Im Bereich der audiovisuellen Medien wird der Service public sowohl von der SRG wie auch von regionalen Radio- und Fernsehsendern erbracht, die teilweise öffentlich finanziert sind. In der Konzession muss klar zum Ausdruck kommen, dass die SRG auch weiterhin eine gute regionale Berichterstattung anbietet. In unserem Kanton leisten die regionalen Radio- und Fernsehsender ergänzend zu den beiden Regionalzeitungen (nur noch eine Tageszeitung!) einen wesentlichen Beitrag an die mediale Grundversorgung. Die Angebote der SRG sollten die Entwicklungsmöglichkeiten der regionalen gebührenfinanzierten Anbieter sowie der Regionalzeitungen nicht einschränken. Namentlich bei der Formulierung der Bestimmungen zur Regionalberichterstattung, zur Werbung sowie zum publizistischen Online-Angebot der SRG sowohl im Text- wie auch im audiovisuellen Bereich muss den Anliegen der Regionalmedien Rechnung getragen werden.

Derzeit ist ein rasanter medialer Wandel im Gange. Während die lineare Nutzung der Radio- und Fernsehprogramme kontinuierlich an Bedeutung verliert, werden das Internet und Streaming-Dienste als Verbreitungskanal von Informationen über das tagesaktuelle Geschehen immer wichtiger, insbesondere bei jüngeren Personen. Aus dieser Entwicklung ergeben sich neue Anforderungen an die Gestaltung des medialen Service public. Dieser kann seine Zielgruppen nur erreichen und zum gewünschten gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen, wenn es gelingt, die Formate und Verbreitungskanäle zu verwenden, die der heutigen Mediennutzung entsprechen.

Der mediale Service public der SRG ist derzeit stark unter Druck. Bei der Ausgestaltung der neuen Konzession ist darauf zu achten, dass sich die SRG bei der Definition und Ausgestaltung des Tätigkeitsfeldes der SRG auf ihr Kerngeschäft fokussiert, zu welchem nach unserem Verständnis aber nicht nur die reine Information, sondern auch andere Bereiche wie Unterhaltung, Kultur und Sport gehören. Der Verfassungsauftrag ist und bleibt hier Richtschnur.

Hingegen ist der Werbebereich in Anbetracht der Konkurrenzsituation und vor dem Hintergrund, dass die SRG zu einem wesentlichen Teil durch Konzessionsgebühren finanziert wird, zu überdenken. Wir wissen, dass die Hauptkonkurrenten im Werbemarkt nicht die anderen schweizerischen Medien sind, sondern die grossen Medienkonzerne im Norden und ennet dem Atlantik. Wir halten trotzdem an unserer Einschätzung fest, dass die Werbung nach 20 Uhr und die Unterbrecherwerbung in Filmen eigentlich ein Ärgernis ist, auch wenn diese für die SRG sicherlich lukrativ sind. Auch sind wir nicht mehr so sicher, ob eine Erlaubnis an die SRG für zielgruppenspezifische Werbung der Weisheit letzter Schluss ist, obwohl wir uns in der Vernehmlassung zur RTVV noch dafür ausgesprochen haben.

## **2. Bewertung der einzelnen Massnahmen**

Die wichtigsten Anpassungen in der vorliegenden SRG-Konzession sind:

- Bessere Unterscheidbarkeit der Programme gegenüber Programmen kommerzieller Veranstalter
- Stärkung der Integrationsfunktion der SRG
- Umfassendere Rechenschaftspflichten sowie Einrichtung einer externen Qualitätssicherung
- Verstärkte Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Wir begrüssen die Absicht des Bundesrates, die Kernkompetenzen der SRG im Bereich Information und Dienst an der Allgemeinheit deutlicher hervorzuheben und das Ziel der Unterscheidbarkeit der Programme ausdrücklich zu erwähnen. Wir erachten eine klare Ausrichtung des öffentlichen Angebots auf übergeordnete gesellschaftliche, staatsbürgerliche und demokratiepolitische Anliegen und eine deutlichere Abgrenzung gegenüber den Angeboten privater Sender für die Entwicklung der Schweizer Medienlandschaft als zentral. Auch die beabsichtigte Stärkung der integrativen Funktionen der SRG, sowohl in Bezug auf die Sprachregionen wie auch auf die gesellschaftlichen Gruppen der Schweiz, ist aus unserer Sicht ein zentrales Element des Leistungsauftrags und des Service public.

Umfassendere Rechenschaftspflichten und die Einrichtung einer externen Qualitätssicherung tragen dazu bei, die Unterscheidbarkeit der Programme sicherzustellen. Wir erachten die vorgeschlagenen Bestimmungen im Grundsatz als zweckmässig. Die Verpflichtung zum Dialog mit der Öffentlichkeit ist im Hinblick auf eine bessere Akzeptanz und gesellschaftliche Verankerung des medialen Service public wichtig und sollte noch erwähnt werden. Es ist aber darauf zu achten, dass dieses Controlling nicht aufgebläht und überorganisiert wird. Eine neue Dienstabteilung Controlling und Reporting im Bundesamt für Kommunikation braucht es dafür nicht.

Wir begrüssen den höheren Stellenwert, den im Konzessionsentwurf die Kooperationen mit anderen Medienunternehmen einnehmen und unterstützen daher die entsprechenden Verpflichtungen im Bereich Unterhaltung und Sport (Art. 9 und 10) sowie die allgemeine Pflicht zur Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen (Art. 31). Diese Kooperationen dürften mittelfristig die Akzeptanz einer starken SRG gegenüber ihren Mitbewerbern im audiovisuellen und im Printbereich erhöhen. Allerdings schaffen weder der Konzessionsentwurf noch der erläuternde Bericht die nötige Klarheit zur Umsetzung der Zusammenarbeit mit anderen Medienunternehmen. Dies ist in der neuen Konzession noch zu verdeutlichen.

Ablehnend äussern wir uns abschliessend zu einer möglichen Integration der SDA in die SRG, wie sie kürzlich diskutiert wurde. Dies wäre dann ein Zuviel des Service public in einer Hand.

### **3. Notwendige Anpassungen der Vorlage**

Ausgehend von dieser allgemeinen Einschätzung beantragen wir, die Konzession in folgenden Punkten anzupassen:

- Auflagen zu einer Rücksichtnahme auf die Regionalberichterstattung
- Überprüfung der Zulassung zielgruppenspezifischer Werbung, allenfalls Prüfung der Zusammenarbeit mit den regionalen Medien
- Verdeutlichung Berichterstattung und Aufsicht

### **4. Zusammenfassung**

Für uns ist das Weiterbestehen eines leistungsfähigen und flächendeckenden medialen Service public, der zur Hauptsache von einer starken SRG, aber auch von den regionalen Radio- und Fernsehsendern erbracht wird, ein wichtiges Anliegen. Wir begrüssen daher, dass sich der Bundesrat in der Vorlage ausdrücklich zu diesem Ziel sowie zu einem angemessenen Angebot in allen Sprachregionen der Schweiz bekennt. Der SRG darf auch eine Weiterentwicklung im Online-Bereich nicht verwehrt werden. Angesichts des raschen Wandels im Medienbereich betrachten wir die vorliegende Konzession eher als Übergangslösung. Bei der Ausgestaltung der Konzession ist der Zusammenarbeit zwischen der SRG und den regionalen Radio- und Fernsehsendern die nötige Beachtung zu schenken.

Genehmigen Sie, sehr geehrte Frau Bundesrätin, sehr geehrte Damen und Herren, den Ausdruck unserer vorzüglichen Hochachtung.

Freundliche Grüsse

**Für den Regierungsrat**



Rolf Widmer  
Landammann



Hansjörg Dürst  
Ratsschreiber

E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

versandt am: **22. März 2018**



Sitzung vom  
13. März 2018

Mitgeteilt den  
13. März 2018

Protokoll Nr.  
202

Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)

Per E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch) (PDF- und Word-Version)

### **Konzession für die SRG SSR (SRG-Konzession) Vernehmlassung**

---

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard  
Sehr geehrte Damen und Herren

Für die uns eingeräumte Möglichkeit zur Stellungnahme in vorbezeichneter Angelegenheit danken wir Ihnen.

Die Regierung des Kantons Graubünden begrüsst die vorgeschlagene SRG-Konzession. Insbesondere ist positiv zu werten, dass gemäss Konzessionsentwurf die SRG verpflichtet wird, dem Austausch unter den Sprachregionen mehr Gewicht einzuräumen und zudem vermehrt auch auf junge Bevölkerungsgruppen zugeschnittene Angebote bereitzustellen.

Im Zusammenhang mit der vorgesehenen Möglichkeit des Verzichts auf die Veranstaltung eines der beiden Programme für die italienische Sprachregion (vgl. Art. 17 Abs. 2 Konzessionsentwurf) muss in jedem Fall der Empfang eines entsprechenden multimedialen Angebots in allen Teilen der italienischen Sprachregion sichergestellt sein.



Namens der Regierung

Der Präsident:

Dr. Mario Cavigelli

Der Kanzleidirektor:

Daniel Spadin



T +41 31 326 66 04  
E urs.scheuss@gruene.ch

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Postfach 252  
2501 Biel/Bienne

12. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen der neuen Konzession für die SRG SSR haben Sie die Grünen Schweiz zur Stellungnahme eingeladen. Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, uns zur Vorlage äussern zu können.

### **Zusammenfassung**

Die Grünen unterstützen die neue Konzession für die SRG SSR grundsätzlich. Um die grösstmögliche Unabhängigkeit der SRG-Inhalte von der Politik zu gewährleisten, muss aus Sicht der Grünen der Leistungsauftrag im Zentrum stehen. Bei der Umsetzung des Leistungsauftrages (also der Leistungserbringung) dagegen soll der SRG mehr Flexibilität eingeräumt werden. Die Grünen regen an, auf eine detaillierte Aufzählung von linearen Radio- und Fernsehprogrammen zu verzichten und den Aufbau von multimedialen Online-Plattformen (Audio, Video, Text und Bild) für alle Sprachregionen zu öffnen.

Weiter haben die Grünen bereits in der Vernehmlassung zur Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) einen Abbau und keinen Ausbau von Werbung gefordert und verlangt, auf die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG zu verzichten. Dies natürlich unter der Voraussetzung, dass die Finanzierung von publizistisch hochstehenden SRG-Programmen in drei Sprachregionen durch ausreichende Gebühreneinnahmen gedeckt werden können.

Zur Grundidee des medialen Service Public gehört die Verankerung der SRG in den verschiedenen Regionen der Schweiz (auch innerhalb der Deutschschweiz). Eine Verlagerung des Radiostudios Bern nach Zürich zum Beispiel würde nicht nur die Brückenfunktion der Hauptstadtregion schwächen, sondern hätte auch unerwünschte publizistische Nebenwirkungen.

## 1. Vorbemerkungen zur SRG-Konzession

### **Die SRG als Teil des Mediengesamtsystems: Umbau statt Abbau**

Die SRG erfüllt ihren verfassungsmässigen Auftrag im Rahmen eines dualen Mediensystems. Sie muss Teil einer Schweizer Medienlandschaft sein, die gegenüber der globalen Konkurrenz bestehen kann und die auch die kleineren lokalen und regionalen Räume und die verschiedenen Sprachgebiete der Schweiz bedient. **Die demokratische Öffentlichkeit als gemeinsamer Wahrnehmungs- und Diskussionsraum für die Bürgerinnen und Bürger soll zu diesem Zweck auf drei Ebenen weiterentwickelt werden:**

- Die Service public-Medien mit Leistungsauftrag müssen gestärkt und modernisiert werden.
- Private publizistische Medien müssen bessere Rahmenbedingungen erhalten (direkte und indirekte Medienförderung).
- Die Bürgerrechte, die Urheberrechte und der Datenschutz müssen gestärkt werden.

Gemäss Verfassungsauftrag soll sich die SRG im Rahmen ihres Leistungsauftrages frei entwickeln können, ohne dabei die Privaten zu gefährden. Dies ist in der aktuellen Umbruchsituation eine grosse Herausforderung. Die traditionellen Geschäftsmodelle der Printmedien (Abonnemente und Werbung) kommen wegen des digitalen Wandels und mit dem Aufkommen von Gratisangeboten und globalen kommerziellen Plattformen unter Druck. Ohne gezielte Medienförderung (siehe dazu die Vorstösse der Grünen in National- und Ständerat) droht die Medienlandschaft Schweiz ausserhalb der grossen Ballungszentren der Deutschschweiz immer stärker auszutrocknen.

Der Konzentrationsprozess und der Abbau von Arbeitsplätzen im Journalismus gehen immer schneller voran. Seit die gültige SRG-Konzession im Jahr 2008 in Kraft getreten ist, hat auf dem privaten Medienmarkt ein starker Konzentrationsprozess stattgefunden. Mit der BaZ-Gruppe von Christoph Blocher und zugewandten Orten (rund 1 Million Leser\*innen), mit dem Medienhaus Ringier, der NZZ-Gruppe, dem multimedialen Joint Venture von AZ Medien und NZZ Regionalmedien und dem Zusammenschluss von Tamedia mit der Goldbach Group teilen sich heute eine Handvoll Medienhäuser den Medienmarkt in der Schweiz weitgehend auf. Diese Medienhäuser verfügen regional über dominierende Marktpositionen. In der Westschweiz zum Beispiel hält Tamedia rund 80 Prozent Marktanteil. Mit der Goldbach Group zusammen wird Tamedia zudem nicht nur in der Schweiz zum führenden audiovisuellen Werbermarkter, sondern ist über internationale Partner an ein mächtiges und attraktives Netz globaler Content Provider angeschlossen.

Das deutliche Nein zur No-Billag-Abstimmung am 4. März 2018 hat aufgezeigt, **dass der SRG und den gebührenfinanzierten privaten Medien mit Leistungsauftrag in dieser Situation eine tragende Rolle als Garantinnen von Unabhängigkeit und Vielfalt in einer direkten Demokratie zugesprochen wird.**

### **Grundsätze der SRG**

Die neue Konzession des Bundesrates für die SRG will den Leistungsauftrag für die Zeit „bis 2022 bzw. bis zum Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien“ festlegen und schärfen.

**Dieses Ziel ergibt Sinn, auch wenn der politische Entscheidungsprozess einer verkehrten Logik folgt.** Er hat mit einer finanzierungstechnischen Entscheidung (RTVG-Abstimmung) begonnen und soll mit der regulatorischen Erneuerung/Erweiterung des Auftrags durch ein Mediengesetz enden. Diese Reihenfolge führt unter anderem zu einer ständigen und problematischen Politisierung der Medienorganisation bis in die operationellen Einzelheiten hinein.

**Um die grösstmögliche Unabhängigkeit der SRG von der Politik zu gewährleisten, muss aus Sicht der Grünen bei der neuen SRG-Konzession der Leistungsauftrag und kein detaillierter Beschreibung der Leistungserbringung im Zentrum stehen.** Die bisherigen Grundsätze sind dabei auch unter den Bedingungen der digitalen Gesellschaft gültig.

- Die SRG/SSR trägt in ihren Strukturen den föderalen Gegebenheiten der Schweiz Rechnung.
- Sie entwickelt in allen Landesteilen gleichwertige Programme und bietet diese für alle Bevölkerungsgruppen an.
- Sie fördert die kulturelle Identität sprachlicher und regionaler Minderheiten und den Austausch unter ihnen.
- Sie sorgt für den Zusammenhalt der Gesellschaft und der Generationen, indem sie für alle Bevölkerungsgruppen, Mehrheiten und Minderheiten, die klassischen (analogen) Angebote nach Bedarf weiterführt und die neuen (digitalen) Technologien (Online) entwickelt und nutzt.
- Sie bietet qualitativ hochstehende Leistungen über die ganze Breite der Interessengebiete der Gebührenzahlenden: Informieren, bilden, unterhalten.
- Sie fördert Orientierung und Zusammenhalt innerhalb der mehrsprachigen Schweiz und bei der Entwicklung der Beziehungen zur europäischen Nachbarschaft und zur globalisierten Welt.

Die SRG muss dabei die Nutzer\*innen ins Zentrum der Erfüllung ihres Leistungsauftrags stellen und einen kontinuierlichen Dialog mit ihnen pflegen. Sie soll Transparenz über ihre Ziele und deren Erfüllung gewährleisten und ihren Nutzer\*innen die Möglichkeit geben, aktiv zu den Angeboten des Service public beizutragen.

### **Vielfalt der Medien und Vielfalt der Publizistik**

Aufgrund der zunehmenden Konzentration bei den privaten Medienverlagen ist die SRG heute in weiten Teilen der Schweiz zu einer Garantin von publizistischer Konkurrenz und Vielfalt geworden. Die SRG muss dabei ihren Auftrag, die Wirklichkeit der „Schweiz in ihrer Vielfalt zu erzählen“, auch konsequent in ihrem gesamten Programm umsetzen. Die städtische muss wie die ländliche Wirklichkeit voll zum Zuge kommen, das junge Publikum ebenso wie die älteren Generationen, die nahezu dreissig Prozent der gebührendzahlenden Bevölkerung mit Migrationshintergrund gleichberechtigt wie die Männer und Frauen im Hinblick auf die Gendergerechtigkeit. Dieser Anspruch kann durch eine entsprechende Durchmischung des Personals (Diversity) am besten gewährleistet werden.

Zentral ist auch der Anspruch auf politische Vielfalt. Die offenkundige Tendenz der SRG, in wichtigen Teilen ihres Informationsprogramms die **Bundesratsparteien zu bevorzugen oder sogar exklusiv zu berücksichtigen, widerspricht dem Anspruch und der Verpflichtung auf publizistische Vielfalt diametral.** Journalismus mit dem Leistungsauftrag des Service public ist auf die Berücksichtigung aller politischen und gesellschaftlichen Kräfte verpflichtet. Das Informationsprogramm erfüllt diesen Auftrag durch die Darstellung und die freie und offene Auseinandersetzung mit dem gesamten Spektrum der Ideen, nicht durch die Reproduktion der bestehenden Machtverhältnisse.

Zur Vielfalt der Publizistik gehört auch die **Verankerung der SRG in den verschiedenen Regionen der Schweiz** (auch innerhalb der Deutschschweiz). Eine Verlagerung des Radiostudios Bern nach Zürich zum Beispiel würde nicht nur die Brückenfunktion der Hauptstadtregion schwächen, sondern hätte auch gravierende publizistische Nebenwirkungen.

## **Zusammenarbeit und Abgrenzung – die SRG hat keine Agenturfunktion**

Die Grünen begrüßen es, dass sich die SRG mit der neuen Konzession stärker auf ihr Basismandat konzentrieren und dem Informationsprogramm einen grösseren Platz einräumen soll. Es entspricht zudem unserem Verständnis des Service public, die Unterscheidbarkeit von Privaten auch mit einem Abbau und einem Verzicht auf bestimmte Werbeformen zu fördern, im Online-Bereich die audio-visuelle Anbindung von Texten zur festen Regel zu machen und die Zusammenarbeit mit privaten Medien auszubauen.

Für die Grünen ist allerdings höchst problematisch, dass die SRG im Shared-content-Modell privaten Medienhäusern Newsinhalte kostenlos überlassen soll. Die SRG wird damit in die Rolle einer Agentur oder eines „content providers“ für Programme von durchaus unterschiedlicher Qualität, Zuschnitt und Ausrichtung gedrängt, die ihrer eigenen publizistischen Identität nicht zuträglich ist. Die kostenlose Überlassung von Material dürfte zudem eher einen Abbau der inhaltlichen Medienvielfalt (in Richtung Einheitsbrei) als ihre Stärkung bedeuten. Nicht akzeptabel ist weiter, dass private Firmen mit gebührenfinanzierten Service public-Inhalten profitorientierte Geschäftsmodelle aufbauen können.

## **Stabile Gebühren für den Leistungsauftrag**

Soweit die finanziellen Ressourcen es erlauben, wäre eine verstärkte Finanzierung privater Sender mit Leistungsauftrag (mit entsprechender Kontrolle) der Gratisabgabe von aktuellen Programmelementen (oder einer weiteren Gebührenerkung) vorzuziehen. Grundsätzlich muss der Bundesrat sicherstellen, dass der Leistungsauftrag der SRG mit stabilen Gebührengeldern langfristig finanziert werden kann.

## **Stellungnahme zu einzelnen Artikeln und übergreifenden Themen**

### **Art. 3 Grundsätze**

#### **Art. 3.1**

Wir begrüßen ausdrücklich die Ergänzung der Vektoren mit dem Hinweis auf die „Online-Beiträge“.

#### **Art 3.2**

Wir schlagen vor, den Absatz wie folgt zu ergänzen: „...respektiert die Menschenwürde des Individuums und orientiert sich an den Menschenrechten.“

Die Menschenrechte mit ihrer naturrechtlichen Grundlegung, der Liste der Freiheitsrechte und der Schutzbestimmungen (z.B. Existenzsicherung, Kinderschutz etc.) geben dem Medienschaffen eine wesentliche, grundlegende, wertbestimmte Ausrichtung unabhängig von jeder politischen Parteilichkeit.

#### **Art. 3.3**

Wir begrüßen ausdrücklich die Zielsetzung „**angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter...**“ und schlagen ausserdem folgende Ergänzung vor: „**...und der verschiedenen Gruppen der Gesellschaft**“, also: „**...angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter und der verschiedenen Gruppen der Gesellschaft**“

Die Präsenz der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen im Programm gehört zum Kernbereich des Service public. Sie ist offenkundig nach wie vor ungenügend (Frauen, Junge oder Menschen mit Migrationshintergrund sind zum Beispiel unterrepräsentiert), obwohl das Problem seit Langem bekannt ist. Diese Ergänzung erscheint deshalb zwingend notwendig, und zwar nicht nur (aber auch), weil es sich bei diesen Gruppen um einen relevanten Anteil der Gebührezahlenden handelt.

Mit der neuen Formulierung wird der prinzipielle Charakter dieses Auftrags unterstrichen. **Damit können**

**auch die gesonderten Artikel 13 und 14 (Junge und Migranten) entfallen, die durch ihre Abtrennung eher der Segregation als der Integration dienen.**

#### ***Art. 4 und 5 Qualitätsanforderungen und Dialog mit der Öffentlichkeit***

Wir begrüssen die Bestimmungen zur Qualitätssicherung, zur Transparenz und zum Dialog mit der Öffentlichkeit. Es ist wahrscheinlich der verkehrten Logik des politischen Prozesses geschuldet, dass die eigentliche Qualitätskontrolle nach wie vor durch eine staatliche Einrichtung – das Bundesamt für Kommunikation BAKOM – vorgenommen wird. Um einer Politisierung der Leistungsprüfung der SRG vorzubeugen und eine umfassende Qualitätssicherung zu erreichen, ist die Einrichtung einer **unabhängigen, staats- und politikfernen Aufsichts- und Regulierungsbehörde** (zum Beispiel nach britischem Muster) in der Schweiz dringend nötig. Die Grünen haben dazu in der KVF einen erfolgreichen Vorstoss eingereicht, der leider erst im Rahmen des neuen Mediengesetzes umgesetzt werden soll. Die Einrichtung einer unabhängigen Aufsicht hat aber nichts mit dem neuen Mediengesetz zu tun, sondern soll so rasch als möglich angepackt werden.

#### ***Art. 6 bis 9 Publizistisches Angebot und Art. 11 Innovation***

Die Regulierung des Informationsangebots (Art. 6) ist sehr detailliert ausgefallen. Die Grünen bevorzugen eine offenere und flexiblere Formulierung. Dasselbe gilt für die Vorschrift, mindestens 50 Prozent der Mittel aus der Medien-Abgabe für den Bereich „Information“ einzusetzen. Information lässt sich nicht immer trennscharf von „Kultur“ (Art. 7) oder „Unterhaltung“ (Art. 9) abgrenzen. International werden zudem an der Schnittstelle von Unterhaltung, Information oder Bildung neue Formate entwickelt, die sich nicht in die klassischen Formate einordnen lassen.

Die definitorischen Regulierungen zum publizistischen Angebot orientieren sich stark an die hergebrachten Formen des strukturierten Fliessprogramms. Die SRG muss neben Angeboten für das analoge Programm aber auch solche für die digitale SRG-Plattform entwickeln.

#### ***Art. 13 Angebot für junge Menschen***

Grundsätzlich: Art. 13 und Art. 14 können gestrichen und ihr Inhalt in geeigneter Form in Art. 3.3 integriert werden (siehe dort).

#### ***Art. 14: Menschen mit Migrationshintergrund***

Grundsätzlich: Art. 13 und Art. 14 können gestrichen und ihr Inhalt in geeigneter Form in Art. 3.3 integriert werden (siehe dort).

Das separate Angebot für „Menschen mit Migrationshintergrund“ riskiert, anstelle von Integration eher Separation zu produzieren. Es ist daher zu streichen (da es sich ja offenkundig nicht um fremdsprachige „Angebote für Ausländer\*innen“ handelt). Menschen mit Migrationshintergrund sind ein selbstverständlicher Teil der Schweizerischen Gesellschaft und sind daher ebenso selbstverständlich in das Programm-schaffen und die Programmgestaltung zu integrieren (s. Art.3.3). Sie leisten ja auch ihren Teil an die Haushaltsabgabe.

#### ***Art. 16 und Art. 17: Radioprogramme und Fernsehprogramme***

Generell ist trotz der begrenzten Geltungsdauer der neuen SRG-Konzession zu fragen, ob die Bestimmungen der Art. 16 und 17 nicht zu sehr an den bestehenden Programmstrukturen festhalten. So wäre zu prüfen, ob die hergebrachte Definition und Trennung der Programme den Nutzungsgewohnheiten

sowohl dem Inhalt als auch den Angebotsformen noch entspricht.

Die Grünen regen an, auf ein detailliertes Festschreiben von einzelnen Programmen zu verzichten und der SRG bei der Umsetzung des Leistungsauftrages für die einzelnen Sprachregionen mehr Flexibilität zu geben. Verlagerungen von Fernsehkanälen in das Online-Angebot sollen wie bei RTSI auch in anderen Regionen möglich sein, desgleichen inhaltliche Entwicklungen beim Programmcharakter der Kanäle bzw. der Plattform. Zentral ist aber: Das gesamte Programmangebot muss den Leistungsauftrag erfüllen und in den drei grossen Sprachregionen weiterhin *gleichwertig* sein.

#### **Art. 17.5 Zielgruppenspezifische Werbung**

Zielgruppenspezifische Werbung entspricht nicht dem Auftrag des Service public. Art. 17.5 kann und soll deshalb gestrichen werden.

Generell setzen sich die Grünen für den **kontinuierlichen Abbau von Werbung** bei gleichzeitiger Sicherung einer ausreichenden Finanzierung (Zielgrösse: Budget 2016) des Service public der SRG ein. Das entspricht dem Auftrag und stärkt zweifellos die Unterscheidbarkeit des Angebots und die Bindung des Publikums an die SRG.

#### **Art. 18.3: Übriges publizistisches Angebot**

Wir begrüssen insbesondere die ausdrückliche Erwähnung der Online-Angebote (Art. 18.1a, 1d, und 1f), die wichtige Entwicklungsperspektiven in der digitalen Gesellschaft und die Verbindung mit den Auslandschweizern, die Präsenz der Schweiz in der Welt sowie die internationale Zusammenarbeit im Fernsehen sicherstellen.

#### **Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten**

Sollte die (zielgruppenspezifische) Werbung für die SRG zugelassen werden, was die Grünen wie oben erwähnt ablehnen, dann müssten selbstverständlich restriktive Vorgaben zum Datenschutz, zur Transparenz oder zum Schutz von Minderjährigen gelten. Was die beiden vorgeschlagenen Alternativen zur Rücksichtnahme auf private Medienunternehmen in Bezug auf zielgruppenspezifischen Werbung anbetrifft, bevorzugen die Grünen eventualiter die Variante, bei der überdurchschnittliche Werbeeinnahmen für Aus- und Weiterbildung, die Medienforschung und konkrete Projekte der SDA abgeschöpft werden sollen.

Wir danken Ihnen dafür, dass Sie unsere Bemerkungen bei den weiteren Arbeiten zur neuen SRG-Konzession berücksichtigen.

Freundliche Grüsse



Regula Rytz  
Präsidentin



Urs Scheuss  
stv. Generalsekretär

Grüne / Les Verts / I Verdi  
Waisenhausplatz 21 | 3011 Bern



Grünliberale Partei Schweiz  
Monbijoustrasse 30, 3011 Bern

Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation  
Bundesamt für Kommunikation  
2501 Biel

Per E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

4. März 2018

Ihr Kontakt: Ahmet Kut, Geschäftsführer der Bundeshausfraktion, Tel. +41 31 311 33 03, E-Mail: [schweiz@grunliberale.ch](mailto:schweiz@grunliberale.ch)

## Stellungnahme der Grünliberalen zur neuen Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Vorlage und den Erläuternden Bericht zur neuen Konzession für die SRG SSR und nehmen dazu wie folgt Stellung:

### Allgemeine Bemerkungen zur Vorlage

Der mediale Service public befindet sich im Umbruch. Das Nutzungsverhalten wandelt sich grundlegend, was zu massiven Verschiebungen auf dem Werbemarkt führt. Statt eines Fernsehers oder Radiogeräts wird immer häufiger mobil und zeitlich unabhängig ein Smartphone genutzt, statt der Tagesschau ein personalisierter Newsfeed abonniert, und für die Unterhaltung gibt es Sportpakete, Netflix und vieles andere mehr. Es ist daher richtig, dass die Zukunft des medialen Service public, also das allen zugängliche Grundangebot im Fernsehen, Radio und online, grundlegend diskutiert wird. Der Bericht des Bundesrates aus dem Jahr 2016 und die Debatte rund um die No-Billag-Initiative waren wichtige Bausteine in diesem Prozess. Die Grünliberalen bedauern, dass es trotz ihrer Anstrengungen nicht gelungen ist, der No-Billag-Initiative einen überzeugenden Gegenvorschlag gegenüberzustellen, denn ein „weiter wie bisher“ der SRG darf es nicht geben. Die Debatte muss im Rahmen des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien fortgesetzt werden, das der Bundesrat zurzeit vorbereitet.

Vor diesem Hintergrund begrüssen die Grünliberalen, dass die bestehende SRG-Konzession, die noch bis zum 31. Dezember 2018 gilt, im Sinne einer Übergangslösung nur bis 2022 bzw. bis zum Inkrafttreten des neuen Mediengesetzes verlängert werden soll. Ebenso ist zu begrüssen, dass die Verlängerung zum Anlass genommen wird, um die Konturen des Service-Public-Auftrags der SRG zu schärfen. Die Grünliberalen beurteilen die Anpassungen der Konzession im Folgenden nach Massgabe der nachstehenden Vision zum medialen Service public.

Die Grünliberalen sind einverstanden, dass die Konzession für die SRG im Sinne einer Übergangslösung bis zum Inkrafttreten des neuen Mediengesetzes verlängert wird. Die Grünliberalen begrüssen ausdrücklich, dass die Verlängerung zum Anlass genommen wird, um die Konturen des Service-Public-Auftrags der SRG zu schärfen. Die SRG-Programme sollen sich in Zukunft stärker von Programmen privater Anbieter unterscheiden und sollen diese weniger konkurrenzieren.

### Grünliberale Vision zum medialen Service public

Die Grünliberalen wollen so viel staatlichen Service public wie nötig, aber so wenig wie möglich. Das Ziel ist eine klare Trennung von mit öffentlichen Geldern finanzierten „Service-Public-Inhalten“ einerseits und den restlichen Angeboten andererseits. Als Service-Public-Inhalte gelten für die Grünliberalen insbesondere Information, Kultur

und Bildung. Im Zentrum stehen dabei publizistische Inhalte wie Nachrichtensendungen, informierende Magazin- sendungen, Reportagen und Dokumentationen. Nicht dazu gehört Unterhaltung, mit Ausnahme von schweizerischer Eigenproduktionen (Filme und Serien). Beim Sport ist eine differenzierte Betrachtung angezeigt. Themen aus dem Bereich Sport können zum in der Verfassung geforderten nationalen Zusammenhalt beitragen (z.B. Schwingfeste oder Spiele der Fussball- und der Eishockey-Nationalmannschaft). Auch schweizerische Sportarten ausserhalb des kommerziellen Bereichs sollen angemessen von den mit öffentlichen Geldern finanzierten „Service-Public-Leistungen“ profitieren können. Beim Sport und bei der Unterhaltung muss die Subsidiarität aber konsequent Priorität haben, die privaten Medienanbieter sollen den Vorrang gegenüber der SRG erhalten.

Die Finanzierung der Service-Public-Inhalte erfolgt durch eine Steuer, nicht durch eine bürokratische Gebühr wie heute, welche mangels Austrittsmöglichkeit faktisch einer Steuer gleichkommt. Eine prüfungswerte Option wäre die Mehrwertsteuer. Während die Inhalte auf gesamtschweizerischer Ebene weiterhin primär durch die SRG erbracht werden, sollen regionale und lokale Inhalte durch private Anbieter angeboten werden; dafür müssen die Rahmenbedingungen für die Privaten verbessert werden (z.B. Unterstützung der journalistischen Aus- und Weiterbildung). Die Steuerung der mit öffentlichen Geldern finanzierten Service-Public-Inhalte soll vermehrt mittels Auflagen in Konzessionen und Ausschreibungen erfolgen. Die Service-Public-Inhalte sollen ohne Einschränkungen über alle Medienkanäle angeboten werden können (Online, Fernsehen, Radio, Print). Sie sind für alle Schweizer Medienanbieter einfach und werbefrei zugänglich und können unverändert oder bearbeitet weiterverbreitet werden („Shared“- oder „Open-Content-Modell“). Nur so lässt sich das Ziel der Bundesverfassung erreichen, alle Bevölkerungs-, Alters- und Sprachgruppen in der ganzen Breite anzusprechen.

## **Bemerkungen zu einzelnen Bestimmungen**

### Art. 2

Die Grünliberalen begrüssen, dass in der Konzession ausdrücklich verankert wird, dass die SRG keinen Gewinn anstrebt. Selbstverständlich sollen positive Jahresabschlüsse weiterhin möglich sein, um vergangene Verluste zu kompensieren und Reserven für Investitionen aufzubauen.

Zusätzlich zur Unabhängigkeit und zum Verbot der Gewinnstrebigkeit ist der Grundsatz der Subsidiarität in der Konzession zu verankern. Die SRG soll primär dort tätig werden, wo kein ausreichendes Angebot der privaten Anbieter besteht. Damit ist nicht gemeint, dass die SRG keine Sendungen wie beispielsweise die Tagesschau oder Meteo mehr anbieten darf, weil es ähnliche Sendeformate auch bei privaten Anbietern gibt (freilich mit einem deutlich geringeren Leistungsumfang, z.B. ohne internationales Korrespondentennetz). Vielmehr geht es um den Grundsatz, dass die SRG vor allem in den Bereichen tätig sein soll, die zu einem hochstehenden medialen Service public gehören, aber aus kommerziellen Gründen nicht von privaten Anbietern abgedeckt werden.

Die Grünliberalen beantragen, dass der Grundsatz der Subsidiarität der Leistungen und des Angebots der SRG in der Konzession verankert wird.

### Art. 3

Gemäss Absatz 3 strebt die SRG „eine hohe Akzeptanz und Reputation bei den verschiedenen Ansprech- und Zielgruppen an.“ Für die Grünliberalen ist wichtig, dass „hohe Akzeptanz“ nicht mit einer hohen Einschaltquote verwechselt wird. Eine hohe Einschaltquote kann nur ein Instrument unter anderen sein, um die Akzeptanz zu messen, darf aber kein Selbstzweck sein. Das Angebot der SRG muss aufgrund seiner Qualität sein Publikum finden und nicht danach ausgerichtet werden, was gefällig ist. In diesen Zusammenhang gehören auch die Unterscheidbarkeit und Unverwechselbarkeit des Angebots der SRG, wie sie auch der Bundesrat in seinem Bericht zum medialen Service public aus dem Jahr 2016 verlangt hat. Sie sind als allgemeine Grundsätze für das gesamte Angebot zu verankern und nicht bloss an vereinzelten Stellen wie in der Vorlage (vgl. Art. 9 Abs. 2 bezüglich der Unterhaltung und Art. 16 Abs. 2 bezüglich der Radioprogramme).

Die Grünliberalen beantragen, dass Unterscheidbarkeit und Unverwechselbarkeit als allgemeine Grundsätze des Angebots der SRG in der Konzession verankert werden.

#### Art. 4 und 5

Die Grünliberalen begrüßen, dass die Massnahmen zur Qualitätssicherung und zum Dialog mit der Öffentlichkeit verstärkt werden sollen, und zwar sowohl durch interne und externe Qualitätskontrollen als auch im Austausch mit der Bevölkerung. Wichtig ist, dass die Anliegen der Öffentlichkeit nicht bloss entgegengenommen werden, sondern auch tatsächlich in die Unternehmens- und Angebotsstrategie einfließen.

Die Grünliberalen beantragen, Artikel 5 wie folgt zu ergänzen:

<sup>5</sup> Sie [die SRG] lässt die Ergebnisse aus dem Dialog mit der Öffentlichkeit in die Unternehmens- und Angebotsstrategie einfließen und berichtet über die daraus resultierenden Anpassungen.

#### Art. 6–10

Es wird begrüßt, dass die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots (Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport) in der Konzession neu einzeln angesprochen und konkretisiert werden. Das erlaubt eine bessere Fokussierung auf die Bereiche, die zum medialen Service public gehören, ohne die SRG in ihrer Programmautonomie unangemessen einzuschränken.

#### Art. 6

Diese Bestimmung regelt den Bereich Information, namentlich Nachrichtensendungen, Dokumentationen und Gesprächssendungen. Die Grünliberalen begrüßen, dass in Absatz 6 festgelegt wird, dass die SRG für die Erfüllung ihres Leistungsauftrags im Bereich Information Mittel in Höhe von mindestens der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen einsetzen soll.

Der Bereich Information ist ein Kernelement des medialen Service public und muss im Fokus des publizistischen Angebots der SRG stehen.

#### Art. 9

Dieser Artikel befasst sich mit dem Bereich Unterhaltung. Wie bereits erwähnt, gehört die Unterhaltung für die Grünliberalen nicht zum Kernbereich des medialen Service public. Eine Ausnahme ist für schweizerische Eigenproduktionen (Filme und Serien) zu machen, die aber auch dem Bereich Kultur bzw. der Förderung des schweizerischen Filmschaffens zugerechnet werden können (vgl. Art. 7 der neuen Konzession). Die Abgrenzung zwischen reiner Unterhaltung und etwa Kultur oder Sport ist generell schwierig und kann nicht pauschal vorgenommen werden. Im Grundsatz aber soll Unterhaltung primär Sache der privaten Anbieter sein. Die SRG soll insbesondere keine Sendungen produzieren, die in praktisch gleicher Form bei privaten Anbietern verfügbar sind (z.B. Castingshows).

Eine besondere Problematik betrifft den Einkauf von Filmen und Serien, bei denen die Rechte gemäss dem Erläuternden Bericht oft an eine gewisse Reichweite gebunden sind bzw. nur an Sender(gruppen) mit einer relevanten Reichweite erteilt werden. Private Schweizer Anbieter könnten aufgrund der kleinräumigen Märkte daher benachteiligt sein (Erläuternder Bericht, Seite 6). Sofern und solange diese Problematik besteht, sind die Grünliberalen damit einverstanden, dass die SRG mit privaten Anbietern kooperiert, damit die privaten Anbieter Zugang zu Filmen und Serien erhalten. Die SRG soll aber möglichst keine ausländischen Filme und Serien für die eigenen Programme einkaufen.

Die SRG soll sich im Bereich Unterhaltung Zurückhaltung auferlegen und insbesondere kein Unterhaltungsprogramm anbieten, das in vergleichbarer Weise bei privaten Anbietern verfügbar ist.

Sofern und solange private Anbieter beim Einkauf von Filmen und Serien auf eine Kooperation mit der SRG angewiesen sind, ist diese zu gewähren. Die SRG soll aber möglichst keine ausländischen Filme und Serien für die eigenen Programme einkaufen.

#### Art. 10

Diese Bestimmung betrifft den Bereich Sport. Die Grünliberalen begrüßen, dass Sportereignisse mit Beteiligung von schweizerischen Athletinnen und Athleten bzw. Teams, internationale Sportveranstaltungen in der Schweiz sowie bestimmte andere wichtige Sportereignisse (Olympische Spiele, Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest etc.) in den Vordergrund gerückt werden. Ebenso ist zu begrüßen, dass auch Breitensportarten sowie wenig verbreitete Sportarten berücksichtigt werden sollen.

Für die Grünliberalen ist im Bereich Sport zentral, dass der Schwerpunkt auf Sportereignisse mit Beteiligung von schweizerischen Athletinnen und Athleten bzw. Teams gelegt wird. Zudem soll die SRG nur subsidiär tätig werden, d.h. wenn keine privaten Anbieter die Berichterstattung übernehmen wollen oder aufgrund der Kosten übernehmen können.

#### Art. 11

Die SRG soll gemäss Vorlage verpflichtet werden, „laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad“ zu entwickeln. Die Grünliberalen begrüßen diese Vorgabe insofern, als die Gebührenfinanzierung der SRG eine grössere Risikobereitschaft erlaubt, die auch genutzt werden soll. Andererseits darf die Innovation nicht zum Selbstzweck werden. Nur weil etwas neu ist oder noch nie gemacht wurde, ist es nicht automatisch gut. Entscheidend ist, dass Innovation als Mittel genutzt wird, um die übergeordneten Ziele der SRG wie die Information besser zu erreichen. Die Begrenzung auf die gestalterische Innovation ist im Übrigen zu eng und daher zu streichen.

Die Grünliberalen beantragen folgende Anpassung von Artikel 11 Absatz 1:

<sup>1</sup> Die SRG entwickelt laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen ~~gestalterischen~~ Innovationsgrad. (...)

#### Art. 12–15

Als weitere Querschnittsaufgaben werden von der SRG besondere Anstrengungen bezüglich der jeweils anderen Sprachregionen, jungen Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund sowie Menschen mit Sinnesbehinderungen verlangt. Die Grünliberalen begrüßen das. Eine besondere Herausforderung stellen die Angebote für junge Menschen dar. Es ist wichtig, dass diese weiterhin – um nicht zu sagen: wieder – mit den Programmen der SRG erreicht werden können.

#### Art. 16

In dieser Bestimmung werden neu die verschiedenen Radioprogramme der SRG in der Konzession einzeln festgeschrieben. Das ist weder nötig noch angebracht und zementiert nur den Status quo. Auch ist die Regelung unnötig detailliert, da sie für jedes Radioprogramm inhaltliche Vorgaben macht. Wie die Diskussion um die No-Billag-Initiative deutlich gemacht hat, ist die SRG aufgefordert, ihr Angebot zu überprüfen und unnötige Radioprogramme abzubauen bzw. umzustrukturieren. Entsprechende Vorschläge wurden bereits aus der Bevölkerung vorgebracht und sind vertieft zu diskutieren.

Die Grünliberalen beantragen, Artikel 16 zu streichen. Die allgemeinen Bestimmungen der Konzession sowie die Bestimmungen zu den einzelnen Bereichen des publizistischen Angebots (Information, Kultur etc.) genügen als Vorgaben. Die SRG ist aufzufordern, die Zahl ihrer Radioprogramme anhand der Vorgaben zu überprüfen und möglichst zu reduzieren.

#### Art. 17

Ähnlich wie in Artikel 16 werden in dieser Bestimmung Vorgaben zu den verschiedenen Fernsehprogrammen der SRG gemacht. Die Bemerkungen zu Artikel 16 gelten auch hier.

Zu ergänzen ist, dass die Grünliberalen zielgruppenspezifische Werbung zum heutigen Zeitpunkt ablehnen, da von dieser faktisch nur die SRG profitieren würde, nicht aber private Anbieter (Absatz 5). Es wird auf die Stellungnahme der Grünliberalen vom 12. Februar 2018 verwiesen, welche im Rahmen der Vernehmlassung zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) eingereicht wurde.

Die Grünliberalen beantragen, Artikel 17 zu streichen. Die allgemeinen Bestimmungen der Konzession sowie die Bestimmungen zu den einzelnen Bereichen des publizistischen Angebots (Information, Kultur etc.) genügen als Vorgaben. Die SRG ist aufzufordern, die Zahl ihrer Fernsehprogramme anhand der Vorgaben zu überprüfen und möglichst zu reduzieren.  
Die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung wird zum heutigen Zeitpunkt abgelehnt.

#### Art. 18

In dieser Bestimmung wird das „übrige publizistische Angebot“ geregelt, wobei die Online-Angebote der SRG das Kernstück sind. Die Regelungen zu den Online-Angeboten werden gemäss Vorlage aus der geltenden Konzession übernommen. Sie sind in einem Punkt zu verschärfen: Es genügt nicht, dass 75 Prozent der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage, mit Audioinhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft sind. Der Anteil muss 100 Prozent betragen, um nicht private Online-Angebote zu konkurrenzieren.

Die Grünliberalen betonen generell die Wichtigkeit der allgemeinen Grundsätze der Subsidiarität, der Unterscheidbarkeit und der Unverwechselbarkeit des Angebots der SRG (siehe dazu vorne bei Art. 2 und 3) gerade im Online-Bereich. Private Anbieter dürften nicht konkurrenziert werden, indem das Online-Angebot der SRG zu einer eigentlichen „Online-Zeitung“ ausgebaut wird. Angesichts der rasanten Entwicklungen im Online-Bereich (z.B. neue technische Möglichkeiten, die zu einem geänderten Nutzungsverhalten führen) ist es unabdingbar, dass Detailregelungen regelmässig überprüft und gegebenenfalls angepasst werden, um nicht den Anschluss an die neuen Gegebenheiten zu verlieren.

Was den Teletext betrifft, so ist es nicht mehr zeitgemäss, die SRG zu diesem Angebot zu verpflichten. Es soll der SRG künftig frei stehen, ob sie Teletext anbieten möchte oder nicht.

Die Grünliberalen fordern klare und enge Schranken für Online-Angebote der SRG ohne Sendungsbezug. Generell muss den Grundsätzen der Subsidiarität, der Unterscheidbarkeit und der Unverwechselbarkeit bei den Online-Angeboten der SRG stärker Rechnung getragen werden. Die weiteren Entwicklungen im Online-Bereich sind zu beobachten und die Regelungen regelmässig zu überprüfen und anzupassen, um zukunftsfähig zu bleiben. In Absatz 2 Buchstabe d ist der Anteil der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage und die mit Audioinhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft sein müssen, auf 100 Prozent zu erhöhen.

Die SRG soll frei entscheiden können, ob sie Teletext anbietet oder nicht.

#### Art. 31

Die Grünliberalen begrüßen, dass in dieser Bestimmung in (teilweiser) Umsetzung des Shared-Content-Modells die Zusammenarbeit mit schweizerischen Veranstaltern verbessert werden soll. Die Grünliberalen haben sich von Anfang an für ein Open- oder Shared-Content-Modell eingesetzt. Dadurch sollen gebührenfinanzierte Sendungen eine möglichst breite Öffentlichkeit erreichen, und die Vielfalt in der Schweizer Medienlandschaft soll gestärkt werden. Die vorgeschlagene Bestimmung ist jedoch viel zu restriktiv ausgefallen und muss überarbeitet werden. So ist nur der Zugang zu Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten vorgesehen (Absatz 1). Er ist richtigerweise auf die ausgestrahlten Beiträge auszudehnen, wobei der Fokus auf dem Bereich Information liegen soll. Zudem sollen auch einzelne Originaltöne angeboten werden. Diese Forderungen entsprechen der Motion 17.3627 der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats.

Nicht begründet wird in der Vorlage, weshalb der Zugang – gemeint: nur? – zur Verwendung auf Online- und Social-Media-Plattformen angeboten werden soll (Absatz 2). Auch diese Regelung ist zu restriktiv. Es muss den Nutzern erlaubt werden, die Inhalte auch in ihren Radio- und Fernsehsendungen zu verwenden.

In Artikel 23 der Vorlage wird der Zugang zu Sendungen geregelt (z.B. in Online-Archiven), wobei das Verhältnis zu Artikel 31 nicht ausdrücklich geregelt ist. Es muss sichergestellt werden, dass der Anspruch auf Zugang gemäss Artikel 31 nicht durch die Regelung in Artikel 23 behindert wird. Wenn nötig, ist das in der Konzession klarzustellen.

Die Grünliberalen beantragen Artikel 31 und eventuell auch Artikel 23 so zu überarbeiten, dass sie den Forderungen der Motion 17.3627 entsprechen. Soweit das geltende Recht eine vollständige Umsetzung des Shared-Content-Modells verhindert, sind im neuen Mediengesetz die nötigen gesetzlichen Grundlagen vorzuschlagen.

Art. 38<sup>bis</sup>

Diese Bestimmung hängt mit der bereits erwähnten Vernehmlassung zu einer Änderung der RTVV zusammen, mit welcher zielgruppenspezifische Werbung erlaubt werden soll (vgl. vorne bei Art. 17). Die Grünliberalen lehnen die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung zum heutigen Zeitpunkt ab. Sollte der Bundesrat trotzdem daran festhalten, ziehen die Grünliberalen Werbezeitbeschränkungen der SRG der vorliegend vorgeschlagenen Abschöpfung überdurchschnittlicher Werbeeinnahmen vor. Ohne Werbezeitbeschränkung wäre eine noch stärkere Umverteilung der Werbeeinnahmen zulasten der privaten Anbieter zu befürchten. Die Frage, ob gewisse Medienprojekte vermehrt unterstützt werden sollen (z.B. für Aus- und Weiterbildung), ist im geplanten Mediengesetz grundsätzlich und im Gesamtzusammenhang zu diskutieren und soll nicht mit der Frage der zielgruppenspezifischen Werbung vermischt werden.

Die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung wird zum heutigen Zeitpunkt abgelehnt. Falls der Bundesrat dennoch daran festhält, ziehen die Grünliberalen Werbezeitbeschränkungen zulasten der SRG einer Abschöpfung überdurchschnittlicher Werbeeinnahmen vor.

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme und die Prüfung unserer Anmerkungen und Vorschläge.

Bei Fragen dazu stehen Ihnen die Unterzeichnenden gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen



Jürg Grossen  
Parteipräsident



Ahmet Kut  
Geschäftsführer der Bundeshausfraktion

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Eingereicht per E-Mail an:  
srg-konzession@bakom.admin.ch

Freiburg, 12. April 2018

## **Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

**impressum**, die Schweizer JournalistInnen, dankt für die Gelegenheit zur Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR im Rahmen der am 19. Dezember 2017 eröffneten Vernehmlassung des UVEK. **impressum** ist mit mehr als 4000 Mitgliedern die grösste gesamtschweizerische Organisation von Journalistinnen und Journalisten der Schweiz und vertritt ausschliesslich die Interessen dieses Berufsfelds. Auch bei der SRG SSR sind gemäss der letzten Erhebung rund 400 Journalistinnen und Journalisten **impressum**-Mitglieder.

**Begrüssung des hohen Stellenwerts journalistischer Information:** Grundsätzlich begrüsst **impressum** den hohen Stellenwert, den der Konzessionsentwurf der journalistischen Eigenproduktion und der journalistischen Qualitätssicherung zumisst, wie es insbesondere in Art. 6 (Information) aber auch in Art. 7 (Kultur) und Art. 10 (Sport) sowie Art. 4 (Qualität) zum Ausdruck kommt. Neben den wichtigen Umschreibungen der inhaltlichen und qualitativen Anforderungen sowie der gleichmässigen Verteilung auf die Sprachregionen ist namentlich die Verpflichtung zu begrüßen, dass mindestens die Hälfte der Einnahmen aus der Medienabgabe für die Produktion journalistischer Information einzusetzen ist.

**Hälftiger Anteil am Gesamtbudget soll für journalistische Produktion reserviert sein:** **impressum** würde es jedoch begrüßen, wenn sich dieser mindestens hälftige Anteil auf das Gesamtbudget der SRG SSR beziehen würde und nicht nur auf die Einnahmen aus der Medienabgabe. Denn die journalistische Information leidet in der Schweiz infolge des Strukturwandels in den Medien im Vergleich zu anderen Medienangeboten überproportional. Es

gehört gerade zu den Kernaufgaben der SRG SSR, die unbestrittenermassen für die Schweizer Demokratie und Gesellschaft unverzichtbare Informationsvielfalt zu erhalten.

Da die privaten Journalismusangebote unter dem wirtschaftlichen Druck der Konkurrenz journalismusfremder bzw. -freier digitaler und meist ausländischer Plattformanbieter immer stärker zurückgedrängt werden, muss der nationale, gebührenfinanzierte Veranstalter diese sich in rasantem Tempo öffnende Lücken füllen. Nur so kann auf längere Sicht die Informationsfreiheit der einzelnen Einwohnerinnen und Einwohner gewährleistet werden, die in Art. 16 Abs. 3 BV voraussetzt, dass „Informationen ... aus allgemein zugänglichen Quellen“ verfügbar sind, damit sich jedes Individuum darauf aufbauend frei informieren kann.

**Journalistische Abdeckung anderer Ressorts als „nur“ des Sports soll explizit erwähnt werden:** impressum begrüsst, dass in Art. 6 Abs. 4 und Art. 10 explizit die journalistische Berichterstattung über den Sport erwähnt wird. Hingegen fehlt impressum diese Erwähnung im Bereich der Kultur. Weder Art. 6 noch Art. 7 äussern sich ausdrücklich dazu. impressum würde es begrüssen, wenn auch die journalistischer Ethik folgende Berichterstattung über kulturelle Themen ausdrücklich im Leistungsauftrag der SRG SSR verankert würde, da nicht nur die Wiedergabe der Kultur, sondern hinsichtlich des kulturellen Geschehens auch die journalistische Berichterstattung und Vertiefung von der SRG SSR erwartet werden. Diese explizite Erwähnung ist auch für andere Ressorts in Erwägung zu ziehen.

**Bildung im Bereich der Medienkompetenz verankern:** impressum begrüsst, dass die SRG in Art. 8 zu einem Beitrag zur Bildung verpflichtet wird. Es wäre jedoch zu begrüssen, wenn ein spezieller Fokus auf die Förderung der Medienkompetenz sowohl im Bereich Bildung auch im Bereich des Angebots für junge Menschen (Art. 13) gelegt würde.

**Journalistische Ethik und Selbstkontrolle („Erklärung“ und Presserat) sollen nicht nur von Partnern, sondern auch von der SRG selbst gefordert werden:** Hinsichtlich der journalistischen Qualitätssicherung weist impressum darauf hin, dass die SRG SSR zur Trägerschaft des Schweizer Presserats gehört und damit auch die „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“ offiziell als Grundlage der journalistischen Qualität und des journalistischen Handwerks anerkennt. Deshalb erscheint es impressum unverständlich, warum dieses für den Journalismus mit Sicherheit anerkannteste und bewährteste medienübergreifende Qualitätssicherungssystem im Bereich des Journalismus nicht als Teil des Leistungsauftrags der SRG SSR Erwähnung findet. Sowohl die „Erklärung“ sollte als Basis allen journalistischen Schaffens ausdrücklich erwähnt werden, als auch der Presserat als anerkannte Institution der journalistischen Selbstkontrolle. Richtigerweise wird die „Erklärung“ als Kriterium für die „Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen“ in Art. 31 erwähnt. Umso mehr erstaunt es aber, dass die SRG SSR nicht durch die Konzession ebenfalls verpflichtet werden, diese Erklärung als Basis ihrer eigenen journalistischen Produktion anzuerkennen, anstatt sie nur bei dritten zu voraussetzen.

**Innovation und Förderung des Zugangs junger Generationen zu journalistischen Inhalten:** Des Weiteren begrüsst impressum auch die Verpflichtung der SRG SSR zur Innovation, und dies besonders in Verbindung mit der Verbesserung des Angebots für junge Menschen. Im Zuge des Strukturwandels der Medien leidet der Zugang junger Generationen zu gesellschafts- und demokratierelevanten, verifizierten journalistischen Informationen überproportional. impressum würde es begrüssen, wenn im entsprechenden Art. 13 explizit erwähnt würde, dass der Zugang der jungen Menschen zu journalistischen Kriterien genügender Information gefördert werden soll.

**Einschränkungen des Online-Angebots, die journalistische Vielfalt nicht behindern:** Hinsicht der übrigen Angebote begrüsst es impressum, dass es der SRG SSR erlaubt bleibt, ein Online-Angebot zu betreiben. Die Einschränkungen dieses Angebots, sofern es Journalismus betrifft, müssen jedoch zunehmend hinterfragt werden. Denn die Vielfalt der Information der übrigen journalistischen Medienanbieter der Schweiz nimmt auch online ab. So ist es fraglich, ob 1000-ziffrige Informationen in den unter Art. 18 Abs. 2 lit. c erwähnten

Bereichen den Qualitätsansprüchen, die Art. 4 an alle Angebote der SRG SSR formuliert, genügen können. Andererseits ist es richtig, dass die sowieso schon unter starkem Druck stehenden privaten Journalismusanbieter nicht online auch noch durch die SRG SSR existentiell konkurriert werden dürfen. Es ist aber zu berücksichtigen, dass Online-Einnahmen in relevantem Umfang durch andere private Medienanbieter selten auf Informationsplattformen erzielt werden, weshalb sich die Frage aufdrängt, ob diese Beschränkungen des Angebots der SRG SSR, soweit sie journalistische Inhalte betrifft, der Informationsvielfalt in der Schweiz nicht eher abträglich ist. impressum legt daher nahe, dass Wege und Kriterien gefunden werden, damit sich die privaten journalistischen Medien möglichst uneingeschränkt entfalten können und durch das Online-Angebot der SRG SSR nicht behindert werden, und dass es gleichzeitig der SRG SSR möglich ist, die journalistische Vielfalt in der Schweiz auch im online-Text-bereich mit Qualitätsjournalismus zu stützen.

**Erhalt des journalistischen Angebots auch für die italienische Schweiz:** Art. 17 Abs. 2 und Art. 18 Abs. 3 erlauben es der SRG SSR, für die italienische Schweiz nur ein anstatt zwei Fernsehprogramme bereitzustellen, und dieses durch ein multimediales Online-Programm zu kompensieren. impressum fehlt allerdings die Verpflichtung, dass das eine noch bestehende Fernsehprogramm zusammen mit diesem multimedialen Ersatzangebot hinsichtlich Umfang und Qualität des journalistischen Informationsangebots mindestens dem Angebot mit zwei Programmen entsprechen muss und legt diese Präzisierung dem Verordnungsgeber daher nahe.

**Geteilte Inhalte dürfen journalistische Produktion für Private nicht unattraktiver machen:** Gemäss Art. 31 soll die SRG den anderen Schweizer Medienunternehmen tagesaktuelle audiovisuelle Inhalte kostenlos zur Nutzung auf deren Plattformen zur Verfügung stellen. impressum steht dem skeptisch gegenüber. Einerseits wird die mediale und insbesondere journalistische Vielfalt nicht dadurch gefördert, dass private Medienanbieter dieselben Inhalte anbieten, die schon bei der SRG SSR für jedermann zugänglich sind. Andererseits befürchtet impressum, dass durch die kostenlose Verfügbarkeit vorproduzierter journalistischer Inhalte bei privaten Medienunternehmen falsche Anreize entstehen würden, indem diese Unternehmen ihre journalistische Eigenproduktion noch stärker reduzieren könnten, um ihre eigenen Ressourcen auf andere Bereiche zu konzentrieren. Dies würde zu einer verstärkten Einschränkung anstatt zu einer Stärkung der Informations- und Meinungsvielfalt führen.

Wir danken Ihnen für die Würdigung dieser aus Sicht der Journalistinnen und Journalisten von impressum besonders relevanten Ergänzungswünsche.

Mit freundlichen Grüssen,

impressum  
Die Schweizer Journalistinnen

  
Urs Thalmann, Geschäftsführer



IGEM, c/o Siri Fischer, Wildbachstr. 3, 8008 Zürich

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel

**Per E-Mail an [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)**

Zürich, 9. April 2018

### **Vernehmlassung zur Konzession für die SRG**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns eingeladen, bis zum 12. April 2018 zum Entwurf für eine neue SRG-Konzession Stellung zu nehmen. Gerne nehmen wir diese Gelegenheit mit dem vorliegenden Schreiben wahr.

Die Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) ist ein schweizerischer Verein, der sich für vielfältige und liberale Möglichkeiten der kommerziellen Kommunikation in den elektronischen und interaktiven Medien einsetzt. Die IGEM vereinigt die Anbieter und Abnehmer von Werbezeiten in elektronischen Medien und im Internet. Mitglieder der IGEM umfassen sowohl konzessionierte und nicht konzessionierte TV- und Radio-Veranstalter, praktisch alle relevanten Mediaagenturen und die Vermarktungsfirmen von elektronischer und digitaler Werbung in TV, Radio, Kino, Teletext und Online, aber auch die für die Branche wichtigen Marktforschungsunternehmen und TV-Verbreiter. Neben Admeira als Vermarktungsfirma der SRG gehören auch Goldbach sowie 41 weitere Firmen zu unseren Mitgliedern.

Die IGEM ist für einen liberalen Markt mit einem breiten Angebot und gleich langen Spiessen für alle Anbieter. IGEM ist gegen Einschränkungen der Werbemöglichkeiten und damit auch gegen Beschränkungen der TV-Werbung bei der SRG. IGEM stellt sich somit gegen eine potenzielle zeitliche Einschränkung der TV-Werbung auf den SRG-Sendern ab 20 Uhr oder 22 Uhr.

Im Hinblick auf die zielgruppenspezifische Werbung, die im Entwurf für die Konzession mehrfach aufgeführt ist, verweisen wir auf unsere Stellungnahme vom 19.1.2018 ans BAKOM (siehe Anlage). In dieser Stellungnahme befürwortet die IGEM die zielgruppenspezifische Werbung für die SRG, fordert aber auch explizit gleich lange Spiesse für die Privaten wie die SRG und den diskriminierungsfreien Zugang zur zielgruppenspezifischen Werbung für alle Veranstalter.

Die No Billag Abstimmung hat gezeigt, dass der Service public intensiv zu debattieren ist. Diese Diskussion wird im Zusammenhang mit dem vom Bundesrat angekündigten Entwurf eines Mediengesetzes geführt werden. Die IGEM erachtet es als falsch jetzt eine neue SRG-Konzession mit einer Dauer bis zum 31.12.2022 zu erteilen. Es sollten jetzt vor dem Ausgang der parlamentarischen Entscheide zum neuen Mediengesetz keine neuen Fakten geschaffen werden. Daher sieht die IGEM keinen Anlass für eine vorgezogene Revision der SRG-Konzession. Stattdessen



beantragt die Mehrheit des IGEM-Vorstandes eine Verlängerung der bestehenden Konzession der SRG bis zum Mediengesetz. Unser Mitglied Admeira als Vertretung der SRG-Sender unterstützt hingegen den vorliegenden Konzessionsentwurf.

Wir danken Ihnen für die Kenntnisnahme und stehen für Fragen oder Diskussionen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

IGEM

Stephan Küng  
Präsident

Siri Fischer  
Geschäftsführerin

Anlage

-IGEM-Stellungnahme zur zielgruppenspezifischen Werbung vom 19.1.2018 ans BAKOM



IGEM, c/o Siri Fischer, Wildbachstr. 3, 8008 Zürich

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel

**Per E-Mail an [rtvg@bakom.admin.ch](mailto:rtvg@bakom.admin.ch)**

Zürich, 19. Januar 2018

## **Vernehmlassung zur Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) 2018**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 30. Oktober 2017 haben Sie uns eingeladen, bis zum 16. Februar 2018 zur geplanten Änderung der RTVV Stellung zu nehmen. Gerne nehmen wir diese Gelegenheit mit dem vorliegenden Schreiben wahr.

Die Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) ist ein schweizerischer Verein, der sich für vielfältige und liberale Möglichkeiten der kommerziellen Kommunikation in den elektronischen und interaktiven Medien einsetzt. Die IGEM vereinigt die Anbieter und Abnehmer von Werbezeiten in elektronischen Medien und im Internet. Mitglieder der IGEM umfassen sowohl konzessionierte und nicht konzessionierte TV- und Radio-Veranstalter, praktisch alle relevanten Mediaagenturen und die Vermarktungsfirmen von elektronischer und digitaler Werbung in TV, Radio, Kino, Teletext und Online, aber auch die für die Branche wichtigen Marktforschungsunternehmen und TV-Verbreiter.

Liberaler Rahmenbedingungen für Werbung entspricht den Statuten der IGEM. Dementsprechend steht die IGEM auch der Einführung von zielgruppenspezifischer TV Werbung positiv gegenüber – nicht zuletzt auch deshalb, weil wir davon überzeugt sind, dass eine möglichst präzise auf den Konsumenten abgestimmte Werbung auch im Sinne von allen Beteiligten ist, zuvorderst auch im Sinne der Bevölkerung (die Relevanz von Werbung wird damit signifikant erhöht). Allerdings sind die regulatorischen Rahmenbedingungen so auszugestalten, dass alle im Schweizer Markt werbefinanzierten Veranstalter diese neue Möglichkeit in der Praxis auch nutzen können.

Diese Voraussetzung erfüllt das Revisionsvorhaben nicht. Das BAKOM müsste die TV Verbreiter dazu verpflichten, (i) TV Programme integral zu verbreiten und (ii) den TV Veranstaltern den diskriminierungsfreien Zugang zu jenen Daten und Schnittstellen zu ermöglichen, die für die Aussteuerung von zielgruppenspezifischer Werbung erforderlich sind.

Sofern diese Voraussetzungen nicht gegeben sind, wird die vorgeschlagene Ermöglichung zielgruppenspezifischer Werbung für konzessionierte Veranstalter entweder toter Buchstabe bleiben oder die Abhängigkeit der TV Veranstalter von den TV Verbreitern noch verstärken.



## **A) Flankierende Massnahmen erforderlich**

### **1. Schutz der Programmintegrität**

Die Forderung der TV Veranstalter nach Schutz der Programmintegrität bei der Verbreitung ist dem BAKOM seit langem bekannt (vgl. zuletzt das Schreiben der IGEM mit vier Anregungen zum Mediengesetz vom 4. September 2017 und das Schreiben der Interessengemeinschaft Radio und Fernsehen IRF im Namen aller TV Veranstalter betreffend Teilrevision der RTVV vom 31. März 2017). Die aktuelle Praxis in der Schweiz diskriminiert die TV Veranstalter in zweifacher Hinsicht: (i) die TV Verbreiter nutzen die Sendungen aus den werbefinanzierten linearen TV Programmen ohne Zustimmung der Veranstalter für VOD Angebote (sog. Catch-Up TV) und (ii) weigern sich die TV Verbreiter, Programme vollständig (d.h. unter Einbezug programmbegleitender Signale wie Hbb-TV) zu verbreiten.

Die TV-Verbreiter ermöglichen ihren Kunden, bei Catch-Up TV Werbung zu überspringen. Werbung ist aber ein unabdingbarer Teil des linearen (Free TV) Programms. Sie finanziert die redaktionellen Programme und trägt zum wirtschaftlichen Wettbewerb der Werbeauftraggeber bei. Durch die aktuelle (und weltweit einmalige) Praxis entgehen den Programmveranstaltern Werbeeinnahmen. 2017 dürfte die Einbusse aller in der Schweiz werbefinanzierten Sender gemäss Berechnungen der IRF auf der Basis der Zahlen von Mediapulse und Werbestatistik Schweiz erstmals die Grenze von CHF 100 Mio. und damit rund 12% der gesamten TV Werbeeinnahmen übersteigen. Diese Entwicklung ist auch für die Werbeauftraggeber problematisch. Für sie wird es immer schwieriger, über TV Werbung die erforderliche Reichweite beim Zielpublikum zu erreichen.

Überdies ist es den TV Sendern in der Schweiz verwehrt, wie in den Nachbarländern interaktive Angebote über Hbb-TV aufzubauen (und darüber zusätzliche Einnahmen zu generieren), weil die TV Verbreiter diese Angebote nicht mitverbreiten müssen. Die Kombination dieser Faktoren bedroht die Vielfalt der Mediengattung TV. Die Programmveranstalter sind immer weniger in der Lage, den Leistungsauftrag an das Medium Fernsehen im Sinne von Art. 93 II BV zu erfüllen.

### **2. Diskriminierungsfreier Zugang zu Daten und Schnittstellen**

Zur Aussteuerung zielgruppenspezifischer Werbung sind die TV Veranstalter auf die Mitwirkung der TV Verbreiter angewiesen. Sie benötigen den Zugang zu (anonymisierten) Nutzerdaten, welche die Segmentierung der Zuschauer überhaupt erst ermöglichen. Dieser Zugang ist über Schnittstellen bereitzustellen, die für alle Veranstalter offen und ohne Zusatzkosten nutzbar sein müssen. Ausserdem müssen die TV Verbreiter verpflichtet sein, zielgruppenspezifische Werbung an ihre Kunden auszuspielen. Auch dies erfolgt über Schnittstellen, die offen und ohne Zusatzkosten zugänglich sein müssen.

## **B) Verordnungskompetenz des Bundesrates vorhanden**

Das BAKOM hatte sich in seiner Antwort auf die Forderung der IRF zur Programmintegrität in seinem Schreiben vom 8. Mai 2017 auf den Standpunkt gestellt, die nicht-lineare Ausstrahlung von Programmen bzw. von einzelnen Sendungen sei nicht vom RTVG geregelt und bewege sich ausserhalb des Geltungsbereichs dieses Gesetzes. Das Thema der zeitversetzten Nutzung



von TV Programmen (Catch-Up TV) werde im Zusammenhang mit den Vorarbeiten für ein neues Gesetz über elektronische Medien geprüft.

Diese Auffassung teilen wir nicht. Zwar definiert das RTVG das TV Programm als lineare *«Folge von Sendungen, die kontinuierlich angeboten, zeitlich angesetzt und fernmeldetechnisch übertragen werden sowie für die Allgemeinheit bestimmt sind»* (Art. 2 lit. a RTVG). Genauso – nämlich linear - veranstalten und verbreiten die TV Veranstalter ihre Programme. Dabei müssen sie sich an detaillierte regulatorische Vorgaben halten (etwa bezüglich Werbung und Jugendschutz), die für keine andere Mediengattung gelten. Den nicht linearen Zugang zu den einzelnen Sendungen innerhalb der Programme ermöglichen nicht die Veranstalter, sondern die Verbreiter. Die Verbreiter nutzen für ihre nicht linearen Angebote die linearen Programme der Veranstalter. Regelungsgegenstand bleibt auch bei Auflagen zu Lasten der Verbreiter das gegenwärtig im RTVG regulierte lineare TV Programm. Daher ist gemäss unserer Auffassung die Verordnungskompetenz des Bundesrates gegeben.

Verbreitungsleistungen sind "chancengleich", "angemessen" und "nicht diskriminierend" anzubieten (Art. 51 Abs. 2 RTVG). Gestützt auf Art. 52 RTVG kann das BAKOM die fernmeldetechnische Übertragung von Programmen einschränken. Als einen der Gründe für solche Einschränkungen nennt diese Bestimmung die dauernde und schwerwiegende Verletzung von für die Schweiz verbindlichen völkerrechtlichen Vorschriften über Programmgestaltung, Werbung oder Sponsoring.

Die Praxis der TV-Verbreiter, TV-Programme nicht mehr integral als solche zu verbreiten, sondern diese in ihre einzelnen Bestandteile (Sendungen) aufzubrechen und Sendungen einzeln auf Abruf zugänglich zu machen, hat nicht nur die vorstehend beschriebenen negativen Auswirkungen auf den Werbemarkt und die Medienfreiheit. Diese Praxis hebt überdies Schutzmechanismen der Mediengattung TV aus, die beispielsweise dem Jugendschutz dienen. Programmveranstalter sind gehalten, jugendgefährdende Sendungen durch Ansetzung einer passenden Sendezeit so in ihr Programm einzuplanen, dass Jugendliche bestimmungsgemäss keinen Zugang dazu haben. Die TV Verbreiter unterlaufen diese Massnahmen, indem sie sämtliche Sendungen 24 Stunden am Tag zum Abruf bereitstellen, ohne auf deren Geeignetheit für Jugendliche Rücksicht zu nehmen.

Auch das Trennungsgebot zwischen redaktionellem Programm und Werbung sowie die Vorschriften über maximale Werbezeiten oder Programmunterbrechungen verlieren angesichts der Praxis der TV-Verbreiter ihre Bedeutung. Die Revision des RTVG bzw. dessen Umgestaltung in ein Mediengesetz dürfte mehrere Jahre in Anspruch nehmen. Der wachsende Schaden für den Schweizer Werbemarkt und die Schweizer TV Veranstalter dürfte in dieser Zeit existenzbedrohende Ausmasse annehmen. Das BAKOM ist gestützt auf Art. 52 RTVG befugt und verpflichtet, dieser Praxis Einhaltung zu gebieten und die Integralität der TV-Programme im Sinne des RTVG zu schützen.

Gleichzeitig ist sicherzustellen, dass alle TV Veranstalter diskriminierungsfreien Zugang zu den für die Aussteuerung zielgruppenspezifischer Werbung erforderlichen Daten und Schnittstellen erhalten. Andernfalls ist abzusehen, dass die TV Verbreiter diesen Zugang nur TV Veranstaltern gewähren, die dafür entweder eine Vergütung bezahlen oder infolge einer Allianz zwischen Veranstaltern und Verbreitern einen bevorzugten Zugang erhalten. Ein solches Szenario gilt es zu vermeiden, weil es unweigerlich zu einer Diskriminierung aller anderen TV Veranstalter führen würde. Ausserdem würde es den Schweizer Werbemarkt insgesamt schwächen. Werbekunden wollen zielgruppenspezifische TV Werbung für alle Sender buchen können, um eine relevante Reichweite innerhalb ihrer Zielgruppe aufbauen zu können. Wird der TV Werbemarkt



fragmentiert, verliert er gegenüber anderen Werbegattungen (insbesondere Werbeformen auf den grossen globalen Online Plattformen) an Attraktivität.

Sofern das BAKOM nicht bereit ist, diesen **Anliegen der TV-Veranstalter auf Verordnungsstufe zum Durchbruch zu verhelfen**, beantragen wir, die Regulierung zielgruppenspezifischer Werbung im Rahmen des geplanten neuen Gesetzes über elektronische Medien aufzunehmen und die **initiierte Teilrevision der RTVV einzustellen**.

Wir danken Ihnen für die Kenntnisnahme.

Freundliche Grüsse

IGEM

Stephan Küng  
Präsident

Siri Fischer  
Geschäftsführerin

Hôtel du Gouvernement – 2, rue de l'Hôpital, 2800 Delémont

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

Hôtel du Gouvernement  
2, rue de l'Hôpital  
CH-2800 Delémont  
t +41 32 420 51 11  
f +41 32 420 72 01  
chancellerie@jura.ch

Delémont, le 20 mars 2018

## **Procédure de consultation relative à la Concession SSR**

Madame,  
Monsieur,

Le Gouvernement de la République et Canton du Jura a pris connaissance du projet de concession SSR et vous remercie de le consulter à ce propos.

Il constate que la concession mise en consultation sera appliquée de manière transitoire jusqu'à l'entrée en vigueur de la future loi sur les médias électroniques dont les contours devraient être présentés avant l'été. Il estime toutefois qu'une adaptation de la concession SSR 08 est nécessaire, notamment au vu des débats importants de ces derniers mois à propos du service public en général et de la SSR en particulier.

De manière générale, le Gouvernement jurassien partage les objectifs principaux de la nouvelle concession, notamment celui de renforcer les exigences qualitatives des programmes de la SSR par rapport aux diffuseurs privés. Il soutient également la mise à disposition pour les médias privés des divers contenus produits par la SSR. Il se permet toutefois quelques remarques.

### **Fonction d'intégration**

Les articles 12, 13, 14 et 15 prévoient explicitement que la SSR prenne en considération dans ces programmes, les autres régions linguistiques, les jeunes, les personnes issues de la migration et les personnes atteintes de déficience sensorielle. La prise en compte des besoins des cantons ne figure elle, que dans l'alinéa 4 de l'article 3. Il est important que les cantons qui ne font pas partie des principaux pôles urbains aient également une place dans le contenu de la SSR. Ceci est d'autant plus important que l'alinéa 2 de l'article 6 prévoit que la SSR n'informe au sujet des événements locaux que s'ils ont une portée suprarégionale. Or, pour les cantons, la SSR offre également une manière et une opportunité d'exister médiatiquement au niveau national.

Le Gouvernement jurassien demande donc que les cantons soient explicitement pris en considération dans la fonction d'intégration de la SSR.

### **Surveillance**

Le Gouvernement jurassien approuve la mise en place d'une assurance qualité et d'un dialogue avec le public plus important que par le passé. Il estime toutefois que des discussions régulières doivent également être instaurées entre les autorités des cantons et les dirigeants opérationnels des unités linguistiques de la SSR.

Le Gouvernement jurassien vous remercie de l'intérêt avec lequel vous lirez sa prise de position et vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de ses salutations distinguées.

AU NOM DU GOUVERNEMENT DE LA  
RÉPUBLIQUE ET CANTON DU JURA

  
David Eray  
Président



  
Gladys Winkler Docourt  
Chancelière d'Etat

Verein „Ja zu No Billag“  
Arbachstrasse 2  
6340 Inwil/Baar



Eidgenössisches Departement für Umwelt,  
Energie und Kommunikation (UVEK)

Per E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

10.04.18

## Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Komitee der Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren setzt sich ein für die Interessen der 833 630 Stimmbürgerinnen und Stimmbürger, die am 4. März 2018 der Volksinitiative NoBillag zugestimmt haben.

Wie diese Volksabstimmung gezeigt hat, will eine Mehrheit der stimmenden Schweizerinnen und Schweizer derzeit, dass ein gewisses Angebot der SRG durch eine für jeden Haushalt zwingend zu zahlende Abgabe finanziert wird. Andererseits bedeutet der Entscheid ebenso, dass der grösste Medienkonzern der Schweiz, also die SRG, ungefähr 30 Prozent unfreiwillige Abonnenten hat. (Über die Freiwilligkeit oder Unfreiwilligkeit der nicht stimmberechtigten oder der Abstimmung ferngebliebenen Gebührenzahler kann keine Aussage getroffen werden). Wir erlauben uns, im Namen dieser Minderheit zu sprechen.

Es sei an dieser Stelle auch erwähnt, dass die Nachwahlbefragung zur Volksinitiative ergab, dass eine Mehrheit der Bürger, nämlich 62%, eine Senkung der Gebühr auf 200 Franken befürwortet und somit eine deutliche Reduktion des derzeitigen SRG-Angebotes erwartet. Selbst vonseiten der Initiativgegner wurde im Abstimmungskampf eine Redimensionierung der SRG gefordert / in Aussicht gestellt. Dass der Bundesrat dieses weit verbreitete Anliegen nicht aufgreift und im Gegenteil den Umfang der SRG ausbauen will, finden wir zutiefst enttäuschend.

Die folgenden Artikel halten wir in diesem Zusammenhang für besonders problematisch:

- **Artikel 9** trägt der SRG nach wie vor einen Auftrag im Bereich „Unterhaltung“ auf. Im Abstimmungskampf um NoBillag haben sich auch auf der Gegner-Seite nur wenige Akteure dafür ausgesprochen, dass Unterhaltung weiterhin zum Service Public zu zählen ist. Selbst unter den Gegnern dominierte die Einsicht, dass **private Anbieter Unterhaltungsangebote in ausreichender Menge bereitstellen und dass dies kein Bereich ist, der von einem staatsnahen Anbieter auszufüllen ist**. Im Sinne des Subsidiaritätsprinzips und der verfassungsmässig gebotenen Rücksichtnahme auf private Anbieter fordern wir die Streichung dieses Artikels.

- **Artikel 13 und 14** verlangen die Bereitstellung von „Angeboten für junge Menschen“ und für „Menschen mit Migrationshintergrund“. Eine solche Segmentierung des Publikums widerspricht dem Grundsatz der inhaltlichen Unabhängigkeit der SRG und kann von dieser **als Auftrag zum Leistungsausbau, insbesondere im Online-Bereich, interpretiert werden**. Das ist klar abzulehnen.

- **Artikel 16 und Artikel 17** umschreiben detailliert die Anzahl Sender der SRG. Dabei zementiert das Festhalten an allen bestehenden Programmen den Status Quo. Der SRG wird jeder Spielraum geraubt für den Fall, dass die Gebühren deutlich reduziert werden. Der Artikel sollte sich auf je ein Fernseh- und ein Radio-Programm für die deutsche, französische und italienische Schweiz sowie auf den jetzigen Artikel c.) für die rätoromanische Schweiz beschränken. **Alle übrigen Programme sollten neu mit einer nicht zwingenden „Kann-Formulierung“ versehen werden** (z.B. Die SRG „kann“ für alle Sprachregionen drei Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop (...) veranstalten). **Falls eine mit geringeren finanziellen Mitteln ausgestattete SRG zum Schluss kommt, dass einzelne Programme gestrichen werden können oder müssen, wird sie so mit der nötigen Flexibilität ausgestattet**. Wir verweisen darauf, dass ein Rückbau der Senderzahl politisch auf der Agenda des Parlaments steht und der Bundesrat hier keine *faits accomplis* schaffen darf.

- Im **Artikel 17** wird zielgruppenspezifische Werbung erlaubt. Wir erachten es als Marktverzerrung, wenn die SRG, welche ihre heutige Grösse und Marktmacht nur dank staatlichen Privilegien erreicht hat, in Kooperation mit Drittfirmen weitere Vorteile auch noch im Werbemarkt erheischen kann. Zurückhaltung wäre hier das Gebot für ein gebührenfinanziertes Unternehmen. **Wir erwarten einen Verzicht auf zielgruppenspezifische Werbung und ein Verbot jeglicher Beteiligung an Admeira**.

- Wir fordern, **alle Artikel die sich mit dem Ausbau des Online-Angebotes** befassen oder der SRG Werbung im Internet gestatten wollen, ersatzlos zu streichen. Im Online-Bereich herrscht ein lebhafter privater Markt mit unzähligen publizistischen und audiovisuellen Angeboten. **Aus ordnungspolitischer Sicht hat ein staatlich privilegierter Konzern in einem funktionsfähigen Markt nichts verloren**. Des Weiteren soll im laufenden Jahr sowieso ein neues Gesetz über elektronische Medien aufgegleist werden. Diesem darf die Konzession keinesfalls vorgeifen.

- **Artikel 19** erlaubt der SRG, jährlich 16 Veranstaltungen durchzuführen, auch auf Kosten der Gebührenzahler. Im Eventbereich herrscht in der Schweiz ein lebhafter privater Markt. Die SRG darf keinesfalls als staatlich finanzierte Eventagentur tätig sein.

Aus genannten Gründen lehnt das Komitee der Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren die vorliegende Konzession in wesentlichen Punkten – und im Ergebnis – ab. Wir erwarten, dass dem weit verbreiteten Wunsch nach einer kleineren SRG Rechnung getragen wird und eine neue Konzession dabei möglichst unterstützend wirkt, so dass die nötigen Voraussetzungen geschaffen werden, die heutige rekordhohe Belastung der Bürger merklich zu reduzieren.

Freundliche Grüsse



Florian Maier  
Generalsekretär



Samuel Hofmann  
Argumentationschef

Komitee Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren



---

**Bau-, Umwelt- und Wirtschaftsdepartement**

Bahnhofstrasse 15  
Postfach 3768  
6002 Luzern  
Telefon 041 228 51 55  
buwd@lu.ch  
www.lu.ch

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Luzern, 29. März 2018

Protokoll-Nr.: 355

## **Konzession für die SRG SSR Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 wurde unter anderem den Kantonsregierungen der Entwurf für eine neue SRG-Konzession zur Vernehmlassung unterbreitet. Die heutige Konzession hat der Bundesrat bis 31. Dezember 2018 verlängert. Die vorgeschlagene Konzession soll vom 1. Januar 2019 bis zur Ablösung durch eine Konzession gelten, welche ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird. Die zur Vernehmlassung stehende Konzession hat somit Übergangscharakter.

Im Namen und Auftrag des Regierungsrats äussern wir uns zur Vorlage wie folgt:

### **I. Vorbemerkung**

Die vorgeschlagene Konzession festigt mit den Anpassungen der Leistungsaufträge die heutige Stellung der SRG in der Medienlandschaft ohne die im Rahmen der Revision des Radio- und Fernsehgesetzes und im Vorfeld zur Abstimmung über die No-Billag-Initiative in Aussicht gestellte Bedürfnisabklärung. Sie kann daher im Hinblick auf das neue Gesetz über elektronische Medien insbesondere hinsichtlich der Online-Aktivitäten der SRG präjudizierenden Charakter haben, weshalb wir die Ablösung der heutigen Konzession durch eine neue Konzession kritisch beurteilen und einer weiteren Verlängerung der geltenden Konzession auf dem derzeitigen Stand klar den Vorzug geben.

## **II. Zu den einzelnen Bestimmungen**

### **Zu Art. 6** *Information*

Nach Absatz 4 ist dem Publikum in Nachrichtensendungen ein umfassender und vielfältiger Überblick über die relevanten tagesaktuellen Ereignisse zu bieten, wozu auch Sportereignisse und Informationen mit Dienstleistungscharakter wie Wetter- und Verkehrsmeldungen gehören. Während in dieser Aufzählung insbesondere der Sport ausdrücklich erwähnt wird, fehlt hier die Kultur. Wir beantragen, hier die Kultur ebenfalls explizit zu erwähnen.

### **Zu Art. 7** *Kultur*

Nach Absatz 3c. sind die kulturellen Leistungen u.a. namentlich durch eine enge Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen, der Schweizerischen Musikbranche und durch die angemessene Berücksichtigung der schweizerischen Literatur zu erbringen. Die sogenannten darstellenden Künste (Performing Arts) werden nicht erwähnt, weshalb wir beantragen, Absatz 3 mit einem neuen Unterabsatz c. wie folgt zu ergänzen:

*c. die angemessene Berücksichtigung des schweizerischen Bühnenschaffens.*

Gemäss Absatz 4 sind für die verlangten kulturellen Leistungen angemessene finanzielle Mittel zur Verfügung zu stellen. Laut Geschäftsberichten der SRG für die Jahre 2015 und 2016 wurden für die Sparte Kultur, Gesellschaft, Bildung 25,9 bzw. 23 Prozent der Einnahmen aus den Empfangsgebühren, d.h. 310 bzw. 281 Millionen Franken verwendet. Wenn – wie in den Erläuterungen ausgeführt – künftig ein vergleichbarer Anteil an den Empfangsgebühren für die Kultur verwendet werden soll, werden angesichts sinkender Empfangsgebühren weniger Mittel für die Kultur zur Verfügung stehen. Wir beantragen, in Absatz 4 entweder ausdrücklich einen Mindestbetrag oder einen höheren Prozentsatz vorzusehen.

### **Zu Art. 16** *Radioprogramme*

In den Erläuterungen zu Absatz 1 werden als Radioprogramme der SRG «Radio SRF Virus», «Radio SRF Musikwelle» und «Radio SRF 4 News» aufgeführt. Einerseits verbreiten Privatsender vergleichbare Programme wie «Radio SRF Virus» (z.B. Radio 105) und «Radio SRF Musikwelle» (z.B. Radio Eviva). Andererseits stellt sich das Programm «Radio SRF 4 News» als Wiederholungsprogramm vor allem mit Beiträgen aus dem ersten Programm dar. Es stellt sich daher die Frage, ob diese Programme, insbesondere auch angesichts der geringen Marktanteile der Programme «Radio SRF Virus» und «Radio SRF 4 News» aus der Konzession ersatzlos zu streichen sind. Zudem ist zu prüfen, ob das zweite Programm für die deutsche, französische und italienische Sprachregion nach dem Prinzip der Regionaljournale zu einem einzigen nationalen Programm zusammengelegt werden kann.

### **Zu Art. 17** *Fernsehprogramme*

Filme und Live-Produktionen (z.B. Sport) lassen sich im linearen Fernsehen mittels der bereits verwendeten digitalen Sendetechnik DVB gleichzeitig in mehreren Sprachen verbreiten, weshalb zu überlegen ist, ob die SRG pro Sprachregion nur ein einziges Fernsehprogramm zu produzieren hat, ergänzt mit einem mehrsprachigen nationalen Kanal. Zu überdenken ist auch die Fortführung des Programms «SRF Info», dessen Inhalte sich auch mittels Hybrid Broadcast Broadband Television (HbbTV) wie auch per Web für den individuellen Bezug bereitstellen lassen. Ferner haben wir uns in der Vernehmlassung vom 26. Januar 2018 zur Än-

derung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) gegen die zielgruppenspezifische Werbung ausgesprochen. Wir beantragen, Absatz 5 dahingehend umzuformulieren, dass zielgruppenspezifische Werbung auf den Fernsehprogrammen der SRG nicht erlaubt ist.

**Zu Art. 18 *Übriges publizistisches Angebot***

Der Dienst Hybrid Broadcast Broadband Television (HbbTV) nach Absatz 1b stellt ein ausschliessliches Online-Angebot dar, das nach unserer Auffassung vollständig werbefrei bleiben muss. Wir beantragen, diesen Unterabsatz dementsprechend zu ergänzen.

Da Textbeiträge, wie sie in Absatz 2c genannt werden, bereits auch von nationalen und regionalen Medienunternehmen (Zeitungsverlagen) verbreitet werden, kann sich die SRG auf die Verbreitung eigener Produktionen konzentrieren. Es ist daher zu prüfen, ob der Unterabsatz c gestrichen werden kann und Absatz 3 dieser Bestimmung dementsprechend anzupassen ist.

**Zu Art. 20 *Drahtlose Verbreitung***

Das allgemeine Interesse am Empfang von Fernsehprogrammen der SRG mittels Digital Video Broadcasting-Terrestrial (DVB-T) hat in den vergangenen Jahren massiv abgenommen. Zudem benötigt die Art dieser Verbreitungstechnik viel nicht erneuerbare Energie. Das stark schwindende Interesse des Publikums am Empfang von Fernsehprogrammen mittels DVB-T ist auf den Umstand zurückzuführen, dass die DVB-T-Technik auf die Ausstrahlung von Fernsehprogrammen in Standard-Definition (SD) ausgelegt, die Verbreitung in High-Definition (HD) ausgeschlossen ist. Die Umrüstung der Sendeanlagen auf die DVB-T2-Technologie, welche die Verbreitung von Programmen in HD-Qualität ermöglichte, ist nicht geplant. Es fragt sich daher, ob auf die Verbreitung von Fernsehprogrammen der SRG über DVB-T (Absatz 2a) verzichtet werden kann.

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit zur Teilnahme am Vernehmlassungsverfahren und die gebührende Berücksichtigung unserer Überlegungen und Anträge.

Freundliche Grüsse

Robert Küng  
Regierungsrat

Martha Beéry-Artho  
Säntisstrasse 1  
9034 Eggersriet

Eggersriet, 4. April 2018

Frau Bundesrätin  
Doris Leuthard  
Bundeshaus  
3000 Bern

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

### **Stellungnahme zur Vernehmlassung des Service Public Vertrages**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin, sehr geehrte Damen und Herren

Ich bin eine langjährige Beobachterin des Angebots der SRG in Sachen Relevanz für Frauen auf dem Weg zur Gleichberechtigung und Gleichstellung. Das Angebot lässt leider immer wieder zu wünschen übrig. In einigen besonders krassen Fällen habe ich dies der SRG mit Beanstandungen und Beschwerden zur Kenntnis gebracht.

Mit grosser Genugtuung stelle ich nun fest, dass eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter bei SRF zum Thema gemacht wurde und Eingang in den Service Public Vertrag gefunden hat. Dies mit der Klausel 3) „Die SRG bemüht sich um eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot“.

Nun scheint mir diese Formulierung doch zu wenig verpflichtend, darf doch die weibliche Bevölkerung in der Schweiz erwarten, mit einem guten, für sie relevanten und sie umfassend informierenden Service Public, bedient zu werden.

Deshalb schlage ich folgende Formulierung vor:

**„Die SRG achtet auf eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem Publizistischen Angebot“.**

Ich danke Ihnen, wenn im Service Public Vertrag genauer formuliert wird was die weibliche Bevölkerung von einem Service Public erwarten darf.

Mit freundlichen Grüssen

Martha Beéry-Artho



Verein «media FORTI»  
[info@mediaforti.ch](mailto:info@mediaforti.ch)

Zürich, 22.03.2018

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Postfach 252  
2501 Biel  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

## Stellungnahme im Rahmen der Vernehmlassung zur neuen SRG-Konzession

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne nehmen wir im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens Stellung zur neuen SRG-Konzession und bedanken uns für die Gelegenheit, uns einbringen zu können. Der Verein «media FORTI» ist unabhängig von Parteien und Interessenverbänden. Er setzt sich im öffentlichen Interesse ein für starke Medien und wird getragen von Vertreterinnen und Vertreter aus Journalismus, Medienausbildung, Kultur und Wissenschaft.

### Allgemeine Stossrichtung

Im Bewusstsein, dass die Konzession auf dem bestehenden Radio- und Fernsehgesetz beruht und eine umfassende Anpassung erst nach Verabschiedung eines neuen Gesetzes über elektronische Medien erfolgen kann, **unterstützen wir die Stossrichtung der vorgeschlagenen Revision grundsätzlich.**

- Erstens, und anders als in der öffentlichen Debatte von Verlagen und Parteien teilweise dargestellt, bringt die neue Konzession keine stärkere Konkurrenzierung privater Medien mit sich, sondern eine **Fokussierung der Tätigkeiten** der SRG SSR auf den Service-public-Auftrag sowie zahlreiche **neue Rechenschaftspflichten. Das unterstützen wir ausdrücklich.**
- Zweitens wird mit der Konzession richtigerweise der Auftrag der SRG SSR an die aufgrund der Digitalisierung völlig veränderte Medienproduktion, -distribution, und -konsumption angepasst. **Die Umwandlung der SRG in ein multimediales Onlineangebot sollte aber noch forciert werden.**

## Detailbemerkungen

Im Folgenden nehmen wir gerne zu einzelnen Bestimmungen Stellung.

### *Unabhängigkeit und publizistische Grundsätze (Art. 2 und 3)*

- Die Betonung der Unabhängigkeit der SRG SSR (Art. 2) und die Ausformulierung von Grundsätzen für das publizistische Angebot (Art. 3) unterstützen wir ausdrücklich.
- Dass neben Radio- und Fernsehprogrammen auch Onlinebeiträge als Teil des publizistischen Angebotes genannt werden (Art. 3 (1)) ist überfällig.
- Im Rahmen des neuen Gesetzes über elektronische Medien sollte, um die Unabhängigkeit der SRG von der Politik zu erhöhen, auch über die Zuständigkeit einer unabhängigen Regulierungsbehörde für die Erteilung und Prüfung des Leistungsauftrages nachgedacht werden.

### *Qualitätsanforderungen (Art. 4)*

- **Die Bestrebungen, die Qualität der Service-public-Leistungen genauer zu definieren und regelmässig zu evaluieren, werden überaus begrüsst.** Insbesondere die auf Basis wissenschaftlicher Standards vorgesehene Messung unterschiedlicher inhaltlicher Qualitätsdimensionen sowie der Akzeptanz und Relevanz des Angebots beim Publikum (quantitativ und qualitativ) dürfte geeignet sein, der Debatte über die Leistungen der SRG SSR eine dringend benötigte Faktenbasis zu verschaffen.
- Ebenfalls unterstützen wir sehr die Absicht, Qualitätsanforderungen zu veröffentlichen, regelmässig zu überprüfen und dies Resultate auch zu veröffentlichen.

### *Dialog über Unternehmens- und Angebotsstrategie (Art. 5)*

- Dass alle zwei Jahre ein Dialog mit der Öffentlichkeit über die Unternehmens- und Angebotsstrategie geplant ist, atmet einen neuen Geist der Transparenz und Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger.
- Neben einer Information über die Strategie und einen Dialog über die Evaluation der Zielerreichung hinaus **sollte auch eine Anhörung über die Strategie an sich durchgeführt werden.**

### *Vorgaben zum publizistischen Angebot (Art. 6-9)*

- Für Informationsangebote wird richtigerweise mit 50% der Gebühreneinnahmen ein Mindestanteil des zu investierenden Budgets vorgeschrieben (Art. 6). Sollte es künftig zu einer Einschränkung kommerzieller Einnahmen bei der SRG kommen, ist der Prozentwert aber neu zu überprüfen, da ansonsten die **Gefahr besteht, dass zu wenig Ressourcen für andere Genres zur Verfügung stehen würden.**
- **Auch für Kultursendungen sollte ein Mindestanteil des zu investierenden Budgets vorgeschrieben werden (Art. 7).**
- Die **Bestimmungen zu Bildungsangeboten sind zu vage** und sollten genauer ausformuliert werden (Art. 8).
- Es ist richtig, dass Unterhaltung auch künftig ein Teil des Service-public-Auftrags bleibt. Unterhaltung beschränkt sich schliesslich nicht wie bei kommerziellen Fernsehsendern auf Sendungen, die den Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe

maximieren müssen. Mit den formulierten ethischen Anforderungen und der **Forderung nach Unterscheidbarkeit** von privat-kommerziellen Angeboten wird den Aufgaben des Service public Rechnung getragen. Es ist auch zu unterstützen, dass von der SRG mehr Risikobereitschaft als von privaten Sendern verlangt wird (Art. 9).

#### *Querschnittsbereiche (Art. 11-15)*

- Die Vorgaben bezüglich Innovationsmanagement, Berücksichtigung anderer Sprachregionen sowie Angeboten für Junge, Personen mit Migrationshintergrund und Sinnesbehinderte sind zu begrüssen.
- Jedoch **sollte über die Massnahmen und Zielerreichung in all diesen Querschnittsbereichen informiert und Rechenschaft abgelegt werden müssen**. Ebenso wäre Art. 38 zu den Berichtspflichten anzupassen.

#### *Konkretes Programmangebot (Art. 16-18)*

- Während beim Radio davon auszugehen ist, dass die lineare Nutzung auch in Zukunft noch von grosser Bedeutung sein wird und die Festschreibung der bestehenden Radiosender in Art. 16 allenfalls begründet werden kann, ist im Fernsehen mit einer starken Zunahme der zeitversetzten und ortsunabhängigen Nutzung zu rechnen. Lineare Fernsehsender verlieren an Bedeutung. **Die für die italienische Schweiz vorgesehene Entwicklung – nur noch ein linearer Fernsehsender, dafür Aufbau eines multimedialen Angebots (Art. 17(2) und 18(3)) – sollte auch für die anderen Sprachregionen ermöglicht oder sogar vorgeschrieben werden.** Eine Umwandlung der SRG in ein audiovisuelles Multimediaangebot entspricht den Veränderungen in der Mediennutzung und ist für einen modernen Service public unerlässlich. In diesem Zusammenhang wäre auch eine Abschaltung (resp. Verlagerung in das multimediale Angebot) von SRF Info zu prüfen.
- Wir begrüssen ausdrücklich, dass im **Radio die Unterscheidbarkeit von kommerziellen Sendern durch Moderation und Musikwahl vorgeschrieben** wird (Art. 16(2)). Insbesondere für die dritte Senderkette sollten aber zur Sicherstellung der Einhaltung auch Quoten für Schweizer Musik oder Vorgaben bezüglich Stilrichtungen und Magazinsendungen angedacht werden. Damit liesse sich die Andersartigkeit gegenüber Privatradios deutlich erhöhen, die heute vorrangig über Informationssendungen zustande kommt.
- Die aus der bisherigen Konzession übernommenen **Einschränkungen für das Onlineangebot** (Art. 18(2)) halten wir für **wenig geeignet**, um ein attraktives publizistisches Multimediaangebot bereitzustellen. Gerade mit Blick auf das Erreichen jüngerer Nutzerinnen und Nutzer mit Service-public-Angeboten scheint dies kontraproduktiv.
- **Zielgruppenspezifische Werbung im Service public lehnen wir entschieden ab** (Art. 17(5)) und «media FORTI» setzt sich für einen gezielten Abbau der kommerziellen Einnahmen der SRG SSR ein.

#### *Zusammenarbeit (Art. 26-31)*

- Dass die Möglichkeit von Quoten für Film und Musik (Art. 26 & 28) erhalten bleibt, sofern die Zusammenarbeit mit der Branche nicht freiwillig erfolgen sollte, halten wir für richtig.
- Ebenfalls begrüssen wir, dass die SRG privaten Medienanbietern Kurzversionen ihrer tagesaktuellen audiovisuellen Inhalte anzubieten hat (Art. 31).

### *Finanzbedarf (Art. 40)*

- Der Prozess einer allfälligen Erhöhung des Abgabenanteils für die SRG SSR sollte offener gestaltet werden, beispielsweise indem über den angemeldeten Finanzbedarf vor einer Entscheidung des Bundesrates eine öffentliche Anhörung stattfindet.
- Generell sollte im Rahmen des Gesetzes über elektronische Medien die Entscheidung über die Abgabenhöhe entpolitisiert werden.

### **Fazit**

**Zusammenfassend unterstützt «media FORTI» die meisten der neuen Bestimmungen in der SRG-Konzession. Wir regen aber an, die Rechenschaftspflichten (Querschnittsaufgaben) und die Durchführung von Anhörungen (Angebots- und Unternehmensstrategie; Finanzbedarf) noch auszubauen. Auch die Vorgaben zum publizistischen Angebot liessen sich punktuell präzisieren. Zu kritisieren ist insbesondere das Festhalten am heutigen Angebot an Fernsehsendern anstelle der Ermöglichung eines rascheren Übergangs hin zu einem ausgebauten multimedialen Onlineangebot.**

Über eine Berücksichtigung unserer Kritikpunkte in der neuen SRG-Konzession würde wir uns freuen. Wir sind davon überzeugt, dass diese Punkte im Interesse eines modernen und starken Service public sowie im Interesse der Einwohnerinnen und Einwohner unseres Landes sind.

Mit freundlichen Grüssen,  
für den Vorstand des Vereins «media FORTI»



Manuel Puppis  
Vereinspräsident



# LE CONSEIL D'ÉTAT

DE LA RÉPUBLIQUE ET  
CANTON DE NEUCHÂTEL

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

*Par courriel*

## **Concession SSR – Réponse à la procédure de consultation**

Madame, Monsieur,

Nous avons pris connaissance de la consultation du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC) relative au projet de nouvelle concession SSR et vous remercions de nous offrir la possibilité de donner notre avis à ce sujet.

### **Sur le principe**

Tout en s'inscrivant dans les limites de la LRTV, la concession proposée vise à différencier les programmes de la SSR de ceux des diffuseurs commerciaux, à renforcer les fonctions d'intégration du service public et à l'ouvrir davantage au débat politique et social.

Nous soutenons le renforcement des services journalistiques envisagé par la nouvelle concession dans le domaine de l'information en prévoyant notamment d'affecter la moitié au moins du produit de la redevance de radio-télévision à cet effet. Nous saluons également les dispositions visant à assurer une représentation médiatique équilibrée des réalités régionale et linguistique. Nous sommes attaché au rôle d'échange interculturel que doit jouer la SSR entre les différentes régions linguistiques du pays.

### **Commentaires détaillés**

Nous formulons cependant quelques remarques sur les articles suivants :

#### **Art. 6 Information**

La SSR devrait non seulement veiller à accorder une représentation équilibrée des régions linguistiques dans ses programmes d'information, mais également chercher à développer les collaborations institutionnelles avec les médias régionaux pour diversifier les débats politiques et sociaux.

NE

## **Art. 9 Divertissement**

Cette disposition doit mettre davantage l'accent sur la promotion des artistes suisses et régionaux.

## **Art. 17 al. 5 Ciblage publicitaire**

Cette disposition doit être précisée afin d'exclure le ciblage effectué sur une base géographique dans le but de permettre le maintien d'un marché médiatique régional suffisamment important aux médias régionaux qui en dépendent pour leur financement.

## **Art. 38bis Soutien à des projets de médias**

Nous ne pensons pas opportun d'insérer l'art. 38bis (en alternative à l'art. 22 al. 2 let. b et c selon projet du 30 octobre 2017 relatif à la révision partielle de l'ORTV 2018) visant à affecter deux tiers du surplus des recettes publicitaires de la SSR à la formation et au perfectionnement, à la recherche dans les médias ou à la réalisation de projets de l'ats dans la concession SSR. Cette question doit, selon nous, d'abord être réglée dans le cadre de la modification de l'ORTV.

## **Art. 39 Surveillance financière**

À la lumière de l'actualité récente, nous invitons le DETEC à être particulièrement attentif, lors de la révision des comptes de la SSR, aux effets pervers pouvant découler de l'art. 2 al. 2 de la concession qui interdit la poursuite d'un but lucratif tout en demandant néanmoins à l'institution de présenter des comptes annuels positifs.

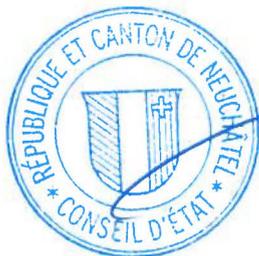
En vous remerciant de nous avoir consulté sur ce projet de nouvelle concession SSR, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à l'expression de notre considération distinguée.

Neuchâtel, le 21 mars 2018

Au nom du Conseil d'État :

*Le président,*  
L. FAVRE

*La chancelière,*  
S. DESPLAND





NGO-Koordination post Beijing Schweiz  
Coordination post Beijing des ONG Suisse  
Coordinazione post Beijing delle ONG Svizzere  
Coordinaziun post Beijing dallas ONG Svizras  
NGO-Coordination post Beijing Switzerland

Frau Bundesrätin  
Doris Leuthard  
Bundeshaus  
3000 Bern

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
SRG-Konzession@bakom.admin.ch

Wetzikon, 11. April 18

Stellungnahme zur Vernehmlassung des Service Public Vertrages

Sehr geehrte Frau Bundesrätin, sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen der UN-Frauenrechtskonvention CEDAW ist die NGO-Koordination post Beijing Schweiz Beobachterin des Angebots der SRG in Sachen Relevanz für Frauen auf dem Weg zur Gleichberechtigung und Gleichstellung. Das Angebot lässt leider immer wieder zu wünschen übrig, worauf wir im letzten zivilgesellschaftlichen Bericht zum CEDAW-Staatenbericht ausführlich hingewiesen haben.

Mit grosser Genugtuung stellen wir nun fest, dass eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter bei SRF zum Thema gemacht wurde und Eingang in den Service Public-Vertrag mit der Klausel 3 gefunden hat: „Die SRG bemüht sich um eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.“

Nun scheint uns diese Formulierung doch zu wenig verpflichtend, darf doch die weibliche Bevölkerung in der Schweiz erwarten, mit einem guten, für sie relevanten und sie umfassend informierenden Service Public bedient zu werden.

NGO-Koordination post Beijing Schweiz \* Schönaustrasse 15 \* 8620 Wetzikon \* info@postbeijing.ch  
www.postbeijing.ch

Konto 41493.02, Raiffeisen Bern, IBAN: CH66 8148 8000 0041 4930 2

Mitgliedorganisationen:

alliance F, Bund schweizerischer jüdischer Frauenorganisationen BSJF, CEVI Schweiz, Coordination romande Suivi de Pékin, Dachverband Regenbogenfamilien, Demokratische Juristinnen Schweiz DJS, cfd Die feministische Friedensorganisation, Evangelische Frauen Schweiz EFS, Fachstelle Frauenhandel und Frauenmigration FIZ, Frauen für den Frieden, Frauenrat für Aussenpolitik FrAu, Friedensfrauen Weltweit, IAMANEH Schweiz, IG Feministische Theologinnen, Juristinnen Schweiz, Pfadibewegung Schweiz PBS, Schweiz. Bäuerinnen und Landfrauenverband SBLV, Schweizer FrauenSynode, Schweiz. Kath. Frauenbund SKF, Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM, Schweiz. Verband alleinerziehender Mütter + Väter SVAMV, Schweiz. Verband für Frauenrechte adf-svf, Sexuelle Gesundheit Schweiz, SP Frauen Schweiz, TERRE DES FEMMES Schweiz, Verband Christkatholischer Frauen Schweiz VCF, Verband Wirtschaftsfrauen Schweiz, Women's World Summit Foundation WWSF, Wybernet

Deshalb schlagen wir folgende Formulierung vor: „Die SRG achtet auf eine ausgewogene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot“.

Wir danken Ihnen, wenn im Service Public-Vertrag genauer formuliert wird, was die weibliche Bevölkerung von einem Service Public erwarten darf.

Freundliche Grüsse



Vivian Fankhauser-Feitknecht  
Präsidentin



Regula Kolar  
Geschäftsführerin



pCH-6371 Stans, Dorfplatz 2, Postfach 1246, STK

**PER E-MAIL**

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Telefon 041 618 79 02  
staatskanzlei@nw.ch  
Stans, 27. März 2018

**Entwurf für eine neue SRG-Konzession; Vernehmlassung**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 ersuchen Sie uns um unsere Stellungnahme zum Entwurf für eine neue SRG-Konzession. Wir danken Ihnen für diese Möglichkeit und lassen uns innert der gesetzten Frist wie folgt vernehmen:

1.

Der Regierungsrat hat den Konzessionsentwurf und die vorgesehenen Änderungen zur Kenntnis genommen und begrüsst die Grundrichtung des Entwurfs. Insbesondere auf Zustimmung stösst, dass die SRG SSR finanzielle Mittel in der Höhe der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für den Kernbereich Information aufwenden soll.

Überdies werden im Konzessionsentwurf die Qualitätsanfordernisse für die SRG-Inhalte präzisiert. So umfasst das Qualitätssicherungssystem für jedes redaktionelle Angebot inhaltliche und formale Qualitätsstandards und festgeschriebene Prozesse zur Überprüfung der festgelegten Standards. So sollen Qualitätskontrollen durch externe Sachverständige durchgeführt und die Öffentlichkeit sodann über die Ergebnisse informiert werden. Ebenso erhält die SRG SSR gemäss Konzessionsentwurf den Auftrag, über ihre Programmstrategie Rechenschaft abzulegen, die Umsetzung der Strategie zu evaluieren und schliesslich die Ergebnisse im Rahmen einer öffentlichen Diskussion zu thematisieren.

2.

Im Konzessionsentwurf wird eine klarere Unterscheidbarkeit des SRG-Angebots gegenüber privaten Radio- und TV-Veranstaltern verlangt. Dieses soll sich im Unterhaltungsbereich substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter unterscheiden, was seitens des Regierungsrates begrüsst wird.

3.

Die Verstärkung der Integrationsanstrengungen bei jungen Mediennutzern wird seitens des Regierungsrates ebenfalls begrüsst. Um die langfristige Legitimität und Akzeptanz der SRG SSR sicherstellen zu können, ist es wichtig, dass auch jüngere Personen auf das von der SRG

SSR zur Verfügung gestellte Radio-, TV- und Onlineangebot zurückgreifen. Als wichtig erachtet wird in diesem Zusammenhang auch, dass Inhalte, Formate und Technik der Angebote so aufbereitet und verbreitet werden, wie es den Mediennutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppen entspricht.

4.

Im Rahmen der politischen Auseinandersetzung um ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien, welches nach Ablauf der Übergangskonzession voraussichtlich 2022 in Kraft treten soll, wäre es wünschenswert, dass die grundsätzliche Frage nach einer Überprüfung des Angebots der SRG SSR thematisiert wird - insbesondere im Hinblick auf das breit gefächerte Radioangebot der SRG SSR.

Wir ersuchen Sie, unsere Stellungnahme in die weitere Bearbeitung einzubeziehen und danken im Voraus bestens dafür.

Freundliche Grüsse  
NAMENS DES REGIERUNGSRATES

  
Yvonne von Deschwanden  
Landammann



  
lic. iur. Hugo Murer  
Landschreiber

Geht an:  
- srg-konzession@bakom.admin.ch



BAKOM	
16. APR. 2018	
Reg. Nr.	
DIR	
BO	
M	X
IR	
TP	
KF	
RA	

CH-6061 Sarnen, Postfach 1562, Staatskanzlei

Eidgenössisches Departement für Um-  
welt, Verkehr, Energie und  
Kommunikation UVEK  
Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Postfach 252  
2501 Biel

per mail:  
rtvg@bakom.admin.ch/  
srg-konzession@bakom.admin.ch

Referenz/Aktenzeichen: 2017-0786  
Unser Zeichen: cb

Sarnen, 12. April 2018

### Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, zur Konzession für die SRG Stellung nehmen zu können.

Wir äussern uns zur Vorlage wie folgt:

Der Regierungsrat misst dem Weiterbestehen eines flächendeckenden, qualitativ hochstehenden Service public im Medienbereich grosse Bedeutung bei. Die heutige Gesetzgebung und damit auch die aktuell gültige Konzession der SRG ist auf die Verbreitungskanäle Radio und Fernsehen ausgelegt. Das Nutzungsverhalten der Bürgerinnen und Bürger hingegen hat sich stark gewandelt. Medien werden immer häufiger via Internet konsumiert. Um eine qualitativ hochstehende mediale Aufbereitung dieser Informationen unabhängig vom Verbreitungskanal zu gewährleisten, sind möglichst rasch Rahmenbedingungen für ein digitales, vielfältiges Medienangebot zu schaffen. Der Regierungsrat Obwalden begrüsst deshalb die Bestrebungen des Bundes für ein zeitgemässes Gesetz über elektronische Medien und spricht sich für die Konzeption der neuen SRG-Konzession als Übergangslösung, bis das neu zu schaffende Gesetz in Kraft ist, aus.

Der Grundsatz, wonach in allen Sprachregionen ein vielfältiges Service public-Angebot im Rahmen der bestehenden Mittel bereitgestellt wird, muss durch die neue Konzession weiterhin gewährleistet sein. Der Regierungsrat unterstützt namentlich die Vorgabe, wonach die SRG die Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für den Kernbereich Information aufwendet.

Die in der neuen Konzession enthaltene Verpflichtung der SRG, explizit auch der sogenannten „Jungen Zielgruppe“ eine altersgerechte Orientierung zu bieten, wird begrüsst. Um die langfristige Legitimität und Akzeptanz der SRG sicherzustellen, ist es wichtig, dass diese Zielgruppe auf das von der SRG zur Verfügung gestellte Angebot zurückgreift.

Vor dem Hintergrund des stetig wachsenden Anteils von in der Schweiz lebenden Menschen mit Migrationshintergrund soll die SRG verpflichtet werden, integrative Inhalte zu vermitteln. Der Regierungs-

rat ist der Ansicht, dass die SRG in diesem Zusammenhang eine vermittelnde Funktion wahrnehmen muss. Gleiches gilt für den Austausch unter den Sprachregionen.

Der Regierungsrat unterstützt auch die in der Konzession beschriebenen Bemühungen zugunsten der sinnesbehinderten Menschen.

Die in der Konzession verlangte Unterscheidbarkeit der SRG-Programme gegenüber den Programmen privater Radio- und TV-Veranstalter wird begrüsst. Auch Unterhaltungsformate der SRG müssen höhere Anforderungen erfüllen und eine Leitfunktion übernehmen. Fairness und Respekt gegenüber Protagonisten müssen ausnahmslos eingehalten werden. Das Unterhaltungsprogramm der SRG soll insgesamt den vielfältigen Bedürfnissen des Publikums gerecht werden.

Der Regierungsrat begrüsst die präzisen Vorgaben für die Qualitätskontrolle. Die SRG muss ihre Programme internen und externen Qualitätskontrollen unterziehen und die Ergebnisse der Öffentlichkeit vorlegen. Die Instrumente der internen Qualitätssicherung müssen formale Qualitätsstandards enthalten und darüber hinaus festgeschriebene Prozesse, welche eine Überprüfung der Qualitätsstandards ermöglichen. Die externen Qualitätskontrollen müssen durch unabhängige Sachverständige durchgeführt werden.

Mit der neuen Konzession wird die SRG richtigerweise verpflichtet, in verstärktem Mass den dauerhaften Dialog mit der Öffentlichkeit zu pflegen, mit dem Ziel, eine hohe Akzeptanz und Legitimation in der Bevölkerung zu erreichen. Dieser Dialog soll sich insbesondere auch auf den Bereich Programmstrategie beziehen. Der Regierungsrat teilt die Ansicht des Bundes, dass die Diskussion über die Anforderungen und Leistungen des Service public künftig breiter geführt werden muss.

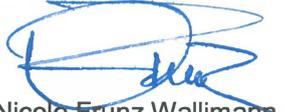
Schliesslich unterstützt der Regierungsrat die in der Konzession festgehaltene Verpflichtung, anderen schweizerischen Medien audiovisuell aufbereitete Inhalte zur Nutzung anzubieten. Diese Zusammenarbeit soll, wie in der Konzession festgehalten, neben dem Informationsbereich auch den Unterhaltungsbereich umfassen. Mit ihrer grossen Reichweite kann die SRG mithelfen, die aufgrund der Kleinräumigkeit vorhandenen Marktnachteile privater Anbieter auszugleichen.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Stellungnahme.

Freundliche Grüsse

Im Namen des Regierungsrats

  
Maya Büchi-Kaiser  
Landammann

  
Nicole Frunz Wallimann  
Landschreiberin

Pro Grigioni Italiano, Martinsplatz 8, CH-7000 Coira

---

Ufficio federale delle comunicazioni  
Divisione Media  
Rue de l'Avenir 44  
CH-2501 Bienne

Coira, 10 aprile 2018

### **Consultazione relativa alla concessione SSR per il periodo 2019-2022**

Stimate signore, Stimati signori,

Rif.  
Giuseppe Falbo  
Segretario generale

Pro Grigioni Italiano  
Martinsplatz 8  
CH-7000 Coira

Tel.  
+41 (0)81 252 86 16

E-mail  
info@pgi.ch

www.pgi.ch

Sollevati e rallegrati dal chiaro voto espresso dal Popolo lo scorso 4 marzo a difesa del servizio pubblico radiotelevisivo, con la presente la Pro Grigioni Italiano (Pgi) vuole portare la propria voce nella procedura di consultazione inerente la nuova concessione rilasciata dal Consiglio federale alla SSR per il periodo 2019-2022.

In linea generale la Pgi può esprimere apprezzamento per il testo della futura concessione e in particolare circa il nuovo obbligo per la SSR d'investire nel settore dell'informazione, quale pilastro fondamentale del servizio pubblico radiotelevisivo, almeno la metà degli introiti provenienti dal canone (art. 6 cpv. 6).

Nel testo della nuova concessione restano cionondimeno inevasi o insufficientemente chiariti alcuni punti centrali delle riflessioni svolte dal Sodalizio nel corso dell'ultimo decennio sul servizio offerto dalla SSR.

#### Introduzione

#### Sez. 4 / Programmi della SSR: Regioni linguistiche ≠ comunità linguistiche

Il Sodalizio deve infatti muovere una critica generale al testo della futura concessione, che non presenta sotto questo aspetto nessuna modifica rispetto alla concessione vigente e che trova a suo parere solo un debole ancoramento nella Legge federale sulla radiotelevisione<sup>1</sup> o nella Costituzione svizzera, limitandosi piuttosto a rispecchiare e perpetuare la strutturazione storica dell'azienda SSR in emittenti con un'offerta rivolta alle singole *regioni linguistiche* piuttosto che alle più ampie e più includenti *comunità linguistiche*.

---

<sup>1</sup> Il confronto tra il testo della LRTV del 24 marzo 2006 (art. 24 cpv. 1) e quello della LRTV del 21 giugno 1991 (art. 26 cpvv. 1-2 e art. 27 cpvv. 1-2 e 4) rivela un sensibile e significativo mutamento circa il mandato di programma della SSR. Sull'espressione «comunità linguistica» nel lessico legislativo svizzero cfr. J. WIDMER / R. CORAY / D. ACKLIN MUJI / E. GODEL, *Die Schweizer Sprachenvielfalt im öffentlichen Diskurs*, Peter Lang, Bern 2004, pp. 287-290.

Nell'ottica di un più ampio sostegno alle lingue minoritarie nazionali in Svizzera, con comunità che non sono esclusivamente localizzabili in singole regioni del Paese ma sparse sull'intero territorio (e questo si rivela in particolar modo vero per gli italofoeni, di cui oltre la metà vive fuori dal territorio della Svizzera italiana) nonché in un'ottica di autentica distinzione tra i compiti della SSR rispetto a quelli di radio e televisioni private con partecipazione al canone (anche qui con particolare riferimento al caso della Svizzera italiana, dove delimitazione locale/regionale e delimitazione linguistica sono in buona parte sovrapposte),<sup>2</sup> la Pgi ritiene infatti che il riferimento alle regioni linguistiche quali beneficiarie dei programmi diffusi dalla SSR (artt. 16-17, 18 cpv. 3) rappresenti un'inopportuna limitazione del mandato affidato alla SSR ai sensi dell'art. 24 cpv. 1 LRTV (cfr. art. 3 cpv. 4 concessione SSR 2019-2022), ovvero di fornire «programmi radiofonici e televisivi completi e di pari valore a tutta la popolazione nelle tre lingue ufficiali» (lett. a) e di promuovere «la comprensione, la coesione e lo scambio fra le regioni del Paese, le comunità linguistiche, le culture e i gruppi sociali» (lett. b).

Se, infatti, non si vuole mettere in discussione un certo fondamento al principio di territorialità che sta alla base di una giustificata attenzione nei confronti delle regioni linguistiche di riferimento, e dunque non s'intende qui contestare di principio i compiti della SSR nei confronti delle stesse, si ritiene d'altro canto che questa attenzione possa essere ricompresa anche sostituendo al concetto di regione linguistica quello più ampio di comunità linguistica, di cui le regioni linguistiche costituiscono una componente più o meno preponderante.

Senza dunque compromettere il dovere della SSR di tenere conto delle particolarità del Paese e dei bisogni dei Cantoni» (art. 24 cpv. 1 lett. b LRTV; cfr. art. 93 cpv. 2 Cost. fed.), il riferimento alle comunità linguistiche piuttosto che alle regioni linguistiche quali beneficiarie dell'offerta permetterebbe di evitare con maggiore incisività «che nelle diverse regioni linguistiche siano attive emittenti con funzioni di servizio pubblico che promuovono in primo luogo l'identità regionale [...] a scapito dell'integrazione, a cui invece andrebbe data priorità»,<sup>3</sup> come scriveva nel dicembre 2002 lo stesso Consiglio federale a giustificazione del ruolo centrale affidato alla SSR nell'ambito della revisione totale della LRTV.

Per chiarire il nostro punto di vista è altresì importante ricordare come in passato la SSR e perizie estese su suo incarico si siano esplicitamente richiamate al «carattere determinante della regione linguistica» per rigettare p. es. la legittimità giuridica e materiale delle richieste nei confronti della RSI provenienti dal Cantone dei Grigioni<sup>4</sup> e giustificare così di fatto l'egemonia spesso incontrastata del punto di vista del Canton Ticino quale attore principale della Svizzera italiana all'interno della programmazione,<sup>5</sup> rigettando parimenti che questo «carattere determinante della regione linguistica» – inteso peraltro in senso molto restrittivo (non socio-politico ma quasi “geomorfologico”) – potesse e dovesse essere temperato dal ruolo d'integrazione affidato al servizio pubblico radiotelevisivo ai

<sup>2</sup> Cfr. CONSIGLIO FEDERALE, *Messaggio concernente la revisione totale della legge federale sulla radiotelevisione* del 18 dicembre 2002, FF 2003 (n. 7), p. 1416.

<sup>3</sup> Ivi, p. 1422.

<sup>4</sup> Cfr. SRG SSR IDÉE SUISSE, *Aufsichtsbeschwerde / Denuncia del Canton Grigioni et al. contro SRG SSR – RSI – CORSI: Presa di posizione*, 14 gennaio 2010, pp. 5-7; R. H. WEBER / I. HÄNER, *Gutachten betreffend die Vereinbarkeit des RSI-Programms mit dem Programmauftrag*, 8 marzo 2017, pp. 8-9.

<sup>5</sup> Cfr. PRO GRIGIONI ITALIANO, *Monitoraggio dei programmi televisivi d'informazione e d'approfondimento della Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (RSI)*, settembre 2016.

sensi dell'art. 24 cpv. 1 lett. b LRTV.<sup>6</sup> Un livello dell'informazione pensato dal Legislatore per evitare, da un lato, il rischio di una «colorazione nazionalistica»<sup>7</sup> ovvero di un'impostazione centralistica, non federalistica della programmazione, ma anche, dall'altro lato, il rischio di un restringimento della stessa programmazione sul livello regionale/locale è dunque stato ancora in tempi abbastanza recenti misinterpretato per escludere un qualche dovere d'attenzione nei confronti di realtà non strettamente coincidenti con il livello d'interesse nazionale, da una parte, e con quello del livello regionale/locale «svizzero-italiano», peraltro trattato in maniera prioritaria, dall'altra.

Con riferimento al Cantone dei Grigioni si segnala a questo proposito che lo scorso 12 giugno 2017 la SSR ha emanato una dichiarazione d'intenti sulla programmazione televisiva della RSI, riconoscendo così la necessità di un intervento di correzione e, dunque, la legittimità delle rimostranze sollevate dalla stessa Pgi sulla base di un ampio lavoro di monitoraggio delle trasmissioni.<sup>8</sup>

#### Art. 6 / Informazione: Considerazione delle altre regioni linguistiche

Non da ultimo anche in ragione dei motivi sopra esposti, la Pgi accoglie con molto favore il nuovo art. 12 della futura concessione SSR, che formalizza e ribadisce il dovere per il servizio pubblico radiotelevisivo (di per sé già esistente in ragione dell'art. 24 cpv. 1 LRTV, ma ampiamente disatteso in passato) di valicare i confini delle regioni linguistiche nella propria offerta informativa e nell'insieme della programmazione e così esercitare concretamente e a livello più ampio la funzione integrativa (*Klammerfunktion*) affidatagli dal Legislatore, traducendo nell'ambito dei media elettronici il mandato di cui all'art. 70 cpv. 3 Cost. fed.

Pur essendo anche un «compito trasversale» rispetto all'intera offerta editoriale, lo stesso Consiglio federale ritiene giustamente che un'adeguata attenzione verso le altre regioni linguistiche debba essere anzitutto mostrata nell'offerta informativa. Cionondimeno questo dovere non viene direttamente indicato nel mandato di programma a livello di informazione (art. 6), bensì aggiunto all'interno di una successiva sezione della concessione. La difficoltà o l'impossibilità materiale e giuridica d'indicare nella concessione una quantificazione dell'attenzione che le diverse emittenti della SSR dovrebbero dedicare alle altre regioni linguistiche lascia ampi margini di vaghezza a questo mandato.

<sup>6</sup> Cfr. SRG SSR IDÉE SUISSE, *Aufsichtsbeschwerde ...*, cit., p. 8. Al contrario in WEBER / HÄNER (cit., p. 4) si riconosce che dal compito d'integrazione affidato alla SSR discenda anche il dovere di riferire a riguardo delle altre regioni linguistiche all'interno dei principali programmi, ritenendo tuttavia che dalla vigente LRTV e dalla vigente concessione federale non possano in nessun modo esser fatte derivare prescrizioni relative a una quantificazione e una caratterizzazione tematica e qualitativa dello spazio riservato alle altre regioni linguistiche nell'ambito della programmazione.

<sup>7</sup> Cfr. U. SAXER / F. BRUNNER, *Rundfunkrecht – Das Recht von Radio und Fernsehen*, in G. BIAGGINI et al. (Hrsg.), *Fachhandbuch Verwaltungsrecht*, Schulthess Verlag, Zürich-Genf-Basel 2015, par. 7.076 e nota 104.

<sup>8</sup> Cfr. SRG SSR, *Absichtserklärung*, 12 giugno 2017; PRO GRIGIONI ITALIANO, *Monitoraggio dei programmi televisivi d'informazione...*, cit.

La Pgi propone pertanto di sottolineare la centralità del dovere d'attenzione nei confronti delle altre regioni linguistiche modificando l'art. 6 cpv. 1 nel seguente modo:

<sup>1</sup> *Informa in particolare sul contesto politico, economico, culturale e sociale. Pone l'accento sulla presentazione e la spiegazione degli avvenimenti sul piano internazionale, nazionale, confederale e di regione linguistica.*



#### Art. 12 / Considerazione delle altre regioni linguistiche: Cantoni plurilingui

Nel contesto della considerazione che deve essere riservata alle altre regioni linguistiche nella programmazione della SSR i Cantoni plurilingui, e in particolare le minoranze all'interno delle stesse, rappresentano un caso senz'altro particolare da tenere in considerazione. Si ritiene infatti artificiosa la suddivisione di questi Cantoni in regioni linguistiche, quasi che queste abbiano quotidianamente poco a che fare tra loro e che fatti d'importanza cantonale risultino “estranei” a una regione linguistica per il solo motivo che gli attori parlino un'altra lingua nazionale o che questi fatti siano avvenuti in una regione o in un comune appartenente a una diversa regione linguistica. Inoltre anche al livello dei Cantoni plurilingui – in particolar modo nei Grigioni, dove la metà della popolazione italoфона vive al di fuori della rispettiva regione linguistica – si ripresenta la “dicotomia” di regione linguistica e comunità linguistica.

È questo un punto fondamentale e determinante, che puntualmente ritorna nella *vexata quaestio* della presenza dei Grigioni nella programmazione della RSI. La definizione delle regioni linguistiche, in particolare per ciò che non attiene all'informazione locale in senso stretto e che dunque attiene all'informazione su fatti e questioni di rilevanza cantonale di diversa natura, non può prevalere sulla conformazione dei Cantoni. In altre parole, la definizione della Svizzera italiana come terzo livello del servizio pubblico radiotelevisivo in lingua italiana non può permettere che le regioni grigionitaliane siano ridotte e marginalizzate quali “valli extra-territoriali”, in larga parte estranee alla vita politica, sociale ed economica del Canton Ticino e parimenti isolate – per semplici ragioni linguistiche – rispetto alla vita politica, sociale ed economica del Cantone dei Grigioni.<sup>9</sup>

Se gli obiettivi della cosiddetta «sprachregionale Versorgung» quale elemento-chiave del sistema radiotelevisivo svizzero possono essere identificati nella promozione dell'integrazione sociale e nel rafforzamento dell'identità regionale,<sup>10</sup> risulta evidente come un'applicazione dogmatica, “geomorfologica” del concetto di regione linguistica e dunque della stessa «sprachregionale Versorgung» appaia problematica nel contesto dei Cantoni plurilingui. Se si guarda al caso delle regioni grigionitaliane, infatti, non si può in nessun modo ritenere sufficiente e accettabile che la funzione d'integrazione sociale svolta da

<sup>9</sup> Cfr. SRG SSR IDÉE SUISSE, *Aufsichtsbeschwerde ...*, p. 7: «A RSI, quale unità aziendale per la regione linguistica italiana, spetta il compito di fornire un'informazione su fatti e avvenimenti di carattere nazionale e legati alla regione linguistica di riferimento, cioè alla “Svizzera italiana”. Questo territorio linguistico di riferimento è costituito dal Canton Ticino e dalle quattro valli del Grigioni italiano: Mesolcina, Calanca, Poschiavo e Bregaglia. Non comprende invece le regioni di lingua ufficiale tedesca o romancia del Canton Grigioni (pur con minoranze italofone), estranee alla regione linguistica della Svizzera italiana».

<sup>10</sup> Cfr. R. H. WEBER, *Media Governance and Service Public*, [ZIK 39], Zürich 2007, pp. 73-74.

radio e televisione avvenga soltanto in direzione svizzero-italiana, ovvero in direzione del Canton Ticino, tanto più per regioni come Bregaglia e Valposchiavo che con il Canton Ticino hanno rapporti politici e socio-economici assai limitati: molti di più e molto più frequenti sono i rapporti con il resto del Cantone dei Grigioni, in particolare con l'Engadina e con la capitale cantonale. Uguale riflessione deve valere con riguardo all'identità regionale grigionitaliana (nella sua pluralità), che non può essere vista come una semplice sfumatura dell'identità regionale ticinese e che, anzi, amputata del suo essenziale legame con il Cantone dei Grigioni resterebbe priva di significato.



Per i motivi sopra esposti e al fine di tenere realmente conto «delle particolarità del Paese e dei bisogni dei Cantoni» ai sensi dell'art. 93 cpv. 2 Cost. fed., la Pgi propone pertanto di modificare l'art. 12 della concessione SSR completandolo con il seguente nuovo capoverso:

*<sup>2</sup> Nella propria offerta informativa la SSR tiene conto della particolare situazione dei Cantoni plurilingui.*

*Art. 12 / Considerazione delle altre regioni linguistiche: Informazione d'approfondimento*

Non da ultimo, in ragione dell'importanza attribuita all'art. 12 cpv. 1 della futura concessione SSR, la Pgi ritiene ingiustificata la limitazione posta a riguardo dell'offerta informativa, ritenendo che l'attenzione alle altre regioni linguistiche debba essere considerata in particolare non solo nell'offerta informativa d'attualità ma anche nell'offerta informativa d'approfondimento. Per ragioni finanziarie, infatti, secondo il parere dello stesso Consiglio federale, è proprio l'offerta informativa a costituire una peculiarità propria del servizio pubblico radiotelevisivo rispetto alla possibile offerta dei media elettronici privati;<sup>11</sup> per le stesse motivazioni di natura finanziaria questo vale a maggior ragione per l'informazione d'approfondimento. Risulta a questo proposito anche utile citare le riflessioni del Consiglio del pubblico della CORSI, il quale «chiedendosi quale possa essere il valore aggiunto del servizio pubblico radiotelevisivo, ha nuovamente ribadito l'importanza dell'approfondimento a completamento della cronaca intendendo per approfondimento la contestualizzazione delle notizie, la lettura critica e ragionata dei grandi temi della nostra società».<sup>12</sup>

La Pgi propone pertanto di modificare l'art. 12 cpv. 1 della nuova concessione SSR nel seguente modo:

*<sup>1</sup> La SSR considera le altre regioni linguistiche in particolare nell'offerta informativa di attualità e d'approfondimento e in altre offerte che destano grande interesse presso il pubblico.*

<sup>11</sup> Cfr. CONSIGLIO FEDERALE, *Rapporto sulla verifica della definizione e delle prestazioni del servizio pubblico della SSR*, 17 giugno 2016, p. 89.

<sup>12</sup> <http://www.corsi-rsi.ch/content/download/7141/23627/file/CS-CP%2002-09-16.pdf>.

Art. 20 / Diffusione via etere: Superamento delle attuali limitazioni

Come già evidenziato nell'introduzione alla presente presa di posizione, si ritiene che i beneficiari dell'offerta SSR debbano essere in generale le comunità linguistiche, diffuse sull'intero territorio nazionale, e non le regioni linguistiche. Inoltre, nell'ottica di un maggiore scambio tra regioni linguistiche e di una maggiore comprensione tra comunità linguistiche, si ritiene che questa offerta debba essere accessibile in tutta la Svizzera.

Ritenuto che il progresso tecnologico non pone ormai più ostacoli e che l'eliminazione delle vigenti limitazioni si rende giustificata anche dal punto di vista economico (raggiungimento di un più ampio pubblico a parità di costi), la Pgi auspica una diffusione illimitata in tutta la Svizzera dei programmi radiofonici di cui all'art. 17 e una conseguente modifica dell'art. 20 cpv. 1 lett. a.

Qualora ciò non fosse possibile per ragione tecniche, la Pgi auspica in alternativa una diffusione illimitata dei programmi radiofonici e televisivi della RSI sull'intero territorio del Cantone dei Grigioni.



Art. 22 / Diffusione tramite Internet: Verifica dell'accessibilità dell'offerta

Ai sensi dell'art. 17 concessione SSR 2019-2022 la SSR può rinunciare a diffondere uno dei due programmi televisivi qualora metta a disposizione un'offerta multimediale sostitutiva ai sensi dell'art. 18 cpv. 3.

Il testo degli artt. 17-18 insiste più volte nell'indicare come beneficiarie dell'offerta le differenti regioni linguistiche. Valgono a questo proposito le osservazioni già esposte nell'introduzione e nel capitolo appena precedente.

Ritenuto che il progresso tecnologico non pone ormai più grandi ostacoli e che l'eliminazione delle eventuali limitazioni si rende giustificata anche dal punto di vista economico (raggiungimento di un più ampio pubblico a parità di costi), la Pgi auspica una diffusione illimitata in tutta la Svizzera dei programmi televisivi di cui all'art. 17 perlomeno per mezzo della diffusione tramite internet ai sensi dell'art. 22.

Tuttavia, ritenuto che diverse regioni periferiche non dispongono ancora di un completo cablaggio a banda larga, la Pgi concorda con il Cantone dei Grigioni e il Cantone Ticino nel sottolineare il seguente punto: la rinuncia alla diffusione di uno dei due programmi di lingua italiana e la sua sostituzione con un'analogha offerta multimediale potrà essere messa in atto della SSR *solo e unicamente* nel momento in cui l'accesso alla ricezione dei programmi diffusi tramite internet potrà essere garantita in buona qualità *perlomeno* in tutti gli abitati stabili della regione linguistica italiana.

In risposta all'interpellanza del granconsigliere Paolo Papa del 17 febbraio 2016,<sup>13</sup> il Governo retico ha richiamato l'art. 24 cpv. 4 LRTV (cfr. art. 2 cpv. 4 lett. b concessione SSR; cfr. artt. 7 e 25-31 concessione SSR 2019-2022), secondo cui la SSR deve contribuire «allo sviluppo culturale e al rafforzamento dei valori culturali del Paese nonché alla promozione della cultura svizzera, tenendo conto in special modo della letteratura svizzera, nonché delle opere musicali e cinematografiche svizzere, in particolare diffondendo produzioni svizzere e trasmissioni prodotte in proprio»; in questo senso, secondo l'interpretazione dello stesso Consiglio federale, «la SSR è tenuta a sostenere la cultura regionale conferendo mandati di prestazione e, nella misura del possibile, mettendo a disposizione piattaforme appropriate».<sup>14</sup>

Interrogata dal Governo retico, la direzione SSR ha confermato che la produzione culturale propria avviene sia tramite produzioni proprie nel settore culturale, sia quale partner di manifestazioni e festival culturali, nonché in stretta collaborazione con artisti indipendenti [...]. Secondo i dati forniti dallo stesso direttore della RSI al granconsigliere Papa per mezzo della Pgi, per diversi anni la partecipazione della RSI quale partner di manifestazioni e festival culturali nel Grigionitaliano o, più ampiamente, nel Cantone dei Grigioni è stata pressoché inesistente (quantificabile in 9'000 fr. su un totale di circa 13,8 milioni erogati nel corso di tre anni).<sup>15</sup>

Di fronte a tali constatazioni, la Pgi non può dunque fare altro che sollecitare la SSR e in particolare la RSI a tenere conto del Cantone dei Grigioni e del Grigionitaliano (e più in generale delle regioni periferiche) nel contesto di questo suo ruolo di sostegno alla cultura regionale e di partner di manifestazioni e festival culturali, cercando attivamente le possibili collaborazioni sul territorio e chiedendo ai suoi stessi partner (p.es. l'Orchestra della Svizzera Italiana) una presenza pubblica diffusa anche nelle regioni più discoste.



<sup>13</sup> Cfr. *Interpellanza Papa concernente il finanziamento di manifestazioni culturali nei Grigioni da parte della SRG SSR*, del 17 febbraio 2016 (Protocolli del Gran Consiglio dei Grigioni, 2015/2016, p. 634).

<sup>14</sup> Cfr. *Interrogazione 09.1148: Riduzione del contributo all'OSI e mandato pubblico della RTSI*, del 25 settembre 2009 (BU, Sessione invernale, 15° seduta 2009).

<sup>15</sup> Cfr. Protocolli del Gran Consiglio dei Grigioni, 2016/2017, pp. 203-204 (2 settembre 2016, pom.).

Per ulteriori informazioni e chiarimenti sulla presente presa di posizione restiamo a vostra disposizione.

Ringraziando per l'attenzione che vorrete dare al nostro scritto, ci è gradita l'occasione per porgere i nostri più cordiali saluti.



Pro Grigioni Italiano

Franco Milani  
Presidente

Giuseppe Falbo  
Segretario generale

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Datum 11. April 2018

Ihr Kontakt René Gerber  
Betrifft **Konzession für die SRG SSR ab Januar 2019**

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Dachverband der Schweizer Kino- und Verleihunternehmen setzt sich ProCinema auf der politischen und wirtschaftlichen Ebene für die gemeinsamen Interessen der Auswertungsbranche ein. Unser Leitmotto ist die Unterstützung des Films im Kino. 194 Kinofirmen, welche in 275 Kinos insgesamt 585 Kinosäle führen sind bei uns Mitglied. Auf der Verleihseite vertreten wir die Belange von „filmdistribution schweiz“, dem „Schweizerischen Studiofilmverband“, aber auch knapp 100 unabhängiger Filmverleihfirmen.

Frau Bundesrätin Leuthard hat im Dezember 2017 das Vernehmlassungsverfahren für die neue Konzession der SRG SSR eröffnet. ProCinema nimmt dazu wie folgt Stellung:

### **1. Weiterentwicklung der bisherigen Konzession**

Die deutliche Ablehnung der No-Billag-Initiative hat gezeigt, dass die SRG und ihr Service public-Auftrag nach wie vor einen starken Rückhalt in der Bevölkerung hat. Der Bundesrat kommt in seinem „Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien“ richtigerweise zum Schluss, dass sich der Service public Auftrag der SRG bewährt. Es gilt, ihn auch konsequent umzusetzen.

## 2. Das publizistische Angebot

ProCinema begrüsst, dass die SRG im Bereich der Information eine umfassende, vielfältige und sachliche Berichterstattung garantieren muss und dafür erhebliche Mittel einsetzen soll. Diese Fokussierung soll insbesondere auch die Berichterstattung über kulturelle, namentlich filmkulturelle Angebote verstärken. Es muss sichergestellt sein, dass die SRG nicht einfach nur die eigenen Angebote kanalübergreifend bewirbt, sondern über kulturelle Angebote Dritter (vermehrt) informiert und berichtet.

## 3. Bestimmungen zur Audiovision

Die Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen und mit der schweizerischen audiovisuellen Industrie sind unverändert geblieben. Wir erlauben uns dazu folgende Ausführungen:

### *a) Art. 26 – Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen*

Die Zusammenarbeit zwischen der SRG und dem schweizerischen Filmschaffen ist zum einen im „Pacte de l’audiovisuel“ geregelt. Der aktuelle Pacte de l’audiovisuel gilt für die Zeit von 2016-2019. Mit diesem Pacte hat die SRG mit den massgebenden Filmverbänden vereinbart, dass jährlich CHF 27.5 Mio. durch die SRG bereitgestellt werden, um damit hochstehende Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme entstehen zu lassen, welche anschliessend im Fernsehen gezeigt werden. Zusätzlich verteilt die SRG an die unabhängige Filmwirtschaft Aufträge für die Herstellung von spezifischen Fernsehformaten, wie beispielsweise die Serien „Tatort“ oder „Der Bestatter“. Diese zusätzlichen Investitionen belaufen sich auf rund CHF 13 Mio., so dass jährlich von einem Investitionsvolumen von gut CHF 40 Mio. für das unabhängige Filmschaffen ausgegangen werden darf. ProCinema ist wie Cinésuisse der Auffassung, dass die aktuelle Formulierung in der Konzession so in Ordnung ist.

### *b) Art. 27 – Zusammenarbeit mit der audiovisuellen Industrie*

Wir beantragen, Art. 27 wie folgt neu zu formulieren:

<sup>1</sup> (Neu) Die SRG arbeitet mit der schweizerischen audiovisuellen Industrie zusammen, insbesondere indem sie über deren kulturelle Leistungen regelmässig berichtet,

sie in filmkulturellen Belangen unterstützt und bei der Akquisition von fiktionalen und non-fiktionalen Inhalten mit deren Akteuren kooperiert.

<sup>2</sup> Sie vergibt einen angemessenen Anteil von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie.

<sup>3</sup> (Neu) Sie regelt die Grundzüge dieser Zusammenarbeit in einer Vereinbarung. Kommt keine Vereinbarung zustande oder werden Vereinbarungsinhalte nicht erfüllt, so kann das UVEK Vorgaben machen zur Berücksichtigung der schweizerischen audiovisuellen Industrie, einschliesslich Quoten.“

#### **Begründung:**

Die Berichterstattung der SRG über audiovisuelle Angebote ausserhalb ihrer eigenen Kanäle ist zumindest in einzelnen Sprachregionen, insbesondere in der Deutschschweiz, ungenügend. Ein neuer Absatz 1 soll Abhilfe schaffen. Namentlich ist die Berichterstattung über das schweizerische Filmschaffen zu verstärken und zu verstetigen.

Die schweizerische audiovisuelle Industrie, zusammengeschlossen in Cinésuisse, unternimmt grosse Anstrengungen zur Promotion der Filmkultur. Dazu gehören etwa der Schweizerischen Filmpreis, zahlreiche anerkannte Filmfestivals oder der Tag des Kinos. Die Unterstützung der SRG für die Filmkultur soll über die Berichterstattung erfolgen aber auch durch die Zusammenarbeit mit den Organisatoren filmkultureller Anlässe.

In Art. 9 Abs. 4 der Konzession wird ausdrücklich erwähnt, dass die SRG bestrebt ist, bei der Akquisition von fiktionalen Inhalten mit privaten Anbietern zu kooperieren. Gemäss erläuterndem Bericht BAKOM ist die Bestimmung wie folgt zu verstehen:

*«Absatz 4 verpflichtet die SRG, Kooperationen mit privaten Anbietern anzustreben und diesen durch den gemeinsamen Einkauf Zugang zu einem attraktiven Angebot zu ermöglichen. Dies, weil die Rechte für fiktionale Inhalte, d.h. Filme und Serien, oft an eine gewisse Reichweite gebunden sind, bzw. nur an Sender(gruppen) mit einer relevanten Reichweite erteilt werden. Private Schweizer Anbieter können hier aufgrund der kleinräumigen Märkte benachteiligt sein.»*

Notwendig ist aber auch eine Kooperation der SRG mit den Rechteinhabern der schweizerischen audiovisuellen Industrie, weil diese über die Distribution des Filmschaffens zur Filmkultur in der Schweiz in wesentlichem Ausmass beitragen. Namentlich geht es darum, dass die SRG die Akteure der unabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie nicht über eigene Beteiligungsgesellschaften bzw. deren Tochtergesellschaften konkurrenziert, wie das bspw. bei Telepool GmbH der Fall ist, die über ihre 100%-Tochtergesellschaft EuroVideo Medien GmbH im VOD und DVD Endkundengeschäft in der Schweiz tätig ist.

Bereits bisher ist in der Konzession geregelt, dass die SRG einen angemessenen Anteil für Aufträge an die unabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie vergibt. Nach langen und zähen Verhandlungen konnte im Januar 2018 endlich eine neue Vereinbarung zwischen der SRG und der audiovisuellen Industrie abgeschlossen werden. Eines der grossen Probleme für die audiovisuelle Industrie ist der Umstand, dass zu wenig klar definiert ist, wie hoch das jährliche Investitionsvolumen ist. Die grossen Schwankungen führen dazu, dass es für einzelne Betriebe schwierig ist, grössere Investitionen zu tätigen. Deshalb wird beantragt, den neuen Art. 27 Abs. 3 analog den Regeln über die Zusammenarbeit mit dem schweizerischen Filmschaffen auszugestalten.

Wir danken für die Möglichkeit einer Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüssen

ProCinema

A handwritten signature in black ink, appearing to be "C. Ruey".

Claude Ruey  
Präsident

A handwritten signature in black ink, appearing to be "R. Gerber".

René Gerber  
Generalsekretär

# RRR

| Radios Régionales Romandes |

OFCOM  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
2501 Bienne

Par courriel

Delémont, le 11 avril 2018

## **Concerne : consultation concession SSR**

Mesdames et Messieurs,

Les Radios Régionales Romandes vous remercient de les avoir associées à la consultation sur la concession de la SSR et prennent position comme suit.

Le projet de nouvelle concession pour la SSR arrive à un moment totalement inopportun. La SSR s'est engagée dans un processus de renouvellement profond après la votation fédérale du 4 mars 2018. Ce processus doit être accompagné et non pas empêché. Or, le texte mis en consultation non seulement n'apporte aucune perspective mais il empêche la SSR de modifier sa structure des programmes. Les RRR souhaitent donc que la concession actuelle soit prolongée de quelques années afin de permettre à la SSR de rebondir après le 4 mars. D'autre part, il ne nous apparaît pas opportun de créer une étape supplémentaire avant le démarrage des travaux liés à la nouvelle Loi sur les médias électroniques. Enfin, le report permettrait une réflexion globale sur le soutien public aux médias incluant la presse.

Si l'administration fédérale tient tout-de-même à soumettre la SSR à une nouvelle concession, les radios régionales privées romandes demandent qu'une réflexion soit faite sur chaque prestation lancée par la SSR depuis 40 ans afin de résister à l'arrivée des médias régionaux. Plus de la moitié des chaînes radio de la SSR ainsi que les journaux d'information régionaux de SRF ont été créés en-dehors de toute logique de complémentarité.

Reprenant les propositions de la Commission fédérale des médias, le Conseil fédéral est d'avis que les notions de service public national et de service public régional ont toutes deux leurs raisons d'être. On ne retrouve pas cette différenciation dans le projet de concession de la SSR. La SSR n'est pas encouragée à céder le service public régional aux médias régionaux.

La proposition de nouvelle concession va toutefois dans le bon sens dans plusieurs domaines, par exemple en exigeant de la SSR un soutien actif à la culture, à la formation ou à la littérature et aux producteurs audiovisuels. Nous saluons l'idée qui consiste à demander à la SSR d'allouer 50% de son budget à l'information. Nous estimons très positif le fait que la SSR diffuse des émissions de divertissement clairement différenciées des offres des diffuseurs commerciaux.

Ces considérations générales étant faites, nous nous permettons d'aborder quelques articles plus en détails.

### **Art 3.6 : offre de même valeur dans les trois langues**

La proposition de concession renouvelée insiste sur l'obligation faite à la SSR de produire des offres « de même valeur » dans les trois langues officielles ainsi que des prestations pour la région romanche. Nous considérons que le soutien par la redevance à trois chaînes de télévision et de quatre chaînes de radio pour la Suisse italophone va bien au-delà des attentes des populations concernées. Nous demandons la réduction à une chaîne de télévision et une chaîne de radio italophones publiques.

### **Art 16.1 et 17.1 : programmes de la SSR**

Ces deux articles sont les plus problématiques. Ils ne laissent aucune latitude à la SSR quant à une redéfinition de son offre programmatique. Ils reprennent la liste exhaustive des programmes actuels de radio et de TV sans aucune nuance, sauf pour la 2<sup>e</sup> chaîne de télévision en langue italienne. Sur la base de la proposition de concession soumise à consultation, la SSR ne pourrait pas se séparer par exemple du programme « Swiss Pop » alors même que la direction de la SSR envisage une telle évolution (déclaration de M. Gilles Marchand, 4 mars 2018).

On pourrait parfaitement imaginer que la SSR ne diffuse plus qu'un seul programme national de musique classique au lieu de 3 deuxièmes programmes.

D'autre part, le projet de nouvelle concession permet à la SSR de planifier la publicité en fonction de groupes cibles spécifiques. Or la SSR a spontanément annoncé le 4 mars 2018 qu'elle ne souhaitait pas se lancer dans la publicité géographiquement ciblée.

### **Art 18.2 : articles sur internet**

Le projet de nouvelle concession n'interdit pas à la SSR de produire des articles ou éléments sur internet sans liens avec les émissions. Ici également, la direction de la SSR a déclaré le 4 mars qu'elle renonçait à de tels articles. Il n'est pas judicieux que la concession n'accompagne pas la volonté de la SSR d'aller à la rencontre des autres médias suisses et de diminuer la concurrence avec ces derniers, ceci d'autant plus que cette compétition n'a pas lieu à armes égales.

### **Art 31.2 : mise à disposition des émissions**

Dans le cadre d'une politique « open content », la SSR doit non seulement mettre ses émissions à la disposition des diffuseurs privés mais elle doit le faire gratuitement, étant entendu que les émissions ont déjà été payées par la redevance. Elle ne peut plus se réfugier derrière des problématiques de droit d'auteur mais régler ces questions de manière à permettre la mise à disposition des émissions.

### **Interdiction des parrainages exclusifs**

De l'avis des RRR, un thème essentiel manque dans le projet de nouvelle concession de la SSR : l'interdiction des parrainages exclusifs. Il est souvent arrivé que la SSR passe des accords de parrainage avec des organisateurs de festivals ou de manifestations diverses. Dans la mesure où ces événements se produisent à l'échelle régionale, il n'est pas admissible d'en empêcher l'accès aux médias régionaux. Nous demandons donc l'introduction d'un tel article dans la concession de la SSR.

Radios Régionales Romandes



Philippe Zahno  
Président

---



Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Zürich, 11.04.2018

## **Vernehmlassung zum Konzessionsentwurf für die SRG SSR**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard  
Sehr geehrte Damen und Herren

Als Branchenverband der privaten schweizerischen Medienunternehmen beteiligen wir uns gerne an der oben genannten Vernehmlassung. Zusammen mit den beiden Schwesterverbänden MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA setzt sich der VSM für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein.

Wir bedanken uns für die Möglichkeit zur Stellungnahme im Rahmen der Vernehmlassung zur beabsichtigten Neuauflage der SRG-Konzession (nachfolgend auch „Konzession 2019“, „neue Konzession“ oder „Konzession“ genannt). Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) steht dem vorgelegten Entwurf kritisch gegenüber, insbesondere die beabsichtigten Ausdehnungsmöglichkeiten der SRG im Online-Bereich lehnen wir ab.

Der VSM begrüsst den Entscheid der Stimmbevölkerung, die No-Billag-Initiative abzulehnen. Das klare Nein zu einer Radikallösung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass grosser Handlungsbedarf besteht. Die im Vorfeld der Volksabstimmung veröffentlichten Umfrageresultate beweisen dies. So zeigten zum Beispiel die Umfrageresultate des gfs.bern vom Februar 2018, dass 60% der Befragten der SRG einen Sparauftrag erteilen wollen. Dies ist ein deutliches Zeichen, dass die Rolle und der Auftrag der SRG neu definiert werden müssen. **Der VSM fordert daher eine Sistierung des Erlasses einer neuen Konzession sowie der Revision der RTVV bis die Debatte über das Mediengesetz abgeschlossen ist. Die Zeit bis zum Abschluss dieser Debatte ist mit einer befristeten Verlängerung der aktuellen Konzession zu überbrücken.** Dadurch soll vermieden werden, dass vor der Grundsatzdiskussion Fakten geschaffen werden. Es ist viel logischer, zuerst die Grundsatzdebatte zu führen und sich vertieft mit der künftigen Medienordnung auseinanderzusetzen und darauf basierend dann Ausführungsbestimmungen zu erlassen.

## I. Executive Summary

Der VSM hat mit Erstaunen festgestellt, dass der Bundesrat und die für die Konzession zuständigen Behörden im Wesentlichen am Status-Quo des bisherigen Service-Public-Verständnisses mit einer sehr dominierenden SRG festhalten bzw. deren Legitimationsbasis im Online-Bereich sogar noch ausbauen wollen. Gerade hierfür fehlt die Rechtfertigung, da das private – qualitativ teils sehr gute Angebot – seit der letzten Konzessionserteilung 2008 umfassend ausgebaut wurde. Ein Marktversagen, das einen Ausbau der SRG in diesem Bereich rechtfertigen würde, fehlt.

Der Kampf um die Aufmerksamkeit der einzelnen Nutzer und Medienkonsumenten wird sich mit einer auch online publizistisch stärker präsenten SRG weiter akzentuieren, wobei dieser Kampf um Aufmerksamkeit zwischen den Privaten und der SRG nicht einmal mit gleichen Waffen ausgetragen wird. Schliesslich erhält die SRG Abgabegelder und kann ihre Inhalte für jedermann und auf sämtlichen Kanälen ohne weitere Bezahlschranken zur Verfügung stellen, während die privaten Medienhäuser „pay-walls“ aufbauen müssen, um wirtschaftlich zu überleben. Die Bestrebungen der privaten Medien, Leser zur Zahlung für digitale Inhalte zu bewegen, dürfte durch einen Ausbau der kostenlos abrufbaren Angebote der SRG weiter erschwert werden.

Die Erweiterung der publizistischen Angebote der SRG im Internet verletzt nicht nur das Gebot der Rücksichtnahme auf die Privaten und steht einem liberalen Staatsverständnis entgegen. Vielmehr sind die Online-Aktivitäten der SRG nicht einmal vom verfassungsmässigen Service-Public-Auftrag (Art. 93 Abs. 2) erfasst. Ein Ausbau der Konzession in diesem Bereich widerspricht dem klaren Verfassungsauftrag, der sich lediglich auf „Radio und Fernsehen“ bezieht. An dieser Rechtsgrundlage ändert auch die Medienkonvergenz im digitalen Raum nichts. **Der Bund ist de lege lata nicht ermächtigt, einen Leistungsauftrag im Online-Bereich zu formulieren und dessen Ausführung mit Gebührengeldern zu finanzieren** – selbst wenn man dem Bund im Bereich der nicht-publizistischen Inhalte (Art. 93 Abs. 1) eine Regelungskompetenz zugestehen würde (was jedoch auch sehr zweifelhaft ist).

Weiter stellt sich die Frage, ob man mit dem Entwurf der Konzession nicht noch hätte warten können, bis dem Parlament der Entwurf des Gesetzes über elektronische Medien (nachfolgend „GeM“ oder „Mediengesetz“) vorgelegt wurde. Schliesslich wird in diesem Gesetz der Leistungsauftrag der SRG festgelegt (heute in Art. 24 RTVG) und der Bundesrat hat in zahlreichen Stellungnahmen darauf verwiesen, dass die parlamentarische Beratung eines neuen Mediengesetzes der richtige Ort für eine Diskussion um die zukünftige Medienordnung sei. Es wäre sinnvoll gewesen, die Konzession auf einen zeitgemässen und demokratisch legitimierten Leistungsauftrag zu stützen. Man ist versucht zu glauben, dass beabsichtigt wird – vor der eigentlichen Auseinandersetzung – zugunsten der SRG Fakten im Online-Bereich zu schaffen.

## II. Allgemeine Anmerkungen

### 1. Mangelnde Rücksichtnahme auf Private

Die Verfassung (Art. 93 Abs. 4) verpflichtet den öffentlichen Rundfunk und den Bund zur Rücksichtnahme auf die privaten Medien, insbesondere auf die Presse; dies als Ausfluss des Verhältnismässigkeitsgrundsatzes, wonach der Staat nur insoweit in wirtschaftliche Belange eingreifen soll, als der Markt versagt. **Der VSM anerkennt ein punktuelles Marktversagen insbesondere in der informationellen Grundversorgung der Randregionen, sprachlichen Minderheiten und weiterer Randgruppen, die ein berechtigtes Informationsbedürfnis haben. Aber dies ist eben nur ein fragmentarisches Marktversagen im Kernbereich des informationellen Service Public. Die neue Konzession konzentriert sich aber nicht genügend bzw. nicht auf diese Punkte, sondern erteilt der SRG neuerdings sogar ausdrücklich einen extensiven Service-Public-Auftrag.** Mit dem vorgelegten Entwurf wird den privaten Medienveranstaltern nicht mehr Handlungsspielraum eingeräumt, da sich die SRG noch mehr als bisher in sämtlichen Bereichen gattungsübergreifend und erst noch normativ legitimiert ausbreiten kann. Vielmehr würden die Privaten mit der Umsetzung der neuen Konzession durch die SRG noch stärker der Konkurrenz ausgesetzt, da sich die SRG mit dem vorliegenden Entwurf online noch mehr ausbreiten könnte. Dies widerspricht grundlegend unserem demokratischen Verständnis.

### 2. Keine verfassungsmässige Rechtsgrundlage für den Ausbau der Online-Aktivitäten der SRG

Die Konzession 2019 räumt der SRG grosse Expansionsmöglichkeiten im Internet ein (vgl. unten). Der Leistungsauftrag der Bundesverfassung (Art. 93 Abs. 2 BV) bezieht sich aber eindeutig nur auf Radio und Fernsehen<sup>1</sup>. Auch der Programmauftrag gemäss Art. 24 Abs. 1 RTVG bezieht sich nur auf Radio und Fernsehen. Daraus die Kompetenz für ein ausuferndes „übriges publizistisches Angebot“ herzuleiten, das mit Radio- und Fernsehgebühren finanziert wird, ist falsch. In Art. 18 der Konzession wird zwar der Anschein geweckt, man halte sich an den bisherigen Kompromiss, dass keine presseähnlichen Angebote ins Netz gestellt werden. Die gesamte Konzession zeugt jedoch vom Geist der Expansion im Netz: der Innovationsartikel, die Verlagerung des zweiten italienischen Kanals ins Netz, der Art. 22 „originäre Verbreitung von Beiträgen im Internet“ (soweit der Artikel weiter gehen sollte als die heutige Mediathek) und der Ausbau der SRG-Präsenz auf Drittkanälen. Der Wunsch, in diesen neuen Markt

---

<sup>1</sup> Art. 93 Abs. 2 BV: **„Radio und Fernsehen** tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.“

vorzudringen, ist zwar verständlich, aber eben nicht von der Verfassung vorgesehen<sup>2</sup>. Die SRG hat nun einmal keinen eigenständigen Online-Auftrag.

Vielmehr müssen sich die Online-Aktivitäten der SRG auf einen Live-Stream der Fernseh- und Radiokanäle sowie die Archivfunktion der Mediathek beschränken. Bereits diese Tätigkeiten im Netz stellen für die Verleger eine erhebliche Konkurrenz dar. Schliesslich sind die Nutzer nicht mehr an die Sendezeiten der News-Sendungen gebunden, sondern haben jederzeit Zugriff auf alle News-Sendungen der SRG. Wäre dies nicht der Fall, so würden sie stattdessen teilweise auf Online-Angebote der Zeitungen zugreifen. Mit Blick auf die Marktchancen der privaten Anbieter ist eine Zurückhaltung der SRG im Netz geboten. Aufgrund der Rücksichtnahme auf die privaten Verleger kennt auch das deutsche Recht ein Verbot presseähnlicher Angebote für abgabenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Erlaubt sind dort ausschliesslich programmbegleitende und programmbezogene Inhalte.<sup>3</sup> Auch der deutsche Verfassungsgerichtshof bekennt sich zu einem Schutz privater Veranstalter im Onlinebereich: „Das Bundesverfassungsgericht hat anerkannt, dass eine Vorschrift, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in seinem Funktionsbereich begrenzt, zulässigerweise bezwecken darf, die wirtschaftlichen Grundlagen der Tagespresse zu sichern.“<sup>4</sup>

Der Wunsch der SRG, sich auch in der eigenständigen Mediengattung Internet schrankenlos auszubreiten, ist verständlich. Tatsache aber ist, dass der Leistungsauftrag der aktuellen Verfassung keine Grundlage dazu liefert. Vielmehr müsste sich der Souverän zu einem eigenständigen Online-Leistungsauftrag der SRG äussern können.

### **3. Fehlendes Verbot eines griffigen Ausbaus des Werbeverbots**

Der Konzessionsentwurf enthält keine Werbebeschränkungen, obwohl solche geboten und von vielen Experten und Politikern gefordert werden. Im Gegenteil: Im Entwurf der neuen Radio- und Fernsehverordnung (Vernehmlassungsfrist 16.02.2018) wird der SRG sogar das Recht für digital ausgespielte, zielgruppenspezifische Werbung eingeräumt. Der VSM wird sich in den künftigen medienpolitischen Grundsatzdebatten weiterhin für Werbebeschränkungen für die SRG einsetzen. Dadurch würde die SRG einem verminderten Druck unterliegen, aufgrund der Werbefinanzierung massenattraktive Programme zu gestalten, welche die auf dem Werbemarkt gewünschten Reichweiten bewirken.

---

<sup>2</sup> Saxer Urs, Die Online-Zuständigkeiten des Bundes, AJP 2017 S. 334 350; Teitler Mirjam, Keine Verfassungsgrundlage für eine Bundeskompetenz im Online-Bereich, Brennpunkt in Medialex 2017/11.

<sup>3</sup> Dörr Dieter, Wagner Ellen und Natt Alexander, Rechtliche Vorgaben für Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Lichte der Presseähnlichkeit, ZUM 11/2017; Wellenreuter Max, Presseähnliche Telemedien öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, Berlin 2011, S. 121 ff.

<sup>4</sup> BverfGE 74, 297 ff.

#### **4. Fehlende Rechtsmittel**

Gemäss Art. 25 Abs. 1 erteilt der Bundesrat der SRG die Konzession. Im Gegensatz zu privaten Veranstaltern mit Konzession muss sich die SRG aber keinem sog. Beauty Contest unterziehen. Schliesslich gibt es keine Mitstreiter für den Haupt-Service-Public-Auftrag. Ebenso gibt es keine Rechtsmittel gegen den Konzessionsentscheid des Bundesrats, und auch beim laufenden Programm sind Rechtsmittel wegen Konzessionsverletzungen nur schwer zu führen. Vor diesem Hintergrund erwartet der VSM umso mehr, dass sich der Bundesrat und die zuständigen Behörden (UVEK und Bakom) ernsthaft mit den Vorbehalten und Anmerkungen der privaten Verleger auseinandersetzen.

#### **5. Übergewichtung der Unterhaltung**

Der verfassungsmässige Leistungsauftrag umfasst u.a. die Unterhaltung als Service Public. Historisch ist diese Berücksichtigung gerechtfertigt, da das mediale Unterhaltungsangebot früher sehr beschränkt war. Überdies war die Bevölkerung weniger mobil und daher mehr an die Scholle gebunden. Heute ist man mobiler und sowohl das mediale als auch das weitere Unterhaltungsangebot sind wesentlich grösser. Der Bevölkerung steht jederzeit ein grosses Unterhaltungsangebot zur Verfügung. Ein Angebotsmangel kann daher heute als Rechtfertigung für die grosse Unterhaltungspalette der SRG nicht herangezogen werden.

Es wurden auch mehrere Umfragen durchgeführt, die klar zeigen, dass sich das Publikum eine schlanke, auf den Informationsbereich beschränkte SRG wünscht:

#### **VIMENTIS-Umfrage**

53% der Schweizer sind mit der Angebotsqualität der SRG unzufrieden.<sup>5</sup> Die Befragten wünschen sich mehr Informationen und weniger Unterhaltung:

Die grosse Mehrheit ist an internationalen (81%) und Schweizer Nachrichten (69%) interessiert, während etwas mehr als die Hälfte Wert auf internationalen (60%) und Schweizer Sport (56%) und allgemeine Kultur (55%) legt. Schweizer Kultur (40%), Bildung (40%), internationale (37%) und Schweizer Unterhaltung (31%) fallen im Gegensatz dazu ab.<sup>6</sup> Auch die NZZ zitiert diese Studie im Rahmen der Service-Public-Debatte.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> VIMENTIS. Volksmeinung 2018. Februar 2018, 130ff. Internet: [https://www.vimentis.ch/umfrage/17\\_lang\\_d.pdf](https://www.vimentis.ch/umfrage/17_lang_d.pdf) [Abruf 28.02.2018].

<sup>6</sup> Ebd.

<sup>7</sup> Forster, Christof. Umfrage: Eine Mehrheit ist unzufrieden mit der SRG. Neue Zürcher Zeitung, Bern, 12 Februar 2018. Internet: <https://www.nzz.ch/schweiz/schweizer-sind-so-unzufrieden-mit-der-politik-wie-im-letzten-jahr-ld.1356461> [Abruf 28.02.2018].

35% der Schweizer wünschen einen schlankeren – primär auf Informationen beschränkten – Service Public.<sup>8</sup>

### **20 Minuten-Umfrage**

79% der Stimmbürger sehen Sparbedarf bei der SRG. Dabei sollte inhaltlich vor allem bei Unterhaltungsshows (47%), teuren Eigenproduktionen (40%), beim Internetangebot und Webserien (27%) sowie bei Kultursendungen (24%) gespart werden.<sup>9</sup>

### **Tages-Anzeiger-Umfrage**

Könnten die Zuschauer das Programm von SRF 1 und SRF 2 selbst gestalten, würde 50% des Programms aus der Sparte „Information und Aktualität“ bestehen. Dies steht im Widerspruch zur tatsächlichen Sendezeit bei SRF 1 (30%) und SRF 2 (10%).

Das Publikum wünscht sich 10% des Programms in Form von Unterhaltung. SRF 1 sendet 16% und SRF zwei 4%. Auch in der Rubrik „Filme und Serien“ driften die Wünsche der Zuschauer (13%) und die tatsächlichen Angebote von SRF 1 (23%) und SRF 2 (48%) auseinander. Sport wünschen sich die Befragten zu einen Anteil von 10%. Der wird allerdings zu 24% auf SRF 2 angeboten.<sup>10</sup>

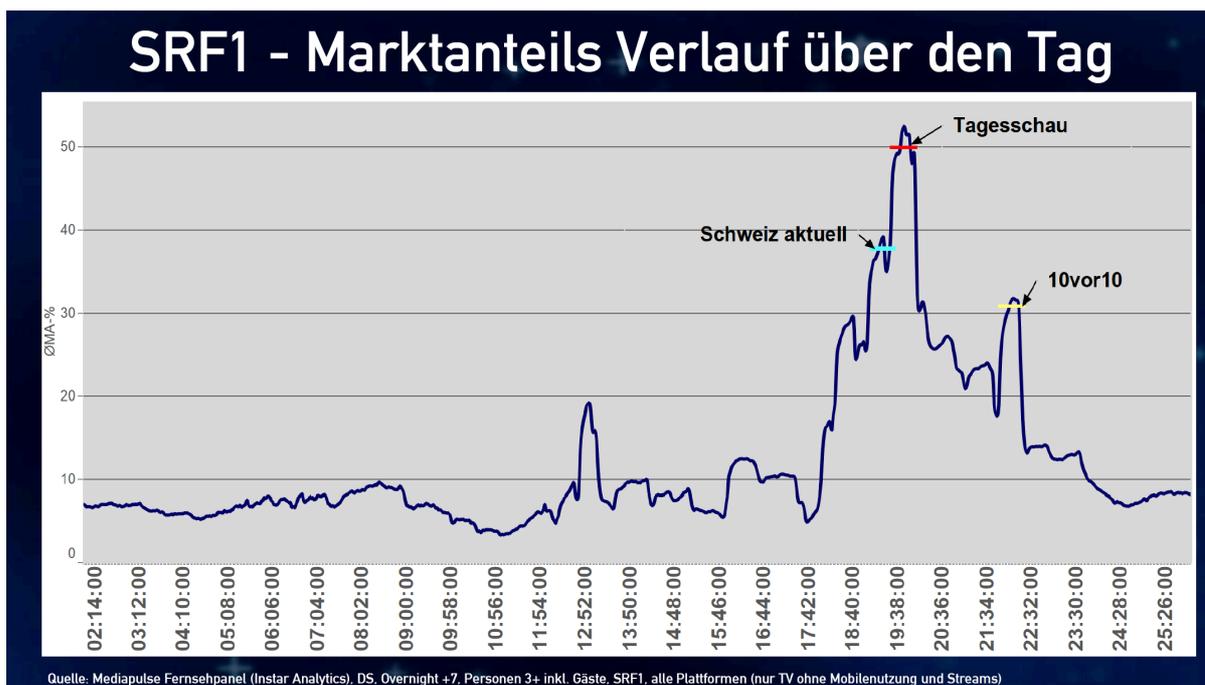
Weiter wird oft argumentiert, es brauche ein Vollprogramm, um die Bevölkerung mit demokratierelevanten Informationen versorgen zu können. Auch dies ist falsch. Vielmehr widmet das Publikum den klassischen Informationssendungen die Hauptaufmerksamkeit und „zappt“ vor und nach diesen Darbietungen weg oder stellt das Gerät ab:

---

<sup>8</sup> Ebd., S. 93.

<sup>9</sup> Pomper, D. Diese SRG wünscht sich die Schweiz. 20 Minuten, 5. Januar 2018. Internet: <http://www.20min.ch/schweiz/news/story/Diese-SRG-wuenscht-sich-die-Schweiz-15339901> [Abruf 28.02.2018].

<sup>10</sup> Zweifel, Philippe; Fehr, Marc. So soll das neue SRF-Programm aussehen. Tagesanzeiger, 21. Februar 2018. Internet: <https://www.tagesanzeiger.ch/kultur/fernsehen/so-soll-das-neue-srfprogramm-aussehen/story/16302917> [Abruf 28.02.2018].



Die obige Statistik zeigt, dass die Nutzer vor allem das klassische Informationsangebot der SRG nutzen. Es ist also nicht notwendig, die Unterhaltung als Lockvogel zu benützen, um die Medienkonsumenten mit relevanten Informationen zu erreichen.

Zudem sind Unterhaltungsformate weder national noch international ein meritorisches Gut, bei dem ein staatlicher Eingriff gerechtfertigt wäre, um die Grundversorgung der Bevölkerung im Unterhaltungsbereich zu gewährleisten. Art. 93 Abs. 2 (Leistungsauftrag) sagt auch nichts über die Aufteilung des Leistungsauftrags zwischen Privaten und der SRG. Nach dem allgemein geltenden Grundsatz der Zurückhaltung des Staates oder staatsnaher Organisationen bei wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen ist gerade im Unterhaltungsbereich eine Zurückhaltung der SRG geboten. Der Auftrag der neuen Konzession, sich von Privaten im Unterhaltungsbereich zu unterscheiden, genügt nicht. Es wäre vertretbar und geboten, das Unterhaltungsangebot der SRG zu verkleinern.

### III. Anmerkungen zu den einzelnen Bestimmungen

#### 1. Allgemeines

##### **Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit**

Nach dem erläuternden Bericht zur neuen Konzession darf die SRG trotz des Gewinnerzielungsverbots dennoch Gewinne realisieren, um Verluste aus früheren Jahren auszugleichen und Reserven zu bilden. Selbstverständlich muss die SRG ihre Geschäfte nachhaltig und verantwortungsbewusst führen können. Es stellt sich aber dennoch die Frage, ob nicht ein gesetzlich verankerter Mechanismus eingeführt werden müsste, der den Bundesrat bei Erreichen bestimmter Gewinn Grenzen verpflichtet, die Abgabenanteile der SRG zu überprüfen und gegebenenfalls zu kürzen. Dies scheint umso wichtiger vor dem Hintergrund, dass die SRG gewinnorientierte Joint Venture mit Privaten eingeht und solche Kooperationen gemäss eigenen Aussagen in Zukunft noch vermehrt anstrebt.

##### **Art. 3: Grundsätze des publizistischen Angebots**

Gemäss Art. 3 Abs. 1 des Entwurfs für die neue SRG-Konzession gehören jetzt auch Online-Beiträge zum Leistungsauftrag der SRG. Dies ist falsch und inakzeptabel. Schliesslich ist der verfassungsmässige Auftrag auf Radio und Fernsehen beschränkt (Art. 93. Abs. 2 BV, vgl. auch oben). Auf dieser Verfassungsgrundlage regelt das RTVG nur die Veranstaltung und Aufbereitung von Fernseh- und Radioprogrammen (Art. 1 Abs. 1 RTVG), wobei unter Programm die Folge von Bild- bzw. Wortsendungen zu verstehen ist, die kontinuierlich angeboten und zeitlich angesetzt sind. Auch der Online-Informationsauftrag manifestiert sich – übrigens bundesverfassungswidrig – in Art. 6 Abs. 3 der neuen Konzession.<sup>11</sup> Nach dem erläuternden Bericht soll die SRG darüber hinaus die Möglichkeit haben, sowohl auf eigenen Plattformen als auch auf solchen Dritter im Netz (z.B. Youtube) zu expandieren. Bereits heute betreiben alle Unternehmenseinheiten der SRG SSR zusammen 110 Facebook-, 54 Twitter-, und 32 Instagram-Accounts sowie 44 Youtube-Kanäle<sup>12</sup>. Es kann aber nicht die Aufgabe einer öffentlich finanzierten Rundfunkanstalt sein, Drittplattformen mit Inhalten zu beliefern.

Es ist für die Verleger wichtig, dass man am bisherigen Kompromiss festhält, welcher der SRG erlaubt, das, was linear ausgestrahlt wurde, auch ins Netz zu stellen und diese zuvor linear ausgestrahlten Beiträge online höchstens mit kurzen Textbeiträgen zu ergänzen. Die SRG sollte nicht zu einem kanalübergreifenden Medienanbieter werden, der die Verleger in einer ihrer angestammten Domänen – den presseähnlichen Informationen im Netz – mit

---

<sup>11</sup> Art. 3 Abs. 1: „Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus Online-Beiträgen“, und auch Art. 6 Abs 3: „Darstellung ihrer Informationsangebote einer Vielzahl geeigneter Formate und Verbreitungswege“

<sup>12</sup> Quelle: Tages-Anzeiger vom 20.02.18, S. 5.

Gebührengeldern konkurrenzieren darf. Das Gebührenprivileg verpflichtet die SRG auch zur Rücksichtnahme auf die privaten Medien, insbesondere die Presse (Art. 93 Abs. 4 BV).

In Art. 3 Abs. 3 des Konzessionsentwurfs wird die SRG zur angemessenen Berücksichtigung der Geschlechter im publizistischen Angebot verpflichtet. Dies ist grundsätzlich zu begrüssen und bereits im aktuellen Programm umgesetzt. Es stellt sich aber die Frage, weshalb die SRG nicht auch verpflichtet wird, wenn schon, diesen Grundsatz – ohne fixe Quoten – auch bei ihrer Personalpolitik zu berücksichtigen.

Gemäss Art. 3 Abs. 5 soll die SRG „eine hohe Akzeptanz“ beim Publikum anstreben. Dies bedeutet faktisch, dass **eine Vorgabe der Konzession die Quoten sind. Dies steht im Widerspruch zum Grundsatz der Komplementarität der SRG.** Die SRG sollte eben gerade nicht primär nach Quoten streben, sondern vor allem auch einen Leistungsauftrag in den Bereichen erbringen, in denen der Markt versagt. Im Gegensatz zu privaten Veranstaltern, die werbefinanziert sind und daher dem Streben nach Quoten verpflichtet sind, kann es keine Zielvorgabe der öffentlich-rechtlichen Sender sein, massenattraktive Programme zu produzieren.

#### **Art. 4 Qualitätssicherung**

Der VSM begrüsst die Qualitätsvorgaben und den Grundsatz der Qualitätssicherung. Jedoch äussern sich weder das Gesetz noch die Konzession darüber, wie die SRG die Aufträge formulieren und vergeben muss. Art. 73 RTVV, gemäss welchem Ausschreibungen bei der Vergabe von Forschungsaufträgen die Regel sind, bezieht sich nur auf Aufträge, die das Bakom vergibt. Art. 4 Abs. 4 der Konzession 2019 verpflichtet die SRG aber, eigene Qualitätskontrollen durchzuführen. Weiterhin muss das Bakom zusätzliche Kontrollen über das publizistische Angebot durch qualifizierte Institutionen durchführen lassen (Art. 4 Abs. 5). Müsste für eine objektive Kontrolle denn nicht ein unabhängiges Kontrollorgan eingesetzt werden? Überdies könnten so auch Doppelspurigkeiten vermieden und Geld gespart werden. Ferner enthält die Konzession kein Verfahren, wie bei festgestellten Mängeln vorzugehen sei; darin erkennen wir eine grundlegende Lücke in der vorgesehenen Konzession.

## **2. Die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots**

### **Art. 6: Information**

Es ist richtig, den Schwerpunkt auf die Information zu legen. Erneut wird aber auch hier die Expansion im Online-Bereich betont (vgl. Art. 6 Abs. 3 „eine Vielzahl Vertriebswege“). Wie oben ausgeführt, kann der Bund der SRG aber keinen Leistungsauftrag im Online-Bereich erteilen (Art. 93 Abs. 2 BV). Zudem relativiert sich der Mitteleinsatz von 50% für Informationssendungen, denn nach dem erläuternden Bericht gehören Sportmagazine auch zu den Informationssendungen, obwohl sie der Unterhaltung zuzurechnen wären. Faktisch werden also nicht 50% der Mittel für die Information verwendet.

### **Art. 9: Unterhaltung**

Gemäss Art. 9 Abs. 1 der Konzession 2019 soll die SRG beim Unterhaltungsangebot innerhalb der elektronischen Medien eine Leitbildfunktion wahrnehmen. Auf der Grundlage des Prinzips der Verhältnismässigkeit und wegen des öffentlichen Interesses sollte die SRG aber vielmehr eine Ergänzungsfunktion haben und vor allem dort aktiv sein, wo der Markt versagt. Es ist schliesslich nicht so, dass der Markt prinzipiell versagt.

Neu gehören fiktionale Inhalte (z.B. ausländische TV-Serien und Filme) explizit zum Programmauftrag im Unterhaltungsbereich. Es ist fraglich, ob solche Formate tatsächlich zur medialen Grundversorgung gehören oder ob man dieses Feld in der heutigen Zeit nicht den Privaten überlassen sollte. Wie bereits oben aufgezeigt, sind solche Füllprogramme nicht erforderlich, um die Zuschauer überhaupt auf dem Sender zu halten. Ferner stellen die Nutzer ihr Medienmenu im Zeitalter von Streaming und zeitversetztem TV-Konsum ohnehin individuell zusammen.

Damit sichergestellt werden kann, dass sich das SRG-Angebot tatsächlich substantiell von demjenigen der privaten Anbieter unterscheidet, muss aus Sicht des VSM Artikel 9 Abs. 2 ergänzt werden. Dabei schliesst sich der VSM dem Ergänzungsvorschlag von Telesuisse an. Der VSM fordert, wie Telesuisse, dass Artikel 9 Abs. 2 wie folgt ergänzt wird:

*Das Angebot unterscheidet sich in seiner Gesamtheit substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter, insbesondere hinsichtlich der Berücksichtigung verschiedener Genres, der Qualität des Angebots sowie des Anteils an Eigenentwicklungen und Produktionen. Es zeichnet sich dank einer höheren Risikobereitschaft durch ein besonderes Mass an Kreativität und Innovation aus. **Dabei soll sich das Angebot in seinen Inhalten und seiner Darbietung in jedem Fall am eigentlichen Kern des Leistungsauftrages orientieren. Es beschränkt sich auf Inhalte, welche von privaten Anbietern nicht oder nicht in ausreichender Menge erbracht werden können.***

Gemäss Art. 9 Abs. 4 ist die SRG bestrebt, Kooperationen mit Privaten einzugehen, um fiktionale Inhalte zu akquirieren. Entsprechende Kooperationen müssen diskriminierungsfrei ausgestaltet werden.

### **Art. 10 Sport**

Bezüglich Art. 10 schliesst sich der Verband Schweizer Medien dem Vorschlag von Telesuisse an. Wie Telesuisse fordert der VSM, dass Art. 10 mit dem folgenden vierten Absatz ergänzt wird:

*Bei Sportereignissen ohne Schweizer Beteiligung verzichtet die SRG darauf, private Mitbewerber beim Rechteerwerb zu konkurrenzieren.*

Dank diesem zusätzlichen Absatz kann die Position der SRG gegenüber den kommerziellen Anbietern besser und klarer geregelt werden.

## **3. Querschnitt-Aufgaben**

### **Art. 11: Innovation**

Gemäss Art. 11 der Konzession 2019 ist die SRG verpflichtet, insbesondere auch im Online-Bereich neue und innovative Formate zu kreieren. Grundsätzlich stellt sich der VSM auf den Standpunkt, dass die SRG de lege lata keinen Leistungsauftrag im Online-Bereich hat und dafür auch die Verfassungsgrundlage fehlt. Überdies ist Innovation als solche keine Service-Public-Aufgabe. Vielmehr ist die Entwicklung neuer Formate und Kommunikation Aufgabe der privaten Medienwirtschaft. Innovation wird sich dort durchsetzen, wo für die neuen Produkte ein Markt besteht. Die SRG sollte sich auf ihren gesellschaftlich gebotenen Informationsauftrag beschränken. Art. 11 der Konzession ist ersatzlos zu streichen.

### **Art. 12: Berücksichtigung der jeweils anderen Sprachregionen**

Der VSM begrüsst die Förderung des Austausches zwischen den verschiedenen Landesteilen durch den öffentlichen Rundfunk. Dies führt zu einem erwünschten Zusammenhalt, Austausch und Verständnis zwischen den Sprachregionen unseres Landes.

### **Art. 13: Angebot für junge Menschen**

Art. 13 Abs. 2 zielt auf Online und Web-Only-Angebote ab. Wie der VSM bereits oben ausgeführt hat, ist die Verbreitung von Web-Inhalten nicht Bestandteil des Leistungsauftrags der SRG. Der VSM begrüsst die spezifische Adressierung der jungen Bevölkerung im linearen Programm der SRG-Kanäle. Selbstverständlich kann die SRG diese Angebote auf ihren Plattformen ins Netz stellen, so dass die Nutzer diese Formate jederzeit streamen können, was die notwendige und zeitgemässe Nutzungsflexibilität gewährleistet. Der VSM stellt sich aber dezidiert gegen spezielle „Jugendkanäle“ im Netz. Dies wäre eine missbräuchliche Verwendung der Gebührengelder. Überdies könnte auf diese Weise faktisch eine Vielzahl neuer Kanäle geschaffen werden, was rechtswidrig wäre.

#### **4. Programme und übriges publizistisches Angebot**

##### **Art. 16: Radioprogramme**

In Art. 16 Abs. 1 lit a bildet die neue Konzession die heutige Situation mit den drei Haupt-Radio-Programmen in der deutsch-, italienisch- und französischsprachigen Schweiz ab. Die neue Konzession zeugt also in keiner Weise von dem während der No-Billag-Debatte in Aussicht gestellten Beschränkungswillen.

SRF 3 unterscheidet sich heute kaum von einem privaten Radiosender. Die Rechtfertigung für die Sendekonzession aller SRG-Angebote ist aber, dass sie dort einen Leistungsauftrag zu erfüllen haben, wo der Markt versagt und nicht dort, wo er besteht. Im Sinne eines echten Respekts vor privaten Medienunternehmen und eines verhältnismässigen Service Public wäre eine Stilllegung der dritten Radiosender in den Sprachregionen ernsthaft zu prüfen. So würde auch die Legitimation der ersten und zweiten Sender grösser, die den Informations- und Kulturauftrag zweckmässig und subsidiär zu privaten Veranstaltern erfüllen.

Der VSM unterstützt das rätoromanische Programm. Im Sinne eines verhältnismässigen und solidarischen Service Public begrüsst der VSM in diesem Bereich eine breite Unterstützung der rätoromanischen Kultur durch einen fundierten Radiosender in der Sprachregion.

Der VSM stört sich allerdings an den Musikspartensendern. Tatsache ist, dass diese den privaten Radioveranstaltern viel Reichweite streitig machen. Gerade im Gewerbe- und Gastronomiesektor laufen Virus, Swiss Pop und Swiss Classic sehr oft dort im Hintergrund, wo früher aus den Boxen die lokalen Privatsender dröhnten. Die dadurch verursachten Werbeeinbußen sind erheblich.

Des Weiteren sind die Regionaljournale der SRG einzustellen, da diese die privaten Anbieter, die hervorragenden medialen Service Public im regionalen Informationsbereich bieten, konkurrenzieren und somit die mediale Vielfalt gefährden.

Zusammenfassend wird mit der neuen Konzession der Bestand von 17 Radioprogrammen weiterhin gewährleistet. Der VSM ist der Meinung, dass hier Beschränkungsmöglichkeiten vertieft zu prüfen wären und schliesst sich deshalb bezüglich Artikel 16 den Beschränkungsvorschlägen des Verbandes Schweizer Privatradios an. Insbesondere sieht er keine Rechtfertigung für die Musikspartensender Musikwelle, Swisspop und Swissclassic und fordert, diese ersatzlos aus der Konzession zu streichen. Zudem ist der VSM der Ansicht, dass sich die SRG aus dem regionalen Bereich zurückziehen und folglich die Regionaljournale eingestellt werden sollten.

In Art. 16 Abs. 2 wird u.a. die professionelle Moderation als Unterscheidungskriterium gegenüber Privatradiosendern genannt. Der VSM weist darauf hin, dass die grosse Mehrheit

der privaten Radiosender sehr professionelle Moderatoren und Redaktoren hat und Professionalität somit kein Unterscheidungskriterium ist.

### **Art. 17 Fernsehprogramme**

Gemäss Art. 17 Abs. 2 der Konzession 2019 soll die SRG statt eines linearen Senders in der italienischen Schweiz ein multimediales Angebot nach Art. 18 Abs. 3 verbreiten können. Der VSM spricht sich dezidiert gegen diese Option aus (Näheres vgl. Art. 18 übriges publizistisches Angebot).

Der VSM hat bereits in der Vernehmlassung zum RTVV (Vernehmlassung vom 16.02.2018) dargelegt, weshalb der SRG das zielgruppenspezifische Werben zu verbieten sei. Der VSM fordert daher eine ersatzlose Streichung von Art. 17 Abs. 5.

Zudem ist der VSM der Ansicht, dass der Wiederholungskanal SRF Info ersatzlos aufgehoben werden sollte. Heute können Sendungen ohne Probleme zeitversetzt konsumiert werden, weshalb ein linearer Wiederholungskanal aus unserer Sicht nicht mehr notwendig und fast schon anachronistisch ist.

Bezüglich der Werbung vertritt der VSM die Position, dass die SRG die Kommerzialisierung ihres Angebots schrittweise reduzieren sollte. Längerfristig sollte aus Sicht des VSM zudem über ein komplettes Werbe- und Sponsoringverbot nachgedacht werden.

Daher unterstützt der VSM den Vorschlag von Telesuisse, Artikel 17 mit einem zusätzlichen Absatz zu ergänzen, welcher der SRG Werbung ab 19.30 Uhr verbietet:

*Der SRG ist in ihren Programmen die Ausstrahlung von Werbung ab 19.30 Uhr bis 00.00 Uhr untersagt.*

Von dieser Werbeeinschränkung würden sowohl das Publikum wie auch die privaten Medienanbieter profitieren. Weiter kann mit diesem zusätzlichen Abschnitt sichergestellt werden, dass sich das SRG-Angebot substanziell von demjenigen privater Anbieter unterscheidet und die Konkurrenzierung zwischen der SRG und den privaten Medien reduziert wird.

### **Art. 18 Übriges publizistisches Angebot**

Art. 18 Abs. 1 lit. c HbbTV: Im erläuternden Bericht schreibt das Bakom auf Seite 10 im Kapitel „Art. 18 übriges publizistisches Angebot“, dass HbbTV der moderne Nachfolgedienst für den veralteten Teletext sei. Der VSM weist darauf hin, dass HbbTV weit mehr als ein moderner Nachfolgedienst des Teletexts ist. HbbTV stellt eine Online-Mediathek dar. Für den VSM ist es daher essenziell, dass das Online-Werbeverbot auch in den HbbTV-Angeboten eingehalten wird. Deshalb wird der VSM die Entwicklung von HbbTV beobachten und behält sich vor, allfällige Verletzungen des Online-Werbeverbots bei HbbTV-Angeboten dem Bakom zu melden.

Art. 18 Abs. 1 lit. d bildet die Rechtsgrundlage für ein vollständig digitales (nicht lineares) öffentlich-rechtlich finanziertes Medienprogramm in der italienischen Schweiz. Hiermit wird klar vom Grundsatz der Beschränkung der SRG im Internet abgewichen. Die Öffnung für ein netzbasiertes Vollprogramm in der italienischen Schweiz wie auch der Online-Ausbau der Jugendprogramme lassen befürchten, dass dies der Anfang einer grossen Expansion der SRG ins Netz ist. Wäre es nach dem Grundsatz der Verhältnismässigkeit, Erforderlichkeit und Wirtschaftlichkeit nicht zweckmässig, die Kanäle in den italienischen Sprachregionen zu beschränken? So schreibt auch das Bakom im erläuternden Bericht zur Konzession, dass es für die SRG schwierig sei, in der relativ kleinen Sprachregion zwei Vollprogramme zu betreiben. Weiter unklar ist zudem, aufgrund welcher Erkenntnisse sich der Bund für die vorliegende Verschiebung entschieden hat.

Ziel der Rundfunkordnung ist nicht primär, den Rundfunk auf die SRG zu beschränken. Vielmehr sollte die SRG im dualen Rundfunksystem zur subsidiären Bereicherung und Vielfalt des medialen Angebots beitragen. Sie sollte in einer konstruktiven Weise gestaltet werden. Mit einer Expansion im Online-Bereich ist das Gegenteil der Fall: Die private publizistische Konkurrenz wird mit ihren „kürzeren Spiessen“ und der Kostenpflicht (pay wall) von der SRG verdrängt. Die SRG hat bis heute nur eine verfassungsmässige Bestandesgarantie für die linearen Programme. Insofern sind die Online-Expansion in der italienischen Schweiz und die weiteren Online-Aktivitäten, die über die Wiedergabe des linearen Programms hinausgehen, verfassungswidrig. Als Folge ist die Konzession 2019 in grundlegenden Zügen zu revidieren.

Der VSM ist der Ansicht, dass die SRG alle Inhalte, die sie zuvor auf ihren linearen Kanälen ausgestrahlt hat, auch online anbieten können darf. Web-only Inhalte erachtet der VSM hingegen, wie im oberen Abschnitt erläutert, als verfassungswidrig. Daher unterstützt der VSM den Vorschlag von Telesuisse, Artikel 18 Abs. 2 lit. a wie folgt zu ergänzen:

*Schwerpunkte der Online-Angebote bilden Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte, die bereits auf den originären Radio- und TV-Kanälen der SRG verbreitet wurden. Die entsprechenden Inhalte dürfen bei Bedarf neu konfektioniert und vektorgerecht aufbereitet werden.*

Dabei versteht der VSM unter „vektorgerecht aufbereitet“, dass zum Beispiel Beiträge aus der Tagesschau einzeln online abrufbar sein dürfen und für Kanäle wie Facebook, Youtube etc. unterteilt werden können, da viele Personen die Videos auf diesen Kanälen ohne Ton ansehen.

Art. 18 Abs. 2 lit. g regelt die kommerziellen Belange des Online-Auftritts der SRG. Diese sind gegenüber der bisherigen Konzession unverändert. Die Verleger haben sich früher zu diesem Kompromiss bekannt und tun dies auch künftig. Umso mehr lehnen sie die angestrebte publizistische Expansion der SRG in der neuen Konzession ab.

## **5. Verbreitung**

### **Art. 21 Verbreitung über Leitungen**

Wie bereits in unseren Anmerkungen zu Artikel 16 (Radioprogramme) angemerkt, ist der VSM der Ansicht, dass die Regionaljournale der SRG einzustellen sind, da diese die privaten Anbieter, die hervorragenden medialen Service Public im regionalen Informationsbereich bieten, konkurrenzieren und somit die mediale Vielfalt gefährden. Folglich ist der VSM auch der Ansicht, dass auf die technische Verbreitung von regionalen Programmsplits zu verzichten ist und somit Artikel 21c ersatzlos entfernt werden soll.

### **Art. 22 Verbreitung über Internet**

Art. 22 lit. b des Konzessionsentwurfs räumt der SRG das Recht ein, originäre Beiträge über politische, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse von sprachregionaler oder nationaler Bedeutung im Internet zu verbreiten. Es ist nicht eindeutig, was der Begriff „originär“ im Zusammenhang mit der Norm bedeutet: Handelt es sich um originär für das lineare Programm hergestellte Inhalte, die, wie bisher in die Mediathek, ins Internet gestellt werden können? Oder handelt es sich um originär für das Internet hergestellte Inhalte? Sollte Letzteres der Fall sein, so würde diese Bestimmung der SRG die Kompetenz einräumen, beliebige Inhalte ausschliesslich im Internet zu verbreiten, es sei denn, sie seien ausschliesslich von regionaler oder lokaler Bedeutung. Die Norm ist so zu formulieren, dass die Mediathek-Funktion des linearen Programms klar zum Ausdruck kommt. Zusammenfassend hat die SRG unter diesem Konzessionsentwurf sehr extensive „Web-Only-Expansionsmöglichkeiten“, die für die privaten Verleger existenzbedrohend sind. Ebenso scheint es, dass Live-Übertragungen vom Herstellungsort während der Produktion von Programmen (Art. 22 lit. d), die über das eigentliche Programm hinausgehen, kein Service Public sind, sondern primär auf die Nutzerbindung abzielen und somit Marketing in eigener Sache sind. Art. 22 lit b und d sind daher aus unserer Sicht ersatzlos zu streichen.

### **Art. 23 Zugang zu Sendungen**

Art. 23 Abs. 2 ermöglicht den kostenlosen Zugriff auf das SRG-Archiv für den privaten Gebrauch oder die wissenschaftliche Nutzung. Der VSM ist der Ansicht, dass dieser Absatz wie folgt ergänzt werden sollte, so dass alle Medienunternehmen kostenlos auf das SRG-Archiv zugreifen können:

*Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung **sowie für private Medienunternehmen in der Schweiz** ist kostenlos. Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.*

Dadurch kann sichergestellt werden, dass eine möglichst grosse Anzahl Personen von den SRG-Inhalten profitieren und ein publizistischer Mehrwert auf Basis gebührenfinanzierter Inhalte geschaffen werden kann sowie dass die privaten Medienunternehmen in der Schweiz gleich behandelt werden.

### **Art. 27 Zusammenarbeit mit der audiovisuellen Industrie**

Bezüglich Art. 27 Abs. 1 schliesst sich der VSM dem Vorschlag von Telesuisse an. Auch der VSM ist der Ansicht, dass „angemessen“ eine zu offene Formulierung ist und deshalb mit „überwiegend“ ersetzt werden sollte:

*Die SRG vergibt einen **überwiegenden** Anteil von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie.*

## **6. Produktion und Zusammenarbeit**

### **Art. 29 Zusammenarbeit mit schweizerischen Veranstaltern**

Der Begriff „schweizerischer Veranstalter“ wird in keiner Weise konkretisiert, weder in der Konzession selbst noch im erläuternden Bericht. Es stellt sich somit die Frage, welche Veranstalter unter den Art. 29 fallen. Schliesslich wird die Zusammenarbeit mit Filmschaffenden, mit der audiovisuellen Industrie, der Musikbranche, die internationale Zusammenarbeit und die Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen in separaten Artikeln in Art. 26 - 31 geregelt. Der Begriff Veranstalter i.S.v. Art. 29 ist deshalb konkret zu definieren.

### **Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen.**

Nach Art. 31 wird die SRG in der Konzession 2019 verpflichtet, anderen schweizerischen Medienunternehmen Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten für die Nutzung im Internet anzubieten. Weiterhin ist sie verpflichtet, dies für alle Medienunternehmen zu gleichen und transparenten Nutzungsbedingungen zu tun. Der VSM begrüsst den Willen zur Zusammenarbeit und Anerkennung des Grundsatzes der Gleichbehandlung. Dieser wurde

bekanntermassen im Zusammenhang mit der Werbevermarkterin Admeira verletzt, was die Verleger bedauern, da es ihnen einen erheblichen Schaden zufügt.

Im erläuternden Bericht wird auf die Motion 17.3627 (Shared Content) verwiesen. Diese Motion soll im Rahmen des Gesetzes für elektronische Medien vollständig umgesetzt werden. Der VSM zählt darauf, dass er bei der Umsetzung der Motion einbezogen wird, um eine für die ganze Branche angemessene und befriedigende Lösung zu finden.

## **7. Organisation**

– keine Anmerkungen –

## **8. Berichterstattung und Aufsicht**

### **Art. 38<sup>bis</sup> Unterstützung von Medienprojekten**

Der VSM hat sich in der Vernehmlassung zur RTVV dahingehend geäußert, dass der SRG zielgruppenspezifische Werbung insgesamt zu verbieten sei. Besonders stossend wäre für den VSM jede zielgruppenspezifische Werbung, die sich an regionale Zielgruppen richtet, womit es der SRG neu möglich wäre, direkt die regionalen Medien in ihrer Kernkompetenz zu verdrängen. Der VSM hat zur Kenntnis genommen, dass im Entwurf eine Beschränkung auf 4 Minuten pro Stunde geplant ist. Alternativ zu dieser Form der Beschränkung wird eine andere Form der Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen ins Spiel gebracht. Nach diesem Vorschlag soll auf eine zeitliche Beschränkung der Form verzichtet werden. Stattdessen sind überdurchschnittliche Werbeeinnahmen zugunsten branchenweiter Anliegen zu verwenden (Aus- und Weiterbildung, Medienforschung und/oder SDA). Der VSM ist dezidiert gegen diesen Alternativvorschlag, da ein Verteilungskampf vorprogrammiert würde und es schwierig wäre, sachliche Verteilungskriterien festzulegen, die eine breite Akzeptanz finden. Art. 38<sup>bis</sup> ist daher ersatzlos aus dem Konzessionsentwurf zu streichen. Der VSM vertritt weiterhin den Standpunkt, dass der SRG die zielgruppenspezifische Werbung zu verbieten sei. Falls nicht, so darf diese höchstens in einem zeitlich begrenzten Umfang von 4 Minuten pro Stunde gewährt werden. Dies wäre aber in der RTVV zu regeln.

Erwirtschaftet die SRG mit den Werbeeinnahmen einen wesentlichen Mehrbetrag, so ist dieser nicht für Medienprojekte im Sinne von Art. 38<sup>bis</sup>, sondern zur Senkung der Haushaltsabgaben zu verwenden (vgl. auch unten Kommentierung zu Art. 40).

### **Art. 40 Neue finanzielle Bedürfnisse der SRG**

Art. 40 des Konzessionsentwurfs lautet wie folgt:

*„Die SRG kann höchstens alle vier Jahre neue finanzielle Bedürfnisse geltend machen und den Bundesrat um eine Anpassung ihres Anteils an den Abgaben ersuchen. Ausserordentliche Umstände bleiben vorbehalten.“*

Dieser Vorschlag lässt aufhorchen, räumt er doch primär der SRG das Recht ein, Bedürfnisse geltend zu machen.

Richtigerweise sollte aber eine neutrale Formulierung gewählt werden, die den Bundesrat ermächtigt, den Abgabenanteil der SRG – nach unten oder oben – entsprechend der Erfordernisse der Sender mit Leistungsauftrag anzupassen. Es macht einen seltsamen Eindruck, wenn der SRG in der Konzession die Geltendmachung ihrer Bedürfnisse eingeräumt wird, statt die Anpassungskompetenz alleine dem Bundesrat zuzuordnen, der solche Entscheide auf der Basis von Markt- und Forschungsdaten treffen muss. Der VSM schlägt im Sinne einer sachlichen und neutralen Norm folgende Formulierung vor:

*Der Bundesrat entscheidet alle vier Jahre über den Anteil der SRG. Vorbehalten sind kürzere Intervalle bei gegebener Dringlichkeit.*

*Eine Veränderung des Anteils der SRG setzt eine erhebliche Veränderung der Grundlagen voraus, die durch entsprechende Markt- und Forschungsdaten nachzuweisen ist.*

## **9. Schlussbestimmungen**

### **Art. 41 Änderung der Konzession**

Art. 41 räumt der SRG ein Anhörungsrecht bei Konzessionsänderungen ein. Der VSM erachtet ein ausschliessliches Anhörungsrecht der SRG bei Änderungen der Konzession als ungenügend und systemwidrig. Vielmehr ist auch anderen schweizerischen Medienunternehmen bzw. interessierten Kreisen ein Anhörungsrecht einzuräumen, soweit diese von Änderungen tangiert sind. Dies gilt umso mehr, als einige Bestimmungen in der Konzession direkt das Verhältnis zwischen SRG und privaten Medien regulieren (z. B. Art. 31) Ohne dieses Recht steht der Willkür zu Gunsten der SRG Tür und Tor offen.

## IV. Fazit

Eine Anforderung an die Konzession wäre, den verfassungsmässigen Leistungsauftrag konkret auszugestalten. Mit dem vorliegenden Entwurf wurde dieses Ziel verfehlt. Er ist, wie die früheren Konzessionen auch, höchst unbestimmt und über das hinausgehend, was die Bundesverfassung zulässt. Ein klares und schlankes Profil des Veranstalters mit weniger Sendern liegt nicht vor. Im Gegenteil: Die Konzession 2019 räumt der SRG Raum für eine im Wesentlichen unkontrollierte Expansion im Internet und auf Social-Media-Kanälen ein.

Der vorliegende Entwurf geht von einem bis ins Internet ausgedehnten Service Public aus, der aber auf nationaler Ebene weiterhin von nur einem Unternehmen dominiert wird, das mit öffentlichen Geldern finanziert ist. Der vorliegende Entwurf räumt der SRG als öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt auch im Internet grosse publizistische Möglichkeiten ein. Ob dies unter der Titel „Service Public“ tatsächlich zu rechtfertigen ist, bleibt fraglich. Die SRG wird so noch mehr statt weniger Gewicht erhalten. Dies hätte zur Folge, dass der Raum für private Medienunternehmen, die demokratierelevante und kulturelle Informationen auf nationaler Ebene verbreiten wollen, noch enger wird. Mittelfristig leidet die Meinungsvielfalt in einem System mit einer so privilegierten und dominanten SRG. Überdies gibt es keine Studien, die auf ein Marktversagen der privaten Medien im publizistischen Online-Bereich hindeuten. Vielmehr ist erwiesen, dass es im Internet in der Schweiz ein grosses Angebot an qualitativ hochstehenden Informationen gibt (vgl. Jahrbuch Qualität der Medien 2016). Die eigentliche Rechtfertigung für eine etwaige Dominanz der SRG, die publizistische Unterversorgung der Bevölkerung, ist für den „Online-Bereich“ schlicht haltlos.

Ferner würden die privaten Veranstalter durch Online-Aktivitäten der SRG, die über das lineare Programm hinausgehen, in ihrer wirtschaftlichen Freiheit ohne entsprechende Verfassungsgrundlage beschränkt.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Argumente. Für Rückfragen stehen wir gerne zu Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen



Dr. Pietro Supino  
Präsident



Peter Wanner  
Vizepräsident



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Srg-konzession@bakom.admin.ch

Zürich, 11. April 2018

## **Vernehmlassungsverfahren zur Konzession für die SRG SSR - Stellungnahme des Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM**

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) bedankt sich für die Einladung zur Vernehmlassung zu der vorgeschlagenen Konzession für die SRG SSR.

Folgende grundsätzliche Bemerkungen haben wir zum Vernehmlassungsentwurf:

### **Grundsätzliche Überlegungen**

Die aktuell gültige SRG Konzession wurde im letzten Jahr um ein Jahr verlängert und gilt noch bis Ende 2018. Die vorliegende Konzession ist nun als Übergangskonzession gedacht, die bis zum Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien gelten soll.

Bis das neue Gesetz für elektronische Medien (GeM) in Kraft treten wird, dauert es noch mehrere Jahre. Das SSM begrüsst daher das Vorhaben, einige aktuelle Forderungen bereits umzusetzen und die aktuell geltende Konzession nicht einfach bis Inkrafttreten des GeM zu verlängern.

In einem ersten Schritt sollen die Konturen des Service public-Auftrages der SRG geschärft werden. Bei den Formulierungen zu den einzelnen Bereichen des publizistischen Angebots ist dies beispielsweise bei der Stärkung der Information zu erkennen. Explizit erwähnt werden ausserdem die substanzielle Unterscheidbarkeit des Unterhaltungsangebotes der SRG von jenem kommerzieller Anbieter sowie die Aufforderung zur Kooperation mit privaten Veranstaltern. Dies begrüssen wir ausdrücklich.

Wir bezweifeln aber, dass der Aufbau weitreichender Überprüfungsinstrumente (ausgebautes Qualitätsmanagement, neues Dialogmanagement, neues Innovationsmanagement) der Konkretisierung des Service public-Auftrages dient und in diesem Ausmass zum jetzigen Zeitpunkt erfolgen muss.

Die SRG wird per 01.01.2019 mit weniger Gebühreneinnahmen haushalten müssen. Dies sowie eine SRG-interne „Profilschärfung“ haben ein Sparprogramm in der Grössenordnung von 100 Mio. CHF zur Folge. Das gilt es zu berücksichtigen und der SRG nicht zusätzlich vorzuschreiben, neue Abteilungen aufzubauen, welche keinen direkten Programmbezug haben, tendenziell den Verwaltungsaufwand vergrössern, den Spardruck verschärfen und den KonsumentInnen keinen zwingenden Nutzen bringen. Das SSM unterstützt Investitionen in das Personal, in Programme und Inhalte, lehnt aber die Vergrösserung der Verwaltung bei gleichzeitigem Spardruck entschieden ab.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Wir verstehen nicht, wie es zum Charakter einer Übergangskonzession passen soll, solch umfangreiche Überprüfungsapparate einzuführen. Es drängt sich der Gedanke auf, dass damit dem Regelungsbedarf des GeM vorgegriffen wird. Dieses Vorgehen unterstützen wir so nicht.

In der vorgelegten Konzession finden sich auch Vorschläge aus der laufenden Revision RTVV. Wir werden dazu bei den Bestimmungen Art. 17 und Art. 38bis Stellung nehmen.

## **Zu den einzelnen Bestimmungen**

### Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit

Das SSM begrüsst, dass im vorliegenden Entwurf explizit festgehalten wird, dass die SRG keinen Gewinn anstrebt.

### Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Abs. 1: Als Service public Anbieterin muss die SRG das gesamte Publikum erreichen können. Die Orientierung Richtung Internet ist für jüngere Generationen eine Selbstverständlichkeit und gewinnt stetig an Bedeutung. Daher ist es absolut notwendig, dass die SRG im Internet präsent ist und Online-Beiträge Bestandteil des publizistischen Angebots sind. Im erläuternden Bericht wird explizit erwähnt, dass „Online-Beiträge (...) sowohl auf den eigenen Internetplattformen der SRG wie auch auf Drittplattformen angeboten werden (können).“ Diesem free (shared) content-Modell steht das SSM sehr kritisch gegenüber. Unter Art. 31 äussern wir uns detailliert dazu.

Abs. 3: Hier schlagen wir eine stärkere Formulierung vor: „Die SRG bemüht sich um **fördert** eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.“

2

### Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

Vor dem Hintergrund der angekündigten Sparmassnahmen haben wir als Vertreterin der Angestellten der SRG wenig Verständnis für einen Ausbau der Bürokratie bei der SRG. Dies obwohl wir ein transparentes Qualitätssicherungssystem unterstützen, da dieses auch als Benchmark für die gesamte Branche fungiert.

Die SRG steht gemäss geltender Konzession bereits in der Pflicht, inhaltliche und formale Qualitätsstandards zu definieren, diese zu veröffentlichen sowie regelmässig interne Qualitätskontrollen durchzuführen und die Öffentlichkeit über deren Ergebnisse zu informieren. Dass die Ausarbeitung festgeschriebener Prozesse zur Qualitätssicherung trotz bestehendem Qualitätsmanagement nicht bereits vorgenommen wurde, ist etwas befremdend und es darf erwartet werden, dass dies Nachzuholen mit den bestehenden Ressourcen problemlos zu bewältigen ist.

Mit der zusätzlichen Einführung regelmässiger externer Qualitätskontrollen durch Sachverständige und durch das Bakom beauftragte Institutionen, sind weitere Evaluationen geplant. Auch in anderen Bereichen ist von externen Evaluationsstellen als Prüfinstanz die Rede (vgl. Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit und Art. 11 Innovation). Wir möchten daher anregen, dass vor der Einführung noch einmal analysiert wird, ob ein solch umfangreicher Überprüfungsapparat zum jetzigen Zeitpunkt tatsächlich notwendig ist.

Wir fänden ausserdem eine Ergänzung der Formulierung unter Abs. 4 „(...)informiert die Öffentlichkeit über die Ergebnisse“ um „**und stellt diese der Öffentlichkeit zur Verfügung**“ sinnvoller.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

### Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

Wir knüpfen hier an die unter Art. 4 geäusserte Kritik an und stellen die Frage, ob es tatsächlich im Sinne des bestmöglichen Service public ist, wenn einerseits Sparmassnahmen durchgeführt werden und andererseits ein „Dialogmanagement“ mit externer Evaluationsstelle aufgebaut werden muss.

Ausserdem fänden wir es auch an dieser Stelle sinnvoller, wenn nicht bloss über Ergebnisse informiert würde, sondern diese auch zur Verfügung gestellt würden.

### Art. 6 Information und Art. 7 Kultur

Es ist richtig, in Art. 6 der Konzession verbindlich festzuschreiben, dass mindestens 50% der Gebühreneinnahmen für die Erfüllung des Leistungsauftrages im Informationsbereich eingesetzt werden.

Die Mittel für die verlangten kulturellen Leistungen in Art. 7 werden dagegen mit „angemessen“ umschrieben. Gemäss erläuterndem Bericht beanspruchte der Kulturbereich laut den letzten beiden Geschäftsberichten um die 25% der Gebühreneinnahmen. Im Bericht steht ausserdem geschrieben: „Nach diesen Grössenordnungen haben sich die künftigen Ausgaben der SRG in dieser Sparte zu richten.“ Das SSM möchte daher anregen, dass sich die Formulierung aus dem erläuternden Bericht konkret in einer Zahl in der Konzession niederschlägt.

Im erläuternden Bericht wird ausserdem festgehalten, dass Abs. 2 klarstellt, dass der Kulturbegriff umfassend zu verstehen sei. Für uns ist das nicht offensichtlich und wir sind der Auffassung, dass die Formulierung noch einmal überdacht werden sollte. Allenfalls kann der Kulturbegriff durch die Streichung des Wortes „schweizerisch“ umfassender verstanden und umgesetzt werden.

3

### Art. 11 Innovation

Abs. 2: Vor dem Hintergrund des kommunizierten Sparprogramms der SRG steht das SSM auch dem Aufbau eines Innovationsmanagements sehr kritisch gegenüber. Wir sind nicht überzeugt, dass der Aufbau eines ausgeprägten Selbstüberprüfungsmanagements der bestmöglichen Erfüllung des Service public-Auftrages dienlich ist.

### Art. 14 Menschen mit Migrationshintergrund

Da das Ziel dieser Bestimmung ist, die SRG zu verpflichten in der Schweiz lebende Menschen mit Migrationshintergrund in ihren Angeboten zu berücksichtigen, integrative Inhalte zu vermitteln und damit das gegenseitige Verständnis zu fördern schlagen wir eine stärkere Formulierung vor: „Die SRG ~~berücksichtigt~~ **fördert** in ihren Angeboten **für und mit** Menschen mit Migrationshintergrund und vermittelt integrative Inhalte.“

### Art. 15 Menschen mit Sinnesbehinderungen

Auch bei diesem Artikel setzt sich das SSM für eine stärkere Formulierung ein: „Die SRG ~~berücksichtigt~~ **fördert** in ihren Angeboten **für und mit** Menschen mit Sinnesbehinderungen (...).“



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

## Art. 17 Fernsehprogramme

Abs. 5: Hier wird ein Ergebnis der Vernehmlassung der RTVV-Revision vorweggenommen. Das SSM hat sich in der Vernehmlassung zur Revision RTVV wie folgt geäussert: *„Mögliche Werbeformen und -volumina bei der SRG beurteilt das SSM immer im Verhältnis zum Finanzbedarf, der für die Erfüllung des Programmauftrags nötig ist. Grundsätzlich wäre es vorstellbar, den ganzen Etat allein über Gebühren zu finanzieren. Bei einer Finanzierung AUCH über Werbung sollen aber formale Grenzen beachtet werden, durch welche die Art der Werbung der SRG (Volumen und Form) sich von kommerziellen Sendern unterscheidet. Aus dieser Optik („Unterscheidbarkeit“) ist das SSM gegenüber zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG skeptisch, aber nicht absolut ablehnend. Entscheidend ist, wie Zielgruppen definiert und erhoben werden. Eine Verwertung von individuell erhobenen Nutzungsdaten lehnt das SSM ab. Die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG, lässt private Veranstalter befürchten, dass die SRG in den regionalen Werbemarkt einsteigt. Die vorliegende Revision will dies verhindern, was das SSM unterstützt.“*

Das SSM ist skeptisch gegenüber der Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG. Sollte sie erlaubt werden, muss die SRG als Service public-Anbieterin **höchsten Anforderungen an den Datenschutz genügen**. Ausserdem müssen die KonsumentInnen die Möglichkeit haben, diese Art der Werbung nicht bloss abzulehnen, sondern sie müssen sie aktiv zulassen (opt-in).

## Art. 18 Übriges publizistisches Angebot

Abs. 1 Bst. d: Aus Sicht des SSM erscheint die Einführung eines multimedialen Angebots nebst der italienischen Sprachregion zukünftig auch für das Programm in rätoromanischer Sprache erstrebenswert. RTR hat im sprachlich uneinheitlichen Graubünden sowie für die rätoromanische Diaspora in der ganzen Schweiz und jenseits der Landesgrenze eine Brückenfunktion. Um diese Funktion auch in Zukunft zu gewährleisten, erachten wir es als sinnvoll, die Einführung eines multimedialen Angebotes bei RTR zumindest zu prüfen.

4

## Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Der Einführung des sogenannten „free shared content“ durch die SRG im Oktober 2017 wie auch seiner Verankerung in der Konzession steht das SSM kritisch gegenüber. Es ist nicht unbedenklich, wenn gebührenfinanzierte Inhalte gratis von privaten Veranstaltern für ihre gewinnorientierten Sender verwendet werden. Das SSM begrüsst eine engere Zusammenarbeit zwischen der SRG und den privaten Veranstaltern, wenn sie zur Stärkung des Medienplatzes Schweiz und zum Erhalt der Medienvielfalt in der Schweiz beiträgt. Das Kostenfreie-zur-Verfügung-stellen von gebührenfinanzierten Beiträgen dient keinem dieser beiden Ziele, im Gegenteil. Die Inhaltsvielfalt wird geschwächt und private Veranstalter haben weniger Anreize selber in Inhalte und gutes Personal zu investieren.

Eine weitere wichtige Problematik bei der Weitergabe von Beiträgen stellen das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte gemäss URG dar. Das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte gemäss URG sind zwingend zu achten und zu schützen, insbesondere auch bei freien Mitarbeitenden. Werden Produktionen vielfach und auf diversen Kanälen verbreitet, muss diese Mehrfachnutzung den UrheberInnen zusätzlich vergütet werden.

Die (GAV)-Angestellten der SRG treten per Arbeitsvertrag alle Rechte an die Arbeitgeberin ab. Es gibt aber eine gesamtvertraglich geregelte Entschädigungspraxis (Kreativitätsfonds) zur pauschalisierten Beteiligung des Personals an kommerziellen Verwertungen. Freie Mitarbeitende profitieren jedoch nicht von diesem Instrument. Ihre spezielle Situation betreffend Abgeltung des Urheberrechtes und verwandter Schutzrechte gemäss URG muss daher bei der Formulierung dieses Artikels unbedingt berücksichtigt und explizit festgehalten werden.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat  
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass  
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

### Art. 33 Organe und Art. 34 Zusammensetzung des Verwaltungsrates

Der Bundesrat hat bereits im November 2013 allen bundesnahen Betrieben und auch der SRG mit ihrem Service public-Auftrag per Januar 2014 im Sinne einer ausgewogenen Vertretung der Geschlechter eine Zielquote von 30% vorgegeben. Die SRG erfüllt zwar aktuell diese Quote, nichtsdestotrotz ist es mehr als angebracht, sie nun auch in der Konzession zu verankern.

Weiter muss die Formulierung zu den geforderten Fähigkeiten und Kompetenzen der Verwaltungsratsmitglieder aus der aktuell gültigen Konzession wieder aufgenommen werden. Auch wenn diese Anforderungen eine Selbstverständlichkeit sind, ist es im Sinne der Transparenz wichtig, dass dies so festgehalten bleibt. Das SSM plädiert daher dafür, dass **folgender Satz** wieder eingefügt wird. Art. 34 Abs. 1: „Der Verwaltungsrat besteht aus neun Mitgliedern. **Diese verfügen über diejenigen Fähigkeiten und Kompetenzen, die eine eigenständige Willensbildung des Organs im kritischen Gedankenaustausch mit der Geschäftsleitung gewährleisten.**“

### Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten

Dieser Artikel bezieht sich ebenfalls auf das Ergebnis der RTVV Vernehmlassung zur zielgruppenspezifischen Werbung bei der SRG.

Anstatt die erlaubte Dauer für zielgruppenspezifische Werbung auf max. 4 Minuten innerhalb einer natürlichen Stunde einzuschränken, wie in der RTVV (Art. 22 Abs. 2 bst. b & c) vorgeschlagen, wird hier der Vorschlag unterbreitet, übermässige Werbeeinnahmen abzuschöpfen und zweckgebunden einzusetzen.

Das SSM favorisiert zurzeit den Vorschlag, die zielgruppenspezifische Werbung zeitlich zu beschränken. Übertrifft der Werbeertrag dennoch den vergleichbaren Durchschnittswerbeertrag der letzten vier Jahre, so sollte dieser der Branche zu Gute kommen.

5

Sollte die in Art. 38bis vorgeschlagene Variante zur Umsetzung kommen, unterstützt das SSM die zweckgebundene Verwendung der Gelder zugunsten der Aus- und Weiterbildung und der Medienforschung. Der Begriff „sda-Projekte“ ist uns zu vage. Wir möchten ausserdem anregen, dass ein Teil des Geldes auch zur Stärkung des Presserates, im Sinne eines zukünftigen Medienrates, verwendet werden kann.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

Schweizer Syndikat Medienschaffender

Ruedi Bruderer  
Präsident  
Schweizer Syndikat Medienschaffender

Melanie Berner  
Verantwortliche Fachsekretärin Medienpolitik  
Schweizer Syndikat Medienschaffender

**Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)**  
**Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)**  
**Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB)**  
**Gruppa svizera per las regiuns da muntogna (SAB)**

3001 Bern / Seilerstrasse 4 / Postfach / Tel. 031/ 382 10 10 / Fax 031/ 382 10 16  
www.sab.ch info@sab.ch Postkonto 50-6480-3



Bern, 23. Februar 2018  
TK / B120

Frau Bundesrätin  
Doris Leuthard  
Vorsteherin UVEK  
Kochergasse 10

3003 Bern

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

*(avec un résumé en français à la fin du document)*

## **Stellungnahme der SAB zur Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) bedankt sich für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum obenstehenden Geschäft. Die SAB vertritt als gesamtschweizerische Dachorganisation die Interessen der Berggebiete in wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Belangen. Mitglieder der SAB sind 22 Kantone, 41 Regionen, rund 600 Gemeinden sowie zahlreiche Organisationen und Einzelmitglieder.

### **Allgemeine Bemerkungen**

Das Weiterbestehen eines qualitativ hochstehenden und flächendeckenden Service public im Medienbereich, der die Versorgung der Bevölkerung mit fundierten Informationen zum Geschehen auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene gewährleistet, stellt für die SAB ein zentrales Anliegen dar. Wie Studien zur Mediennutzung aufzeigen, sind die Programme der SRG sowie der gebührenfinanzierten regionalen Radio- und Fernsehsender in den Berggebieten und ländlichen Räumen von wesentlich grösserer Bedeutung als in den städtischen Agglomerationen, in denen alternative Angebote wie beispielsweise Gratiszeitungen eine weite Verbreitung finden. Die zukünftige Gestaltung des medialen Service public ist deswegen eine Frage, die die Berggebiete und ländlichen Räume ganz unmittelbar und stärker als andere Landesteile betrifft. Zudem erachtet es die SAB als wichtig, dass in allen vier Sprachregio-

nen der Schweiz weiterhin ein angemessenes Angebot zur Verfügung steht. Vor diesem Hintergrund begrüsst sie es, dass sich der Bundesrat zu einem leistungsfähigen Service public der SRG und der gebührenfinanzierten regionalen Radio- und Fernsehsender im Sinn eines Dienstes an der Gesellschaft bekennt und im Konzessionsentwurf das Ziel eines gleichwertigen Angebots in den Sprachregionen explizit erwähnt.

Im Bereich der audiovisuellen Medien wird der Service public sowohl von der SRG wie auch von regionalen Radio- und Fernsehsendern erbracht, die teilweise öffentlich finanziert sind. In den Berggebieten leisten die regionalen Radio- und Fernsehsender ergänzend zu den Regionalzeitungen einen ausserordentlich wichtigen und im Vergleich mit anderen Landesregionen überdurchschnittlichen Beitrag an die mediale Grundversorgung. Von den sechzehn regionalen Radiosendern, die derzeit über die öffentlichen Empfangsgebühren mitfinanziert werden, befinden sich vierzehn in den Berggebieten. Mit ihrer exklusiven Regionalberichterstattung tragen sie zur Stärkung der regionalen Identitäten und zum Zusammenhalt und Austausch innerhalb der entsprechenden Verbreitungsgebiete bei. Angesichts dieser grundlegenden Bedeutung der Regionalmedien für die Berggebiete erachtet es die SAB als zentral, den Service public im Medienbereich so zu gestalten, dass die Angebote der SRG die Entwicklungsmöglichkeiten der regionalen gebührenfinanzierten Anbieter sowie der Regionalzeitungen nicht einschränken. Namentlich bei der Formulierung der Bestimmungen zur Regionalberichterstattung, zur Werbung sowie zum publizistischen Online-Angebot der SRG sowohl im Text- wie auch im audiovisuellen Bereich muss den Anliegen der Regionalmedien Rechnung getragen werden.

Wie der Bundesrat in seinem Bericht darlegt, ist derzeit ein rasanter medialer Wandel im Gange. Während die lineare Nutzung der Radio- und Fernsehprogramme kontinuierlich an Bedeutung verliert, wird das Internet als Verbreitungskanal von Informationen über das tagesaktuelle Geschehen immer wichtiger, insbesondere bei jüngeren Personen. Aus dieser Entwicklung ergeben sich neue, komplexe Anforderungen an die Gestaltung des medialen Service public. Dieser kann seine Zielgruppen nur erreichen und zum gewünschten gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen, wenn es gelingt, die Formate und Verbreitungskanäle zu verwenden, die der heutigen Mediennutzung entsprechen. Der ausdrückliche Verzicht auf eine vektorunabhängige Definition des Angebots der SRG birgt die Gefahr eines regulatorischen Rückstandes. Es ist daher wichtig, dass die vorliegende Konzession als Übergangslösung verstanden und auf eine Verlängerung, wie sie Art. 42 Abs. 2 derzeit vorsieht, verzichtet wird. Dies scheint auch deswegen angezeigt, weil der Bericht keine detaillierten Analysen zum Angebot und dessen Weiterentwicklung enthält, beispielsweise in Bezug auf die angemessene Anzahl der Radio- und Fernsehprogramme.

Schliesslich ist es aus Sicht der SAB notwendig, bei der Ausarbeitung der Konzession dem politischen Kontext die erforderliche Aufmerksamkeit zu schenken. Das extrem knappe Resultat der Volksabstimmung vom 14. Juni 2015 zum revidierten RTVG sowie die laufende Abstimmungskampagne zur «No Billag»-Initiative zeigen, dass der mediale Service public derzeit äusserst stark unter Druck steht und seine Akzeptanz und Legitimation in der Bevölkerung tendenziell abnehmen. Angesichts dieser Entwicklung, die letztlich die angestrebte gesellschaftliche Wirkung der öffentlich finanzierten Medienangebote insgesamt gefährdet, sind bei der Definition und Ausgestaltung des Tätigkeitsfeldes der SRG eine gewisse Zurückhaltung und eine Rücksichtnahme auf die Stellung und Aufgaben anderer Medien angebracht. Dies betrifft namentlich die Kompetenzen im Werbebereich. Hält der Bundesrat an seiner Absicht fest, der SRG zielgruppenspezifische Werbung zu erlauben, sollte aus Sicht der SAB

eine enge Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern angestrebt werden. Eine solche könnte beispielsweise über eine Vereinbarung mit dem Verband Telesuisse erreicht werden.

## **Bewertung der einzelnen Massnahmen**

Gemäss dem Begleitschreiben zum Vernehmlassungsverfahren beziehen sich die wichtigsten Anpassungen in der vorliegenden SRG-Konzession auf folgende Aspekte:

- Bessere Unterscheidbarkeit der Programme gegenüber Programmen kommerzieller Veranstalter
- Stärkung der integrativen Funktionen der SRG
- Umfassendere Rechenschaftspflichten sowie Einrichtung einer externen Qualitätssicherung
- Verstärkte Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Die SAB begrüsst die Absicht des Bundesrates, die Kernkompetenzen der SRG im Bereich Information und Dienst an der Allgemeinheit deutlicher hervorzuheben und das Ziel der Unterscheidbarkeit der Programme ausdrücklich zu erwähnen. Sie erachtet eine klare Ausrichtung des öffentlichen Angebots auf übergeordnete gesellschaftliche, staatsbürgerliche und demokratiepolitische Anliegen und eine deutlichere Abgrenzung gegenüber den Angeboten privater Sender für eine ausgewogene Entwicklung der Schweizer Medienlandschaft als zentral. Auch die beabsichtigte Stärkung der integrativen Funktionen der SRG, sowohl in Bezug auf die Sprachregionen wie auch auf die gesellschaftlichen Gruppen der Schweiz, stellt aus Sicht der SAB ein zentrales Element des öffentlichen Leistungsauftrags dar, dem derzeit noch zu wenig Beachtung geschenkt wird. Sie unterstützt deswegen die entsprechenden Massnahmen.

Umfassendere Rechenschaftspflichten und die Einrichtung einer externen Qualitätssicherung tragen dazu bei, die Unterscheidbarkeit der Programme sicherzustellen. In diesem Sinn erachtet die SAB die vorgeschlagenen Bestimmungen als zweckmässig. Die Verpflichtung zum Dialog mit der Öffentlichkeit ist im Hinblick auf eine bessere Akzeptanz und gesellschaftliche Verankerung des medialen Service public wichtig. Die Formulierung der entsprechenden Anforderungen, die derzeit ausgesprochen theoretisch ist, sollte die Ziele des Dialogs mit der Öffentlichkeit ebenfalls erwähnen.

Die SAB begrüsst den höheren Stellenwert, den im Konzessionsentwurf die Kooperationen mit anderen Medienunternehmen einnehmen. Sie unterstützt daher die entsprechenden Verpflichtungen im Bereich Unterhaltung und Sport (Art. 9 und 10) sowie die allgemeine Pflicht zur Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen (Art. 31). Aus Sicht der SAB stellen solche Kooperationen eine Grundanforderung an den medialen Service public dar und gehören daher zwingend zum Leistungsauftrag der SRG. Allerdings schaffen weder der Konzessionsentwurf noch der erläuternde Bericht die nötige Klarheit zur Umsetzung der Zusammenarbeit mit anderen Medienunternehmen. Insbesondere bedarf es präziserer Angaben zu den Kosten, die die SRG für die Weiterverbreitung der von ihr produzierten Inhalte in Rechnung stellen darf. Kooperationen, die auf der Basis einer einseitigen Dienstleister-Kunden-Beziehung erfolgen, entsprechen nicht dem erwähnten «Shared-Content-Modell». Zudem ist zu beachten, dass Kooperationen auch für die SRG von Nutzen sind, da sie es ihr erlauben, von den Erfahrungen privater Medienunternehmen zu profitieren und entsprechend ihrem Auftrag eine optimale Wirksamkeit und Reichwei-

te des medialen Service public zu gewährleisten. Bei der konkreten Umsetzung der Zusammenarbeit mit anderen Medienhäusern muss diesem Aspekt Rechnung getragen werden, insbesondere mit transparenten und auf allfällige Zusatzkosten der SRG beschränkten Finanzierungsmodalitäten.

## Notwendige Anpassungen der Vorlage

Ausgehend von dieser allgemeinen Einschätzung beantragt die SAB, in der Konzession folgende Anpassungen vorzunehmen:

- **Pflicht zur Rücksichtnahme auf Regionalmedien**  
Die Pflicht zur Rücksichtnahme der SRG auf die Regionalmedien muss im Abschnitt zum publizistischen Angebot ausdrücklich erwähnt werden. Die SAB schlägt vor, Art. 6 Abs. 2 wie folgt zu ergänzen:  
*Sie [die SRG] informiert insbesondere über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und soziale Zusammenhänge. Sie legt den Schwerpunkt auf die Darstellung und Erklärung des Geschehens auf internationaler, nationaler und sprachregionaler Ebene. **Dabei berücksichtigt sie die Stellung und Aufgaben anderer Medien, namentlich im Bereich der Regionalberichterstattung.***
- **Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern im Bereich der zielgruppenspezifischen Werbung**  
Um eine mögliche Konkurrenzierung der regionalen Fernsehsender infolge der Ausweitung der Kompetenzen der SRG im Werbebereich zu vermeiden, beantragt die SAB, im Art. 17 Abs. 5 zur zielgruppenspezifischen Werbung folgende Ergänzung einzufügen:  
*Sie [die SRG] kann Fernsehprogramme nach den Absätzen 1 und 3 mit zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen. **Dabei strebt sie eine enge Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern an.** Sie informiert das BAKOM vorab über die organisatorische und technische Umsetzung dieser Werbereform*
- **Berichterstattung und Aufsicht**  
Aus Sicht der SAB fehlen im Abschnitt Berichterstattung und Aufsicht Informationen zu Kooperationen mit anderen Medienunternehmen. Im Art. 38 Abs. 2 ist daher folgende Ergänzung notwendig:  
*Der Jahresbericht der SRG enthält auch Angaben über:*
  - a. *die Einhaltung der Qualitätsstandards nach Artikel 4 Absatz 3;*
  - b. *die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen nach Artikel 4 Absatz 6;*
  - c. *die Massnahmen zum sprachregionalen Austausch nach Artikel 12;*
  - d. *die Kosten von Sendungen oder Formaten, Sparten und Sendern;*
  - e. ***die Kooperationen mit anderen schweizerischen Medienunternehmen nach Artikel 31;***

## Zusammenfassung

Für die SAB stellt das Weiterbestehen eines leistungsfähigen und flächendeckenden medialen Service public, der sowohl von der SRG wie auch von den regionalen Radio- und Fernsehsendern erbracht wird, ein wichtiges Anliegen dar. Sie begrüsst daher, dass sich der Bundesrat in der Vorlage ausdrücklich zu diesem Ziel sowie zu einem angemessenen Angebot in allen Sprachregionen der Schweiz bekennt. Angesichts der raschen Entwicklung im Medienbereich erachtet es die SAB als wichtig, dass die vorliegende Konzession ausdrücklich aus Übergangslösung verstanden wird. Dies scheint auch deswegen angezeigt, weil bisher keine weitergehenden Analysen zum Umfang des Angebots der SRG vorgenommen wurden. In Bezug auf die Ausgestaltung der Konzession beantragt die SAB, der Zusammenarbeit zwischen der SRG und den regionalen Radio- und Fernsehsendern mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

Ausgehend von diesen Überlegungen ergeben sich im Konzessionsentwurf folgende Anpassungen:

- Explizite Erwähnung der Pflicht zur Rücksichtnahme auf die Regionalmedien (Art. 6)
- Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern im Bereich der zielgruppenspezifischen Werbung (Art. 17)
- Erweiterte Rechenschaftspflicht, namentlich über Kooperationen mit anderen Medienunternehmen (Art. 38)

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen und verbleiben

mit freundlichen Grüssen

### **SCHWEIZERISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFT FÜR DIE BERGGEBIETE (SAB)**

Die Präsidentin:

Der Direktor:

Christine Bulliard-Marbach  
Nationalrätin

Thomas Egger  
Nationalrat

**Résumé :**

Pour le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB), le maintien d'un service public médiatique performant sur l'ensemble du territoire représente un enjeu important. Il salue en conséquence la prise en considération explicite de cet objectif dans le projet de concession élaboré par le Conseil fédéral, de même que le maintien d'une offre adéquate dans toutes les régions linguistiques de la Suisse. Au vu de l'évolution rapide du paysage médiatique, le SAB considère le projet de concession comme une solution transitoire. Cela est indiqué notamment en raison de l'absence d'une analyse approfondie concernant l'étendue de l'offre de la SSR. Par rapport aux dispositions proposées, le SAB estime qu'il est souhaitable d'accorder une plus grande attention à la coopération de la SSR avec les médias audiovisuels régionaux.

A partir de cette analyse, le SAB propose d'apporter les modifications suivantes au projet de concession :

- mention explicite de l'obligation de la SSR de tenir compte de la position et de la mission des médias régionaux dans le développement de ses activités (art. 6) ;
- collaboration avec les télévisions régionales lors de la diffusion de publicités à des groupes cibles spécifiques (art. 17) ;
- obligation de la SSR de rendre compte, dans son rapport annuel, des collaborations avec d'autres médias (art. 38).



Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

E-Mail:  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, 9. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR**

### **Vernehmlassungsantwort der Schweizerischen Volkspartei (SVP)**

---

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit, im Rahmen der Vernehmlassung über die Konzession der SRG SSR Stellung zu nehmen.

**Die SVP lehnt die Konzession für die SRG SSR in der vorliegenden Form ab und verlangt eine befristete Verlängerung der geltenden Konzession, bis die nachfolgenden Punkte geklärt sind:**

1. Umfang der angekündigten Redimensionierung der SRG;
2. Überprüfung der für die Erfüllung des Grundauftrags nötigen Anzahl SRG-Sender (vgl. Postulat KVF-N 17.3628) sowie Prüfung eines Verkaufs oder einer Auslagerung bestimmter Radio- und/oder TV-Sender.
3. Diskussion und Festlegung der künftigen gebührenfinanzierten Aufgaben der SRG;
4. Zukunft der publizistischen Internet-Aktivitäten der SRG SSR;
5. Aufhebung von Radiosponsoring der SRG-Sendungen;
6. Zukunft der Kooperationen der SRG (z.B. Admeira).

## **Beschränkung des Programm-Auftrags**

Das Anbieten von selber produzierten TV- und Radioinhalten im Internet ist unbestritten. Darüber hinaus gehende Web-Angebote (z.B. «Web-only-Content» oder redaktionell bewirtschaftete News-Angebote im Web), gehören nicht zum Auftrag der SRG und sind privaten Anbietern zu überlassen. Hier konkurrenziert die SRG offensichtlich und in zunehmendem Masse die zahlreichen privaten Internet-Zeitungen und News-Portale der Schweiz. Der Programm-Auftrag der SRG hat sich auf Radio- und TV-Programme zu fokussieren. Die vorgesehenen Änderungen der Konzession sind darauf ausgerichtet, der SRG einen massiven und grenzenlosen Ausbau im Online-Bereich zu ermöglichen – also eine weitere Ausdehnung der SRG, mit den entsprechenden Kostenfolgen. Diese Tendenz wird die SVP bekämpfen.

## **Unterhaltung**

Unterhaltung ist kein Schwerpunktauftrag der SRG. In diesem Bereich sind in den letzten zwanzig Jahren zahlreiche private Angebote (Online-, Radio- und Fernseh-anbieter im In- und Ausland sowie Streaming-Dienste wie Netflix, etc.) entstanden, die staatliches Engagement zunehmend unnötig machen. Wo die SRG Unterhaltung anbietet, soll diese einen direkten Bezug zur Schweiz haben und die Traditionen und Eigenheiten unseres Landes abbilden. Die SVP lehnt eine «Leitbildfunktion» der SRG innerhalb des Unterhaltungsangebots ab. Diese gibt es nicht mehr, ergo muss sie auch nicht mit Gebühren finanziert werden.

## **Sport**

Wo Private eine Sportübertragung machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten (Subsidiaritätsprinzip). Die SRG faktisch zu beauftragen, entsprechende Rechte zu erwerben und dann „Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern“ einzugehen, stärkt vor allem die SRG und schafft neue Abhängigkeiten.

## **Innovation**

Der Art. 11 ist ersatzlos zu streichen. Wo Private neue innovative Formate machen möchten und können, soll die SRG darauf verzichten. Die SRG muss den Grundversorgungsauftrag wahrnehmen und nicht „neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad“ entwickeln. Dieser Artikel ist ein Freipass zum Abwürgen jeglicher privaten Innovation in unserem Land.

## **Kein gebührenfinanziertes Jugend- und Migrantensprogramm**

Die Art. 13 und 14 sind ersatzlos zu streichen. Es gehört nicht zum Service public-Auftrag, ein spezifisches Publikum für die SRG zu gewinnen. Mit Art. 14 wird zudem versucht, mit öffentlichen Gebührengeldern Ausländerpolitik zu betreiben. Eine Finanzierung von Integrationsmassnahmen via Radio- und TV-Gebühren lehnt die SVP strikte ab. Dafür gibt es bereits genügend andere, mit Steuergeld finanzierte, Aktivitäten des Bundes, der Kantone und Gemeinden.

## **Kosten**

Die SVP beantragt die Streichung von Art. 40. Die Gesamteinnahmen sind zu plafonieren und gegenüber heute zu senken.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Vernehmlassungsantwort.

Mit freundlichen Grüssen

**SCHWEIZERISCHE VOLKSPARTEI**

Der Parteipräsident

Die Generalsekretärin a.i.



Albert Rösti

Nationalrat



Silja Bär



**SGB-FSS**  
Schweizerischer Gehörlosenbund  
Fédération Suisse des Sourds  
Federazione Svizzera dei Sordi

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Räffelstrasse 24 | 8045 Zürich  
Tel. 044 315 50 40 | Fax 044 315 50 47  
Videophone 032 512 50 80  
[www.sgb-fss.ch](http://www.sgb-fss.ch) | [rechtsdienst@sgb-fss.ch](mailto:rechtsdienst@sgb-fss.ch)  
PC 80-26467-1

**Per E-Mail an:**  
**[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)**

19. April 2018

## Konzession für die SRG SSR

---

### Stellungnahme des SGB-FSS

Der Schweizerische Gehörlosenbund ist der nationale Dachverband der Gehörlosen- und Hörbehindertenorganisationen. Er engagiert sich für die Gleichstellung von Menschen mit einer Hörbehinderung und steht ein für die vollumfängliche Inklusion aller Menschen mit einer Hörbehinderung in Bildung, Beruf, Kultur und Gesellschaft.

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 eingeräumte Gelegenheit, zum Entwurf der neuen Konzession für die SRG SSR per 1. Januar 2019 (SRG-Konzession) Stellung zu nehmen.

Der SGB-FSS teilt die Ansicht des Bundesrates in seinem Bericht vom 17. Juni 2016 zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG SSR unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien, dass die schweizerische Medienlandschaft mittelfristig neue rechtliche Rahmenbedingungen braucht, um sich zukunftsorientiert weiterentwickeln zu können und begrüsst seine Bestrebungen für einen Ausbau der Leistungen für Menschen mit einer Sinnesbehinderung, insbesondere der Visualisierung dieser Bestrebungen in Art. 15 der SRG-Konzession.

Im Zusammenhang mit den Leistungen für Menschen mit einer Hörbehinderung lassen wir Ihnen folgende Ergänzungen zukommen. Wir ersuchen Sie höflich, unsere nachstehenden Ausführungen bei der Finalisierung der neuen Konzession zu berücksichtigen, beziehungsweise Art. 15 entsprechend zu ergänzen.

Die SRG SSR ist durch das Radio- und Fernsehgesetz vom 24. März 2006 (RTVG; SR 784.40) und die Radio- und Fernsehverordnung vom 9. März 2007 (RTVV; SR 784.401) verpflichtet, mit ihren Radio- und Fernsehprogrammen die gesamte Bevölkerung zu versorgen. Dabei ist sie insbesondere an das Diskriminierungsverbot in Art. 8 Abs. 2 der Schweizerischen Bundesverfassung (BV; SR 101) gebunden, wonach unter anderem Menschen mit einer Hörbehinderung nicht diskriminiert werden dürfen.

Art. 4 des Übereinkommens über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UNO-BRK; SR 0.109) und Art. 8 Abs. 4 BV sowie Art. 5 Abs. 1 des Behindertengleichstellungsgesetzes (BehiG; SR 151.3) verpflichten den Staat, alle Massnahmen zu ergreifen, um Menschen mit einer Behinderung einen gleichberechtigten Zugang zu öffentlichen Leistungen wie denjenigen der SRG SSR zu gewährleisten.

Im Rahmen der vorliegenden Anpassung der SRG-Konzession sind insbesondere Art. 9 UNO-BRK (Zugänglichkeit) und Art. 30 Abs. 1 lit. b UNO-BRK (Zugang zu Fernsehprogrammen), Art. 7 Abs. 3 und 24 Abs. 3 Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG, SR 784.40), Art. 7 RTVV und Art. 9 der Behindertengleichstellungsverordnung (BehiV; SR 151.31) einschlägig.

Sie verpflichten die Schweiz ausdrücklich dazu, Massnahmen zu ergreifen, welche Menschen mit Behinderungen einen *vollumfänglich* gleichberechtigten und barrierefreien Zugang zu Programmen der SRG SSR gewährleisten und ihnen damit die volle Teilhabe an den Angeboten ermöglichen. Konkret müssen die Inhalte für Menschen mit einer Hörbehinderung mit Untertiteln und in Gebärdensprache angeboten werden.

Für den Umfang der Dienstleistungen für Menschen mit Sinnesbehinderung stützt sich Art. 15 SRG-Konzession auf Art. 7 RTVV.

Da Art. 7 RTVV eine Konkretisierung von Art. 7 Abs. 3 und Art. 27. Abs. 3 RTVG ist und Art. 15 SRG-Konzession auf diesen verweist - die RTVV und damit auch Art. 7 der Verordnung allerdings in Revision sind - ist Folgendes zu berücksichtigen:

Art. 7 Abs. 3 und Art. 24. Abs. 3 RTVG müssen zusammen mit Art. 9 UNO-BRK und Art. 8 Abs. 1 und 2 BV sowie dem BehiG gelesen werden. Das BehiG hat nur für die Umsetzung der Regelungen im öffentlichen Verkehr eine Umsetzungsfrist vorgesehen. Folgerichtig erhalten alle anderen Regelungen per Inkrafttreten des BehiGs sofortige Wirkung. Nach mehr als 20 Jahren Geltung des BehiG darf nach Art. 7 Abs. 3 RTVG und Art. 24 Abs. 3 einzig der volle Zugang als angemessen verstanden werden.

Gestützt auf diese Ausführungen muss Art. 7 Abs. 1 der RTVV so gelesen werden, dass für Menschen mit einer Hörbehinderung nur ein vollumfänglicher, barrierefreier Zugang zum vollständigen publizistischen Angebot der SRG SSR durch Untertitel und ein anteilmässiger Zugang in Gebärdensprache gewährleistet ist. Eine Einschränkung, wie sie im aktuellen

Revisionsentwurf vorgesehen ist, steht dem Wortlaut in Art. 9 UNO-BRK sowie Art. 8 Abs. 1 und 2 BV entgegen und ist daher bereits mit diesen beiden Artikeln nicht vereinbar.

Die SRG SSR muss also einen *vollumfänglich* gleichberechtigten Zugang zu ihren Leistungen ermöglichen. Da die Umsetzung zum barrierefreien Zugang zu den Fernsehprogrammen durch die SRG SSR nur etappenweise erfolgen kann, wird diese schrittweise Umsetzung im Rahmen einer Leistungsvereinbarung zwischen der SRG SSR und den Organisationen von Menschen mit Sinnesbehinderungen definiert.

Mit der neuen Vereinbarung zwischen der SRG SSR und den Organisationen von Sinnesbehinderten vom 4. September 2017, welche per 1. Januar 2018 in Kraft getreten ist, wurde verbindlich festgehalten, dass die SRG SSR bis spätestens 2022 mindestens 80% der Angebote im linearen Fernsehen und 80% der Web Only Beiträge Untertitelt sowie mindestens 1'000 Stunden bestimmter Inhalte des Programms (Erstausstrahlungen) in Gebärdensprache anbieten muss. Bereits diese Leistungen übersteigen die im Revisionsentwurf enthaltenen Vorgaben. Um solche Widersprüche zwischen gesetzlich und vertraglich festgelegten Pflichten zu vermeiden, muss der Revisionsentwurf im vorangehenden Sinn angepasst werden. Die Unterschreitung der vereinbarten Leistungen bis 2022 würde mit aktuellem Revisionsentwurf Sinn und Zweck einer solchen Vereinbarung unterlaufen. Dies kann weder im Sinne des Gesetzgebers noch der SRG SSR, des BAKOM oder des UVEK sein. Art. 15. SRG-Konzession muss daher auch mindestens den Umfang der in der Vereinbarung vom 4. September 2017 festgehaltenen Leistungen gewährleisten.

Dies insbesondere, weil der Bundesrat in seinem Bericht vom 17. Juni 2018, S. 105, Punkt 14.2.1.6 b feststellt, dass die Leistungen der SRG SRR aktuell weniger weit gehen als jene von vergleichbaren Service public-Anbieterinnen im Ausland und er Konzessionsvorgaben anstrebt, welche mindestens europäischen Best practices entsprechen.

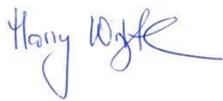
Art. 15 SRG-Konzession sei daher wie folgt anzupassen:

*Die SRG SSR berücksichtigt in ihren Angeboten gewährleistet auch für Menschen mit Sinnesbehinderungen den Zugang zum Angebot der SRG SSR, dies in Form von und bietet ihnen Untertitelungen, Audiodeskriptionen sowie Übersetzungen in Gebärdensprache an. Für die Bereitstellung und Sicherung der Qualität dieses Angebots arbeitet sie die SRG SSR eng mit den betroffenen Behindertenverbänden zusammen. Die SRG SSR bemüht sich, ein den europäischen Best practices entsprechendes Angebot zu gewährleisten. Insbesondere darf die SRG SSR die mit den Behindertenverbänden in der Vereinbarung vom 4. September 2017 festgehaltenen Leistungen aber nicht unterschreiten.*

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Stellungnahme.

Freundliche Grüsse

**Schweizerischer Gehörlosenbund SGB-FSS**



**Harry Witzthum**  
Geschäftsführer



**Yalan Reber**  
Rechtsdienst

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, 5. April 2018 sgv-KI/ys

## **Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Als grösste Dachorganisation der Schweizer Wirtschaft vertritt der Schweizerische Gewerbeverband sgv über 230 Verbände und gegen 500 000 KMU, was einem Anteil von 99.8 Prozent aller Unternehmen in unserem Land entspricht. Im Interesse der Schweizer KMU setzt sich der grösste Dachverband der Schweizer Wirtschaft für optimale wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen sowie für ein unternehmensfreundliches Umfeld ein.

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 lädt das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) ein, zur Konzession für die SRG SSR Stellung zu nehmen. Der Schweizerische Gewerbeverband sgv dankt für die Möglichkeit zur Stellungnahme. Die heutige Konzession für die SRG SSR vom 28. November 2007 gilt mit einer einjährigen Verlängerung durch den Bundesrat bis zum 31. Dezember 2018. Die vorgeschlagene Konzession soll vom 1. Januar 2019 bis zur Ablösung durch eine Konzession gelten, welche ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird.

**Der Schweizerische Gewerbeverband sgv lehnt sowohl das Vorgehen sowie den Inhalt der vorgeschlagenen Konzession ab.**

## **Fehlende Verfassungs- und Gesetzesgrundlage für Online-Aktivitäten**

Der Konzessionsentwurf zeugt vom Expansionsgeist der SRG. Die Bundesverfassung legt in Art. 93 Abs. 2 einen Leistungsauftrag für Radio und Fernsehen fest:

*Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.*

Einer Expansion im Internet fehlt nicht nur die Verfassungsgrundlage, sondern auch der Programmauftrag. Art. 24 RTVG legt diesen wie folgt fest:

*Die SRG erfüllt den verfassungsrechtlichen Auftrag im Bereich von Radio und Fernsehen (Programmauftrag). Insbesondere:*

- a. *versorgt sie die gesamte Bevölkerung inhaltlich umfassend mit gleichwertigen Radio- und Fernsehprogrammen in den drei Amtssprachen*
- b. ....

Der Konzessionsentwurf verfolgt in doppelter Hinsicht eine Expansionsstrategie. Zum einen erhält die SRG mit dem Innovationsartikel (Art. 11) eine Carte Blanche:

*Die SRG entwickelt laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad. Dabei werden die Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien ausgenutzt.*

Zum anderen soll der zweite italienische Kanal ins Netz verlegt werden (Art. 17 Abs. 2 und Art. 18 Abs. 1 lit. d). Aber auch Art. 22 ermöglicht einen Ausbau der Präsenz der SRG.

Diese Stossrichtung widerspricht auch dem Grundsatz der Rücksichtnahme auf Private, wie er in Art. 93 Abs. 4 BV verankert ist:

*Auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, ist Rücksicht zu nehmen.*

**Der Schweizerische Gewerbeverband sgv lehnt deshalb Art. 11 und die weiteren mit der Expansion der SRG ins Internet verknüpften Bestimmungen des Konzessionsentwurfs ab.**

### **Werbeumfang**

Im Zuge der politischen Diskussion rund um Umfang und Grenzen von Admeira aber auch die Abstimmung über die No Billag-Initiative sind seitens der SRG verschiedentlich Signale eigener Zurückhaltung gesendet worden. In der Zwischenzeit sind entsprechende politische Vorstösse deponiert worden. Im Konzessionsentwurf fehlen allerdings jegliche Anzeichen einer Selbstbeschränkung bei der Werbung. Mit der Vernehmlassung zur Revision der RTVV wird das Gegenteil – die Ausdehnung der Werbemöglichkeiten – angestrebt und zielgruppenspezifische Werbung ermöglicht. Der Schweizerische Gewerbeverband sgv hat zu dieser Vernehmlassungsvorlage ebenfalls ablehnend Stellung bezogen.

### **Umfang des Service public**

Seit der Lancierung des revidierten RTVG 2012 tobt eine mehr oder weniger intensive Debatte um Umfang und Inhalt des Service public der SRG. Weder die RTVG-Revision 2013/2014, noch das Referendum und die Volksabstimmung 2015, noch der im Sommer 2016 publizierte Service public-Bericht und auch nicht die parlamentarische Debatte 2017 über die No Billag-Initiative hatten zur Folge, dass die SRG ihre Position in Bezug auf den Service public überdacht hat. Zumindes mit dem Konzessionsentwurf hätten Bundesrat und SRG die Möglichkeit gehabt, diesbezüglich Vorschläge zu machen. Sowohl die historisch knappe Abstimmung über das RTVG am 14. Juni 2015 als auch das klarer ausgefallene Verdikt über die No Billag-Initiative am 4. März 2018 haben gezeigt, dass mindestens rund ein Drittel der Stimmbevölkerung unzufrieden mit der SRG ist. Jetzt ist die Zeit reif, den Umfang des Service public neu zu definieren und die Anzahl Radiosender zu reduzieren.

### **Falscher Zeitpunkt**

Die Wahl des Zeitpunkts der Vernehmlassung lässt den Schluss zu, dass es kurz vor der Debatte um das neue Mediengesetz noch darum geht, Fakten zu schaffen. Anders ist der gewählte Zeitpunkt der Eröffnung der Vernehmlassung am 19. Dezember 2017 und der Inhalt der Vorlage nicht zu interpretieren. Der Bundesrat hätte die Möglichkeit gehabt, die Konzession nochmals um ein Jahr zu verlängern, wie er das im August des vergangenen Jahres bereits für das Jahr 2018 getan hat. Nicht einmal der Ausgang der Abstimmung über die No Billag-Initiative vom 4. März 2018 ist abgewartet worden.

Unter diesen Voraussetzungen lehnt der Schweizerische Gewerbeverband sgv die Vorlage ab.

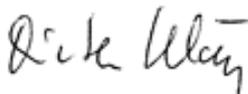
Wir danken für die Berücksichtigung der Stellungnahme.

Freundliche Grüsse

**Schweizerischer Gewerbeverband sgv**



Hans-Ulrich Bigler  
Direktor, Nationalrat



Dieter Kläy  
Ressortleiter

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, 28. März 2018

## **Konzession für die SRG: Vernehmlassungsverfahren**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Möglichkeit, zur vorgeschlagenen Konzessionsverlängerung für die SRG Stellung nehmen zu können.

Die bestehende Konzession der SRG wäre Ende 2017 ausgelaufen. Sie ist im April 2017 bis Ende 2018 verlängert worden. Nun soll sie mit diversen Änderungen erneuert werden und gültig sein, bis auf der Grundlage des neuen Mediengesetzes eine ganz neue Konzession formuliert würde. Gerechnet wird mit einem Zeitraum bis 2022. Da sich die Situation in der Medienbranche äusserst dynamisch entwickelt, ist es richtig, in der vorliegenden Konzession einige neue Akzente zu setzen und nicht einfach die bisherige fortzuschreiben. Ebenfalls finden sich in der hier vorgeschlagenen Konzessionserneuerung auch Vorschläge aus der noch laufenden Revision der RTVV Eingang. Wir werden in unserer Stellungnahme auch darauf eingehen.

Es gilt zu bedenken, dass die SRG aktuell ein Sparprogramm im Umfang von rund 100 Mio. Franken aufgleist um die Einnahmeverluste bei den Gebühren wettzumachen. Es ist deshalb darauf zu achten, dass in dieser vorläufigen Konzession nicht noch zusätzliche Auflagen dazukommen, die den Spardruck erhöhen oder der SRG noch neue, nicht direkt programmgebundene Aufgaben zuweisen, die tendenziell den Verwaltungsaufwand vergrössern ohne einen zwingenden Nutzen für die KonsumentInnen zu bringen (dazu auch die Einwände zum Ausbau des Qualitätscontrollings weiter unten).

### **Zu den einzelnen Artikeln**

Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit

Neu wird in der Konzession explizit festgehalten, dass die SRG kein gewinnorientiertes Medienunternehmen ist. Der SGB begrüsst dies.

Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Die SRG muss ihr Onlineangebot ausbauen können, um auf verändertes Nutzerverhalten reagieren zu können. Der Service public-Auftrag beinhaltet ganz klar, dass das Programm eine hohe Reichweite beibehält resp. neue Zielgruppen erreicht. Besonders dringlich ist, dass deshalb auf den Kanälen gesendet wird, die besonders von den jungen Generationen frequentiert werden. Wir unterstützen deshalb, dass Online-Beiträge Bestandteil des publizistischen Programms sind.

Monbijoustrasse 61, 3007 Bern, [www.sgb.ch](http://www.sgb.ch)  
031 377 01 01, Fax 031 377 01 02, [info@sgb.ch](mailto:info@sgb.ch)

Der SGB ist mit allen hier formulierten Grundsätzen einverstanden.

#### Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung

Der SGB unterstützt, dass die SRG ein Qualitätssicherungssystem unterhält. Wir sind allerdings skeptisch, wenn die Qualitätskontrollen ein gewisses Mass überschreiten. So soll nicht nur die SRG selbst die formulierten Standards überprüfen, sondern es sollen externe Sachverständige beigezogen werden und das BAKOM soll zudem Stichproben durch nochmals andere qualifizierte Institutionen untersuchen lassen. Das tönt nach einem «overkill», zumal dann in Art. 5 auch noch die Information der Öffentlichkeit unter Mitwirkung von externen Evaluationsstellen als Prüfinstanz festgehalten ist. Die Publikumsräte der Regionalgesellschaften hingegen, die ja ebenfalls eine Qualitätssicherungsaufgabe haben und die seit Jahrzehnten auf eine etablierte Resonanzkultur mit der SRG abstützen, werden erst überhaupt in Art. 32 erwähnt. Das scheint uns ein Ungleichgewicht und es müsste nochmals analysiert werden, ob die vielen Prüfinstanzen effektiv zielführend oder nicht eher hinderlich sind. Die SRG sucht aktuell nach Einsparungen um ab 2019 fehlende Einnahmen auszugleichen. Es kann nicht sein, dass sie den Verwaltungsapparat auf Kosten der Programmangebote ausbauen muss um die Anforderungen des Controllings hier zu erfüllen.

#### Art. 6 Information und Art. 7 Kultur

Der SGB begrüsst, dass in Art. 6 Abs. 6 neu eine klare Vorgabe zur Verwendung der Gebühreneinnahmen für Informationssendungen definiert werden. Zwar stützt sich dies auf die heutige Geschäftspraxis der SRG ab, die laut publizierten Zahlen schon heute rund 50% der Gebühreneinnahmen für Informationssendungen verwendet, aber es ist richtig, dass dies so in der Konzession verpflichtend festgeschrieben wird. Demgegenüber werden in Art. 7 Abs. 4 lediglich «angemessene finanzielle Mittel» für die Kultur verlangt und in den Erläuterungen hierzu erwähnt, dass die Kultur gut 25% der Gebühreneinnahmen beansprucht und dies auch so bleiben solle. Der SGB regt an, dass auch hier in der Konzession in aller Klarheit definiert wird, dass gut ¼ dieser Einnahmen für die Kultur einzusetzen sind. Damit wird die Legitimität und Unterscheidbarkeit der SRG als Service public-Unternehmen unterstrichen.

#### Art. 9 Unterhaltung

Die SRG, so ist es in Absatz 2 formuliert, hat sich auch in ihrem Unterhaltungsangebot durch die Qualität, aber insbesondere durch den Anteil von eigenen Produktionen von den kommerziellen Anbietern zu unterscheiden. Das Angebot habe sich durch eine höhere Risikobereitschaft, Kreativität und Innovation auszuzeichnen. Der SGB begrüsst dies ausdrücklich.

#### Art. 10 Sport

Die Übertragungsrechte bei attraktiven Sportveranstaltungen gehören zu den grössten Kostentreibern für die öffentlichen Rundfunkanstalten und gleichzeitig hängt davon auch die Wettbewerbsfähigkeit der Sender ab. Auch die Legitimität der öffentlichen Sender leitet sich nicht zuletzt davon ab, ob sie in der Lage sind, mitzubieten um die attraktiven Sportrechte zu erlangen. Von der SRG wird nun hier in Abs. 3 verlangt, dass sie beim Rechteerwerb Kooperationen mit Privaten eingeht. Der SGB begrüsst grundsätzlich Kooperationen der SRG mit Privaten in allen Bereichen, sofern – und dies scheint uns zentral – sie auch effektiv der Vielfalt der Medienangebote dienen. Wir würden davon absehen, die Pflicht zur Kooperation der SRG ausgerechnet im Sportbereich vorzugeben.

#### Art. 11 Innovation

Hier knüpfen wir an unserer Kritik zur Qualitätsüberprüfung in Art. 4 und 5 an. Die SRG hat nicht nur eigene Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad zu entwickeln, sondern sie hat dazu auch ein Innovationsmanagement zu etablieren und regelmässig darüber zu informieren. Nochmals – es ist richtig, dass ein Medienunternehmen mit einem Service public-Auftrag sich der Qualitätsüberprüfung zu stellen hat, aber es sollte nicht einen eigentlichen Apparat der Selbstüberprüfung aufbauen müssen.

#### Art. 12 Berücksichtigung der jeweils anderen Sprachregionen

Der SGB unterstützt, dass hier explizit gefordert wird, dass die SRG in «Informationssendungen und in anderen Angeboten mit hoher Publikumsbeachtung die jeweils anderen Sprachregionen» zu berücksichtigen hat. Auch das war ein häufig gebrauchtes Argument in der Abwehr der «No Billag»-Initiative, dass die SRG Angebote den nationalen Zusammenhalt fördern. Vor dem Hintergrund der akut bedrohten Leistungen der SDA hat dies noch eine höhere Dringlichkeit.

#### Art. 17 Fernsehprogramme

Hier wird in Absatz 5 ein Ergebnis aus der Vernehmlassung zur Revision der RTVV vorweggenommen: Der SGB spricht sich gegen zielgruppenspezifische Werbung aus. Falls diese aber erlaubt würde, müsste die SRG als öffentlicher Sender höchsten Anforderungen an den Datenschutz genügen und die KonsumentInnen die Möglichkeit haben, diese Art der Werbung nicht bloss abzulehnen, sondern sie überhaupt aktiv zuzulassen (opt-in).

#### Art. 22 Verbreitung über Internet

Der SGB sieht den Bedarf nach einer Onlineverbreitung der SRG-Programme klar gegeben, wenn sie in den kommenden Jahren den Service public-Auftrag erfüllen will. Deshalb sprechen wir uns für die Möglichkeit aus, dass Beiträge auch nur Online gesendet werden können. Sowohl für Informationen wie auch für die Unterhaltung ist dies attraktiv und notwendig, wenn die Reichweite zum Publikum (insbesondere zu den Jungen und zur Bevölkerung mit Migrationshintergrund) gewährleistet sein soll.

#### Art. 23 Zugang zu Sendungen

Der kostenlose Zugang zu SRG-Sendungen im Internet ist bereits heute möglich. Bei einer kommerziellen Nutzung sollen Marktpreise verrechnet werden dürfen, die Erträge wiederum dem Schweizer Filmschaffen zugutekommen. Das wird vom SGB unterstützt.

#### Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Bereits im Oktober 2017 hat die SRG erklärt, anderen Medienunternehmen in der Schweiz Informationsbeiträge als so genannten «free shared content» zur Verfügung stellen zu wollen. Der SGB steht dem kritisch gegenüber, da dies bedeutet, dass Beiträge, die mit Gebühreneinnahmen finanziert wurden, von Privaten gratis für ihre gewinnorientierten Sender genutzt werden können. Damit wird weder eine echte Zusammenarbeit gefördert noch Medienvielfalt erreicht, sondern unter Umständen lediglich der Anteil an Eigenproduktionen bei den Privaten verringert. Der SGB betrachtet dies als eine falsche Flucht nach vorne um Kritiker der SRG zu besänftigen. Eine Zusammenarbeit mit Privaten ist unbedingt anzustreben, aber sie hat grundsätzlich die Medienvielfalt zu sichern, die

in der Schweiz massiv bedroht ist. Ganz zentral ist hierbei aber auch, dass die Rechte der Medienschaffenden gewahrt bleiben, auch und insbesondere aber die Rechte der Freischaffenden, deren Beiträge nicht ohne Abgeltung einfach so von Dritten genutzt werden dürfen. Dies muss unbedingt unter Einbezug der Sozialpartner geregelt werden und sollte so in der Konzession als Grundsatz verankert werden.

#### Art. 32 Regionalgesellschaften

Der SGB unterstützt alle Regelungen, die die Rolle der Regionalgesellschaften stärken. Diese sind in hohem Mass auch heute dafür besorgt, die SRG in der Bevölkerung zu verankern, und sie sorgen mit den Organen Publikumsrat und Ombudsstelle für eine optimale niederschwellige Qualitätssicherung.

#### Art. 34 Zusammensetzung des Verwaltungsrats

Der SGB besteht darauf, dass in der Konzession auch die ausgewogene Vertretung der Geschlechter im Verwaltungsrat festgehalten ist. Der Bundesrat hat bereits am 6. November 2013 allen bundnahen Unternehmen und auch der SRG mit ihrem Service public-Auftrag ab Januar 2014 in den Verwaltungs- und Aufsichtsgremien eine Zielquote von 30% gegeben. Mit drei Verwaltungsrätinnen von einem neunköpfigen Gremium erfüllt die SRG aktuell diese Quote, aber sie sollte dennoch in der Konzession verankert sein. Weiter muss die Formulierung aus der laufenden Konzession zu den geforderten Fähigkeiten und Kompetenzen der Verwaltungsratsmitglieder wiederaufgenommen werden, es ist auch im Sinne der Transparenz wichtig, dass dies so festgehalten bleibt.

#### Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten

Der SGB unterstützt, dass der Bundesrat eine Abschöpfung von übermässigen Werbeeinnahmen vorsieht, da dies eine wirksame Regelung gegen den Kommerzialisierungsdrall sein dürfte, gegen den die SRG in den letzten Jahren keineswegs gefeit war. Ebenfalls unterstützen wir, dass dieser Ertrag dann zweckgebunden verwendet würde. Genannt werden hier Aus- und Weiterbildung, Medienforschung oder «sda-Projekte». Letzteres ist uns zu vage, auch gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklung bei der SDA-Keystone Fusion. Aber wir gehen davon aus, dass im neuen Mediengesetz klare Vorstellungen präsentiert werden, wie der Journalismus vektorunabhängig gefördert werden könnte. Zwischenzeitlich sollte er schwergewichtig für die Aus- und Weiterbildung, die Medienforschung und den Presserat im Sinne eines künftigen Medienrates verwendet werden.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

**SCHWEIZERISCHER GEWERKSCHAFTSBUND**



Paul Rechsteiner  
Präsident



Dore Heim  
Geschäftsführende Sekretärin



Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel/Bienne

Per Mail: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, 12. April 2018

### **Konzession für die SRG SSR Vernehmlassung**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin,  
sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen bestens für die Gelegenheit, zur Konzession für die SRG SSR 2019 bis 2022 Stellung nehmen zu können. Der Schweizerische Städteverband vertritt die Städte, städtischen Gemeinden und Agglomerationen in der Schweiz und damit gut drei Viertel der Schweizer Bevölkerung. Die Städte und städtisch geprägten Gemeinden haben ein grosses Interesse an einem vielfältigen und unabhängigen Radio- und Fernsehangebot, sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene. Dieses ist zusammen mit der geschriebenen Presse ein wichtiger Teil der Berichterstattung über kommunale Themen.

### **Allgemeine Einschätzung**

Die Schweizer Medienlandschaft befindet sich in einem fundamentalen Umbruch. Die SRG SSR ist davon nicht ausgenommen – wie dies die Debatte um die No Billag-Initiative zeigte. Es ist deshalb nachvollziehbar, ja angezeigt, dass der Bundesrat das heutige Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) in ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien überführen will. Entsprechend soll die Konzession für die SRG SSR nur noch für vier Jahre erteilt werden, bis das neue Gesetz in Kraft treten kann.

Der vorliegende Konzessionsentwurf knüpft zwar in manchen Teilen an der bisherigen Konzession an, enthält aber auch eine Reihe von Neuerungen, welche manche Diskussionen um die Rolle der SRG in einer sich wandelnden Medienlandschaft aufnehmen. So soll die SRG verpflichtet werden, künftig mindestens die Hälfte der Gebühreneinnahmen für die Information einzusetzen. Auch werden die publizistischen Grundsätze explizit in der Konzession genannt und der SRG besondere Angebote für junge Menschen und die Berücksichtigung von Menschen mit Migrationshintergrund als Querschnittsaufgaben aufgetragen.



Wir stimmen dem Anspruch zu, dass die SRG mit ihrem publizistischen Angebot das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch zwischen den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und gesellschaftlichen Gruppierungen fördern soll. Wir meinen aber auch, dass diese Beschreibung dem in den letzten Jahren stärker wahrgenommenen Gegensatz zwischen Stadt und Land nicht genügend Rechnung trägt. Hier sehen wir für die SRG eine zusätzliche Aufgabe in dem Sinne, dass sie spezifisch die Lebenswelten in Städten, Agglomerationen, Berggebieten sowie übrigen ländlichen Gebieten thematisiert. Dabei sollten namentlich die Städte und urbanen Gebiete in den SRG-Programmen jene Aufmerksamkeit erhalten, die ihnen aufgrund ihrer wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung zukommt. Entsprechend müssten u.E. die Grundsätze zum publizistischen Angebot von Art. 3 in geeigneter Form ergänzt werden. Wir begrüßen auch ausdrücklich den Auftrag zu einer intensiveren Zusammenarbeit der SRG mit schweizerischen Medienunternehmen.

Insgesamt unterstützt der Städteverband den vorliegenden Konzessionsentwurf. Die Konzession ist umfassender und besser strukturiert als ihre Vorgängerin und schafft u.E. eine taugliche Basis für eine erfolgreiche Arbeit der SRG für die kommenden Jahre.

## **Beurteilung einzelner Aspekte**

### **Allgemeine Grundsätze und Dialog mit der Öffentlichkeit**

Der gegenüber der bisherigen Konzession neue Art. 2 ist sehr zu begrüßen. Die nun explizit in der Konzession verankerte Unabhängigkeit und das Verbot der Gewinnstrebigkeit sind nach Auffassung des Städteverbandes zentrale Elemente für den Beitrag, welche die SRG zur politischen Meinungsbildung in der direkten Demokratie leisten kann.

Ebenso unterstützen wir, dass Art. 3 einen Grundwertekatalog enthält, auf dem sich die publizistische Arbeit der SRG abstützen soll. Wie bereits oben erwähnt, schlagen wir Ihnen vor, dass Abs. 4 dahingehend ergänzt wird, dass die Rolle der SRG für ein besseres Verständnis zwischen Stadt und Land stärker zum Ausdruck kommt. Dabei sollte sich in den Programmen die Bedeutung der Städte und urbanen Gebiete widerspiegeln, aber auch die Berichterstattung über periphere Gebiete Platz haben.

Zudem regen wir an, bei den Grundsätzen oder den Anforderungen an die publizistische Qualität des Angebots auch die Grundsätze der Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung zu erwähnen (wie dies bspw. bei der BBC der Fall ist: <http://www.bbc.co.uk/responsibility/environment>). Entsprechend wäre auch Art. 38 anzupassen.

Um die Bedürfnisse der Bevölkerung in die Programmgestaltung einfließen zu lassen, ist der in Art. 5 vorgesehene Dialog mit der Öffentlichkeit zentral.

### **Information und Kultur als zentrale Bereiche des publizistischen Angebots**

Mit der Gliederung in die unterschiedlichen Bereiche wird das publizistische Angebot der SRG klar und transparent dargestellt. Die Vorgabe von Art. 6 Abs. 6, dass mindestens die Hälfte der Gebühreneinnahmen für den Bereich der Information verwendet werden sollen, bringt die hohe Bedeutung dieses Bereichs zum Ausdruck. Allerdings dürfte die Abgrenzung zu Nicht-Informations-Angeboten nicht immer ganz einfach sein. Zudem besteht ein Widerspruch zwischen der Vorgabe «mindestens» im Konzessionstext und den Erläuterungen, die davon ausgehen, dass derzeit wie auch künftig in etwa



die Hälfte der Gebühreneinnahmen für den Informationsbereich verwendet werden. Vor diesem Hintergrund und um genügende finanzielle Mittel für die übrigen Bereiche sicher zu stellen, schlagen wir vor, anstelle von «mindestens» «rund die Hälfte» der Gebühreneinnahmen für Information zu verwenden.

Als wichtige Förderer des Schweizer Kulturschaffens unterstützen die Städte und städtischen Gemeinden ausdrücklich das Engagement der SRG für die Kultur. Die aufgeführten Leistungen sind für das Schweizer Kulturschaffen wichtig und ohne sie käme es zu einer Verarmung der Schweizer Kulturlandschaft. Entsprechend gilt es, den Anteil der Kultur an den Gebühreneinnahmen mindestens zu halten. Vor diesem Hintergrund ist die Formulierung, dass die SRG für die Kultur «angemessene finanzielle Mittel» zur Verfügung stellen soll, u.E. zu unbestimmt. Wenn schon für den Bereich Information eine Grössenordnung in der Konzession vorgesehen ist, dann müsste dies konsequenterweise auch für die Kultur gelten. Wir schlagen deshalb vor, dass «rund ein Viertel» der Gebühreneinnahmen für kulturelle Leistungen vorgesehen werden. Dies entspricht gemäss den Erläuterungen auch dem Anteil, der in den letzten Jahren für Kultur aufgewendet wurde. Hier wie in Art. 6 ist der Begriff «rund» u.E. so zu verstehen, dass eine Abweichung von einigen Prozenten jeweils zulässig ist.

Mit den übrigen Vorgaben zum publizistischen Angebot sind wir grundsätzlich einverstanden.

#### **Querschnittaufgaben, Zusammenarbeit mit Partnern und Unterstützung von Medienprojekten**

Die im 3. Abschnitt aufgeführten Querschnittaufgaben unterstützen wir, insbesondere die Angebote für junge Menschen, jene mit Migrationshintergrund sowie spezifische Angebote für Menschen mit Sinnesbehinderungen. Vor diesem Hintergrund sollte in der Formulierung von Art. 23 klarer zum Ausdruck kommen, dass die SRG Sendungen im Internet kostenlos zugänglich macht.

Ebenfalls unsere ausdrückliche Zustimmung und Unterstützung finden die Bestimmungen über die Zusammenarbeit der SRG mit Partnern in verschiedenen Kulturbranchen. Dies gilt auch für die Zusammenarbeit mit den Schweizer Medienunternehmen, was letztlich den Medienstandort insgesamt stärken soll.

Mit Art. 38bis wird eine Alternative zur (zeitlichen) Werbezeitbegrenzung gemäss Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c RTVV-Teilrevision vorgeschlagen (deren Vernehmlassung endete am 16. Februar 2018). Nach unserer Einschätzung ist es sinnvoller, überdurchschnittliche Werbeeinnahmen abzuschöpfen und diese Mittel zugunsten von Aus- und Weiterbildung, Medienforschung sowie von sda-Projekten einzusetzen, als die Werbezeit zu beschränken. Allerdings wird darauf zu achten sein, dass diese Mittel insbesondere bei den sda-Projekten journalistischen Anliegen in der Schweiz zugute kommen.

#### **Anträge**

Wir beantragen deshalb folgende Anpassungen bei der Konzession für die SRG SSR vorzunehmen:

- ▶ **Ergänzung der Grundsätze betreffend des publizistischen Angebots, dass die SRG dem Verhältnis von Stadt und Land ein besonderes Augenmerk schenkt und dabei die Städte und urbanen Gebiete gemäss ihrer wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung darstellt.**



▶ **Art. 6 Abs. 6**

<sup>6</sup> Sie setzt für die Erfüllung ihres Leistungsauftrags im Bereich Information Mittel in der Höhe von ~~mindestens~~ rund der Hälfte der Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen ein.

▶ **Art. 7 Abs. 4**

<sup>4</sup> Die SRG stellt für die verlangten kulturellen Leistungen ~~angemessene~~ Mittel in der Höhe von rund einem Viertel der Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen zur Verfügung.

▶ **Art. 23**

<sup>1</sup> Die SRG ~~kann~~ macht Sendungen aus den Programmen im Internet kostenlos zugänglich ~~ma-  
chen.~~

▶ **Art. 37**

Die SRG-Kaderlöhne sollen sich an den Kaderlöhnen der öffentlichen Verwaltung orientieren.

▶ **Unterstützung von Art. 38bis als Alternative zu Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c der RTVV-Teilre-  
vision.**

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

**Schweizerischer Städteverband**

Kurt Fluri, Nationalrat  
Stadtpräsident Solothurn

Direktorin

Renate Amstutz

Kopie Schweizerischer Gemeindeverband



Eidgenössisches Departement für Umwelt,  
Verkehr, Energie und Kommunikation  
Bundeshaus Nord  
3003 Bern

Regierung des Kantons St.Gallen  
Regierungsgebäude  
9001 St.Gallen  
T +41 58 229 32 60  
F +41 58 229 38 96

St.Gallen, 3. April 2018

### **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassungsantwort**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Wir beziehen uns auf Ihr Schreiben vom 19. Dezember 2017, mit dem Sie die Kantone und weitere Vernehmlassungsadressaten einladen, bis spätestens 12. April 2018 zum Entwurf einer Konzession für die SRG SSR Stellung zu nehmen. Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme und lassen uns wie folgt vernehmen:

1. Wir nehmen zur Kenntnis, dass die vorgeschlagene Konzession Übergangscharakter hat und nur bis zur Ablösung durch eine Konzession gelten soll, die ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird. Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass sich die neue Konzession über weite Strecken an der bisherigen Konzession orientiert und deren Inhalte übernimmt. Trotzdem erachten wir es als notwendig, dass die verschiedenen Aspekte aus der Diskussion um die No-Billag-Initiative in der erneuerten Konzession aufgenommen werden. Wir fordern deshalb eine klarere Gewichtung innerhalb des Programmauftrags zugunsten der ausgewiesenen Service-Public-Leistungen, indem nicht nur für die Information, sondern auch für die anderen Bereiche, namentlich Kultur und Bildung, ebenfalls finanzielle Vorgaben gemacht werden.
2. Vor dem Hintergrund der im Zusammenhang mit der Abstimmung über die No-Billag-Initiative geführten Diskussion erscheint es richtig, den Schwerpunkt der Leistungen bei der Information zu setzen. Trotz des letztlich klaren Abstimmungsergebnisses zugunsten eines gebührenfinanzierten öffentlichen Rundfunks besteht die Erwartung, dass der Leistungsumfang der SRG klarer auf die Service-public-Bereiche ausgerichtet wird. Die Fortführung der bisherigen Konzession und die Konkretisierung der bestehenden Leistungsbereiche sind deshalb auch mit Blick auf die ab dem Jahr 2019 je Haushalt auf jährlich Fr. 365.– reduzierte Empfangsgebühr und die damit tieferen Einnahmen der SRG nicht ausreichend. Wir fordern in diesem Sinn eine klarere Priorisierung der originären Service-Public-Leistungen, soweit dies aufgrund des geltenden umfassenden Programmauftrags nach Art. 24 des eidgenössischen Radio- und Fernsehgesetzes (SR 784.40; abgekürzt RTVG) möglich ist. Die detaillierten Festlegungen zu Programmgefässen bei Radio und Fernsehen im vierten Abschnitt des



Konzessionsentwurfs schränken die Flexibilität der SRG in dieser Hinsicht zu stark ein und sollten gestrafft werden.

3. Für eine Verschiebung der Akzente im Leistungsauftrag der SRG spricht auch der Wandel der Rolle der SRG SSR bei der Grundversorgung. Während früher die staatliche Förderung der flächendeckenden Versorgung mit Radio- und TV-Signalen unabdingbar war und sich aufgrund der Monopolstellung auch ein umfangreicher Programmauftrag rechtfertigte, sind heute private Veranstalter durchaus in der Lage, kommerziell interessante Formate anzubieten. In diesen Bereichen sollte sich die SRG SSR deshalb zurücknehmen. Quer zu dieser Stossrichtung steht unseres Erachtens etwa, dass im vorliegenden Konzessionsentwurf neu der Sport als eigenständiger Bereich des publizistischen Angebots der SRG SSR aufgeführt ist. Zwar ist die Sportberichterstattung bis zu einem bestimmten Umfang ohne Zweifel ein Bestandteil des Service public und soll es im Rahmen der Übergangskonzession wie bis anhin bleiben. Gerade die Sportberichterstattung könnte aber heute, insbesondere was Grossereignisse angeht, leicht auch von privaten Veranstaltern wahrgenommen werden. Auf die Festlegung von neuen eigenständigen Leistungsbereichen soll in der Übergangskonzession deshalb verzichtet werden, auch um damit nicht den zukünftigen Leistungsumfang des Service public zu präjudizieren.
4. Ein wichtiger Aspekt aus kantonaler Sicht ist die regionale Berichterstattung. Sie stellt ein wesentliches Element des Service public dar, das in Zukunft noch gestärkt werden muss. Auch im Interesse der Effizienz ist eine Zusammenarbeit der SRG mit den regionalen Medien erwünscht, namentlich was die Konditionen für die Weiterverbreitung von Inhalten, welche die SRG produziert hat, in den regionalen Medien angeht. Gleichzeitig erscheinen zu Gunsten der Regionalmedien eine klarere Abgrenzung und mehr Rücksichtnahme seitens der SRG erforderlich, was die Regionalberichterstattung betrifft. Des Weiteren ist es in diesem Zusammenhang auch angezeigt, eine mögliche Konkurrenzierung der regionalen Fernsehsender infolge der im Rahmen der Anpassung der eidgenössischen Radio- und Fernsehverordnung (SR 784.401) beabsichtigten Ausweitung der Kompetenzen der SRG im Werbebereich zu vermeiden, indem etwa in der Konzession die SRG dazu verpflichtet wird, bei der Ausstrahlung von zielgruppenorientierter Werbung eine enge Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern zu pflegen.
5. Nicht einverstanden sind wir schliesslich mit den umfassenderen Rechenschaftspflichten der SRG SSR im Bereich der Finanzen und bei der Qualitätssicherung. Die im Konzessionsentwurf enthaltenen Vorgaben zur Qualitätssicherung und zum Controlling verpflichten die SRG SSR zum Einkauf von Leistungen, die eigentlich der Aufsichtsbehörde obliegen. Die Verpflichtung, regelmässig Qualitätskontrollen durch externe Sachverständige mit der entsprechenden beruflichen Qualifikation und Erfahrung durchführen zu lassen, bindet finanzielle Mittel der SRG SSR und mithin Empfangsgebühren, die dem Unternehmen für die Erfüllung des Programmauftrags dienen müssten. Die Überwachungstätigkeit der Aufsichtsinstanz muss konsequenterweise durch den Bundeshaushalt getragen werden, umso mehr, als diese zusätzlichen Rechenschaftspflichten aus verschiedenen parlamentarischen Vorstössen resultieren.

Zusammenfassend trägt der vorliegende Konzessionsentwurf den tatsächlichen Gegebenheiten zu wenig Rechnung und würde die Entwicklung der SRG in die falsche Richtung lenken. Ausgehend von den vorstehenden Überlegungen ist der Konzessionsentwurf deshalb in den folgenden Punkten anzupassen:



- stärkere Gewichtung der ausgewiesenen Service-Public-Leistungen durch finanzielle Vorgaben auch für Bereiche wie Kultur und Bildung;
- Straffung der Vorgaben für Sendegefässe bei Radio und Fernsehen mit dem Ziel, der SRG mehr Flexibilität und eine effiziente Leistungserbringung zu ermöglichen;
- Verzicht auf die Festlegung von neuen eigenständigen Leistungsbereichen;
- Verankerung der Pflicht zur Rücksichtnahme auf die Regionalmedien, namentlich was die Konditionen zur Weiterverbreitung von SRG-Medieninhalten angeht;
- Verpflichtung zur Zusammenarbeit mit den regionalen Fernsehsendern bei der zielgruppenspezifischen Werbung;
- klare finanzielle und operative Trennung der Aufsicht durch die Aufsichtsbehörde von der qualitativen und quantitativen Leistungserbringung durch die SRG.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Im Namen der Regierung

Fredy Fässler  
Präsident

Canisius Braun  
Staatssekretär



**Zustellung auch per E-Mail (pdf- und Word-Version) an:**  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Kanton Schaffhausen  
Regierungsrat  
Beckenstube 7  
CH-8200 Schaffhausen  
www.sh.ch

T +41 52 632 71 11  
F +41 52 632 72 00  
staatskanzlei@ktsh.ch



Regierungsrat

---

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Schaffhausen, 10. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassungsverfahren**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR und lassen uns innert Frist gerne wie folgt vernehmen.

### **Generelle Bemerkungen**

Der Kanton Schaffhausen stimmt dem Entwurf der Konzession für die SRG SSR grundsätzlich zu. Wir begrüßen insbesondere den Übergangscharakter der Konzession bis Ende 2022 bzw. zum Vorliegen des neuen Gesetzes über elektronische Medien. Eine Verlängerung darüber hinaus darf nur dann in Frage kommen, wenn das von Ihrem Departement geplante neue Gesetz über elektronische Medien nicht rechtzeitig in Kraft treten kann.

Die SRG hat im Zusammenhang mit der No-Billag-Initiative Spar- und Abbaumassnahmen angekündigt. Der Regierungsrat erwartet, dass diese Massnahmen nicht bei der Information vorgenommen werden und dass die publizistischen SRG-Angebote im Radio und Fernsehen im Bereich der Berichterstattung aus den Kantonen im bisherigen Umfang aufrechterhalten werden.

### **Spezifische Bemerkungen**

Wir unterstützen die Verpflichtung gegenüber der SRG, dass sie ihrer politischen und gesellschaftlichen Rolle einen hohen Stellenwert einräumen und eine sachliche, qualitativ hochstehende Berichterstattung anbieten muss. Ebenso begrüßen wir den Auftrag an die SRG, mit ihrem Angebot zu Bildung und Wissen beizutragen und die Beteiligung junger Menschen am politischen und gesellschaftlichen Leben zu fördern.

Schliesslich begrünnen wir auch, dass die SRG zur Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen verpflichtet wird und tagesaktuelle, audiovisuelle Inhalte anderen Unternehmen diskriminierungsfrei zur Verfügung zu stellen hat und dass sich das Unterhaltungsangebot der SRG substantziell von demjenigen kommerzieller Anbieter unterscheiden muss. Wir regen an, diese substantzielle Unterscheidung des SRG-Angebots noch zu konkretisieren ist.

Für die Gelegenheit zur Stellungnahme und die Berücksichtigung unserer Überlegungen danken wir Ihnen bestens.



Im Namen des Regierungsrates

Der Präsident:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ch. Amsler".

*Christian Amsler*

Der Staatsschreiber:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Stefan Bilger".

*Dr. Stefan Bilger*



Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

3. April 2018

### Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 unterbreitet die Bundespräsidentin den Kantonen den Entwurf für eine neue SRG-Konzession, welche am 1. Januar 2019 in Kraft treten soll. Die vorgeschlagene neue Konzession soll die bestehende vom 26. November 2007 ablösen und als Übergangslösung ihrerseits bis zur Ablösung durch eine Konzession gelten, welche ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden soll.

Die Konzession soll dabei in den folgenden Punkten Anpassungen erfahren:

- Bessere Unterscheidbarkeit der Programme gegenüber Programmen kommerzieller Veranstalter insbesondere im Bereich der Unterhaltung;
- Stärkung der integrativen Funktionen der SRG durch grössere Gewichtung des Austausches unter den Sprachregionen, vermehrte Bereitstellung auf junge Bevölkerungsgruppen zugeschnittener Angebote und Berücksichtigung von Menschen mit Migrationshintergrund und Menschen mit Sinnesbehinderungen;
- Umfassendere Rechenschaftspflichten, beispielsweise im Bereich der Finanzen sowie Einrichtung einer externen Qualitätssicherung
- Verstärkte Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen im Sinne eines Shared-Content-Modells sowie Kooperation mit schweizerischen Veranstaltern im Bereich der Unterhaltung und des Sports.

Wir unterstützen die mit der neuen Konzession vorgeschlagenen Anpassungen. Vor dem Hintergrund der in den letzten Monaten im Rahmen der Abstimmung zur No-Billag-Initiative geführten medienpolitischen Diskussion und angesichts des Ausgangs der diesbezüglichen Volksabstimmung erachten wir die vorgeschlagenen Anpassungen als unumgänglichen Schritt in die richtige Richtung zur Stärkung eines leistungsfähigen und flächendeckenden medialen Service public in Kooperation zwischen SRG und den regionalen Radio- und Fernsehsendern.

Wir bedanken uns für die eingeräumte Möglichkeit zur Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüßen

IM NAMEN DES REGIERUNGSRATES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Heim', written in a cursive style.

Roland Heim  
Landammann

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Eng', written in a stylized, blocky cursive style.

Andreas Eng  
Staatsschreiber



Schweiz. Verband für  
Gehörlosen- und Hörgeschä-  
digten-Organisationen

Association Suisse pour  
organisations de  
sourds et malentendants

Associazione Svizzera  
per organizzazioni a favore delle  
persone audiolese

Feldeggstrasse 69  
Postfach 1332  
CH-8032 Zürich

Telefon +41 44 421 40 10  
Fax +41 44 421 40 12

info@sonos-info.ch  
www.sonos-info.ch  
PC 80-10502-9

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Ihre Nachricht vom  
19. Dezember 2017

Ihr Ansprechpartner  
Hannes Egli

Direktwahl  
044 421 40 15  
hannes.egli@sonos-info.ch

Datum  
13. Februar 2018

## Vernehmlassung zur Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Frau Leuthard

Am 19. Dezember 2017 haben Sie die betroffenen Kreise eingeladen, zum Konzessionsentwurf Stellung zu nehmen. Sonos, der Schweizerische Hörbehindertenverband von 42 Gehörlosen- und Hörgeschädigten-Organisationen und Träger der Berufsfachschule für Lernende mit Hör- und Kommunikationsbehinderung dankt Ihnen für die Gelegenheit, sich zum Konzessionsentwurf äussern zu können.

Wir nehmen vor allem zum Art. 15 der Konzession Stellung. Im erläuternden Bericht wird bezüglich Menschen mit Sinnesbehinderungen auf Art. 7 RTVV verwiesen. Sonos freut sich darüber, dass die SRG den Anteil von untertitelten Sendungen erhöhen wird. Jedoch sind wir nicht damit einverstanden, dass die SRG gem. Art. 7 Abs. 1 RTVV ihren Anteil nur auf mindestens 75% erhöhen muss. Zudem wurde in der RTVV der Zeitraum zur Erfüllung offen gelassen.

In der Vereinbarung zwischen den Verbänden für Sinnesbehinderte und der SRG wurde festgelegt, dass der Anteil von untertitelten Sendungen bis zum Jahr 2022 auf 80% erhöht werden muss.

Sonos besteht auf die Umsetzung der Vereinbarung vom 4. September 2017 zwischen den Behindertenverbänden und der SRG.

Wir danken Ihnen dafür, dass Sie den dringenden Anliegen hörbehinderter Menschen entsprechend unserer Stellungnahme Rechnung tragen werden und stehen Ihnen bei Fragen selbstverständlich jederzeit gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

**Sonos**  
Schweizerischer Hörbehindertenverband

Bruno Schlegel  
Präsident

Hannes Egli  
Geschäftsführer



Sozialdemokratische Partei der Schweiz / Parti Socialiste Suisse

Tel. 031 329 69 69 / [www.spschweiz.ch](http://www.spschweiz.ch) / [www.pssuisse.ch](http://www.pssuisse.ch)

Per Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bern, 10. April 2018

## Konzession für die SRG SSR: Vernehmlassungsantwort SP Schweiz

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme, die wir gerne nutzen.

### 1. Grundsätzliche Bemerkungen

- Die intensive Debatte rund um No Billag machte eines deutlich: Der Service public im Medienbereich beschäftigt die breite Bevölkerung und die betroffenen Akteure. Und das zu Recht: Bei der Medienpolitik geht es um für unsere Demokratie zentrale Fragen, die nicht einer reinen Marktlogik unterworfen sein dürfen. Die SP hat sich deshalb gegen die Zerschlagung des Service public gestellt bzw. engagiert sich konsequent für dessen Stärkung. Die sehr deutliche Ablehnung der Initiative zeigt, dass die Mehrheit der Stimmbevölkerung einen starken, durch die SRG und die privaten Anbieter gemeinsam erbrachten Service public schätzt und keine Abschaffung oder substanzielle Schwächung wünscht.
- Die Debatte um den Service public im Medienbereich und um Rolle und Auftrag der SRG muss aber geführt werden. An die Angebote der SRG werden zu Recht hohe Anforderungen bei Service public, Vielfalt, Unterscheidbarkeit von anderen Anbietern sowie Transparenz gestellt. Die vorliegende Konzession ist Teil der Weiterentwicklung des Service public und überbrückt als Übergangskonzession ab 1. Januar 2019 den Zeitraum bis Ende 2022 (Art. 42 Abs. 2 dieser Konzession). **Wir sind mit der vorliegenden Konzession im Grundsatz einverstanden, stellen bei den konkreten Artikeln aber teilweise Anträge für Ergänzungen oder Präzisierungen. Besonderen Wert legen wir darauf, dass die SRG für die Information, die ein zentrales publizistisches Angebot darstellt, Mittel in der Höhe der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe aufwendet. Wir erwarten als Beitrag zur Unterscheidbarkeit gegenüber anderen Anbietern mehr Schweizer Produktionen. Zudem braucht es einen kontinuierlichen und offenen Dialog zur Programmstrategie und zum Service public mit der Öffentlichkeit. Grundsätzlich halten wir fest, dass Kürzungen bei den Werbeeinnahmen geprüft werden können, dass es der SRG aber im Falle einer Kürzung möglich sein muss, auf anderem Weg die notwendigen Mittel zu generieren.**
- Das neue Mediengesetz wird u.a. der Ort sein, wo grundsätzliche Fragen in Bezug auf Medienpolitik und -finanzierung in einer langfristigen Perspektive und im Kontext der Herausfor-

derungen der Digitalisierung diskutiert werden müssen. Dabei geht es sowohl um die SRG als auch um die privaten Anbieter. Die SP setzt sich für eine gattungsunabhängige Journalismusfinanzierung ein. Wir erachten das neue Mediengesetz und die in diesem Kontext zu führende Debatte als wichtig und werden diese Vorlage vor allem unter dem Aspekt der journalistischen Qualität, der Vielfalt und der Unabhängigkeit betrachten.

## **2. Bemerkungen zur konkret zur Diskussion stehenden Konzession für die SRG ab 2019**

### **Artikel 1**

Die Konzession stellt die Radio- und Fernsehprogramme in den Mittelpunkt, was wir als richtig erachten. Die Frage der vektorunabhängigen Definition des Angebots der SRG, das heisst der Verbreitungswege, muss bei der Beratung des Gesetzes über elektronische Medien umfassend und im Kontext der gesamten, auf Vielfalt auszurichtenden Medienlandschaft diskutiert werden.

### **Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit**

Der neue Absatz 1 verweist auf die Gewährleistung der aus demokratiepolitischen Gründen zentralen Unabhängigkeit und der programmlichen Autonomie, welche in Artikel 93 Absatz 3 BV und in den Artikeln 3a und 6 RTVG verankert sind. Die Unabhängigkeit ist eine zentrale Voraussetzung für die Erfüllung des Service public-Auftrags und der publizistischen Qualität und es ist sehr berechtigt, diese auch in der Konzession abzubilden. Die Aussage in Absatz 2, dass Gewinnstreben mit der Funktion der SRG als Erbringerin eines Dienstes für die Allgemeinheit unvereinbar ist, ist aus unserer Sicht ebenfalls eine wichtige Vorgabe und erhält vor dem Hintergrund des ungerechtfertigten Gewinnstrebens bei Postauto AG Aktualität. Die SRG ist der Öffentlichkeit verpflichtet und es wäre nicht nachvollziehbar, wenn sie nach Gewinn streben würde.

### **Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot**

Neu nennt die Konzession einen Wertekatalog, welcher die ethischen Grundlagen für das publizistische Schaffen beschreibt. Diese Ergänzung unterstützen wir. Absatz 1 nennt an erster Stelle die Radio- und Fernsehprogramme als hauptsächliche Kanäle für die Service public-Dienstleistungen. Diese Priorisierung erachten wir als wichtig. Absatz 1 erwähnt aber auch das Online-Angebot als Teil des publizistischen Angebots. Angesichts der wachsenden Verbreitung dieses Kanals erscheint uns die Aufnahme dieser Kategorie als nachvollziehbar und richtig. Die Ausgestaltung und Gewichtung dieses Verbreitungswegs muss im Rahmen des Mediengesetzes diskutiert werden.

Absatz 2 bekräftigt die demokratiefunktionale Bedeutung des publizistischen Angebots der SRG. Wir unterstützen, dass an dessen Ausgestaltung höchste Ansprüche gestellt werden. Es soll einen Beitrag dazu leisten, dass sich die Bürgerinnen und Bürger selbstbestimmt und informiert gesellschaftlich und politisch beteiligen können.

Absatz 3 verpflichtet die SRG, sich um eine angemessene Vertretung der Geschlechter in ihren publizistischen Angeboten zu bemühen, was wir sehr unterstützen. Die qualitativen und ethischen Anforderungen verlangen auch eine Darstellung der Geschlechter, die der Vielfalt der Lebensrealitäten gerecht wird. Diese Verpflichtung soll innerhalb der SRG zur Sensibilisierung beitragen und wir erwarten, dass die SRG auch bei Personalentscheidungen auf allen Hierarchiestufen und in allen Gremien konsequent für eine angemessene Vertretung der Geschlechter sorgt.

Mit Absatz 5 soll die SRG ihre programmlichen Entscheidungen unter Beachtung von Qualitätskriterien fällen. Mittels Umfragen muss erhoben werden, welche Wertschätzung eine Zielgruppe einem Angebot entgegenbringt. Die angemessene Vertretung und respektvolle Darstellung der jeweiligen Zielgruppe ist für die Qualität der publizistischen Angebote eine zentrale Voraussetzung und wir begrüßen entsprechende Vorgaben.

Mit Absatz 6 wird die Verpflichtung festgeschrieben, das Rätoromanische im ganzen publizistischen Angebot angemessen zu berücksichtigen, was wir mit Nachdruck unterstützen.

### **Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und ihre Sicherung**

Relevanz, Professionalität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit werden als Qualitätsdimensionen genannt und wir erachten diese als zentrale publizistische Vorgaben, die es einzuhalten gilt. Ergebnisse von Qualitätskontrollen von Programmen sollen öffentlich zugänglich gemacht werden, was wir im Sinne der Transparenz als wichtig erachten.

## **Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit**

Die Verpflichtung zu einem verbesserten Dialog mit der Öffentlichkeit erachten wir unter dem Gesichtspunkt des öffentlichen Auftrags der SRG als selbstverständlich. Die politischen Diskussionen der letzten Monate und das veränderte Nutzungsverhalten insbesondere des jüngeren Publikums machen deutlich, dass es intensiver Anstrengungen bedarf, um den nötigen Rückhalt in der Bevölkerung zu finden. Die Diskussion, was zum Service public gehört und wie dieser erbracht werden soll, muss offen geführt werden. Die Verpflichtung der SRG, die Öffentlichkeit regelmässig über ihre Unternehmens- und Angebotsstrategie zu informieren und sich um einen institutionalisierten Dialog zu bemühen, begrüssen wir. Die SRG-Angebote müssen einen Mehrwert für die Gesellschaft generieren und das setzt den Dialog mit der Öffentlichkeit voraus. Die Regionalgesellschaften können und müssen dabei einen wichtigen Beitrag leisten. Wir unterstützen die Vorgabe, dass das Dialogangebot gegenüber der Öffentlichkeit kostenlos sein soll.

## **Art. 6 Information**

**Da Information ein zentrales publizistisches Angebot darstellt, erwartet der Bundesrat, dass die SRG Mittel in der Höhe der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für diesen Kernbereich aufwendet. Wir schliessen uns dieser Erwartung an, da wir ebenfalls der Meinung sind, dass kontinuierliche und relevante Informationsangebote im Zentrum des Service public stehen sollen.**

Die Qualitätsanforderungen an das Informationsangebot beruhen auf der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Hilfsmittel wie Algorithmen dürfen die journalistische Verantwortung nicht ersetzen. Die SRG soll mit ihren Informationsangeboten eine umfassende, vielfältige und sachgerechte Berichterstattung auf allen Staatsebenen, in allen Sprachregionen sowie international gewährleisten, die zur freien Meinungsbildung beiträgt. Ziel ist die aktive Teilnahme der Bevölkerung am demokratischen Prozess zu befördern. Zeitgerechtigkeit und Art des Verbreitungswegs müssen je nach Beitrag berücksichtigt werden. Das zentrale Kriterium ist die Relevanz. Die Beschwerdeinstanz UBI soll bei der unabhängigen Aufsicht über die Einhaltung der inhaltlichen Programmanforderungen eine wichtige Rolle spielen.

## **Art. 7 Kultur**

Die SRG soll kulturelle Werke verbreiten und über Kunst berichten. Sie soll aber auch selbst Kultur produzieren, das unabhängige Kulturschaffen unterstützen und Plattformen bieten. Wir begrüssen die Weiterführung dieser Vorgaben, die wir als Service public betrachten und die zur Unterscheidbarkeit beitragen. Wir erwarten, dass die SRG angemessene Mittel für die Kultur aufwendet, d.h. in etwa vergleichbar mit dem bisherigen Rahmen und dass dies auch verbindlich in der Konzession festgeschrieben wird.

Die Zusammenarbeitsverpflichtungen beinhalten die angemessene Berücksichtigung der schweizerischen Literatur. Dafür sind in der Konzession keine Quotenbestimmungen vorgesehen. Sollte sich zeigen, dass die Bedürfnisse der Literatur ohne Vorgabe nicht angemessen berücksichtigt werden, fordern wir eine entsprechende Ergänzung.

## **Art. 8 Bildung**

Zum Bildungsauftrag gehört, dass die SRG einen Beitrag zur Befähigung des Publikums leistet, Informationen und Vorgänge der Umwelt zu verstehen, kritisch einzuordnen und sich eine Meinung zu bilden. Die SRG soll einen Beitrag zum Wissenserwerb leisten. Die Bedürfnisse der Bildungsinstitutionen müssen dabei berücksichtigt werden und Kooperationen, z.B. mit der EDK, sollen möglich sein, was wir sehr begrüssen.

## **Art. 9 Unterhaltung**

Die SRG muss den Anforderungen an Unterscheidbarkeit und Unverwechselbarkeit gerecht werden. Insbesondere auch im Unterhaltungsbereich soll es mehr Schweizer Inhalte bzw. Inhalte mit Schweizer Bezug geben. Damit soll ein Beitrag zur Unverwechselbarkeit geleistet werden. Grundsätze wie Fairness und Respekt sind zu respektieren, insbesondere im Umgang mit Protagonistinnen und Protagonisten. Zur Unverwechselbarkeit gehören unterschiedliche Genres, Formate und Inhalte, die die vielfältigen Bedürfnisse des Publikums abbilden. Service public-Programme sollen sich durch Inno-

tionen, Eigenentwicklungen und -produktionen auszeichnen und verhindern, dass hauptsächlich eingekaufte Sendungen und Formate das Angebot prägen.

Die Verpflichtung in Absatz 4, dass die SRG Kooperationen mit privaten Anbietern eingehen und diesen durch gemeinsamen Einkauf Zugang zu attraktiven Angeboten ermöglichen soll, erachten wir als richtig.

#### **Art. 10 Sport**

Sport wird neu als eigenständiger Bereich des publizistischen Angebots genannt. Eine vielfältige Sportberichterstattung und die Übertragung von Live-Sportereignissen sind auch u.E. Teil des Service public und wir unterstützen diese Ergänzung. Insbesondere begrünnen wir es, dass die SRG verpflichtet wird, auch über Rand- und Breitensportarten zu berichten. Gerade Sportarten, die sonst keine öffentliche Wahrnehmung erfahren, sollen dadurch mehr Publizität erhalten. Der Fokus auf den Breitensport soll aus gesamtgesellschaftlicher Perspektive die Freude am Sport fördern. Auch in diesem Bereich begrünnen wir es, dass die SRG gemäss Absatz 3 verpflichtet wird, vermehrt Kooperationen mit anderen Veranstaltern einzugehen, um diesen Zugang zur Sportberichterstattung zu ermöglichen und so eine vielfältigere Sportberichterstattung zu fördern.

#### **Art. 11 Innovation**

Die SRG soll bei den Darstellungsformen in Bezug auf das gesamte publizistische Angebot innovativ sein und neue Kommunikationsmöglichkeiten nutzen. Dies ist insbesondere mit Blick auf ein jüngeres Publikum wichtig. Der Einführung eines Innovationsmanagements gemäss Absatz 2 stehen wir deshalb positiv gegenüber.

#### **Art. 12 Berücksichtigung der jeweils anderen Sprachregionen**

Die Förderung des sprachregionalen Austauschs ist eine Kernaufgabe der SRG und sie muss mit ihrem Angebot einen wichtigen Beitrag zur Verstärkung des Verständnisses leisten. Der sprachregionale Austausch muss in attraktiven Angeboten und in der täglichen Berichterstattung ihren Niederschlag finden. Wir erwarten in diesem Bereich ein verstärktes Engagement. Bestehende Plattformen sollen genutzt und ausgebaut werden. Ziel muss sein, gerade auch über die Sprachregionen hinaus in Dialog zu treten und Wirkung zu zeigen. Die in Absatz 2 statuierte Berichterstattungspflicht ist im Sinne der Transparenz und der Sensibilisierung der Öffentlichkeit hoch zu gewichten.

#### **Art. 13 Angebote für junge Menschen**

Das jüngere Publikum nutzt zunehmend Internetangebote. Das stellt eine Hausforderung für den Service public dar, der die gesamte Bevölkerung ansprechen soll. Wir begrünnen die Verpflichtung, dass die SRG gerade auch jüngeren Zielgruppen ein Angebot zur Verfügung stellen soll, damit deren Beteiligung am sozialen, gesellschaftlichen, politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Leben gefördert wird. Die SRG muss innovativ sein und direkt auf die Jugendlichen zugehen mit denjenigen Mitteln und Verbreitungswegen, die Jugendliche ansprechen, mit denen sie sich an der Diskussion beteiligen und mit denen sie Inhalte teilen können.

#### **Art. 14 Menschen mit Migrationshintergrund**

Die Verpflichtung, Menschen mit Migrationshintergrund in den SRG-Angeboten zu berücksichtigen und damit zu Integration und Verständnis beizutragen, begrünnen wir mit Nachdruck.

#### **Art. 15 Menschen mit Sinnesbehinderungen**

Die Bemühungen der SRG zugunsten sinnesbehinderter Menschen erachten wir als eine zentrale Leistung des Service public. Wir erwarten, dass die SRG in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Fachverbänden ein bedarfsgerechtes Angebot zur Verfügung stellt und weiterentwickelt

#### **Art. 16 Radioprogramme**

Buchstabe a verpflichtet die SRG, die wesentlichen Teile des Programmauftrags bei Information, Bildung, Kultur, Sport und Unterhaltung mit den drei ersten Programmen in deren Gesamtheit zu erfüllen, was wir aus Gründen des Service public begrünnen. Wir halten aber auf einer grundsätzlichen Ebene fest, dass wir die Vorgaben in diesem Artikel der Konzession als zu wenig flexibel und als zu starr formuliert erachten und uns eine offenere Formulierung wünschen. Unserer Meinung nach

sollte die Konzession Entwicklungsmöglichkeiten zulassen, z.B. bei Bedarf Zusammenlegung oder Auslagerung von Sendern bzw. Angeboten. Das Erfordernis, dass Schweizer Inhalte und die Berücksichtigung der sprachregionalen Kultur eine wesentliche Rolle spielen sollen, muss grundsätzlich und über alle Angebote hinweg gelten.

An die Moderation sind hohe Qualitätsvorgaben zu stellen, dazu gehören journalistisches Denken, glaubwürdige und kompetente Darstellung der Inhalte sowie eine respektvolle Haltung gegenüber Gästen und Publikum und wir begrüssen die Festschreibung dieser Kriterien in der Konzession.

#### **Art. 17 Fernsehprogramme**

Absätze 1 und 2 bilden die Grundlage für den Ersatz von RSI La 2 durch ein multimediales Angebot, das zusammen mit dem ersten TV-Programm die Gleichwertigkeit des Gesamtangebots für die italienische Sprachregion mit den Angeboten für die anderen Sprachregionen gewährleisten soll. Durch die Streichung von RSI La 2 werden Mittel für Eigenproduktionen frei, die den italienischsprachigen Zielpublika über alle Plattformen zugänglich sein sollen. Wir halten fest, dass durch diese Massnahmen die Grundversorgung, die heute für alle Nutzerinnen und Nutzer von RSI gewährleistet ist und die ein gleichwertiges Angebot für alle Sprachregionen vorsieht, nicht in Frage gestellt werden darf. Auch für die italienischsprachige Bevölkerung muss der Service public-Auftrag in Zukunft vollumfänglich erfüllt werden können.

In der rätoromanischen Schweiz soll, basierend auf bestehendem Material, ein Programm mit aktualisierten Informationen und Programmhinweisen über Internet-Stream verbreitet werden, was wir unterstützen.

Absatz 5 ist die Grundlage, zielgruppenspezifische Werbung auszustrahlen, unter Einhaltung des Verbots regionaler Werbung. Bei Artikel 38<sup>bis</sup> formulieren wir unsere diesbezüglichen Forderungen.

#### **Art. 18 Übriges publizistisches Angebot**

Zum übrigen publizistischen Angebot gehören Online-Angebote, Teletext, ein multimediales Angebot für die italienische Sprachregion, programmassoziierte Informationen, das publizistische Angebot für das Ausland und Begleitmaterialien zu Sendungen. Neu aufgenommen wird der Dienst Hybrid Broadcast Broadband Television als Nachfolgedienst für Teletext. Soweit der Teletext-Dienst im HbbTV-Angebot verbreitet wird, dürfen darin enthaltene Werbung und Sponsoring übernommen werden, was uns folgerichtig zu sein scheint, da damit keine neuen Angebote geschaffen werden. Gemäss Absatz 5 soll das Publikum die von der SRG verantworteten Inhalte als solche erkennen können, was aus Gründen der Transparenz wichtig ist. Das Online-Werbeverbot für die SRG unterstützen wir, wie wir bei der Abstimmung zu Motion 16.3628 bekräftigt haben. Die Höhe der Werbeeinnahmen der SRG sollen aber im Auge behalten werden und je nach Entwicklung sind Anpassungen zu prüfen. Grundsätzlich halten wir fest, dass Kürzungen bei den Werbeeinnahmen diskutiert und geprüft werden können, dass es der SRG aber im Falle einer Kürzung möglich sein muss, auf anderem Weg die notwendigen Mittel zu generieren, um den Wegfall zu kompensieren.

#### **Art. 20 Drahtlose Verbreitung**

Das BAKOM kann der SRG die Abschaltung von UKW-Sendern oder ganzer Ketten ermöglichen, sofern die ausreichende Versorgung in genügender Empfangsqualität über DAB+ garantiert ist. Wenn damit keine Einschränkung des Service public verbunden ist, haben wir dagegen nichts einzuwenden.

#### **Art. 21 Verbreitung über Leitungen**

Artikel 21 konkretisiert die Zugangsberechtigung der SRG-Radio- und Fernsehprogramme. Alle Schweizer Netzbetreiber, Kabelverbreiter und IP-TV-Anbieter sind verpflichtet, eine gewisse Anzahl Fernsehprogramme (Must-Carry-Programme) zu verbreiten. Dazu zählen alle Programme der SRG, die privaten konzessionierten Programme mit Leistungsauftrag sowie einzelne Programme aus dem umliegenden Ausland. Laut Artikel 59 Absatz 1 Buchstabe a RTVG beschränkt sich die Verbreitungspflicht auf jenes Versorgungsgebiet, das in der SRG-Konzession genannt wird. Für das deutschsprachige Programm SRF-Info beispielsweise sieht die geltende Konzession eine sprachregionale Verbreitung in der Deutschschweiz vor, was aus unserer Sicht dem Service public-Gedanken nicht ausreichend Rechnung trägt. Wir beantragen deshalb die bedarfsgerechte Ausdehnung der Verbreitungspflicht und eine entsprechende Anpassung der Konzession.

### **Art. 22 Verbreitung über Internet**

Die SRG muss ihren Leistungsauftrag primär über Rundfunk-Verbreitungsvektoren erbringen. Soweit technisch möglich und kostenmässig vertretbar, kann die SRG ihre Radio- und Fernsehprogramme auch über das Internet verbreiten (Streaming). Diese Möglichkeit unterstützen wir.

### **Art. 23 Zugang zu Sendungen**

Einrichtung und Betrieb eines Archivs gehören zum Aufgabengebiet eines Service public-Anbieters. Sie werden über die Empfangsgebühren finanziert und sollen öffentlich zugänglich sein. Wir begrüßen deshalb die Bestimmung, dass die SRG Sendungen im Internet kostenlos zugänglich machen kann bzw. soll. Kosten bei privater oder wissenschaftlicher Nutzung sollen nur insofern in Rechnung gestellt werden, als die Anfrage Rechercheaufwand generiert oder die Benutzung von Datenträgern nötig ist.

### **Art. 24 Leistungen in Krisensituationen**

Die Vorgabe, dass die SRG auch in Krisensituationen den Leistungsauftrag erfüllen muss, ist sehr wichtig und wir erwarten, dass alle Menschen davon profitieren, unabhängig von irgendwelchen sprachlichen, geografischen oder wie auch immer gearteten Einschränkungen.

### **Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen**

Gebührenfinanzierte Inhalte sollen die breite Öffentlichkeit erreichen und niederschwellig verbreitet werden können. Die in diesem Artikel festgeschriebene Pflicht zur Zusammenarbeit mit schweizerischen privaten Medienunternehmen begrüßen wir deshalb. Im Zentrum stehen Nachrichten-Videos mit nationalem und überregionalem Inhalt. Die Verpflichtung für die SRG, anderen Unternehmen basierend auf transparenten, für alle Anbieter und Nutzer gleichberechtigten und preislich attraktiven Nutzungsbedingungen Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten, namentlich im kostenintensiven Informationsbereich, für die Nutzung im Internet anzubieten, erachten wir als wichtig. Aus diesem Grund hat die SP die Motion 17.3627 (Shared-Content-Modell) unterstützt. Ein Shared Content-Modell soll auch Bestandteil des neuen Mediengesetzes sein. Dabei gilt es, Missbrauch zu verhindern und die Einhaltung rechtlicher Verpflichtungen gegenüber Dritten sicherzustellen.

### **Art. 32 Regionalgesellschaften**

Wir begrüßen die Forderung nach einer Verstärkung des Dialogs und der Reflexion über die Leistungen des Service public und die entsprechende konzessionsrechtliche Verankerung. Gemäss Absatz 2 ist dieser Dialog wesentlicher Teil der Aufgaben der Regionalgesellschaften. Diese sollen das starke und kontinuierliche Bindeglied zwischen der SRG und der Gesellschaft bilden. Absatz 3 beinhaltet die Vertretung des Publikums in der Organisation der SRG über die Publikumsräte. Diese soll repräsentativ sein. Die unabhängigen Ombudsstellen gemäss Absatz 4 zur Behandlung von Beanstandungen des Programms und des übrigen publizistischen Angebots sind ebenfalls eine Vorgabe, die wir hinsichtlich der Transparenz und der Qualitätskontrolle als wichtig erachten.

### **Art. 34 Zusammensetzung des Verwaltungsrats**

Die zentrale Vorgabe, wonach die Mitglieder des Verwaltungsrats die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen mitbringen müssen, soll wegfallen. Auch wenn es sich um eine absolute Selbstverständlichkeit handelt, beantragen wir, dass diese Anforderung nicht gestrichen wird.

Wir fordern weiter, dass die ausgewogene Vertretung der Geschlechter sowie der Sprachregionen als Vorgabe explizit in der Konzession festgeschrieben ist.

### **Art. 38 Berichterstattung**

Die Berichterstattungspflicht im Jahresbericht umfasst neu Informationen über die Aus- und Weiterbildung, was wir angesichts der Bedeutung dieses Bereichs für den Qualitätsjournalismus begrüßen. Auch die Vorgabe zur regelmässigen Berichterstattung über den sprechregionalen Austausch im Konzessionsrecht begrüßen wir angesichts der Wichtigkeit dieses Bereichs für den Zusammenhalt des Landes. Auch die Vorgaben zur Kostentransparenz gemäss Absatz 2 Buchstabe d unterstützen wir. Transparenz bezüglich der Finanzmittel ist für einen Service public-Anbieter eine Selbstverständlichkeit. Auch in Zeiten zunehmender Konvergenz muss versucht werden, die Kosten so transparent, wie

es angesichts dieser Entwicklung möglich ist, auszuweisen. Wir fordern, dass die Berichterstattung explizit auch den Bereich der Gleichstellung umfasst und dass die SRG offenlegt, welche Bemühungen sie im Bereich der Gleichstellung unternimmt und wie sich diese auswirken.

#### **Art. 38<sup>bis</sup> Unterstützung von Medienprojekten**

Artikel 17 Absatz 5 der vorliegenden Konzession führt für die SRG die Möglichkeit von Zielgruppenwerbung ein. Aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen, wie es auch die Verfassung vorsieht (Art. 93 Abs. 4), wird der Einsatz der Zielgruppenwerbung aber eingeschränkt, was wir begrüssen. Konkret vorgeschlagen wird, dass die SRG die Zielgruppen nicht ausschliesslich nach geografischen Kriterien definieren darf. Wir wiederholen an dieser Stelle die Position, wie wir sie anlässlich der Anpassung der RTVV formuliert haben: Wir lehnen die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung nicht grundsätzlich ab. Die kommerzielle Nische regionaler Anbieter darf dadurch aber nicht bedroht werden. Ebenfalls aus Gründen der Rücksichtnahme schlägt die RTVV-Teilrevision eine Beschränkung der Zielgruppenwerbung auf 4 Minuten pro Stunde vor, alternativ kann eine andere Form der Rücksichtnahme vorgesehen werden: die Abschöpfung überdurchschnittlicher Werbeeinnahmen und deren Verwendung zugunsten branchenweiter Anliegen. Die so abgeschöpften Werbemittel würden für Aus- und Weiterbildung, Medienforschung und Projekte der sda eingesetzt. In der Vernehmlassung haben wir diese Variante favorisiert.

#### **Art. 39 Finanzaufsicht**

Die Möglichkeit der Einsichtnahme und die damit verbundene Pflicht zur Transparenz bei Kosten- und Leistungsrechnung sowie beim internen Kontrollsystem begrüssen wir.

#### **Art. 40 Neue finanzielle Bedürfnisse der SRG**

Die Art und die Höhe der Medienfinanzierung ist zentraler Teil des neuen Mediengesetzes und muss in diesem Zusammenhang intensiv diskutiert werden. Wie bereits ausgeführt, setzt sich die SP für eine gattungsunabhängige Medienfinanzierung ein.

Wir danken für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Mit freundlichen Grüssen  
SP Schweiz



Christian Levrat  
Präsident SP Schweiz



Chantal Gahlinger  
Politische Fachsekretärin SP Schweiz

Vorab per E-Mail: srg-konzession@bakom.admin.ch

## **Einschreiben**

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
CH-2501 Biel

Bern, 10. April 2018

## **Stellungnahme zum Entwurf einer neuen SRG-Konzession**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrter Herr Direktor  
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns eingeladen, bis zum 12. April 2018 zum Entwurf einer neuen SRG-Konzession (nachfolgend „**E-SRG Konzession**“) Stellung zu nehmen. Als Verband für Schweizer Telekommunikationsnetzbetreiber danken wir Ihnen für diese Möglichkeit der Meinungsäusserung. Unsere Mitglieder sind als im Sinne von Art. 59 RTVG (und Art. 21 E-SRG-Konzession) gesetzlich verpflichtete Verbreiter der SRG-Programme von der neuen SRG-Konzession direkt betroffen. Entsprechend bitten wir Sie, unsere nachfolgenden Bemerkungen bei der Finalisierung der SRG-Konzession zu berücksichtigen. Die vorliegende Stellungnahme erfolgt innert Frist und bezieht sich ausschliesslich auf Themen, die unsere Mitglieder als Verbreiter von konzessionierten Fernseh- und Radioprogrammen direkt betreffen.

### **1. Art. 21 (Verbreitung über Leitungen) und Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession (SRG-Fernsehprogramme mit zielgruppenspezifischer Werbung)**

Im Zusammenhang mit zielgruppenspezifischer Werbung in konzessionierten und gebührenfinanzierten Fernsehprogrammen verweisen wir auf unseren Vernehmlassungsbeitrag zu Art. 51a neu-RTVV vom 1. Februar 2018 (**Beilage 1**). Die dortigen Ausführungen sind integral auch für die vorliegende Stellungnahme und die konzessionierten SRG-Programme beachtlich, die gemäss Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession neu mit zielgruppenspezifischer Werbung ausgestrahlt werden dürfen.

In Art. 51a neu-RTVV ist richtigerweise vorgesehen, dass für die zielgruppenspezifische Werbung in konzessionierten Fernsehprogrammen für die Betreiber von leitungsgebundenen Verbreitungsinfrastrukturen keine Verbreitungspflicht besteht. Im Titel zu Art. 51a neu-RTVV wird auf Art. 59 Abs. 1 RTVG verwiesen, der unter lit. a auch die Programme der SRG gemäss Art. 17 E-SRG Konzession umfasst. Art. 51a neu-RTVV gilt dementsprechend für alle konzessionierten Programme, inkl. der SRG-Konzessionsprogramme.

Neu wird in Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession die Möglichkeit vorgesehen, dass die SRG Fernsehprogramme gemäss Art. 17 Abs. 1 und Abs. 3 E-SRG Konzession mit inkludierter zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen darf. Gleichzeitig räumt Art. 21 E-SRG Konzession der SRG den Anspruch auf leitungsgebundene Verbreitung ihrer Fernsehprogramme nach Art. 17 Abs. 1 E-SRG Konzession ein. Diese Verbindung stiftet mit Blick auf Art. 51a neu-RTVV Verwirrung: Es ist nicht klar und klärt sich auch nicht anhand des erläuternden Berichts, wie Art. 21 E-SRG Konzession und Art. 51a neu-RTVV zueinander stehen. Es handelt sich um Normen auf gleicher Geltungsstufe (Bundesratsverordnung). Im erläuternden Bericht ist auf S. 11 lediglich festgehalten, dass gemäss Art. 21 E-SRG Konzession die Netzbetreiber in ihrem Versorgungsgebiet „die Programme der SRG im Rahmen der Konzession“ zu verbreiten haben. Diese Konzessionsbestimmung entspreche bisherigem Konzessionsrecht. Das ist zu ungenau.

Art. 21 i.V.m. Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession widerspricht – gewollt oder ungewollt sei dahingestellt – Art. 51a neu-RTVV: Wie einleitend dargestellt, gilt der in Art. 51a neu-RTVV normierte Ausschluss einer Verbreitungsverpflichtung zielgruppenspezifischer Werbung selbstverständlich nicht nur für die privaten konzessionierten Programmveranstalter, sondern auch für die SRG und deren Konzessionsprogramme. Auch hier gilt, dass die mit der gesetzlichen Verbreitungspflicht grundsätzlich zu gewährleistende Signalintegralität (vgl. Art. 45 Abs. 1 RTVV) bei zielgruppenspezifischer Werbung in Konzessionsprogrammen unseren Mitgliedern nicht entgegengehalten werden kann. Entsprechend ist Art. 21 E-SRG Konzession zu präzisieren und die fehlende Verbreitungspflicht für zielgruppenspezifische Werbung auch in dieser Konzessionsbestimmung ausdrücklich festzuhalten.

#### **Forderung Suissedigital:**

**Art. 21 E-SRG Konzession (Verbreitung über Leitungen) ist mit dem folgenden Abs. 2 zu ergänzen:**

„<sup>2</sup> Der Anspruch auf leitungsgebundene Verbreitung nach Abs. 1 bezieht sich nicht auf zielgruppenspezifische Werbung gemäss Art 17 Abs. 5.“

## **2. Art. 18 Abs. 1 lit. c E-SRG Konzession (HbbTV)**

### **2.1 Keine Verbreitungspflicht gemäss Art. 21 E-SRG Konzession**

Wir nehmen zur Kenntnis, dass der Leistungsauftrag der SRG mit der angepassten Konzession im Bereich „übriges publizistisches Angebot“ auf einen HbbTV-Dienst ausgedehnt werden soll. Solange damit der seit 2013 bestehende, auf einer Sonderermächtigung basierende Zustand in die neue SRG-Konzession übernommen wird, ist die Frage, ob die SRG diesen Dienst zur Erfüllung ihres Leistungsauftrags braucht oder nicht, eine medienpolitische. Eine Verbreitungspflicht für diesen HbbTV besteht nach geltendem Recht weder generell, noch als sogenannter gekoppelter Dienst i.S.v. Art. 46 RTVV.

Anhand der Aufzählung des übrigen publizistischen Angebots in Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession stellen wir mit Zustimmung fest, dass ein HbbTV-Dienst weder mit Teletext-Diensten, noch mit programmassoziierten Informationen gleichgesetzt wird. Entsprechend kann man sich bei unveränderter Weitergeltung von Art. 46 RTVV nicht auf den Standpunkt stellen, HbbTV liesse sich bei weiter Auslegung unter einen verbreitungspflichtigen gekoppelten Dienst nach Art. 46 Abs. 1 RTVV subsumieren. Dass der Bundesrat unsere Auffassung zu recht teilt, ergibt sich aus seinen Erläuterungen zu Art. 21 E-SRG Konzession, wonach diese Konzessionsbestimmung geltendem Recht entspreche. Nach heutigem Konzessionsrecht ist der HbbTV-Dienst der SRG nicht nach Art. 46 RTVV mit dem Fernsehprogramm leitungsgebunden zu verbreiten.

Dass der in Art. 21 E-SRG Konzession normierte Anspruch der SRG auf leitungsgebundene Verbreitung seiner Fernsehprogramme i.S.v. Art. 17 Abs. 1 den HbbTV-Dienst nicht erfasst, ist schon deshalb richtig und konsequent, weil ein HbbTV-Dienst mit Verbreitungsanspruch bei der letzten RTVV-Revision im Jahr 2014 aufgrund überwiegend negativen Rückmeldungen *ad acta* gelegt worden ist (vgl. unsere damalige Stellungnahme in

Beilage 2). Es wäre stossend und unverständlich, wenn nun über eine Revision der SRG-Konzession der gleiche Vorschlag noch einmal vorgebracht worden wären.

Grundsätzlich erachten wir die vorgeschlagenen Konzessionsbestimmungen (Art. 21 i.V.m. Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession) in dieser Hinsicht als klar. Wir erlauben uns aufgrund des zunehmend unübersichtlich werdenden Geflechts aus Art. 59 RTVG, Art. 45 Abs. 1 RTVV (Signalintegralität), Art. 46 RTVV (gekoppelte Dienste) und teilweise sich inhaltlich überschneidenden Konzessionsbestimmungen (Art. 18 und Art. 21 E-SRG Konzession), sowie aufgrund der bekannten gegenläufigen Forderungen der SRG sicherheitshalber aber dennoch die folgenden Kommentare zur leitungsgebundenen Verbreitung eines HbbTV-Dienstes, die es im Hinblick auf den Entwurf eines Mediengesetzes im Kopf zu behalten gilt:

Wir vertreten weiterhin die Meinung, dass eine Verpflichtung zur Übertragung des HbbTV-Dienstes in erheblicher Weise in die Grundrechte unserer Mitglieder – insbesondere in die Eigentums- und Wirtschaftsfreiheit – eingreifen würde. Dass ein solcher Eingriff einer gesetzlichen Grundlage (Gesetz im formellen Sinn) bedarf, die über Art. 59 Abs. 6 RTVG hinausgeht und mit Art. 2 lit. i RTVG harmonisieren müsste, und dass eine Bundesratskonzession diesen Anspruch nicht erfüllt, versteht sich von selbst. Eine dies missachtende Konzessionsbestimmung und deren hoheitliche Durchsetzung würde auch einer (durch unsere Mitglieder fraglos folgenden) akzessorischen Normenkontrolle nicht standhalten.

#### **Position und Forderung Suissedigital:**

Wir unterstützen den Vorschlag, dass „übrige publizistische Angebote“ gemäss Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession (mit Ausnahme des Teletexts) nicht dem Verbreitungsanspruch nach Art. 21 E-SRG-Konzession unterliegen und weiterhin nicht als „gekoppelte Dienste“ im Sinn von Art. 46 Abs. 1 RTVV gelten.

## **2.2 HbbTV ist kein moderner Teletext (und deshalb in Art. 18 E-SRG Konzession zu recht separat aufgeführt)**

HbbTV ist ein Standard, welcher die Anzeige von über das lineare Fernsehsignal hinausgehenden Inhalten auf dem Fernsehgerät ermöglicht. Es handelt sich dabei um einen Online-Dienst, dessen Verbindung zum Fernsehprogramm nur darin besteht, dass die entsprechenden Inhalte auf dem Fernsehgerät angezeigt werden können.

Diese Inhalte reichen von einem durch Videos und Bilder angereicherten «Teletext», über eigentliche Informations- und Interaktionsplattformen ähnlich denen, welche von Verlagen heute in Zusammenhang mit ihren Printmedien betrieben werden, bis hin zu Video-on-Demand-Plattformen oder gar Online-Shops. Dies geht weit über einen herkömmlichen Teletext-Dienst hinaus. Das ist dem Bundesrat bekannt, bezeichnete das BAKOM doch im erläuternden Bericht zum RTVV-Änderungsvorhaben 2014 den HbbTV-Dienst als «hybriden Fernsehdienst» (vgl. dazu Beilage 3).

Dieser Dienst bzw. die Inhalte dieses Dienstes werden mit dem Fernsehsignal im sog. Signal-Carousel übertragen, damit auch Fernsehgeräte ohne Internetverbindung diese anzeigen können. Dem Programmveranstalter ist es freigestellt, welche Inhalte er im Carousel mit seinem Signal mitsendet; dies kann von kleinen Datenpaketen bis zu mehreren Megabit/Sekunde (wenn z.B. weitere Videos mitübertragen werden) reichen. Es geht nicht an, dass bei einer solchen Konstellation gleichzeitig eine Verbreitungspflicht für das Signal-Carousel besteht, wie dies der Bundesrat anlässlich der RTVV-Revision 2014 einmal vorgeschlagen hat.

Es ist damit erneut (das BAKOM behauptete anlässlich der RTVV-Revision 2014 ähnlich Unzutreffendes) falsch, wenn im aktuellen erläuternden Bericht auf S. 10 davon gesprochen wird, bei HbbTV handle es sich um den «modernen Nachfolgedienst für den veralteten Teletext».

### **2.3 HbbTV ist kein gekoppelter Dienst (und deshalb Art. 46 RTVV zu recht nicht Gegenstand der laufenden RTVV-Revision)**

Wir gehen nicht davon aus, dass es dem Bundesrat mit Art. 18 Abs. 1 lit. c E-SRG Konzession darum geht, der SRG zu erlauben, auch diejenigen Zuschauer mit ihrem auf der Basis von HbbTV umgesetzten Online-Angebot zu erreichen, welche ihr Fernsehgerät nicht mit dem Internet verbunden haben. Entsprechende Ansinnen lehnen wir kategorisch ab. Leitungsgebundene Programmverbreiter können auf Verordnungsstufe nicht gezwungen werden, die für HbbTV aufbereiteten Online-Inhalte der SRG zusammen mit dem Fernsehsignal zu verbreiten (es ist bekannt, dass die SRG aktiv bestrebt ist, möglichst viele Inhalte im Carousel zu übertragen, um sich danach auf einen gekoppelten Dienst oder auf die Wahrung der Signalintegralität zu berufen).

Es ist auch hier festzuhalten, dass es sich bei HbbTV gerade nicht um einen gekoppelten Dienst im Sinne des RTVG und der RTVV handelt. Art. 2 lit. i RTVG definiert den gekoppelten Dienst als fernmeldetechnische[n] Dienst, der mit einem Programm eine funktionale Einheit bildet oder zur Nutzung des Programms notwendig ist. Die Botschaft zum RTVG (BBl 2003 1569 ff., 1635 und 1717) stellt klar, wie dies zu verstehen ist:

«Darunter fallen allerdings nicht alle Zusatzangebote, die irgendeinen Bezug zum Programm aufweisen und dem Publikum allenfalls einen Mehrwert bringen. Notwendig ist vielmehr, dass es sich um fernmeldetechnische Dienste handelt, die mit einem Programm eine funktionale Einheit bilden und zur Nutzung des Programms notwendig sind (Art. 2 Bst. i RTVG), d.h. ohne deren Verfügbarkeit das Programm nicht oder nicht sinnvoll genutzt werden kann.»

Es ist damit offensichtlich, dass es sich bei einem HbbTV-Dienst nicht um einen gekoppelten Dienst im Sinne von Art. 2 lit. i RTVG handelt, und dass dieser deshalb vom Bundesrat auch nicht gestützt auf Art. 59 Abs. 6 RTVG als solcher auf Verordnungsstufe bestimmt werden kann: Vorliegend geht es um die Übertragung eines Teils des für Fernsehgeräte aufbereiteten Online-Angebots der SRG im zu verbreitenden Programmsignal. Dass diese Inhalte für die Nutzung des Programms in keiner Weise nötig sind, versteht sich von selbst. Es geht schliesslich um weit mehr als um Dienste für Sinnesbehinderte, Tonkanäle oder ähnliches, nämlich im Wesentlichen um zusätzliche, kommerzialisierbare Inhalte.

HbbTV und das eigentliche Programmsignal bilden keine funktionale Einheit. Wir haben das bereits in unserer Stellungnahme zur RTVV-Revision 2014 ausgeführt ([Beilage 2](#)) und verweisen weiter auf den damaligen erläuternden Bericht ([Beilage 3](#)). Damals führte das BAKOM den HbbTV-Dienst beschreibend aus, es handle sich um «ergänzende, nichtlineare Inhalte, zusätzliche Videokanäle oder Eigenproduktionen aus dem eigenen Archiv» (S. 1 Abs. 2). Die funktionale Einheit ergibt sich nicht daraus, dass ein Programmveranstalter dem Programmsignal irgendwelche nicht direkt mit dem Programm in Zusammenhang stehende Daten faktisch beimischt; andernfalls würden alle dem Programmsignal beigemischten weiteren Dienste automatisch und ausufernd unter die gesetzliche Definition des gekoppelten Dienstes fallen, was in Anbetracht der klaren Abgrenzung in der Botschaft gerade nicht das Ziel des Gesetzgebers war.

Eine Konzession, welche HbbTV in Verletzung der Definition in Art. 2 lit. i RTVG auf die Ebene des gekoppelten Dienstes zu heben versucht, wäre bundesrechtswidrig und würde einer akzessorischen Normenkontrolle nicht standhalten.

### **3. Kein Staatsport im Fernsehen (Art. 10 Abs. 1 lit. c) und keine diskriminierenden Kooperationen (Art. 10 Abs. 3)**

In den letzten 10 Jahren ist im Bereich von Sportübertragungen selbst auf dem sehr engen geografischen Markt der Schweiz ein Wettbewerb entstanden. Dieser Wettbewerb hat dazu geführt, dass a) mehr Sportereignisse audiovisuell verwertet werden, und b) mehrere, insbesondere auch private Initiativen entstanden sind, Live-Sportereignisse in linearen Programmen auszustrahlen (AZ Medien-Verlag, MySports). Dazu wurden von privater Seite erhebliche Investitionen getätigt. In Anbetracht dieser Tatsachen erstaunt die Absicht des

Bundesrats, mit Art. 10 E-SRG Konzession der SRG praktisch einen Auftrag für Staatssport geben zu wollen. Wir können diese Absicht in keiner Weise unterstützen und fordern eine inhaltliche Redimensionierung dieses Auftrags auf Art. 10 lit. a und lit. b sowie explizit auf die Highlight-Berichterstattung und nicht auf eine Live-Übertragung, sofern diese auch von anderen Programmveranstaltern erfolgt.

Der Verweis auf Anhang 2 der UVEK-Verordnung ist komplett zu streichen: Die in Anhang 2 der UVEK-Verordnung aufgeführten Ereignisse stehen im Zusammenhang mit der Verpflichtung der Sportveranstalter, zu diesen Veranstaltungen keine exklusiven Pay TV-Rechte vergeben zu dürfen bzw. diese für die Allgemeinheit im Free TV zugänglich zu machen (vgl. Art. 73 RTVG). Dass hier nun versucht wird, diese Ereignisse gleich auch noch dem staatlichen Free TV-Sender zuzuschauen, ist nicht nur medienpolitisch fragwürdig, sondern ein massiver Eingriff in die Rechte der Sportveranstalter sowie anderer – insbesondere privater – Programmveranstalter, die ebenfalls Free TV-Programme anbieten und die Erfordernisse von Art. 73 RTVG ebenfalls erfüllen könnten, jedoch dazu nicht auf öffentliche Gebührenerträge zurückgreifen können.

Das in Art. 10 Abs. 3 E-SRG Konzession angedachte Bestreben, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Programmveranstaltern einzugehen, geht unseres Erachtens zu wenig weit und ist ungenau formuliert: Wenn man hier derart heftig in den Markt für Sportübertragungsrechte eingreifen will, in dem spezialgesetzliche Joint Ventures geschaffen werden, die allenfalls wettbewerbsrechtlich bedenklich sein können, muss die SRG nicht nur bestrebt sein, Kooperationen mit anderen Veranstaltern einzugehen, sondern verpflichtet werden, die von ihr exklusiv erworbenen TV-Übertragungsrechte zwingend und zu kostendeckenden Bedingungen an Dritt-Veranstalter zu sublizenzen. Aktuell hortet die SRG zahlreiche exklusive Rechte, die sie nicht einmal selbst verwertet. Weiter ist der Begriff „anderer schweizerischer Veranstalter“ unklar, weil nicht klar ist, was am Veranstalter „schweizerisch“ sein muss (Sitz, Aktionariat, Programmfokus?).

#### **Position und Forderung Suissedigital: Art 10 E-SRG Konzession ist wie folgt abzuändern**

Art. 10 Sport

<sup>1</sup> Die SRG sorgt für ein Angebot im Bereich Sport. Dieses beinhaltet in erster Linie die Berichterstattung *in Sportmagazinen* über

- a. Sportereignisse mit Beteiligung von schweizerischen Athletinnen und Athleten sowie schweizerischen Teams,
- b. bedeutenden internationalen Sportveranstaltungen in der Schweiz,
- c. bedeutende Sportereignisse nach Anhang 2 der Verordnung des UVEK vom 5. Oktober 2007 über Radio und Fernsehen.

<sup>2</sup> Die SRG berücksichtigt in ihrem *Live- und Sportmagazin*-Angebot im Bereich Sport ~~auch~~ **hauptsächlich** Breitensportarten und wenig verbreitete Sportarten.

<sup>3</sup> Sie ~~ist bestrebt, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen~~ **ist verpflichtet, die von ihr erworbenen Rechte für Live-Übertragungen zu kostenorientierten Bedingungen an andere Veranstalter zu sublizenzen.**

#### **4. Diverses**

In Bezug auf die gesamtwirtschaftliche Einschätzung der neuen SRG-Konzession verweisen wir auf den Vernehmlassungsbeitrag von economiesuisse.

In Bezug auf die medienwirtschaftliche Einschätzung verweisen wir auf den Vernehmlassungsbeitrag des Verbandes Schweizer Medien sowie des Verbandes Schweizer Privatradios.

Diese Beiträge werden von uns vollumfänglich unterstützt.

\*\*\*

Wir danken Ihnen im Voraus, dass Sie unsere Argumente in die weitere Bearbeitung der fraglichen Konzessionsbestimmungen einbeziehen und unsere Anträge berücksichtigen. Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

**SUISSEDIGITAL – Verband für Kommunikationsnetze**



Dr. Simon Osterwalder, Rechtsanwalt  
Geschäftsführer



Stefan Flück, Fürsprecher LL.M.  
Leiter Rechtsdienst

**Beilagen:**

- Beilage 1: Stellungnahme SUISSEDIGITAL zur RTVV-Revision vom 2. Februar 2018
- Beilage 2: Stellungnahme Swisscable (heute SUISSEDIGITAL) zur RTVV-Revision und zur revidierten SRG-Konzession vom 15. August 2014
- Beilage 3: Erläuternder Bericht des BAKOM zur RTVV-Teilrevision vom 12. Juni 2014

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Zürich, 10. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR, Entwurf vom 19. Dezember 2017 – Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum genannten Geschäft, und machen davon gern mit den folgenden Überlegungen und Anträgen Gebrauch.

### **Einleitende Zusammenfassung**

Die Swissfilm Association befürwortet das Prinzip der Zusammenarbeitsvereinbarung, wie sie schon in der geltenden Konzession vorgesehen ist und in der Neufassung der Konzession (Art. 27) fortgeführt werden soll.

Allerdings werden im Begleitbericht zum Entwurf keine Aussagen zur praktischen Konkretisierung des Artikels gemacht. Um so mehr legen wir grossen Wert auf die Substantiierung der vorgeschlagenen Regelungen durch geeignete Vorgaben:

1. Es ist uns ein grosses Anliegen, in Art. 27 Abs.1 ausdrücklich festzuhalten, **was unter audiovisueller Industrie verstanden werden muss**. Es sind dies sowohl die filmtechnischen Betriebe und Produktionsdienstleister als auch die veranstalterunabhängigen schweizerischen Hersteller audiovisueller Produktionen, also **die Produzenten**.
2. Zugleich ist es wichtig, das in Art. 27 Abs.1 erwähnte **Auftragsvolumen zu definieren**. Eine Auslagerung von 40% ist und bleibt unser Ziel.
3. Dafür braucht es (subsidiär) handfeste **Durchsetzungsmöglichkeiten** einschliesslich der Möglichkeit für das UVEK, **auch Quoten** festzulegen (dazu schlagen wir anstelle von Artikel 27 Abs. 2 Satz 2 einen separaten Abs. 3 vor).
4. Die privilegierte Situation der SRG führt unvermeidlich zu **Wettbewerbsverzerrungen**. Die SRG sollte sich deshalb bei Marktangeboten Zurückhaltung auferlegen, um solche Verzerrungen zu vermeiden. Aus Gründen des Wettbewerbsrechts sind diesbezüglich allerdings Zusammenarbeitsvereinbarungen kein geeignetes Instrument. Dazu braucht es regulatorische Vorgaben. Bis eine entsprechende Regelung auf Gesetzesstufe erfolgt, sollte übergangsweise der Konzessionsgeber eine entsprechende **Marktregelung** vorsehen. Wir schlagen dazu einen neuen Abs. 4 zu Art. 27 vor.

5. Auch das neu vorgesehene **Innovationsmanagements** muss die audiovisuelle Industrie berücksichtigen und mit **Auftragsvergaben** einbeziehen; es darf nicht zu erneuter Internalisierung führen (dazu unser Ergänzungsvorschlag zu Artikel 27 Abs. 2 Satz 2).

### **Im Einzelnen:**

Die Swissfilm Association ist der Branchenverband der **Auftrags- und Werbefilmproduzenten** der Schweiz. Mitglieder des Verbandes, der einen grossen Teil der audiovisuellen Produktion in der Schweiz umfasst, sind unter anderem **Auftragnehmer** für verschiedenste Arte und Formate der **Produktion von Filmen, Dokumentationen, Sendungen** und anderem Material.

Kraft ihrer dominanten, wohl marktbeherrschenden Stellung im audiovisuellen Markt ist die SRG naturgemäss ein wichtiger, die gesamte Produktionslandschaft prägender und beeinflussender Auftraggeber. Ihre **Gebührenfinanzierung** und die mit ihrem **Service-Public-Auftrag** verbundenen **Privilegien** stellen die SRG, ihre regionalen Unternehmenseinheiten und die Tochtergesellschaft TPC AG in eine **besondere Verantwortung als Marktteilnehmer und Auftraggeber** audiovisueller Produktionen. Diese Verantwortung sollte in der Konzession ihren Niederschlag finden.

Bereits die bestehende Konzession verpflichtet die SRG zur **Zusammenarbeit mit der veranstalterunabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie** (Art. 17) und insbesondere zur Vergabe eines **angemessenen Anteils von Aufträgen** an diese Branche (Art. 2 Abs. 6 lit. c).

Solche Zusammenarbeitsvereinbarungen bestehen (mit Unterbrechungen) seit 2009. Sie konnten zur Klärung und Regelung gewisser Probleme im Verhältnis zwischen der marktmächtigen, privilegierten SRG und den Unternehmen am Produktionsmarkt beitragen.

Einige sehr zentrale Anliegen der Produzenten sind aber weiterhin unbefriedigend gelöst.

Die Swissfilm Association befürwortet das Prinzip dieser Zusammenarbeitsvereinbarung, wie sie die Neufassung der Konzession in Art. 27 Abs. 1 und 2 fortführt. Ihr ist aber durch geeignete Vorgaben der Konzession zu mehr Substanz zu verhelfen.

### **1. Begriff der veranstalterunabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie**

Die Konzession fasst die audiovisuelle Industrie unter einem Begriff zusammen, der eine vermeintliche Homogenität nahelegt.

Die Praxis der bisherigen Zusammenarbeit hat gezeigt, dass Unternehmen verschiedenen Profils und verschiedener Marktstufen ihre Leistungen in diesem Markt anbieten:

auf der einen Seite bezieht die SRG einzelne Leistungen und Zulieferungen von filmtechnischen Dienstleistern, Ausrüstern und ENG-Equipen. Auf der anderen Seite erteilt sie unabhängigen Produktionsunternehmen umfassende Aufträge für die Entwicklung, Gestaltung und Produktion ganzer Sendungen oder Beiträge, die diese in eigener produktioneller und unternehmerischer Verantwortung herstellen.

Für die Zwecke der Vereinbarung ist es zentral, die Interessen dieser Sparten an der Zusammenarbeit mit der SRG angemessen zu berücksichtigen. Diese Präzisierung ist uns ein wichtiges Anliegen, denn sie wird die Konkretisierung der zukünftigen Zusammenarbeit beeinflussen. Die bestehende Zusammenarbeitsvereinbarung beruht auf diesen beiden Pfeilern. Dies sollte auch in der Konzession zum Ausdruck kommen. Dafür wäre Art. 27 Abs. 1 wie folgt zu formulieren:

**Art. 27 Abs. 1:** *Die SRG vergibt einen angemessenen Anteil von Aufträgen an veranstalterunabhängige schweizerische filmtechnische Betriebe und Produktionsdienstleister sowie an veranstalterunabhängige schweizerische Hersteller audiovisueller Produktionen (zusammenfassend: audiovisuelle Industrie).*

## 2. Vielfalt und Fairness durch vermehrte Auftragsproduktionen

Die Beauftragung unabhängiger Produzenten mit der Entwicklung und Produktion von Programminhalten kann einen wesentlichen Beitrag zur Vielfalt und Ausgewogenheit der Programmgestaltung der SRG – ihrer Kernaufgabe – leisten. Dabei kann es um Spielfilme, Serien und Dokumentationen, aber ebenso um Reportagen, Showformate, Talk-Shows und andere Sendeformate gehen.

Mit dem Einbezug des unabhängigen Produktionsmarkts kann die SRG auf einen grossen Pool an Ideen, Konzepten und Talenten zurückgreifen. Sendeinhalte können im Wettbewerb der Ideen entwickelt und ausgewählt werden. Die Auftragsvergabe an unabhängige, am Markt bewährte Unternehmen trägt zur Effizienz der Produktion bei und entlastet die SRG zugleich von einem Teil ihres Infrastruktur- und Investitionsbedarfs und ihrer unternehmerischen Risiken. Führende öffentlich-rechtliche Sendeunternehmen in Europa – wie etwa die deutschen ARD und ZDF und die britische BBC – arbeiten seit langem erfolgreich in dieser Weise mit unabhängigen Produzenten zusammen.

Beispielhaft ist hierfür die BBC: Sie ist verpflichtet, 25% ihrer Produktionsleistungen an unabhängige Anbieter zu vergeben. Weitere 25% muss sie ausschreiben, wobei sie selbst mitbieten kann. In der Realität führt das zur externen Vergabe von 40-45% des Produktionsvolumens.

Mit einer vermehrten, gezielten Auslagerung solcher Produktionen wird die SRG den Vorgaben der Vielfalt (Art. 4 Abs. 4 und 5. Titel RTVG sowie Art. 3 Abs. 5 und 7 Abs. 3 des Konzessionsentwurfs) gerecht, und wirkt Gefährdungen der Meinungs- und Angebotsvielfalt (Art. 74 RTVG), namentlich zufolge ihrer eigenen, beherrschenden Stellung, entgegen.

Diese Vielfalt durch Auftragsproduktionen kann durch eine Konzessionsvorgabe zu vermehrter Auslagerung und Auftragserteilung gefördert werden.

Für die Produzenten von Sendeinhalten ist es ein wichtiges Anliegen, für die Auslagerung von Produktionen eine Zielgrösse, also ein definiertes und überprüfbares Auftragsvolumen vorzusehen (wie es z.B. für die BBC gilt). Unser Ziel ist eine Auslagerung von 40% des Produktionsaufwands der SRG.

Die Konzession sollte deshalb solche Vorgaben enthalten, namentlich für ein definiertes Auslagerungsvolumen.

### 3. Vorgaben des UVEK

Solche Vorgaben wären primär in der Zusammenarbeitsvereinbarung festzulegen. Damit dies erfolgreich wird, muss subsidiär das UVEK die Kompetenz haben, Vorgaben – einschliesslich definierter Auslagerungsgrössen – zu machen, wie das bereits in anderen Bereichen der Konzession der Fall ist.

Dafür wäre Art. 27 Abs. 2 Satz 2 um eine solche Kompetenz zu ergänzen und sinnvollerweise in einem neuen Abs. 3 zu fassen:

***Art. 27 Abs. 3 (Neu):** Kommt keine Vereinbarung zustande oder werden Vereinbarungsinhalte nicht erfüllt, so kann das UVEK Vorgaben machen zur Berücksichtigung der schweizerischen audiovisuellen Industrie, einschliesslich Quoten.*

### 4. Schutz gegen unfaire Konkurrenz

Wenn die SRG auf der einen Seite privilegiert und gebührenfinanziert die mit Abstand grössten Infrastrukturen für audiovisuelle Produktionen im Lande unterhält und ausbaut, und auf der anderen Seite gehalten ist, unternehmerisch zu agieren und diese Infrastrukturen ggf. auszulasten, ist es praktisch unvermeidlich, dass dies zu Verzerrungen des Wettbewerbs auf den Märkten für solche Produktionsleistungen (z.B. Auftrags-Industriefilme) und technischen Dienstleistungen führt. Die SRG und ihre Tochter TPC müssen sich aus diesem Grund bei Markt-Angeboten Zurückhaltung auferlegen, um solche Verzerrungen zu vermeiden.

Anders als in den Medien-Märkten (Art. 74 RTVG), haben Gesetz- und Konzessionsgeber diesen Auswirkungen bislang zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

Die Zusammenarbeitsvereinbarung als solche ist aus Gründen des Wettbewerbsrechts kein geeignetes Instrument, um die SRG zu solcher Zurückhaltung anzuhalten. Hierfür braucht es klare regulatorische Vorgaben.

Mit der Annahme der Motion Fluri vom 15.12.2016 (Geschäftsnummer 16.4027) haben die eidgenössischen Räte dem Bundesrat den Auftrag erteilt, dieses Anliegen in seine Gesetzgebungsvorhaben aufzunehmen. Zur Begründung führt die Motion aus, dass *die Medienordnung des RTVG der SRG zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen im Medienmarkt bestimmte Beschränkungen in ihrem Marktauftritt auferlegt, indessen bis heute unberücksichtigt geblieben ist, das auch die unabhängige Branche der Auftragsproduktionen und filmtechnischen Dienstleistungen wettbewerbsverzerrender Konkurrenz durch die gebühren- und monopolprivilegierten Infrastrukturen der SRG-Unternehmen ausgesetzt ist.*

Bis der Gesetzgeber die gebotene Regelung auf Gesetzesstufe erlassen kann, ist es am Bundesrat als Konzessionsgeber zu prüfen, inwieweit er für die Übergangszeit ausnahmsweise eine entsprechende Marktregelung vorsehen oder die SRG in anderer geeigneter Weise zur Zurückhaltung anhalten kann.

**Art. 27 Abs. 4 (neu):** *Die SRG und ihre Tochterunternehmen vermeiden bei allfälligen Produktions- und Dienstleistungsangeboten am freien Markt marktverzerrende Auswirkungen. Sie können sich in der Zusammenarbeitsvereinbarung mit der veranstalterunabhängigen schweizerischen audiovisuellen Industrie nach Art 27 Abs. 2 [der Konzession] verpflichten, bestimmte Leistungen nicht oder nur eingeschränkt am Markt anzubieten.*

## 5. Branchen-Zusammenarbeit statt Internalisierung

Die Swissfilm Association unterstützt das Anliegen, die SRG in Art. 11 des Konzessionsentwurfs zu einem hohen *gestalterischen* Innovationsgrad und zu  *kreativer Risikobereitschaft* zu verpflichten. Die Erläuterungen zu dieser Vorschrift im Bericht sind allerdings nicht geeignet, die Befürchtung auszuräumen, der SRG werde einmal mehr ein Freibrief zu Investitionen in technologische Aufrüstung erteilt, welche die Handlungsfreiheit und Marktchancen unabhängiger Akteure bei ihren Investitionen in neue Technologien schmälert. Dass dies so nicht gemeint ist, sollte der Bundesrat bei der Erteilung der Konzession klarstellen. Insbesondere sollte auch dieses Innovationsmanagement zu den Gegenständen der Zusammenarbeitsvereinbarung nach Art. 27 Abs. 2 gehören. Investitionsvorhaben, neue Technologien und Vermittlungskanäle werden am besten durch ein lebendiges Marktgeschehen, nicht im Alleingang eines gebührenfinanzierten Medienunternehmens erschlossen.

*Ergänzungsvorschlag zu **Art. 27 Abs. 2:** Die SRG vergibt einen angemessenen Anteil von Aufträgen, namentlich auch im Rahmen des Innovationsmanagements nach Art. 11 Abs. 2 [...]*

Wir danken Ihnen noch einmal für die Gelegenheit zur Stellungnahme und verbleiben mit besten Grüßen



Swissfilm Association

Peter Beck, Präsident

## **Einschreiben**

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Vorab per E-Mail: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Zürich, 12. April 2018

## **Stellungnahme zum Entwurf einer neuen SRG-Konzession**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrter Herr Direktor  
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns eingeladen, bis zum 12. April 2018 zum Entwurf einer neuen SRG-Konzession (nachfolgend "E-SRG Konzession") Stellung zu nehmen. Als Schweizerischer Verband der Streaming Anbieter danken wir Ihnen für diese Möglichkeit der Meinungsäusserung. Unsere Mitglieder sind als im Sinne von Art. 59 RTVG (und Art. 21 E-SRG-Konzession) gesetzlich verpflichtete Verbreiter der SRG-Programme von der neuen SRG-Konzession direkt betroffen. Entsprechend bitten wir Sie, unsere nachfolgenden Bemerkungen bei der Finalisierung der SRG-Konzession zu berücksichtigen. Die vorliegende Stellungnahme erfolgt innert Frist und bezieht sich ausschliesslich auf Themen, die unsere Mitglieder als Verbreiter von konzessionierten Fernseh- und Radioprogrammen direkt betreffen.

### **1. Art. 21 (Verbreitung über Leitungen) und Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession (SRG-Fernsehprogramme mit zielgruppenspezifischer Werbung)**

Swissstream unterstützt grundsätzlich neue Werbeformen, einschliesslich der zielgruppenspezifischen Werbung. Jedoch ist im vorliegenden Kontext sicherzustellen, dass aus der neuen Konzession klar hervorgeht, dass diesbezüglich keine Verbreitungspflicht besteht.

In Art. 51a neu-RTVV ist richtigerweise vorgesehen, dass für die zielgruppenspezifische Werbung in konzessionierten Fernsehprogrammen für die Betreiber von leitungsgebundenen Verbreitungsinfrastrukturen keine Verbreitungspflicht besteht. Im Titel zu Art. 51a neu-RTVV wird auf Art. 59 Abs. 1 RTVG verwiesen, der unter lit. a auch die Programme der SRG gemäss Art. 17 E-SRG Konzession

umfasst. Art. 51a neu-RTVV gilt dementsprechend für alle konzessionierten Programme, inkl. der SRG-Konzessionsprogramme.

Neu wird in Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession die Möglichkeit vorgesehen, dass die SRG Fernsehprogramme gemäss Art. 17 Abs. 1 und Abs. 3 E-SRG Konzession mit inkludierter zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen darf. Gleichzeitig räumt Art. 21 E-SRG Konzession der SRG den Anspruch auf leitungsgebundene Verbreitung ihrer Fernsehprogramme nach Art. 17 Abs. 1 E-SRG Konzession ein. Diese Verbindung stiftet mit Blick auf Art. 51a neu-RTVV Verwirrung: Es ist nicht klar und klärt sich auch nicht anhand des erläuternden Berichts, wie Art. 21 E-SRG Konzession und Art. 51a neu-RTVV zueinander stehen. Im erläuternden Bericht ist auf S. 11 lediglich festgehalten, dass gemäss Art. 21 E-SRG Konzession die Netzbetreiber in ihrem Versorgungsgebiet "die Programme der SRG im Rahmen der Konzession" zu verbreiten haben. Diese Konzessionsbestimmung entspreche bisherigem Konzessionsrecht. Das ist zu ungenau.

Art. 21 i.V.m. Art. 17 Abs. 5 E-SRG Konzession widerspricht – gewollt oder ungewollt sei dahingestellt – Art. 51a neu-RTVV: Wie einleitend dargestellt, gilt der in Art. 51a neu-RTVV normierte Ausschluss einer Verbreitungsverpflichtung zielgruppenspezifischer Werbung selbstverständlich nicht nur für die privaten konzessionierten Programmveranstalter, sondern auch für die SRG und deren Konzessionsprogramme. Auch hier gilt, dass die mit der gesetzlichen Verbreitungspflicht grundsätzlich zu gewährleistende Signalintegralität (vgl. Art. 45 Abs. 1 RTVV) bei zielgruppenspezifischer Werbung in Konzessionsprogrammen unseren Mitgliedern nicht entgegengehalten werden kann. Entsprechend ist Art. 21 E-SRG Konzession zu präzisieren und die fehlende Verbreitungspflicht für zielgruppenspezifische Werbung auch in dieser Konzessionsbestimmung ausdrücklich festzuhalten.

#### **Forderung Swisstream:**

**Art. 21 E-SRG Konzession (Verbreitung über Leitungen) ist mit dem folgenden Abs. 2 zu ergänzen:**

"<sup>2</sup> Der Anspruch auf leitungsgebundene Verbreitung nach Abs. 1 bezieht sich nicht auf zielgruppenspezifische Werbung gemäss Art. 17 Abs. 5."

## **2. Art. 18 Abs. 1 lit. c E-SRG Konzession (HbbTV)**

### **2.1. Keine Verbreitungspflicht gemäss Art. 21 E-SRG Konzession**

Wir nehmen zur Kenntnis, dass der Leistungsauftrag der SRG mit der angepassten Konzession im Bereich "übriges publizistisches Angebot" auf einen HbbTV-Dienst ausgedehnt werden soll. Solange damit der seit 2013 bestehende, auf einer Sonderermächtigung basierende Zustand in die neue SRG-Konzession übernommen wird, ist die Frage, ob die SRG diesen Dienst zur Erfüllung ihres Leistungsauftrags braucht oder nicht, eine medienpolitische. Eine Verbreitungspflicht für diesen HbbTV besteht nach geltendem Recht weder generell noch als sogenannter gekoppelter Dienst i.S.v. Art. 46 RTVV.

Anhand der Aufzählung des übrigen publizistischen Angebots in Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession stellen wir mit Zustimmung fest, dass ein HbbTV-Dienst weder mit Teletext-Diensten noch mit programmassoziierten Informationen gleichgesetzt wird. Entsprechend kann man sich bei unveränderter Weitergeltung von Art. 46 RTVV nicht auf den Standpunkt stellen, HbbTV liesse sich bei

weiter Auslegung unter einen verbreitungspflichtigen gekoppelten Dienst nach Art. 46 Abs. 1 RTVV subsumieren. Dass der Bundesrat unsere Auffassung zu Recht teilt, ergibt sich aus seinen Erläuterungen zu Art. 21 E-SRG Konzession, wonach diese Konzessionsbestimmung geltendem Recht entspreche. Nach heutigem Konzessionsrecht ist der HbbTV-Dienst der SRG nicht nach Art. 46 RTVV mit dem Fernsehprogramm leitungsgebunden zu verbreiten.

Dass der in Art. 21 E-SRG Konzession normierte Anspruch der SRG auf leitungsgebundene Verbreitung seiner Fernsehprogramme i.S.v. Art. 17 Abs. 1 den HbbTV-Dienst nicht erfasst, ist schon deshalb richtig und konsequent, weil ein HbbTV-Dienst mit Verbreitungsanspruch bei der letzten RTVV-Revision im Jahr 2014 aufgrund überwiegend negativer Rückmeldungen *ad acta* gelegt worden ist (vgl. unsere damalige Stellungnahme in [Beilage 1](#)). Es wäre stossend und unverständlich, wenn nun über eine Revision der SRG-Konzession der gleiche Vorschlag noch einmal vorgebracht worden wäre.

Grundsätzlich erachten wir die vorgeschlagenen Konzessionsbestimmungen (Art. 21 i.V.m. Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession) in dieser Hinsicht als klar. Wir erlauben uns aufgrund des zunehmend unübersichtlich werdenden Geflechts aus Art. 59 RTVG, Art. 45 Abs. 1 RTVV (Signalintegralität), Art. 46 RTVV (gekoppelte Dienste) und teilweise sich inhaltlich überschneidenden Konzessionsbestimmungen (Art. 18 und Art. 21 E-SRG Konzession) sowie aufgrund der bekannten gegenläufigen Forderungen der SRG sicherheitshalber aber dennoch die folgenden Kommentare zur leitungsgebundenen Verbreitung eines HbbTV-Dienstes, die es im Hinblick auf den Entwurf eines Mediengesetzes im Kopf zu behalten gilt:

Wir vertreten weiterhin die Meinung, dass eine Verpflichtung zur Übertragung des HbbTV-Dienstes in erheblicher Weise in die Grundrechte unserer Mitglieder – insbesondere in die Eigentums- und Wirtschaftsfreiheit – eingreifen würde. Dass ein solcher Eingriff einer gesetzlichen Grundlage (Gesetz im formellen Sinn) bedarf, die über Art. 59 Abs. 6 RTVG hinausgeht und mit Art. 2 lit. i RTVG harmonieren müsste, und dass eine Bundesratskonzession diesen Anspruch nicht erfüllt, versteht sich von selbst. Eine dies missachtende Konzessionsbestimmung und deren hoheitliche Durchsetzung würde auch einer (durch unsere Mitglieder fraglos folgenden) akzessorischen Normenkontrolle nicht standhalten.

#### **Position und Forderung Swisstream:**

Wir unterstützen den Vorschlag, dass "übrige publizistische Angebote" gemäss Art. 18 Abs. 1 E-SRG Konzession (mit Ausnahme des Teletexts) nicht dem Verbreitungsanspruch nach Art. 21 E-SRG-Konzession unterliegen und weiterhin nicht als "gekoppelte Dienste" im Sinn von Art. 46 Abs. 1 RTVV gelten.

#### **2.2. HbbTV ist kein moderner Teletext (und deshalb in Art. 18 E-SRG Konzession zu Recht separat aufgeführt)**

HbbTV ist ein Standard, welcher die Anzeige von über das lineare Fernsehsignal hinausgehenden Inhalten auf dem Fernsehgerät ermöglicht. Es handelt sich dabei um einen Online-Dienst, dessen Verbindung zum Fernsehprogramm nur darin besteht, dass die entsprechenden Inhalte auf dem Fernsehgerät angezeigt werden können.

Diese Inhalte reichen von einem durch Videos und Bilder angereicherten "Teletext", über eigentliche Informations- und Interaktionsplattformen ähnlich denen, welche von Verlagen heute in Zusammenhang mit ihren Printmedien betrieben werden, bis hin zu Video-on-Demand-Plattformen oder gar Online-Shops. Dies geht weit über einen herkömmlichen Teletext-Dienst hinaus. Das ist dem Bundesrat bekannt, bezeichnete das BAKOM doch im erläuternden Bericht zum RTVV-Änderungsvorhaben 2014 den HbbTV-Dienst als "hybriden Fernsehdienst" (vgl. dazu Beilage 2).

Dieser Dienst bzw. die Inhalte dieses Dienstes werden mit dem Fernsehsignal im sog. Signal-Carousel übertragen, damit auch Fernsehgeräte ohne Internetverbindung diese anzeigen können. Dem Programmveranstalter ist es freigestellt, welche Inhalte er im Carousel mit seinem Signal mit-sendet; dies kann von kleinen Datenpaketen bis zu mehreren Megabit/Sekunde (wenn z.B. weitere Videos mitübertragen werden) reichen. Es geht nicht an, dass bei einer solchen Konstellation gleichzeitig eine Verbreitungspflicht für das Signal-Carousel besteht, wie dies der Bundesrat anlässlich der RTVV-Revision 2014 einmal vorgeschlagen hat.

Es ist damit erneut (das BAKOM behauptete anlässlich der RTVV-Revision 2014 ähnlich Unzutreffendes) falsch, wenn im aktuellen erläuternden Bericht auf S. 10 davon gesprochen wird, bei HbbTV handle es sich um den "modernen Nachfolgedienst für den veralteten Teletext".

### **2.3. HbbTV ist kein gekoppelter Dienst (und deshalb Art. 46 RTVV zu Recht nicht Gegenstand der laufenden RTVV-Revision)**

Wir gehen nicht davon aus, dass es dem Bundesrat mit Art. 18 Abs. 1 lit. c E-SRG Konzession darum geht, der SRG zu erlauben, auch diejenigen Zuschauer mit ihrem auf der Basis von HbbTV umgesetzten Online-Angebot zu erreichen, welche ihr Fernsehgerät nicht mit dem Internet verbunden haben. Entsprechende Ansinnen lehnen wir kategorisch ab. Leitungsgebundene Programmverbreiter können auf Verordnungsstufe nicht gezwungen werden, die für HbbTV aufbereiteten Online-Inhalte der SRG zusammen mit dem Fernsehsignal zu verbreiten (es ist bekannt, dass die SRG aktiv bestrebt ist, möglichst viele Inhalte im Carousel zu übertragen, um sich danach auf einen gekoppelten Dienst oder auf die Wahrung der Signalintegralität zu berufen).

Es ist auch hier festzuhalten, dass es sich bei HbbTV gerade nicht um einen gekoppelten Dienst im Sinne des RTVG und der RTVV handelt. Art. 2 lit. i RTVG definiert den gekoppelten Dienst als fernmeldetechnische[n] Dienst, der mit einem Programm eine funktionale Einheit bildet oder zur Nutzung des Programms notwendig ist. Die Botschaft zum RTVG (BBI 2003 1569 ff., 1635 und 1717) stellt klar, wie dies zu verstehen ist:

*"Darunter fallen allerdings nicht alle Zusatzangebote, die irgendeinen Bezug zum Programm aufweisen und dem Publikum allenfalls einen Mehrwert bringen. Notwendig ist vielmehr, dass es sich um fernmeldetechnische Dienste handelt, die mit einem Programm eine funktionale Einheit bilden und zur Nutzung des Programms notwendig sind (Art. 2 Bst. i RTVG), d.h. ohne deren Verfügbarkeit das Programm nicht oder nicht sinnvoll genutzt werden kann."*

Es ist damit offensichtlich, dass es sich bei einem HbbTV-Dienst nicht um einen gekoppelten Dienst im Sinne von Art. 2 lit. i RTVG handelt und dass dieser deshalb vom Bundesrat auch nicht gestützt auf Art. 59 Abs. 6 RTVG als solcher auf Verordnungsstufe bestimmt werden kann: Vorliegend geht es um die Übertragung eines Teils des für Fernsehgeräte aufbereiteten Online-Angebots der SRG im zu verbreitenden Programmsignal. Dass diese Inhalte für die Nutzung des Programms in keiner

Weise nötig sind, versteht sich von selbst. Es geht schliesslich um weit mehr als um Dienste für Sinnesbehinderte, Tonkanäle oder ähnliches, nämlich im Wesentlichen um zusätzliche, kommerzialisierbare Inhalte.

HbbTV und das eigentliche Programmsignal bilden keine funktionale Einheit. Zum ergebnismässig gleichen Schluss kam auch 2015 bereits die deutsche Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten (ZAK)<sup>1</sup>. Wir haben das bereits in unserer Stellungnahme zur RTVV-Revision 2014 ausgeführt (Beilage 1) und verweisen weiter auf den damaligen erläuternden Bericht (Beilage 2). Damals führte das BAKOM den HbbTV-Dienst beschreibend aus, es handle sich um "ergänzende, nichtlineare Inhalte, zusätzliche Videokanäle oder Eigenproduktionen aus dem eigenen Archiv" (S. 1 Abs. 2). Die funktionale Einheit ergibt sich nicht daraus, dass ein Programmveranstalter dem Programmsignal irgendwelche nicht direkt mit dem Programm in Zusammenhang stehende Daten faktisch beimischt; andernfalls würden alle dem Programmsignal beigemischten weiteren Dienste automatisch und ausufernd unter die gesetzliche Definition des gekoppelten Dienstes fallen, was in Anbetracht der klaren Abgrenzung in der Botschaft gerade nicht das Ziel des Gesetzgebers war.

Eine Konzession, welche HbbTV in Verletzung der Definition in Art. 2 lit. i RTVG auf die Ebene des gekoppelten Dienstes zu heben versucht, wäre bundesrechtswidrig und würde einer akzessorischen Normenkontrolle nicht standhalten.

\*\*\*\*\*

Wir danken Ihnen im Voraus, dass Sie unsere Argumente in die weitere Bearbeitung der fraglichen Konzessionsbestimmungen einbeziehen und unsere Anträge berücksichtigen. Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

**Swisstream (Schweizerischer Verband der Streaming Anbieter)**



Alexander Schmid  
Geschäftsführer

Beilagen:

- Stellungnahme zur RTVV-Revision 2014 (Beilage 1)
- Erläuternder Bericht zur RTVV-Revision 2014 (Beilage 2)

---

<sup>1</sup> «In einem Beschwerdeverfahren hatte die ZAK entschieden, dass das sog. HbbTV-Signal nicht als Teil des Programmsignals anzusehen ist und von einem Plattformanbieter daher nicht mit übertragen werden muss. [...] Nach Einschätzung der ZAK gehört das HbbTV-Signal weder technisch noch inhaltlich zum Transportstrom des Rundfunksignals. Der Begriff „Programm“ in § 52a Abs. 3 Satz 1 RStV umfasst nur das Rundfunkprogramm selbst, also Bild und Ton, nicht aber weitere, das Programm lediglich begleitende Dienste.»; <https://www.die-medienanstalten.de/service/pressemitteilungen/meldung/news/zak-pressemitteilung-062015-zak-trifft-grundlegende-entscheidungen-zur-plattformregulierung-1/>

**Bundesamt für Kommunikation BAKOM**

Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel

Bern, 22. März 2018

**Stellungnahme des Verbands der Schweizer Regionalfernsehen TELESUISSE  
zur neuen Konzession der SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie haben uns mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 den Entwurf für eine neue SRG-Konzession zugestellt und uns zur Teilnahme am Vernehmlassungsverfahren eingeladen. Für diese Gelegenheit zur Stellungnahme danken wir Ihnen bestens.

Auch wenn es sich beim vorliegenden Entwurf wie häufig gehört um eine „Übergangskonzession“ handelt, muss die Erteilung der neuen SRG-Konzession aus der Sicht von TELESUISSE in den Kontext der aktuellen medienpolitischen Diskussion gesetzt werden. Die hitzige und emotionale Debatte rund um die No Billag-Initiative hat aufgezeigt, dass bezüglich der Definition der Rolle und des Umfangs der SRG grosser Handlungsbedarf besteht. Der während dem Abstimmungskampf von vielen Seiten geäusserten Kritik an der kontinuierlichen Ausbreitung der öffentlich-rechtlichen Sender muss aus Sicht von TELESUISSE auch bei der Erteilung der neuen SRG-Konzession Rechnung getragen werden.

**Eine klare Trennung zwischen regionalem und sprachregionalem Service Public sowie im Sport- und Unterhaltungsbereich die konsequente Anwendung des Subsidiaritätsprinzips zu Gunsten der privaten Anbieter stehen für TELESUISSE im Vordergrund. Überall dort, wo entsprechende Angebote von privaten Anbietern ebenfalls erbracht werden können, soll die SRG auf eine Konkurrenzierung der privaten Anbieter verzichten.**

Mit der neuen Konzession dürfen im Hinblick auf die medienpolitische Debatte über das geplante Gesetz über elektronische Medien (GeM) keine Präjudizien geschaffen werden. Die zu erneuernde Konzession ist bis zum Inkrafttreten des neuen Gesetzes zu befristen. So oder so und für den Fall, dass das neue Gesetz nicht oder nicht innert der geplanten Zeit realisiert werden kann, ist die neue Konzession **auf maximal 4 Jahre zu befristen.**

Im Detail nimmt TELESUISSE in numerischer Reihenfolge Stellung zu den aus Sicht des Verbandes relevanten Artikeln:

### Artikel 9 / Unterhaltung

TELESUISSE fordert in Absatz 2 dieses Artikels eine Ergänzung, welche die von allen Seiten gewünschte substantielle Unterscheidung des SRG-Angebots gegenüber demjenigen der kommerziellen Anbieter konkretisiert und auf den Punkt bringt.

Abs. 2 / Entwurf	Abs. 2 / neu
<p>2 Das Angebot unterscheidet sich in seiner Gesamtheit substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter, insbesondere hinsichtlich der Berücksichtigung verschiedener Genres, der Qualität des Angebots sowie des Anteils an Eigenentwicklungen und Produktionen. Es zeichnet sich dank einer höheren Risikobereitschaft durch ein besonderes Mass an Kreativität und Innovation aus.</p>	<p>2 Das Angebot unterscheidet sich in seiner Gesamtheit substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter, insbesondere hinsichtlich der Berücksichtigung verschiedener Genres, der Qualität des Angebots sowie des Anteils an Eigenentwicklungen und Produktionen. Es zeichnet sich dank einer höheren Risikobereitschaft durch ein besonderes Mass an Kreativität und Innovation aus. <b><i>Dabei soll sich das Angebot in seinen Inhalten und seiner Darbietung in jedem Fall am eigentlichen Kern des Leistungsauftrages orientieren. Es beschränkt sich auf Inhalte, welche von privaten Anbietern nicht oder nicht in ausreichender Menge erbracht werden können.</i></b></p>

### Art. 10 / Sport

TELESUISSE fordert (auch) im Sport-Bereich eine Ergänzung des Entwurfs um einen Abschnitt, welcher die Position der SRG gegenüber den kommerziellen Anbietern besser und klarer regelt. Bei Sportereignissen ohne Schweizer Beteiligung soll die SRG darauf verzichten, abschlussfähige Angebote von privaten Mitbewerbern zu überbieten.

Abs. 4 / Entwurf	Abs. 4 / neu
<p>4 -</p>	<p><b><i>4 Bei Sportereignissen ohne Schweizer Beteiligung verzichtet die SRG darauf, private Mitbewerber beim Rechteerwerb zu konkurrenzieren.</i></b></p>

## Art. 16 / Radioprogramme

Wie im Fernsehbereich setzt sich TELESUISSE aus grundsätzlichen Überlegungen auch beim Radio dafür ein, dass zwischen national-sprachregionalen und regionalen Leistungsaufträgen eine klare Trennung erfolgt. In diesem Sinne soll bei der SRG auf die Produktion von regionalen Sendungen (Regionaljournale) verzichtet werden. Der entsprechende Abschnitt in Abs. 1 ist ersatzlos zu streichen. Regionale Informationsangebote werden von privaten Anbietern in grosser Menge und guter Qualität produziert. Dies gilt auch für zusätzliche Spartenprogramme (Jugendprogramm, volkstümliches Programm, diverse Musikprogramme). Die SRG hat dafür zu sorgen, dass entsprechende Sparten, insbesondere die volkstümliche Musikkultur, in den bestehenden Gefässen in ausreichender Menge berücksichtigt werden.

Abs. 1 / Entwurf	Abs. 1 / neu
1 Die SRG veranstaltet die folgenden Radioprogramme:	1 Die SRG veranstaltet die folgenden Radioprogramme:
a. für die deutsche, die französische und die italienische Sprachregion je drei Programme, von denen: 1. das erste sich als Basisprogramm an ein breites Publikum richtet und den Schwerpunkt auf Information, gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt; in diesen Programmen können mit Genehmigung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) zeitlich begrenzte regionale Informationssendungen (Regionaljournale) ohne Sponsoring verbreitet werden., 2. das zweite vorwiegend der klassischen und modernen Kunst und Kultur sowie der Hintergrundinformation gewidmet ist, 3. das dritte sich an die Zielgruppe junger Erwachsener richtet und den Schwerpunkt auf populäre Kultur, gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt;	a. für die deutsche, die französische und die italienische Sprachregion je drei Programme, von denen: 1. das erste sich als Basisprogramm an ein breites Publikum richtet und den Schwerpunkt auf Information, gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt. 2. das zweite vorwiegend der klassischen und modernen Kunst und Kultur sowie der Hintergrundinformation gewidmet ist. 3. das dritte sich an die Zielgruppe junger Erwachsener richtet und den Schwerpunkt auf populäre Kultur, gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt;
b. für die deutsche und die französische Sprachregion je ein Programm, das der volkstümlichen Musikkultur, insbesondere der volkstümlichen Musikkultur der Sprachregion, einen breiten Platz einräumt, die Produktionen einheimischer Kulturschaffender besonders berücksichtigt und mindestens aktuelle Informationsbeiträge verbreitet;	- (ersatzlose Streichung)
c. für die rätoromanische Sprachregion ein Programm, das der rätoromanischen Kultur einen breiten Platz einräumt sowie aktuelle Informationsleistungen verbreitet;	<b>b.</b> für die rätoromanische Sprachregion ein Programm, das der rätoromanischen Kultur einen breiten Platz einräumt sowie aktuelle Informationsleistungen verbreitet;

d. für die deutschsprachige Schweiz ein Jugendprogramm, das den Schweizer Nachwuchskünstlerinnen und -künstlern einen breiten Platz einräumt und aktuelle Informationsleistungen verbreitet;	- (ersatzlose Streichung)
e. für die deutsche Sprachregion ein Programm mit aktuellen und vertiefenden Informationsleistungen.	c. für die deutsche Sprachregion ein Programm mit aktuellen und vertiefenden Informationsleistungen.
f. für alle Sprachregionen drei Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop mit je einem Anteil an Schweizer Musik, der gemäss Selbstverpflichtung der SRG vom Oktober 2017 mindestens 50 Prozent beträgt.	- (ersatzlose Streichung)

### Artikel 17 / Fernsehprogramme

Bei einer Mehrzahl der im Rahmen der No-Billag-Debatte diskutierten Zukunftsmodelle steht die Beschränkung oder die Verkleinerung der SRG im Fokus. TELESUISSE setzt sich in diesem Kontext sowohl für entsprechende Einschränkungen bei den Verbreitungskanälen als auch im Werbebereich ein. Völlig unangebracht sind für TELESUISSE die vorliegenden Vorstösse, welche eine weitere Ausbreitung der SRG mit sich bringen würden (zusätzlicher Internet-Kanal, zielgruppenspezifische Werbung). Die SRG soll dem Verfassungsauftrag entsprechend ein Anbieter von Radio- und TV-Programmen bleiben, welche vektorunabhängig aufbereitet und verbreitet werden dürfen.

Auf dem Weg zu einer massvollen Einschränkung der SRG besteht aus Sicht von TELESUISSE Handlungsbedarf unter anderem in der italienischen Sprachregion: Zwei Programme für eine Region mit rund 330'000 Einwohnerinnen und Einwohnern sind nicht mehr tragbar und sorgen im Vergleich mit den anderen Sprachregionen für ein offensichtliches „Überangebot“. Für TELESUISSE ist es deshalb angebracht, die Reduktion von zwei auf ein Programm in der italienischen Schweiz nicht als Option, sondern als verbindliche Regelung in die Konzession aufzunehmen. Abs. 1 ist entsprechend anzupassen, Abs. 2 kann ersatzlos gestrichen werden.

SRF Info (Abs. 3) soll ersatzlos gestrichen werden. In der Welt des zeitversetzten TV-Konsums braucht es einen solchen Wiederholungskanal nicht (mehr).

Die Absätze 4 (zusätzlicher Internetkanal) und 5 (zielgruppenspezifische Werbung) sind ebenfalls ersatzlos zu streichen.

Neu soll ein Absatz 2 ergänzt werden, der der SRG zusätzliche Einschränkungen im Werbebereich auferlegt. TELESUISSE ist der Ansicht, dass aus ordnungspolitischen Gründen über ein komplettes Werbeverbot für die Sender der SRG nachgedacht werden kann. Im Minimum soll der SRG ein Werbeverbot ab 19.30 Uhr auferlegt werden.

Die entsprechenden Einschränkungen dienen der substanziellen Unterscheidung der SRG-Angebote gegenüber denjenigen kommerzieller Anbieter. Die erzielten Effekte kommen sowohl den Nutzern (keine Berieselung mit Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk während der Primetime) als auch den kommerziellen privaten Anbietern (keine durch Gebühren subventionierte Konkurrenz während der Primetime und damit mehr Entfaltungsmöglichkeiten) zu gute. Der Verlust von Werbegeldern in der Höhe von ca. 150 – 200 Millionen Franken pro Jahr kann und muss von der (entschlackten) SRG aufgefangen werden können.

Art. 17 / Entwurf	Art. 17 / neu
<p>1 Die SRG veranstaltet für die deutsche, die französische und die italienische Sprachregion je zwei Programme. Diese Programme enthalten auch Sendungen in rätoromanischer Sprache. 2 Die SRG kann auf die Veranstaltung eines der beiden Programme für die italienische Sprachregion verzichten, sofern das multimediale Angebot nach Artikel 18 Absatz 3 bereitgestellt ist. 3 Sie kann ein deutschsprachiges Fernsehprogramm veranstalten, das aus Informationssendungen und –beiträgen besteht, die zuvor in den Programmen nach Absatz 1 ausgestrahlt worden sind. Sie kann Sendungen über Ereignisse von nationaler Bedeutung auch originär ausstrahlen. 4 Sie kann für jede Sprachregion ein Fernsehprogramm mit laufend aktualisierten Informationen und Programmhinweisen ohne Werbung und Sponsoring über Internet verbreiten. 5 Sie kann Fernsehprogramme nach den Absätzen 1 und 3 mit zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen. Sie informiert das BAKOM vorab über die organisatorische und technische Umsetzung dieser Werbeform.</p>	<p>1 Die SRG veranstaltet für die deutsche, die französische <b>Sprachregion je zwei Programme und für</b> die italienische Sprachregion <b>ein Programm</b>. Diese Programme enthalten auch Sendungen in rätoromanischer Sprache. <b>2 Der SRG ist in ihren Programmen die Ausstrahlung von Werbung ab 19.30 Uhr bis 00.00 Uhr untersagt.</b></p>

### Artikel 18 / Übriges publizistisches Angebot

Die SRG soll dem Verfassungsauftrag entsprechend ein Anbieter von Radio- und TV-Programmen bleiben. Die in diesen Programmen verbreiteten Inhalte sollen von der SRG vektorunabhängig verbreitet und bei Bedarf neu konfektioniert und vektorgerecht neu aufbereitet werden dürfen. Zusätzliche Online-only-Inhalte hingegen widersprechen den verfassungsrechtlichen Grundlagen und würden zu einer zusätzlichen Konkurrenzierung von privaten kommerziellen Anbietern führen. Punkt a in Abs. 2 ist deshalb entsprechend zu präzisieren.

Abs. 2 / Entwurf	Abs. 2 / neu
<p>a. Schwerpunkte der Online-Angebote bilden Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte.</p>	<p>a. Schwerpunkte der Online-Angebote bilden Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte, <b>die bereits auf den originären Radio- und TV-Kanälen der SRG verbreitet wurden. Die entsprechenden Inhalte dürfen bei Bedarf neu konfektioniert und vektorgerecht aufbereitet werden.</b></p>

### Artikel 21 / Verbreitung über Leitungen

Der Argumentation unter Artikel 16 (Verbot der Regionaljournale) folgend, ist auch auf die technische Verbreitung von regionalen Programmsplits zu verzichten. Der entsprechende Abschnitt c kann ersatzlos gestrichen werden.

### Artikel 22 / Verbreitung über Internet

Der Argumentation unter Artikel 18 folgend (übriges publizistisches Angebot) ist auch Artikel 22, Punkt b entsprechend anzupassen.

Art. 22 / Entwurf	Art. 22 / neu
b. originäre Beiträge über politische, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse von sprachregionaler oder nationaler Bedeutung.	b. <b>Angebote nach den Artikeln 16 und 17 ganz oder teilweise; bei Bedarf neu konfektioniert und vektorgerecht aufbereitet.</b>

### Artikel 23 / Zugang zu Sendungen

Um die mit Gebühren finanzierten Inhalte einem möglichst grossen Teil des Publikums zugänglich zu machen, sollen archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen der SRG zusätzlich zur privaten und wissenschaftlichen Nutzung auch andern privaten Medienunternehmen und insbesondere den Veranstaltern mit Leistungsauftrag kostenlos zugänglich gemacht werden. Abs. 2 von Artikel 23 ist entsprechend zu ergänzen.

Art. 23, Abs. 2 / Entwurf	Art. 23, Abs. 2 / neu
2 Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung ist kostenlos. Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.	2 Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung <b>sowie für die Nutzung durch andere privaten Medienunternehmen</b> ist kostenlos. Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.

### Artikel 27 / Zusammenarbeit mit der audiovisuellen Industrie

Die Formulierung eines „angemessenen“ Anteils ist derart offen, dass sie inhaltlich keinen Wert besitzt. Der SRG sollte es möglich sein, einen „überwiegenden“ Anteil der Aufträge an die schweizerische audiovisuelle Industrie zu vergeben. Abs. 2 von Artikel 27 ist entsprechend anzupassen.

Art. 27, Abs. 1 / Entwurf	Art. 27, Abs. 1 / neu
1 Die SRG vergibt einen angemessenen Anteil von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie.	1 Die SRG vergibt einen <b>überwiegenden</b> Anteil von Aufträgen an die veranstalterunabhängige schweizerische audiovisuelle Industrie.

Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme und die Berücksichtigung der Anliegen von TELESUISSE. Für allfällige Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

**TELESUISSE, Verband der Schweizer Regionalfernsehen**



André Moesch  
Präsident



Marc Friedli  
Geschäftsführer

Staatskanzlei, Regierungsgebäude, 8510 Frauenfeld

Eidgenössisches  
Departement für Umwelt, Verkehr, Energie  
und Kommunikation UVEK  
Frau Doris Leuthard  
Bundesrätin  
3003 Bern

Frauenfeld, 10. April 2018

365

## **Konzession für die SRG SSR**

### **Vernehmlassung**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Wir danken Ihnen für die uns mit Schreiben vom 19. Dezember eingeräumte Möglichkeit zur Vernehmlassung in der eingangs erwähnten Sache. Grundsätzlich sind wir einverstanden mit dem Konzessionsentwurf, die Diskussion über den Umfang des Angebots der SRG muss jedoch noch geführt werden.

#### **I. Allgemeine Bemerkungen**

Die heutige Konzession für die SRG SSR vom 28. November 2007 galt ursprünglich bis zum 31. Dezember 2017. Der Bundesrat hat die Dauer um ein Jahr bis zum 31. Dezember 2018 verlängert. Die vorgeschlagene Konzession soll vom 1. Januar 2019 bis zur Ablösung durch eine Konzession gelten, die ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird. Die zur Vernehmlassung stehende Konzession hat somit Übergangscharakter. Nicht nur, aber auch aus diesem Blickwinkel ist der Konzession im Grundsatz zuzustimmen.

Die Versorgung der Bevölkerung mit fundierten Informationen im Rahmen eines umfassenden und flächendeckenden Service public im Bereich der elektronischen Medien ist für den Regierungsrat von besonderer Bedeutung. Er setzt sich für den Weiterbestand dieses Service public ein, wie es auch das Schweizer Stimmvolk mit seinem deutlichen Nein zur No-Billag-Initiative anlässlich der Abstimmung vom 4. März 2018 getan hat. Er ist sich der Bedeutung der SRG-Programme sowie der gebührenfinanzierten regionalen Radio- und Fernsehsender insbesondere für die ländlichen Gebiete der Schweiz bewusst. Durch die zunehmende Ausdünnung der Printmedienlandschaft werden die er-

2/4

währten Regionalsender vorab in nichtstädtischen Gebieten für die mediale Grundversorgung sowie als Zweitstimme immer wichtiger.

Zu begrüßen ist, dass in der neuen Konzession der Programmauftrag genauer ausgeführt und der Service Public, den die SRG erbringen muss, präzisiert wird. Das betrifft die Bereiche Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport. Diese werden neu umfassender und klarer definiert. Der Abschnitt über die Unterhaltung beispielsweise bestand in der bisherigen Konzession nur aus einem Wort, neu heisst es, dass die Unterhaltung hohen ethischen Anforderungen zu genügen und dass sich ihr Angebot substantiell von demjenigen privater Anbieter zu unterscheiden habe. Ausführlicher wird auch der Informationsauftrag formuliert. Die Berichterstattung hat nicht nur vielfältig, umfassend und sachgerecht zu sein, sie soll insbesondere die Zusammenhänge aufzeigen und erklären.

Positiv bewerten wir ausserdem, dass die SRG explizit verpflichtet werden soll, ihre Angebote für junge Menschen, für Menschen mit Sinnesbehinderungen und für Menschen mit Migrationshintergrund auszubauen sowie die anderen Sprachregionen vermehrt in den Programmen zu berücksichtigen.

Unter dem Abschnitt „Programme und übriges publizistisches Angebot“ werden alle bisherigen Radio- und Fernsehkanäle der SRG festgeschrieben. Am 4. März ist zwar die No-Billag-Initiative klar abgelehnt worden, dennoch hat die äusserst heftig geführte Diskussion über die Vorlage deutlich gemacht, dass der Umfang der SRG-Angebote zur Disposition gestellt werden muss. Darauf nimmt die vorliegende Vernehmlassungsvorlage jedoch keinen Bezug. Vor dem Hintergrund, dass die neue Konzession lediglich provisorischen Charakter hat und bis längstens 2022 Gültigkeit haben soll, kann dieser Mangel in Kauf genommen werden. Bei der Diskussion um das neue Mediengesetz muss der Umfang des SRG-Angebots jedoch zwingend zum Thema werden.

## **II. Bemerkungen zu einzelnen Artikeln**

### **1. Abschnitt: Allgemeines**

#### **Artikel 3 Abs. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot**

Mit der Formulierung „Es (das Programm der SRG) orientiert sich am Gemeinwohl und bietet dem Publikum eine verlässliche Orientierung in Staat und Gesellschaft. Es beruht auf den Grundwerten einer demokratischen Gesellschaft (...) und respektiert die Menschenwürde des Individuums“ sind neu die wichtigsten Grundwerte aufgelistet, was zu begrüßen ist.

3/4

## **Artikel 5 Dialog mit der Öffentlichkeit**

Artikel 5 verpflichtet die SRG zu einem verbesserten Dialog mit der Öffentlichkeit. Es soll ein permanenter Dialog mit der Bevölkerung stattfinden, und die SRG muss die Öffentlichkeit alle zwei Jahre über ihre Unternehmens- und Angebotsstrategie informieren. Im Sinne der Transparenz wird dieser Dialog als positiv gewertet.

## **2. Abschnitt: Die einzelnen Bereiche des publizistischen Angebots**

### **Artikel 6 bis 10**

Die Bereiche des publizistischen Angebots (Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport) werden neu viel umfassender umschrieben, der gesetzlich verankerte Programmauftrag wird weiter konkretisiert. Das ist deshalb zu begrüßen, weil dadurch zum einen klarer wird, was die Aufgaben der SRG sind und wie sie diese zu bewältigen beabsichtigt und zum anderen formuliert wird, wie sich das Programm - gerade auch im Bereich der Unterhaltung - von privaten Angeboten zu unterscheiden hat.

## **4. Abschnitt: Programme und übriges publizistisches Angebot**

### **Artikel 16 bis 19**

In diesem Abschnitt wird festgehalten, welche Radio- und Fernsehprogramme und welches weitere publizistisches Angebot die SRG in allen Sprachregionen anbieten soll. Dazu schreibt die NZZ in ihrer Ausgabe vom 20. Dezember 2017: „Wer sich eine kleinere SRG wünscht, wird vom Vorschlag des Bundesrates nicht begeistert sein. Denn die Landesregierung will am bisherigen Leistungsumfang des öffentlichen Rundfunks festhalten. Im Entwurf für eine neue Konzession (...) werden nämlich alle bisherigen Radio- und Fernsehkanäle festgeschrieben.“ Nach der überaus hitzig geführten Debatte um die No-Billag-Initiative, in der immer wieder die Rede davon war, dass die SRG zu gross und zu mächtig geworden sei, ist es angezeigt, über den Umfang der Programmleistungen der SRG zu diskutieren. Dies wird im Rahmen des neuen Mediengesetzes, das gemäss Aussagen des UVEK im Jahr 2018 einer Vernehmlassung unterzogen werden soll, geschehen und in der darauf folgenden Konzession seinen Niederschlag finden. In der damit verbundenen Übergangszeit ist die Formulierung des bisherigen Programmangebots als Provisorium akzeptabel.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Vernehmlassung.

4/4

Mit freundlichen Grüßen

Die Präsidentin des Regierungsrates



Der Staatschreiber



Repubblica e Cantone Ticino  
Consiglio di Stato  
Piazza Governo 6  
Casella postale 2170  
6501 Bellinzona  
telefono +41 91 814 43 20  
fax +41 91 814 44 35  
e-mail can-sc@ti.ch

Repubblica e Cantone  
Ticino

## Il Consiglio di Stato

Ufficio federale delle comunicazioni,  
Divisione Media  
rue de l'Avenir 44  
Casella postale 252  
2501 Bienne

*Trasmettere in versione pdf e word  
all'indirizzo:  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch).*

### Procedura di consultazione concernente la Concessione rilasciata alla SRG SSR

Gentile Consigliera federale,

la ringraziamo per averci dato l'opportunità di esprimere la nostra opinione in merito alla summenzionata procedura di consultazione.

Il documento di proposta di una nuova concessione per la SSR permette di ritornare a sottolineare quanto sia importante il ruolo della SSR e delle emittenti radiotelevisive private per il servizio pubblico. Tale concessione viene descritta come transitoria, con scadenza al 2023, quando dovrebbe entrare in vigore la nuova Legge federale sui media elettronici. Ciò nonostante, e anche considerando i tempi non sempre celeri per l'emanazione di una nuova legge, risulta importante che la nuova concessione tenga in considerazione il più possibile sia le problematiche odierne del panorama mediatico svizzero, comprendente dunque anche la carta stampata, sia gli sviluppi tecnologici già in atto e i grandi cambiamenti che avverranno con l'affermarsi della digitalizzazione.

Per quanto concerne i principi relativi all'offerta editoriale sono menzionati tutta una serie di elementi che riteniamo assolutamente fondamentali: la promozione della comprensione, della coesione e dello scambio fra le regioni del Paese, la promozione delle comunità linguistiche e della cultura (art. 3 cpv. 4) e l'offerta parificata nelle tre lingue ufficiali (art. 3 cpv. 5), solo per citarne alcuni. In quanto Cantone di minoranza linguistica, il forte impegno su questo fronte è indubbiamente per noi uno dei punti centrali del mandato di servizio pubblico.

Di grande rilevanza anche l'impegno che si richiede alla SSR nel "presentare e rappresentare i sessi in modo adeguato" (art. 3 cpv. 3). Sarebbe qui appropriato aggiungere all'adeguatezza l'impegno a promuovere i principi egualitari.

---

Gli articoli riguardanti i singoli settori dell'offerta editoriale ricalcano in buona parte quanto già in essere nella Concessione SSR 08. Non abbiamo dunque particolari elementi da evidenziare, fatto salvo quanto concerne l'art. 8 riguardante la formazione. Con la nuova formulazione è benvenuta la differenziazione con gli obiettivi istituzionali di formazione, ma si sono venute a perdere indicazioni più dettagliate. Il precedente articolo 2 cpv. 4 lett. c) Concessione SSR 08 prevedeva infatti l'impegno a contribuire "alla formazione del pubblico, segnatamente mediante trasmissioni periodiche di contenuto educativo;" In questo senso ci pare che questo articolo necessiterebbe di un secondo capoverso che indichi maggiori dettagli.

Le modifiche degli artt. 17 e 18 prevedono la possibilità di limitare il principio secondo il quale la SSR deve diffondere due programmi per ciascuna delle regioni linguistiche. In realtà nella nuova concessione si prevede l'eccezione a questa regola solo per la regione linguistica italiana. De facto si pongono qui le basi per quella transizione già annunciata di far passare la RSI La2 da offerta lineare a offerta streaming. Se da un lato le motivazioni legate alla ristrettezza del bacino d'utenza siano per certi versi comprensibili e la necessità di seguire le nuove tendenze tecnologiche indiscutibile, nonostante gli artt. 17 e 18 indichino la necessità di mantenere un'offerta multimediale manifestiamo apprensione per l'incertezza del risultato di tale operazione. Rimane per il Cantone indispensabile che l'offerta multimediale sostitutiva sia paragonabile a quanto oggi in essere.

Visti i grandi cambiamenti tecnologici e le problematiche attuali del panorama mediatico, in aggiunta alle particolarità del nostro Cantone rispetto al resto della Svizzera, appare fondamentale che la concessione riconosca un maggiore impegno sul fronte della cooperazione con terzi, in particolare i media privati, su vari fronti tra i quali anche la ricerca e lo sviluppo.

Vi è infine il tema della pubblicità, che appare molto delicato considerando tutte le difficoltà riscontrate in questo campo negli ultimi 10 anni in generale nel mondo dei media: calo e dispersione della pubblicità, concorrenza con piattaforme e motori di ricerca (google, facebook, solo per citarne alcuni), finestre pubblicitarie estere (fenomeno che non abbiamo nel nostro Cantone ma che interessa la SSR nel suo insieme), concorrenza dei prezzi ecc. Da tempo gli esperti del settore si interrogano sulla modalità da adottare per la SSR in considerazione del ruolo che svolge nell'insieme del panorama mediatico svizzero. In questo senso ci siamo già espressi in relazione alla consultazione sulla revisione parziale dell'Ordinanza sulla radio-televisione (ORTV) del 30 ottobre 2017 alla quale rinviamo. Per quanto riguarda l'idea di introdurre un limite temporale di pubblicità sull'arco della giornata (divieto di pubblicità dalle 20 alle 22), a nostro avviso, e sulla base dello studio recentemente reso noto dall'Ufcom, una tale opzione non porterebbe ad una soluzione dei problemi dei mass media di cui si è fatto accenno. Appare altresì chiaro che la regolamentazione degli spazi pubblicitari per la SSR deve tenere conto delle necessità dei media elettronici privati e della carta stampata che insieme alla SSR contribuiscono alla pluralità dell'informazione.

In conclusione ci pare importante, cosa che sembra essere il caso, che la concessione sia sufficientemente ampia per permettere alla SSR di adattarsi con velocità ai cambiamenti in corso a livello tecnologico.

---

Ringraziando per l'attenzione che sarà rivolta alle nostre osservazioni, voglia gradire, signora Consigliera federale, l'espressione della nostra massima stima.

PER IL CONSIGLIO DI STATO

Il Presidente:

  
Manuele Bertoli

Il Cancelliere:

  
Antonio Coduri

Copia p.c.:

- Consiglio di Stato (di-dir@ti.ch, dss-dir@ti.ch, dfe-dir@ti.ch, decs-dir@ti.ch, dt-dir@ti.ch, can-sc@ti.ch);
- Deputazione ticinese alle Camere federali, (can-relazioniesterne@ti.ch)
- Pubblicazione in Internet

Hopfenweg 21  
PF/CP 5775  
CH-3001 Bern  
T 031 370 21 11  
info@travailsuisse.ch  
www.travailsuisse.ch

Office fédéral de la communication  
Division Médias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

Courriel : [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Berne, le 4 avril 2018

## **Concession SSR : consultation.**

Madame la Conseillère fédérale,  
Madame, Monsieur,

Nous vous remercions de nous consulter sur ce projet et c'est bien volontiers que nous vous faisons parvenir notre avis.

### **1. Considérations générales**

Etant donné que la nouvelle concession SSR aura un caractère provisoire, valable à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2019 jusqu'à son remplacement en 2022 par une concession basée sur une future nouvelle loi sur les médias électroniques, nous approuvons le fait que la concession proposé repose sur les dispositions en vigueur de la loi fédérale sur la radio et la télévision du 24 mars 2006 (LRTV), en particulier sur les orientations du mandat de prestations du service public définies dans la loi.

Travail.Suisse soutient les exigences formulées par le Conseil fédéral sur le mandat de prestations de la SSR dans son rapport sur le service public du 17 juin 2016, en particulier le renforcement des fonctions d'intégration, une ouverture plus grande au débat politique et social et des offres se démarquant plus nettement de celles des diffuseurs commerciaux. Il est particulièrement souhaitable, au sujet des fonctions d'intégration que la SSR mette encore plus l'accent sur les échanges entre les régions linguistiques et propose plus d'offres répondant aux intérêts des jeunes groupes de population.

Nous proposons d'introduire aussi dans la concession un nouvel article à la section 7 Organisation concernant le personnel afin d'éviter le plus possible des licenciements. Les économies que la SSR s'est engagée à faire doivent se produire en premier lieu par des départs naturels, l'optimisation des processus et d'autres mesures de réduction des coûts ne touchant pas le personnel.

Nous soutenons aussi les modifications prévues dans le domaine de la surveillance et de la communication externe et dans celui des coopérations pour un modèle fondé sur les contenus partagés dans les domaines du sport et du divertissement.

Nous considérons donc cette concession comme provisoire. En effet, la numérisation place le service public devant de nouveaux défis : celui-ci doit s'adapter aux bouleversements technologiques et sociaux qui en découlent. C'est pourquoi nous soutenons la soumission au Parlement par le Conseil fédéral d'un projet de nouvelle loi fédérale sur les médias électroniques. Dans ce contexte, Travail.Suisse veillera à ce que la mission de service public de l'audiovisuel soit maintenue et adaptée aux nouveaux supports avec en particulier le développement de l'offre sur internet.

## **2. Commentaires sur quelques articles de la concession**

### *Art. 2 Indépendance et interdiction de poursuivre un but lucratif*

Travail.Suisse salue le nouvel alinéa 1 qui renvoie à la garantie de l'indépendance et de l'autonomie des programmes. Pour accomplir son mandat de service public de manière satisfaisante, la SSR doit pouvoir travailler en toute indépendance de l'Etat et du secteur privé, dans le respect des principes journalistiques de qualité.

### *Art. 3 Principe régissant les services journalistiques*

#### *Alinéa 1*

Au vu de l'évolution technologique, il est juste que l'on mentionne désormais les contributions en ligne. Il est possible qu'un jour l'offre en ligne joue un rôle aussi important comme canal de diffusion que les programmes de radio et de télévision diffusés sur les supports traditionnels. Travail.Suisse préconise que l'on développe fortement l'offre en ligne sans attendre la mise en vigueur de la nouvelle loi sur les médias électroniques pour répondre en particulier à la manière d'utiliser les médias de la jeune génération.

### *Art. 5 Dialogue avec le public*

Cet article renforce la participation de la population, notamment celle du jeune public avec des plateformes en ligne gratuites. Cette évolution vers un dialogue plus soutenu avec le public est importante non seulement pour être plus près des usagers et proposer des offres mieux adaptées à leurs besoins mais aussi pour encore mieux faire comprendre le rôle de service public dans l'audiovisuel.

### *Art. 11 Innovation*

Travail.Suisse salue et soutient cet article qui doit permettre à la SSR de prendre davantage de risques sur le plan de la création et de l'innovation vu qu'avec la redevance elle est moins soumise à la pression économique. Il est judicieux que la SSR s'efforce dans ce contexte d'exploiter au maximum le potentiel créatif des nouvelles technologies, entre autres pour rajeunir son public.

### *Art. 14 Personnes issues de la migration*

Travail.Suisse salue en particulier cet article qui favorisera non seulement le développement de l'offre pour les personnes issues de la migration mais qui a aussi l'objectif de faire connaître au reste du public la réalité de vie de ces personnes.

*Nouvel article 37 bis : contrat social*

La Direction de la SSR établit avec les représentant-e-s du personnel un contrat social qui stipule que tout est mis en œuvre pour éviter des licenciements.

En vous remerciant de réserver un bon accueil à notre réponse à cette consultation, nous vous adressons, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Adrian Wüthrich, président



Denis Torche, responsable du dossier  
service public



CH-3003 Bern, UBI

Per E-Mail  
Bundesamt für Kommunikation  
Herr Philipp Metzger, Direktor  
Zukunftstrasse 44  
2501 Biel

Referenz/Aktenzeichen:  
Ihr Zeichen:  
Unser Zeichen: rip  
Sachbearbeiter/in: rip  
**Bern, 12. April 2018**

## **Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrter Herr Direktor

Wir beziehen uns auf die Vernehmlassung in erwähnter Sache.

Die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) beschränkt sich in ihrer Stellungnahme auf Aspekte des vorgelegten Konzessionsentwurfs, die ihren Zuständigkeitsbereich betreffen. Für uns stehen dabei drei Punkte im Vordergrund:

- **Art. 5 Entwurf:** Dialog mit der Öffentlichkeit

Die Tätigkeit der UBI erfolgt im Interesse der Allgemeinheit. Sie überprüft Sendungen und andere Publikationen "im Interesse der Öffentlichkeit und ihrer ungehinderten Willensbildung als wichtiges Element der Demokratie" (BBl 1987 III 689, insbesondere S. 708 Ziff. 126). Die UBI darf deshalb auch nur auf Beschwerde hin und nicht von Amtes wegen tätig werden. Damit die verfassungsrechtlich gewährte, grundsätzlich kostenlose Beschwerdemöglichkeit (Art. 93 Abs. 5 BV) aber wahrgenommen werden kann, ist erforderlich, dass diese in der Öffentlichkeit auch bekannt ist. Die heutige Situation ist diesbezüglich trotz der Einführung von öffentlichen Beratungen im Rahmen des RTVG vom 24. März 2006 und trotz der Öffentlichkeitsarbeit unbefriedigend. Auch in den Programmen und Publikationen der SRG finden die Tätigkeit und die Entscheide der UBI kaum Wiederhall, obwohl zum grossen Teil Beiträge der SRG Gegenstand von Beschwerdeverfahren sind. Der Presserat erachtet es als Pflicht, dass Presseerzeugnisse sie selber betreffende Stellungnahmen der Instanz veröffentlichen, und macht Verstösse dagegen publik. Die UBI möchte nicht so weit gehen. **Die SRG sollte aber verpflichtet werden, in**

**geeigneter und publikumswirksamer Weise über Entscheide der UBI und ihre Tätigkeit sowie diejenige der ihr vorgelagerten Ombudsstellen zu informieren. Wir beantragen daher, Art. 9 mit einem entsprechenden Absatz zu ergänzen.**

- **Art. 18 Entwurf:** Übriges publizistisches Angebot

Der Umfang des übrigen publizistischen Angebots der SRG, das zur Erfüllung des Programmauftrags auf sprachregionaler, nationaler und internationaler Ebene notwendig ist und aus den Abgaben für Radio und Fernsehen finanziert wird, ist gemäss Art. 25 Abs. 3 Bst. b RTVG in der Konzession zu definieren. Die Definition dieses Umfangs ist primär eine medienpolitische Frage und daher nicht von der UBI zu beurteilen. Sie hat allerdings direkte Auswirkungen auf die Beschwerdetätigkeit der UBI, bestimmt diese Definition doch auch den Umfang der Aufsichtstätigkeit der Beschwerdeinstanz beim übrigen publizistischen Angebot der SRG. Die vorgeschlagene Definition ist weitgehend mit der heutigen Regelung identisch. Aus Sicht der UBI stellt sich die Frage, ob es Sinn macht, „programmassozierte Informationen“ (wie Tonkanäle, Steuersignale) und insbesondere „Begleitmaterialien zu einzelnen Sendungen“ (und damit Informationsbroschüren) einer inhaltlichen Aufsicht mit entsprechenden Verfahren zu unterstellen, da entsprechende Angebote kaum – insbesondere auch im Vergleich zu Radio- oder Fernsehsendungen oder Online-Publikationen – relevant für die öffentliche Meinungsbildung sind. **Die UBI beantragt daher, den Umfang der unter die Aufsicht von Ombudsstellen und UBI fallenden Inhalte des übrigen publizistischen Angebots der SRG anhand des Kriteriums der Relevanz für die öffentliche Meinungs- und Willensbildung zu überprüfen.**

- **Streichung der Transkriptionspflicht**

Die bisherige SRG-Konzession sieht in Art. 30 vor, dass die SRG der UBI auf Verlangen neben den Aufzeichnungen, Materialien und Unterlagen auch ein Transkript der beanstandeten Sendung zuzustellen hat. Der Entwurf beinhaltet keinen entsprechenden Artikel mehr. Die Bestimmung ist aber von beträchtlichem praktischen Nutzen für die Kommission und erleichtert die Prüfung von beanstandeten Sendungen erheblich. Besonders hilfreich sind entsprechende Transkripte für die Mitglieder der UBI, die nicht aus der Deutschschweiz stammen, bei Mundartausstrahlungen. Aus den Bestimmungen zur Auskunftspflicht (Art. 17 RTVG) sowie zur Aufzeichnung und Aufbewahrung von Sendungen und anderen Publikationen (Art. 20 RTVG) kann keine entsprechende Transkriptionspflicht abgeleitet werden. **Wir beantragen daher, eine entsprechende Transkriptionspflicht weiter in der Konzession vorzusehen.**

Die UBI dankt für die Gelegenheit zur Stellungnahme und ersucht Sie höflich um eine wohlwollende Prüfung der drei oben gestellten Anträge.

Freundliche Grüsse

Unabhängige Beschwerdeinstanz  
für Radio und Fernsehen

Vincent Augustin

Pierre Rieder

Präsident

Leiter Sekretariat

# UNIKOM

UNION NICHT  
KOMMERZORIENTIERTER  
LOKALRADIO

Präsident:  
Lukas Weiss  
Hörnlistrasse 6  
8330 Pfäffikon ZH  
Telefon 079 373 22 33  
president@unikomradios.ch  
www.unikomradios.ch

BAKOM  
Medien + Post  
Zukunftstrasse 44  
2501 Biel

Pfäffikon 2018-04-12

## Stellungnahme zur Konzession für die SRG

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrte Damen und Herren

Die Unikom vertritt alle neun Radios mit Leistungsauftrag für ein komplementäres Programm sowie acht weitere Radios mit Programmen, die keine kommerziellen Ziele verfolgen. Naturgemäss fokussieren wir uns in unserer Stellungnahme auf die Gattung Radio, auch wenn die Grenzen zwischen den Medien zunehmend schwieriger auszumachen sind.

Die zur Stellungnahme vorgelegte Konzession für die SRG soll den Weg zu einer besseren Medienordnung der Schweiz ebnet, insbesondere zu einem guten Zusammenspiel zwischen der SRG und den übrigen Schweizer Veranstaltern. Im Hinblick auf das künftige Mediengesetz kommt dieser Konzession eine Übergangs- und Wegbereiterfunktion zu. Experimente sind in diesem Zusammenhang ausdrücklich erlaubt und aus unserer Sicht notwendig.

Aus der Warte des Publikums ist zu beachten, dass ab 2019 die Haushaltabgabe erhoben wird. Bei einer Abgabepflicht für alle Haushalte ist sicherzustellen, dass das Angebot, welches mit der Abgabe finanziert wird, die Bedürfnisse *aller* Haushalte in der einen oder anderen Weise berücksichtigt. Dazu gehört, dass auch Nischen- und Spartenangebote der SRG mit einem einfachen Radioempfänger, ohne weitere Kosten empfangbar sein müssen. Eine Befreiung von der Pflicht zur terrestrischen Verbreitung wie in Art. 20 vorgeschlagen ist nur in Ausnahmefällen zulässig. Art. 20 Abs. 4 ist deshalb zu ergänzen „in Ausnahmefällen“.

In Bezug auf die Position der SRG in der gesamten Medienlandschaft geht der Entwurf insgesamt in die richtige Richtung. Die SRG als wichtigster Anbieter ist unbestritten, soll jedoch vermehrt Kooperationen mit der gesamten audiovisuellen Branche und mit anderen Veranstaltern eingehen. Diese Tendenz begrüßen wir. Wir sind allerdings der Ansicht, dass die vorgeschlagenen Willensbekundungen in den Artikeln 7, 10, 29 und 31 nicht genügen.

Die grundlegende Schwierigkeit jeder Kooperation besteht darin, dass die SRG gegenüber der Mehrzahl der möglichen Kooperationspartner durch ihre Grösse, durch die Breite ihrer Kompetenzen und durch die Vielfalt des Angebot derart überlegen ist, dass jegliche Zusammenarbeit auf einer Schiefelage aufbaut, die auch beim besten Willen der Partner kaum tragfähig sein kann.

Am Beispiel der Regionaljournale möchten wir erläutern, wie eine kooperative Lösung aussehen könnte: Unbestritten ist, dass die SRG ein feinmaschigere Berichterstattung braucht als die Sprachregion, die ihr in der Medienordnung zugewiesen ist. Sie muss auch über lokale Ereignisse von sprachregionaler Bedeutung berichten können. Zweifelsohne muss sie dafür auf ein Netz von KorrespondentInnen auf lokaler Ebene zurückgreifen. Dies bedingt aber nicht, dass die Verbreitung lokaler Bulletins, wie sie die Regionaljournale darstellen, zwangsläufig eine Aufgabe der SRG sind. Es ist durchaus denkbar, dass lokale Informationsbulletins von Dritten verbreitet werden, ohne dass die SRG die Möglichkeit verliert, auf die Zuarbeit der beteiligten JournalistInnen zu verzichten. Bislang wurde vor allem darüber verhandelt, unter welchen Bedingungen die SRG Programmleistungen zur Übernahme abtritt, wobei die angesprochene Schiefelage stets präsent ist. Anstelle dessen sollte darüber verhandelt werden, wie Ressourcen gemeinsam genutzt werden, also Rohprodukte und die Mitarbeit von JournalistInnen, und nicht sendefertige Inhalte.

Verschiedene Bestimmungen gehen in die Richtung, die abgabenfinanzierten Programme mit zusätzlichen Auflagen zu versehen oder um Nischenangebote zu erweitern, wie in Art. 7, 14, und 16. Dabei ist keineswegs klar, dass die SRG für diese Leistungen stets die geeignetste Veranstalterin ist. So wird die SRG beispielsweise zu einem Anteil von Schweizer Musik verpflichtet. Dies ist ein legitimes Anliegen der Schweizer Musikschaffenden und wir teilen das Bestreben der Förderung der Schweizer Musik vorbehaltlos. Es handelt sich jedoch nicht um eine Publikumsforderung, und es ist nicht im Sinne des Publikums, die SRG Programme mit einer Ansammlung von Ansprüchen zu überladen. Ebenso stehen wir hinter der Forderung von Art. 14 zur Berücksichtigung von Menschen mit Migrationshintergrund. Doch auch hier stellt sich die Frage, in welchem Ausmass die SRG in ihren Programmen für ein breites Publikum diese Forderung umsetzen kann. Indirekt führen diese Anforderungen zum Ruf nach noch mehr Nischenprogrammen der SRG, was in der heutigen Situation nicht opportun ist. Wir fordern deshalb, dass grundsätzlich in allen Nischenangeboten, d. h. in Programmen, die nicht sprachregional ausgerichtet sind oder die gezielt einzelne Gruppen ansprechen, Dritte zum Zug kommen, oder dass kooperative Modelle mit Dritten zur Bereitsstellung des Angebots zu entwickeln sind. Mit der Kooperation eröffnet sich unseres Erachtens für die SRG auch die Möglichkeit, weitere Angebote zu entwickeln, ohne ihre Dominanz weiter auszubauen. In der Konzession soll hierfür ein besonderer Rahmen geschaffen werden, mit dem Auftrag, mindestens für die angesprochenen Programmtypen, d. h. für Regionaljournale und für Spartenprogramme, in den kommenden Jahren je ein kooperatives Modell umzusetzen.

Wir bitten Sie, unsere Anliegen bei der Neukonzessionierung zu berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüssen



UNIKOM

Lukas Weiss, Präsident



BAKOM	
13. APR. 2018	
Reg. Nr.	
DIR	
BO	
M	
IR	
TP	
KE	
RS	

**Vorab per E-Mail: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)**

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
CH-2501 Biel

Wallisellen, 12. April 2018

### **Stellungnahme zum Entwurf einer neuen SRG-Konzession**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrter Herr Direktor  
Sehr geehrte Damen und Herren

Die UPC Schweiz GmbH („UPC“) betreibt ein Glasfaserkabelnetz und zählt zu den führenden Telekommunikations- und Medienanbieterinnen der Schweiz. Im Sinne von Art. 59 RTVG (sowie Art. 21 E-SRG-Konzession) ist UPC direkt von der neuen SRG-Konzession betroffen, weshalb wir uns erlauben, zu den geplanten Änderungen fristgerecht Stellung zu nehmen. Für diese Möglichkeit der Meinungsäusserung danken wir Ihnen.

#### **1. HbbTV**

##### **a) Vorbemerkung**

Im Rahmen der RTVV-Teilrevision im Jahre 2014 beabsichtigte das BAKOM, HbbTV als gekoppelten Dienst und damit verbreitungspflichtig einzuführen. Aufgrund massiver Gegenwehr seitens der Verbreitungspflichtigen wurde schliesslich davon abgesehen. Mit Erstaunen nehmen wir nun zur Kenntnis, dass HbbTV als „übriges publizistisches Angebot“ Einzug in den neuen Entwurf der SRG-Konzession gehalten hat.

UPC ist als Fernmeldedienstanbieterin auf Gesetzesstufe dazu verpflichtet, die Programme der SRG „im Rahmen der Konzession“ zu verbreiten (Art. 59 Abs. 1 Bst. a RTVG). Mit Art. 18 Abs. 1 Bst. c E-SRG-Konzession soll HbbTV neu Teil der SRG-Konzession werden. Damit wird Raum für die Interpretation geschaffen, HbbTV sei ein verbreitungspflichtiger Dienst. Diese potentielle Rechtsunsicherheit ist aus unserer Sicht zwingend zu beseitigen. Wir erlauben uns nachfolgend aufzuzeigen, weshalb für HbbTV keine Verbreitungspflicht bestehen darf:

##### **b) HbbTV hat sich nicht durchgesetzt**

Wurde HbbTV im Erläuternden Bericht zur RTVV-Teilrevision 2014 noch als „international anerkannter Standard“ bezeichnet<sup>1</sup>, lässt sich heute feststellen, dass sich diese Anwendung nicht durchgesetzt hat. Renommierte TV-

---

<sup>1</sup> Erläuternder Bericht zur Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) vom 12. Juni 2014, S. 1.

Stationen wie BBC oder TF1 haben ihre einst grossen Pläne mit HbbTV wieder begraben. Einzig im deutschsprachigen Raum kann von einer verbreiteten Nutzung von HbbTV gesprochen werden. Eine Verbreitungspflicht innerhalb der Schweiz wäre allein schon deshalb unverhältnismässig, weil es in den Französischen und Italienischen Sprachregionen nur sehr wenige HbbTV-Angebote gibt. Unseres Erachtens hat es das UVEK unterlassen, ein schweizweites Bedürfnis der Konsumenten für HbbTV-Dienste aufzuzeigen und damit eine entsprechende Regulierung zu rechtfertigen.

Die meisten TV-Stationen und insbesondere die grossen OTT-Anbieter wie z.B. Netflix setzen konsequent auf Apps. Auch sämtliche Hersteller von TV-Geräten setzen auf Betriebssysteme, die Apps ermöglichen (z.B. AndroidTV, SMART TV). Damit kann das TV-Gerät wie ein Handy oder Tablet genutzt werden. HbbTV hingegen ist allein für den grossen TV-Bildschirm entwickelt worden und deshalb dort festgefahren.

Ein weiterer Nachteil besteht darin, dass HbbTV bei jeglicher Form von zeitversetztem Fernsehen nicht funktioniert. Dies betrifft zeitversetztes Fernsehen in all seinen Formen, also die Anwendung einer kurzen Pause von wenigen Sekunden bis hin zu Replay/Catch-up über mehrere Tage hinweg. Das zeitversetzte Fernsehen ist seit seiner Einführung bei vielen Zuschauern sehr beliebt, weshalb die Hbb-Technologie bereits heute nicht mehr den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten entspricht.

#### **c) Fehlende gesetzliche Grundlage für Verbreitungspflicht**

Eine Verpflichtung zur Übertragung von HbbTV käme einem Technologie-Zwang gleich und würde in erheblicher Weise in die Grundrechte der verpflichteten Fernmeldedienstanbieterinnen eingreifen (namentlich in die Eigentums- und Wirtschaftsfreiheit). Ein solcher Eingriff bedarf als Grundlage eines Gesetzes im formellen Sinn, was vorliegend durch die Konzession eindeutig nicht erfüllt wird. Auch die Delegationsnorm von Art. 59 Abs. 6 RTVG vermag nicht als gesetzliche Grundlage zu dienen, da es sich bei HbbTV nicht um einen gekoppelten Dienst handelt. Eine Konzession, welche HbbTV in Verletzung der Definition in Art. 2 lit. i RTVG auf die Ebene des gekoppelten Dienstes zu heben versucht, wäre bundesrechtswidrig und würde einer akzessorischen Normenkontrolle nicht standhalten.

#### **d) HbbTV ist kein gekoppelter Dienst**

Art. 2 Bst. i RTVG definiert den gekoppelten Dienst als fernmeldetechnischen Dienst, der mit einem Programm eine funktionale Einheit bildet oder zur Nutzung des Programms notwendig ist. Die Botschaft zum RTVG stellt klar, wie dies zu verstehen ist:

„Darunter fallen allerdings nicht alle Zusatzangebote, die irgendeinen Bezug zum Programm aufweisen und dem Publikum allenfalls einen Mehrwert bringen. Notwendig ist vielmehr, dass es sich um fernmeldetechnische Dienste handelt, die mit einem Programm eine funktionale Einheit bilden und zur Nutzung des Programms notwendig sind (Art. 2 Bst. i RTVG), d.h. ohne deren Verfügbarkeit das Programm nicht oder nicht sinnvoll genutzt werden kann.“<sup>2</sup>

Es ist damit offensichtlich, dass es sich bei HbbTV nicht um einen gekoppelten Dienst im Sinne von Art. 2 Bst. i RTVG handelt. Vorliegend geht es um die Übertragung eines Teils des für Fernsehgeräte aufbereiteten Online-Angebots der SRG im zu verbreitenden Programmsignal, also im Wesentlichen um zusätzliche, kommerzialisierbare Inhalte.

HbbTV lässt sich im Übrigen auch nicht unter die in Art. 46 RTVV festgehaltene Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste subsumieren. Es handelt sich bei HbbTV insbesondere nicht um „schmalbandige Datenübertragung in Schrift und Bild“ im Sinne von Art. 46 Abs. 1 Bst. a RTVV, wie z.B. beim bekannten Teletextdienst. HbbTV-Inhalte, die mit dem Fernsehsignal (sog. Signal-Carousel) übertragen werden, verursachen ohne Weiteres Datenpakete von mehreren Megabit/Sekunde (= breitbandige Datenübertragung). Es ist hinlänglich bekannt, dass die SRG aktiv

---

<sup>2</sup> BBl 2003 1569 ff., 1635 und 1717.

bestrebt ist, möglichst viele Inhalte im Carousel zu übertragen, um damit die Mehrheit von Zuschauern zu erreichen, die kein TV-Gerät mit Internetanschluss besitzen.

#### **e) Unzumutbare Kosten**

Auf dem Markt befindliche Boxen sind grundsätzlich ohne HbbTV-Funktionalität ausgestattet. Wird diese Funktionalität hinzugefügt, entstehen hohe Kosten, weil dazu auch die Hardware aufgerüstet werden muss. Eine entsprechende Verbreitungspflicht für HbbTV hätte deshalb für die Verbreiter unweigerlich Investitionen in Millionenhöhe zur Folge – dies ohne zusätzlichen Nutzen.

Zum einen wäre es ungebührlich, wenn eine Fernmeldediensteanbieterin zu derartigen Investitionen gezwungen werden würde, von denen sie selbst nicht profitieren könnte sondern einzig der SRG bzw. Admeira zugutekämen. Zum anderen würde die Erfüllung dieser Pflicht zu einer unzumutbaren wirtschaftlichen Belastung der verpflichteten Fernmeldediensteanbieterin führen, die von der berechtigten Programmveranstalterin entschädigt werden müsste (Art. 59 Abs. 5 RTVG).

#### **f) Kein Anspruch auf Verbreitung**

Der Entwurf der Konzession sieht vor, dass die SRG im Sinne von Art. 59 Abs. 1 Bst. a RTVG Anspruch auf die Verbreitung ihrer Fernsehprogramme über Leitungen hat (Art. 21 Bst. a i.V.m. Art. 17 Abs. 1 E-SRG-Konzession). HbbTV wird dabei weder explizit ein- bzw. ausgeschlossen, was zur eingangs erwähnten Rechtsunsicherheit beiträgt. Klarheit verschafft ein Blick nach Deutschland, wo HbbTV am weitesten verbreitet ist:

Die zuständige Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Landesmedienanstalten hat in einem Beschwerdeverfahren der ARD gegen Kabel Deutschland entschieden, dass der HbbTV-Datenstrom nicht als Teil des Programmsignals anzusehen ist und von einem Plattformanbieter daher nicht mit übertragen werden muss. HbbTV sei ein begleitender, non-linearer Dienst, dessen Signal weder technisch noch inhaltlich zum Transportstrom des Rundfunksignals gehöre.<sup>3</sup>

#### **g) Falsche Zweckbestimmung**

Bei HbbTV handelt es sich – entgegen den Ausführungen im erläuternden Bericht – nicht um einen modernen Nachfolgedienst für den veralteten Teletext. Es ist ein Standard, welcher die Anzeige von über das lineare Fernsehsignal hinausgehenden Inhalten auf dem Fernsehgerät ermöglicht. Tatsächlich ist es also ein Online-Dienst, dessen Verbindung zum Fernsehprogramm nur darin besteht, dass die entsprechenden Inhalte auf dem Fernsehgerät angezeigt werden können.

Das Ziel von HbbTV-Angeboten ist folglich, dem Zuschauer Interaktivität zu ermöglichen. Die wirtschaftliche Komponente findet ich dabei offenkundig in den dadurch ermöglichten interaktiven bzw. zielgruppenspezifischen Werbeangeboten. In Art. 51a E-RTVV ist richtigerweise vorgesehen, dass für die zielgruppenspezifische Werbung in konzessionierten Fernsehprogrammen für die Betreiber von leitungsgebundenen Verbreitungsinfrastrukturen keine Verbreitungspflicht besteht. Gerade weil der wirtschaftliche Zweck von HbbTV-Angeboten die zielgruppenspezifische Werbung ist, wäre eine Verbreitungspflicht widersprüchlich und falsch. HbbTV soll dann verbreitet werden können, wenn sich die TV-Stationen mit den Fernmeldediensteanbieterinnen vertraglich einig werden.

---

<sup>3</sup> Bayrische Landeszentrale für neue Medien BLM. Bescheid vom 30. Juli 2015 zur Beschwerde der ARD-Anstalten im Hinblick auf die Einspeisebedingungen der Kabel Deutschland, insbesondere der Signalintegrität.

## **h) Forderungen UPC**

Von der Integration von HbbTV in das „publizistisches Angebot“ der SRG und damit in die Konzession ist abzusehen und die damit geschaffene Rechtsunsicherheit ist zwingend zu eliminieren. Die SRG überträgt schon heute, d.h. ohne entsprechende Bestimmung in der Konzession, ihr HbbTV-Signal und kann dies auch ohne diese Änderung weiterhin tun, indem sie sich mit den Fernmeldediensteanbieterinnen vertraglich einigt.

### **Forderungen UPC:**

**Art. 18 Abs. 1 Bst. c E-SRG-Konzession:** Ersatzlos streichen.

## **2. Sport**

### **a) Wettbewerbsverzerrung vermeiden**

In den letzten 10 Jahren ist im Bereich von Sportübertragungen selbst auf dem sehr engen geografischen Markt der Schweiz ein Wettbewerb entstanden. Dieser Wettbewerb hat dazu geführt, dass a) mehr Sportereignisse audiovisuell verwertet werden, und b) mehrere, insbesondere auch private Initiativen entstanden sind, Live-Sportereignisse in linearen Programmen auszustrahlen (AZ Medien-Verlag, MySports). Dazu wurden von privater Seite erhebliche Investitionen getätigt. In Anbetracht dieser Tatsachen erstaunt die Absicht des Bundesrats, mit Art. 10 E-SRG Konzession der SRG praktisch einen Auftrag für Staatssport geben zu wollen. Wir können diese Absicht in keiner Weise unterstützen und fordern eine inhaltliche Redimensionierung dieses Auftrags auf Art. 10 lit. a und lit. b sowie explizit auf die Highlight-Berichterstattung und nicht auf eine Live-Übertragung, sofern diese auch von anderen Programmveranstaltern erfolgt.

Der Verweis auf Anhang 2 der UVEK-Verordnung ist komplett zu streichen: Die in Anhang 2 der UVEK-Verordnung aufgeführten Ereignisse stehen im Zusammenhang mit der Verpflichtung der Sportveranstalter, zu diesen Veranstaltungen keine exklusiven Pay TV-Rechte vergeben zu dürfen bzw. diese für die Allgemeinheit im Free TV zugänglich zu machen (vgl. Art. 73 RTVG). Dass hier nun versucht wird, diese Ereignisse gleich auch noch dem staatlichen Free TV-Sender zuzuschauen, ist nicht nur medienpolitisch fragwürdig, sondern ein massiver Eingriff in die Rechte der Sportveranstalter sowie anderer – insbesondere privater – Programmveranstalter, die ebenfalls Free TV-Programme anbieten und die Erfordernisse von Art. 73 RTVG ebenfalls erfüllen könnten, jedoch dazu nicht auf öffentliche Gebührenerträge zurückgreifen können.

Das in Art. 10 Abs. 3 E-SRG Konzession angedachte Bestreben, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Programmveranstaltern einzugehen, geht unseres Erachtens zu wenig weit und ist ungenau formuliert: Wenn man hier derart heftig in den Markt für Sportübertragungsrechte eingreifen will, in dem spezialgesetzliche Joint Ventures geschaffen werden, die allenfalls wettbewerbsrechtlich bedenklich sein können, muss die SRG nicht nur bestrebt sein, Kooperationen mit anderen Veranstaltern einzugehen, sondern verpflichtet werden, die von ihr exklusiv erworbenen TV-Übertragungsrechte zwingend und zu kostendeckenden Bedingungen an Dritt-Veranstalter zu sublizenzieren. Aktuell hortet die SRG zahlreiche exklusive Rechte, die sie nicht einmal selbst verwertet. Weiter ist der Begriff „anderer schweizerischer Veranstalter“ unklar, weil nicht klar ist, was am Veranstalter „schweizerisch“ sein muss (Sitz, Aktionariat, Programmfokus?).

## b) Forderung UPC

### Forderung UPC: Art 10 E-SRG Konzession ist wie folgt abzuändern

#### Art. 10 Sport

<sup>1</sup> Die SRG sorgt für ein Angebot im Bereich Sport. Dieses beinhaltet in erster Linie die Berichterstattung *in Sportmagazinen* über

- a. Sportereignisse mit Beteiligung von schweizerischen Athletinnen und Athleten sowie schweizerischen Teams,
- b. bedeutenden internationalen Sportveranstaltungen in der Schweiz,
- c. bedeutende Sportereignisse nach Anhang 2 der Verordnung des UVEK vom 5. Oktober 20073 über Radio und Fernsehen.

<sup>2</sup> Die SRG berücksichtigt in ihrem *Live- und Sportmagazin*-Angebot im Bereich Sport ~~auch~~ **hauptsächlich** Breiten-sportarten und wenig verbreitete Sportarten.

<sup>3</sup> ~~Sie ist bestrebt, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen~~ **ist verpflichtet, die von ihr erworbenen Rechte für Live-Übertragungen zu kostenorientierten Bedingungen an andere Veranstalter zu sublizenzieren.**

## 3. Verweis

Im Übrigen verweisen wir auf den Vernehmlassungsbeitrag des Branchenverbands für Kommunikationsnetze, Suissedigital. Dieser Beitrag wird von uns vollumfänglich unterstützt.

\*\*\*

Wir danken Ihnen im Voraus, dass Sie unsere Argumente in die weitere Bearbeitung der fraglichen Verordnungsbestimmungen einbeziehen und unsere Anträge berücksichtigen. Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

### UPC Schweiz GmbH

  
Nadine Zollinger, Lic. jur., Rechtsanwältin, LL.M.  
VP Legal & Regulatory

  
Jürg Aschwanden  
Director Government Affairs



## Landammann und Regierungsrat des Kantons Uri

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

### **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie haben den Regierungsrat des Kantons Uri eingeladen, zur Änderung der Konzession der SRG SSR Stellung zu nehmen. Gern nehmen wir dieses Recht wahr und nehmen im Rahmen der Vernehmlassung wie folgt Stellung:

#### *Zu den Qualitätsanforderungen an das Angebot der SRG (Art. 4 und Art. 6 ff)*

Generell ist die Definition von Qualitätsstandards nach Bereichen zu begrüssen. Gelten doch beispielsweise in der Information höhere Anforderungen an Objektivität, Integrale Berichterstattung und Sachgerechtigkeit als beispielsweise im Unterhaltungsbereich. Bezüglich interner und externer Qualitätskontrollen weisen wir darauf hin, dass diese nicht nur im Nachgang der Erstellung von Sendungen stattfinden darf. Wichtiger ist die journalistische Qualitätssicherung bereits im Zusammenhang mit Recherche (und entsprechenden Methoden), Gestaltung und Präsentation von Beiträgen. Gerade in journalistisch zugespitzten Formaten wie z. B. «Rundschau» gilt es, die Objektivität in Zukunft zu wahren, auch wenn dies auf Kosten der Einschaltquote gehen sollte.

#### *Integrative Massnahmen der SRG und ihrer Programme*

Das publizistische Angebot ist hinsichtlich der Berichterstattung aus den Regionen zu stärken. Damit sind nicht nur die jeweils andere Sprachregion gemeint, sondern explizit die regionalen Räume wie

zum Beispiel die Zentralschweiz, die Ostschweiz usw. Die Regionaljournale von Radio SRF haben eine herausragende publizistische Bedeutung in den Regionen und sie fördern dank ihrer Nähe zum Publikum implizit den Dialog mit der «Basis». Dem ist im 3. Abschnitt Rechnung zu tragen, beispielsweise indem Artikel 12 (inklusive Titel) in diesem Sinn ergänzt wird. Die Fernseh-Berichterstattung aus den Regionen ist ebenfalls zu stärken, nicht zuletzt ebenfalls aus Gründen der Nähe zum Publikum.

#### *Zum Dialog mit der Öffentlichkeit*

Wir begrüßen es, wenn die SRG den Dialog mit der Öffentlichkeit intensiviert. Erste Ansätze dazu sind in den vergangenen Jahren erfolgt. Studiobesuche und Aussenauftritte eignen sich besonders für solche Dialoge. Es wäre zu prüfen, ob die SRG zu diesem Zweck die kantonalen und regionalen Trägerschaften der SRG verstärkt einbinden und mit entsprechenden Mitteln ausstatten soll.

#### *Zu Kooperationen mit privaten Schweizer Anbietern*

Insbesondere der Zugang zu Sendungen (Art. 23 im Vernehmlassungsentwurf) ist möglichst breit zu formulieren. Die Archive der SRG sollen der Nutzung durch private Anbieter offenstehen. Auch das Publikum soll die Möglichkeit erhalten, mittels ausgebauten Such- und Findfunktionen archivierte Beiträge einzusehen. Das Archivangebot ist auszubauen. Diese mit Gebühren finanzierten Inhalte sollen einem möglichst grossen Teil des Publikums online zugänglich sein. Um die Ansprüche der privaten Medien entsprechend zu präzisieren, schlagen wir vor, Absatz 2 von Artikel 23 entsprechend zu ergänzen:

<sup>2</sup> Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung sowie für die Nutzung durch andere private Medienunternehmen ist kostenlos. Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.

#### *Abschliessende Bemerkungen*

Die neue Konzession soll am 1. Januar 2019 in Kraft treten und bis 2022 bzw. bis zum Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien gelten. Dadurch wird die Konzession weniger lang gelten als bisher üblich (zehn Jahre). Unter diesem Gesichtspunkt erhält das neue Bundesgesetz über elektronische Medien eine grosse Bedeutung. Wir erwarten, dass diese Debatte breit abgestützt geführt wird und dass insbesondere der Einbezug und die Berücksichtigung der Anliegen der Kantone gewährleistet bleiben.

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme und grüssen Sie freundlich.

Altdorf, 13. April 2018



Im Namen des Regierungsrats

Der Landammann

Der Kantonsdirektor

Beat Jörg

Roman Balli



## CONSEIL D'ETAT

Château cantonal  
1014 Lausanne

Office fédéral de la communication  
Division Medias  
Rue de l'Avenir 44  
Case postale 252  
2501 Bienne

Via e-mail :  
srg-konzession@bakom.admin.ch

Réf. : MFP/15023510

Lausanne, le 28 mars 2018

### **Concession SSR - procédure de consultation**

Madame, Monsieur,

En décembre 2017, vous avez lancé la procédure de consultation citée en titre et nous vous en remercions.

#### **Remarques générales**

Le Gouvernement vaudois, dans le cadre de la votation sur l'initiative dite « No Billag » et de la récente consultation sur la modification de l'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV), a eu l'occasion d'affirmer son soutien de principe à un service public de qualité en matière d'information. Ce dernier est désormais soutenu par une large majorité de citoyens, en particulier dans le canton de Vaud avec un rejet à plus de 76%.

Le système actuel de redevance et sa logique de redistribution assurent par ailleurs l'existence indispensable de contenus produits par les télévisions et les radios régionales et locales. Cette capillarité médiatique est une source nécessaire de proximité; elle contribue à la cohésion nationale et sociale et permet à chacun de se forger une libre opinion en vue des différents scrutins.

Dans un tel contexte, la nécessité de préciser les contours du mandat de service public via les termes de la concession est bienvenue, notamment dans la perspective de la nouvelle loi fédérale sur les médias électroniques. En conséquence, la volonté exprimée dans le projet de nouvelle concession de démarquer clairement les programmes de la SSR de ceux des diffuseurs commerciaux, d'insister sur les fonctions d'intégration en mettant notamment davantage l'accent sur les échanges entre les régions linguistiques, ou de favoriser les coopérations de contenus partagés avec les autres diffuseurs suisses et entreprises de médias privés, est à saluer.

## Publicité

Au lendemain de la votation sur l'initiative « No Billag », la SSR a annoncé par voie de communiqué qu'elle ne proposera pas de publicité ciblée au niveau régional, même si elle y était un jour autorisée. Le Conseil d'Etat a pris acte de cet engagement, un geste à saluer et qui démontre une volonté pragmatique de trouver un terrain d'entente constructif avec les médias privés.

Cela dit, le monde des médias est marqué par une concurrence de plus en plus forte, tant sur les plans national qu'international. Le renforcement constant des géants du web et leur influence croissante sur le marché de la publicité change considérablement la donne, y compris pour les médias locaux et régionaux. De plus, le montant de la redevance a d'ores et déjà été annoncé à la baisse pour les années à venir. Dans un tel contexte, tant les médias de service public ou sous concession que les éditeurs privés, doivent trouver un compromis pour que chacun puisse tirer parti de revenus publicitaires.

Le Conseil d'Etat est donc favorable au maintien dans la concession du principe d'une publicité à des groupes cibles spécifiques.

Quant aux deux variantes de restrictions publicitaires proposées pour la SSR ( limitation du temps de publicité versus prélèvement des recettes publicitaires excédant un certain volume), le Conseil d'Etat préfère à ce stade la deuxième option, réservant toutefois sa position finale lorsqu'il aura pris connaissance du projet de loi à venir sur les médias électroniques.

La variante de l'article 38 bis (Soutien à des projets de médias) introduit en effet un plafonnement des recettes publicitaires de la SSR avec obligation d'en affecter une partie au soutien des médias électroniques. Si les recettes publicitaires de la SSR, y compris les recettes provenant de la publicité ciblée, dépassent le revenu publicitaire moyen des quatre dernières années précédant la fixation par le Conseil fédéral de la part de la redevance allouée à la SSR, deux tiers du montant supérieur au revenu moyen doivent être affectés à la formation et au perfectionnement, à la recherche dans les médias ou à la réalisation de projets de l'ATS.

Si le DETEC règle les modalités chaque année, la solution esquissée d'une redistribution est intéressante. Cela dit, le Conseil d'Etat s'interroge sur le fait de laisser cette compétence de redistribution au seul DETEC, dans la mesure un préavis de la Commission fédérale des médias, voire même une décision du Conseil fédéral pourrait être requis, notamment pour fixer des priorités d'action. Le débat actuel sur l'avenir de l'ATS illustre bien la nécessité d'évaluer, sur le plan politique, l'importance des moyens à engager dans une optique de maintien d'un service public en matière d'information.

Concernant la problématique publicitaire globale pour le service public, le gouvernement vaudois estime cependant nécessaire qu'une réflexion de fond soit menée, afin que les revenus publicitaires puissent profiter en priorité aux créateurs de contenus locaux, régionaux ou nationaux. Dans ce cadre, la remise en cause de l'accès des grands groupes d'opérateurs étrangers aux marchés publicitaires régionaux suisses doit être envisagée et débattue, notamment dans le cadre des accords internationaux qui nous lient.

## Commentaires spécifiques

### Art 3 : Principes régissant les services journalistiques

*Al. 3 La SSR s'efforce de présenter et de représenter les genres de manière appropriée dans ses services journalistiques*

Le rapport explicatif spécifie que l'al. 3 contraint la SSR à garantir une représentation équitable des genres dans ses services journalistiques. En conséquence il serait cohérent que le texte même de la concession soit plus explicite. La rédaction amendée suivante est donc proposée :

*Al. 3 La SSR ~~s'efforce de présenter et de représenter~~ présente et représente les genres de manière ~~appropriée~~ équitable dans ses services journalistiques*

### Art 4 : Exigences en matière de qualité de l'offre et assurance qualité

*Al. 1. Les services journalistiques de la SSR doivent satisfaire à des exigences élevées en matière de qualité et d'éthique. Ils se distinguent par leur pertinence, leur professionnalisme, leur indépendance, leur diversité et leur accessibilité.*

Lors du récent débat sur l'audiovisuel public dans le cadre de la campagne sur l'initiative « No Billag », la notion d'objectivité a été un thème récurrent pour qualifier le niveau d'exigence d'un service public en matière d'information. Celle-ci devrait donc être spécifiée comme suit dans le texte même de la concession.

*Al. 1. (...) Ils se distinguent par leur pertinence, leur professionnalisme, leur indépendance, leur **objectivité**, leur diversité et leur accessibilité.*

Pour maintenir la cohérence, les alinéas 1 et 4 de l'art 6 sur l'information doivent également être complétés comme suit :

### Art. 6 : Information

*1 Dans le domaine de l'information, la SSR propose un compte rendu complet, **objectif**, diversifié et fidèle*

*4 Dans ses émissions d'informations, la SSR donne au public un aperçu complet, **objectif** et diversifié des événements quotidiens pertinents.*

## Conclusion

Comme mentionné en préambule, le Conseil d'Etat est favorable à la clarification et à la démarcation claire du rôle de service public, notamment en matière d'information, d'intégration et de coopération avec les différents acteurs du monde des médias.

Le gouvernement vaudois salue aussi l'esprit d'innovation de ce projet de concession, notamment par la prise en compte et l'utilisation de toutes les possibilités offertes par les nouvelles technologies. Il tient également à souligner la nécessité de maintenir une vision globale de la problématique des médias, en intégrant dans une perspective de service public un soutien aux télévisions et radios locales, de même qu'à l'ATS.

Le Conseil d'Etat exprime cependant une inquiétude à moyen terme face à un éventuel différentiel entre l'ambition et les exigences légitimes de la concession SSR d'une part, et l'enveloppe de son financement d'ores et déjà revu à la baisse pour les années à venir d'autre part. Le gouvernement vaudois suivra de près cette évolution afin que la qualité du service public continue à être garantie.

Tout en vous remerciant de l'attention que vous porterez à ce qui précède, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à l'assurance de nos sentiments les meilleurs.

AU NOM DU CONSEIL D'ETAT

LA PRESIDENTE



Nuria Gorrite

LE CHANCELIER



Vincent Grandjean

### **Copie**

- OAE



Verband Schweizer Privatradios  
Association of Swiss Private Radios

Jürg Bachmann  
Präsident

Verband Schweizer Privatradios (VSP)  
Speichergasse 37  
CH-3011 Bern  
juerg.bachmann@privatradios.ch

Bern, 18. April 2018

Per Mail an

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

**Bundesamt für Kommunikation/BAKOM  
Vernehmlassung neue SRG Konzession  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel**

## **Stellungnahme des Verbandes Schweizer Privatradios VSP zur Vernehmlassung der neuen SRG-Konzession vom 19. Dezember 2017**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard  
Sehr geehrter Herr Direktor Metzger  
Sehr geehrte Damen und Herren

Der Verband Schweizer Privatradios (VSP) dankt für die Möglichkeit der Anhörung zur vorgeschlagenen SRG Konzession.

Bevor wir auf den Entwurf im Detail und auf die einzelnen Konzessionsartikel eingehen, möchten wir ein paar grundsätzliche Bemerkungen und Anträge zur SRG im Allgemeinen und zur neuen SRG-Konzession im Besonderen auflisten. Diese sind Bestandteil unserer Vernehmlassung.

### **Grundsätze des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP) im Rahmen der Vernehmlassung der neuen SRG-Konzession**

Die SRG ist in Teilbereichen zu gross. Sie muss sich einschränken. Diese Position vertritt der Verband Schweizer Privatradios (VSP) seit Jahren. Die engagierte und breite Diskussion im Rahmen der No Billag-Abstimmung hat gezeigt, wie diese Forderung heute mehrheitsfähig ist. Fachleute der Branche, Politikerinnen und Politiker aus dem ganzen politischen Spektrum und, wie die Abstimmungsdiskussion gezeigt hat, auch viele Stimmbürgerinnen und Stimmbürger stimmen dieser Forderung zu. Sogar die SRG-Leitung hat Reduktion versprochen und setzt derzeit erste Zeichen.

**Die Revision der SRG-Konzession ist der richtige Moment, diese Redimensionierung umzusetzen.**

Neben den Sparaktionen, welche die SRG selber angekündigt hat, weil ihr weniger finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, muss sie auch bei ihren Radioprogrammen Räume und Inhalte, die nicht zwingend zum Service public-Auftrag gehören, freigeben und den privaten Veranstaltern überlassen.

**Aus dieser Optik geht der vorgelegte Entwurf einer neuen SRG-Konzession dem VSP inhaltlich klar zu wenig weit. Er stellt im Wesentlichen die Zementierung des Ist-Zustandes und sogar eine teilweise Ausweitung des Leistungskataloges auf Jahre hinaus dar.**

**Es ist deshalb Zeit, das Angebot der SRG im Radiobereich neu festzulegen.**

Der Vorstand des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP) lässt sich bei der Beschreibung einer künftigen SRG von folgenden **Grundsätzen** leiten:

**I. Nicht weniger Radio – aber mehr Privatradio.**

Die Inhalte der Radioangebote für die Zuhörerinnen und Zuhörer sollen insgesamt nicht verringert, sondern zu Gunsten der privaten Veranstalter verschoben werden.

**II. Rückbau der Expansionen der SRG Angebote in den letzten 40 Jahren.**

Seit Bestehen der Schweizer Privatradios hat die SRG ihr Angebot im Radiobereich massiv ausgebaut. Sie hat private Angebote kopiert und konkurrenziert. Programme, die sie übernommen hat, wie die Musikkkanäle, hat sie (ausser World Radio Switzerland) bis jetzt weder eingestellt noch privatisiert. So ist sie zu gross geworden und muss jetzt zurückgebaut werden. Im Vorfeld der No Billag-Abstimmung hat sie dies selber bekräftigt. Der VSP erwartet jetzt Taten.

**III. Weniger Doppelspurigkeiten – mehr Subsidiarität.**

Die SRG hat Programme entwickelt, die private Veranstalter schon anbieten oder anbieten könnten, ja, gerade im regionalen Bereich, ihr eigentliches Kerngeschäft treffen. Diese Doppelspurigkeiten sind ineffizient und sinnvollerweise zu beseitigen.

**IV. Spezialinhalte in bestehendes SRG-Grundangebot integrieren – kein Verlust im SRG-Radiobereich.**

Wenn sie sie beibehalten will, kann die SRG ihre bisherigen Spartenprogramme in die bestehenden Grundprogramme integrieren. So haben beispielsweise Swiss Jazz und Swiss Classic Platz im Kulturprogramm SRF2, alternative Musik in SRF3. Dafür braucht die SRG keine eigenen Programme.

#### **V. Digital ausschliesslich für Broadcast produzierte Inhalte weiterverbreiten.**

Dass die SRG ihren Platz auch im Internet finden muss, steht für den VSP ausser Zweifel. Die SRG soll ihr Radioangebot, wofür sie eine Konzession hat, über alle Verbreitungsvektoren anbieten dürfen, auch zeitverschoben und abonnierbar. Aber sie soll keine neuen Programme gestalten dürfen, die nur für eine einzige Verbreitungstechnologie bestimmt sind..

#### **VI. Besseres finanzielles Gleichgewicht zwischen der SRG und den privaten Veranstaltern.**

Heute erhält die SRG den überweit grössten Anteil der eingezogenen Gebühreneinnahmen. Dieser Schlüssel stammt noch aus der Zeit, als es eine Rundfunkgebühr und keine Haushaltabgabe war, die von allen und nicht nur von angemeldeten Haushalten zu entrichten ist. Im Rahmen der Einführung der Haushaltsabgabe, jedenfalls spätestens jedoch bei der Einführung des neuen Gesetzes über elektronische Medien (GeM) ist sicherzustellen, dass der Verteilschlüssel der Haushaltsabgabe zugunsten der Privatradios verschoben wird – sei dies verstärkt in Form von direkten Zuwendungen als Marktausgleich und für die Erfüllung von Leistungsaufträgen, sei es als indirekte Unterstützung. Damit bekommen der öffentlich-rechtliche und der private Rundfunk einigermassen gleich lange Spiesse beim Kampf um die Aufmerksamkeit der Hörerinnen und Hörer.

#### **VII. Bisherige Kooperation mit der SRG.**

Der VSP anerkennt ausdrücklich, dass er mit der SRG in verschiedenen Bereichen, die ausserhalb der Programme liegen, sehr gut kooperiert: bei der Nutzungsforschung, bei der Digitalen Migration, beim Swiss Radioplayer, beim Swiss Radioday. Der VSP spricht mit der SRG-Leitung auch über weitere Kooperationsvorschläge, die teils von der SRG, teils vom VSP eingebracht werden und unterbreitet diese seinen Mitgliederradios.

#### **Aus obigen Grundsätzen folgert der VSP für die neue SRG-Konzession die nachfolgenden Postulate:**

1. Das Angebot der SRG im Bereich Radio ist künftig auch in der Deutschschweiz, wie schon immer in der Westschweiz und im Tessin, auf den Service public auf den sprachregionalen Bereich zu beschränken. **Rückzug der SRG aus dem regionalen Bereich, deshalb keine SRG-Regionaljournale mehr.**
2. **Keine Erweiterung oder Veränderung der Radioprogramme online**, nur Simulcast only oder Weiterverbreitung der bestehenden fürs Radio produzierten Inhalte. Keine Radioprogramme online oder DAB+ only.
3. **Neun Radioprogramme** reichen für den SRG-Auftrag:

- a) Je ein **erstes Radioprogramm für jede Sprachregion** (deutsch, französisch, italienisch, rätoromanisch) = 4 Programme. Viele Programmteile von Musikwelle finden in diesem Programm Platz;
  - b) Ein zweites, mehrsprachiges Kulturprogramm **gemeinsam** für alle Sprachregionen (nationale Kohäsion) = 1 Programm. In diesem Programm können auch weite Teile von Swiss Classics und Swiss Jazz eingebunden werden;
  - c) Je ein **drittes, komplementär-alternatives Musikprogramm für die deutsche, französische und italienische Sprachregion** (Vorbild Couleur 3) = 3 Programme;
  - d) Ein **viertes mehrsprachiges Radioprogramm für alle Sprachregionen ausschliesslich für die internationale und nationale Information** (heute SRF4) = 1 Programm.
4. **Keine zusätzlichen (Radio-)Programme für die SRG; dies unabhängig von der Verbreitungstechnologie.** Wegfall von Virus und Musikwelle, Integration der reinen Musikprogramme und bestehenden Programme oder Kooperation mit privaten Veranstaltern im Sinne von Public-Private-Partnership (PPP). Die privaten Veranstalter bieten schon heute solche Programme an (z. B. Eviva, Classix, Country Radio, etc.) oder können sie anbieten.
5. **Radiowerbung ist der SRG verboten, ebenso Sponsoring. Online-Werbung bleibt verboten.** Marktanalysen, die immer wieder durchgeführt und aktualisiert wurden (letztmals 2016 von der Publisuisse und der Swiss Radioworld), haben gezeigt, dass SRG-Radiowerbung durchaus dazu beitragen könnte, dass der Marktanteil der Radiowerbung wachsen könnte. Allerdings würde die Radiowerbung in den durch jahrzehntelange Subventionierung aufgeblähten Programmen der SRG – soweit sie von Hörerinnen und Hörern überhaupt akzeptiert würde – eine gewaltige Sogwirkung in diese Programme auslösen, die den Privatradios wiederum schaden würde. Zum Schutz der Privatradios spricht sich der VSP gegen Radiowerbung für die SRG aus. Den für die SRG vergleichsweise kleinen Sponsoringmarkt kann sie Privaten überlassen. Da der VSP keine Online-only-Programme für die SRG wünscht, wird sie auch keine Onlinewerbung brauchen.
- Sollte das Thema „Radiowerbung für die SRG“ in Zukunft wieder aktuell werden, wären vor Anfang an flankierende Massnahmen zu planen, damit die Schweizer Privatradios dadurch keinen Schaden erleiden.
6. **Die SRG erhält klare Einschränkungen der Medialeistungen bei Aussenveranstaltungen** (z.B. Rockfestivals oder Sportveranstaltungen). Diese Medialeistungen sind nicht exklusiv und dürfen die jeweiligen privaten Veranstalter in ihrem Sendegebiet (lokal wie auch national) nicht ausschliessen.
7. Die **neue SRG-Konzession** ist bis zum Inkrafttreten des geplanten Gesetzes über elektronische Medien (GeM) **zu befristen und darf dessen Inhalt nicht präjudizieren**. Die SRG-Konzession muss nach Inkrafttreten des neuen Gesetzes entsprechend angepasst werden. Sollte das geplante GeM nicht innert der geplanten Zeit realisiert werden, ist die neue Konzession auf maximal 4 Jahre zu befristen. Das GeM darf keine Übergangsbestimmungen enthalten, welche die verlängerte Konzession nochmals verlängern könnte.
8. **Die mit diesem Konzept verbundenen finanziellen Einsparungen und Umschichtungen sollen den heutigen privaten konzessionierten Veranstaltern zu Gute kommen.** Damit kann das heutige Ungleichgewicht zwischen SRG und den privaten konzessionierten Veranstaltern verbessert

werden. Diese gewonnenen Beiträge sollen der verbesserten Erfüllung des lokal-regionalen Leistungsauftrages dienen, und in die Bereiche Hörerforschung, technische Verbreitung, Ausbildung, Swiss-Radioday und andere einfließen.

9. Die **Kostentransparenz der SRG im Radiobereich** ist nach wie vor ungenügend, was vom VSP und seitens der Politik seit vielen Jahren moniert wird. So hat die SRG bis heute keine «Brand-Darstellung» über alle Programme vorgelegt, welche in der Summe der bisherigen Radiogebühr entsprechen würden. Für aussagekräftige Vergleiche zwischen den Leistungen der SRG und jener der Privatradios fordert der VSP deshalb eine detaillierte und volle Kostentransparenz bei der SRG, die den Kriterien von Swiss GAAP FER oder einem vergleichbaren Rechnungsstandard entspricht.

Mit einer dergestalt neuen, fokussierten SRG-Konzession kann der schweizerische Radiomarkt zugunsten der privaten Veranstalter gestärkt werden, ohne dass die Radiokonsumenten einen Abbau der gebotenen Leistungen erleiden müssten. Ebenso kann die SRG ihre vergangene Expansionspolitik zurückfahren.

**Der VSP ist zudem überzeugt, ein Zurückfahren der SRG-Radioangebote dient insbesondere auch ihr selber.**

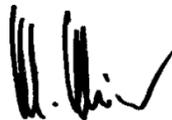
Wir danken für die Berücksichtigung unserer Anliegen und stehen für Fragen oder Diskussionen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

**Verband Schweizer Privatradios (VSP)**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jürg Bachmann'.

Jürg Bachmann  
Präsident  
[juerg.bachmann@privatradios.ch](mailto:juerg.bachmann@privatradios.ch)  
+41 79 600 32 62

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Martin Muerner'.

Martin Muerner  
Vizepräsident  
[m.muerner@radiobeo.ch](mailto:m.muerner@radiobeo.ch)  
+41 79 310 20 52

**Stellungnahme des Verbandes Schweizer Privatradios VSP zur Vernehmlassung der neuen SRG-Konzession vom 19. Dezember 2017**

<p><b>SRG Konzession NEU (Entwurf BAKOM)</b></p> <p><b>ACHTUNG: Es werden nur diejenigen Artikel und Absätze aufgeführt, bei denen der VSP Änderungen vorschlägt</b></p>	<p><b>Rot = Änderungen/Inputs</b></p> <p><b>Wo nichts steht = Übernahme des Entwurfs BAKOM</b></p>	<p><b>Begründungen</b></p>
<p><b>Art. 1 Grundsatz</b> Die SRG veranstaltet Radio- und Fernsehprogramme nach den Vorschriften des RTVG, der RTVV und dieser Konzession und erbringt weitere Leistungen im übrigen publizistischen Angebot</p>	<p><b>Art. 1 Grundsatz</b> Die SRG veranstaltet Radio- und Fernsehprogramme nach den Vorschriften des RTVG, der RTVV und dieser Konzession <del>und erbringt weitere Leistungen im übrigen publizistischen Angebot</del></p> <p>Sie erbringt keine zusätzlichen Leistungen im übrigen publizistischen Angebot, sondern benutzt verschiedene Verbreitungsarten, um die bestehenden Radio- und TV Inhalte weiterzuverbreiten.</p>	<p>Der VSP möchte nicht, dass die SRG neue Inhalte nur für online oder DAB+ only produziert. Für die SRG ist „online“ darauf einzugrenzen, dass sie die für Radio- und TV Programme produzierten Inhalte online weiterverbreiten darf.</p>
<p><b>Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit</b> 1 Die SRG gestaltet ihr publizistisches Angebot autonom und handelt unabhängig vom Staat ...</p>	<p><b>Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit</b> 1 Die SRG gestaltet ihr publizistisches Angebot <i>im Einklang mit dem definierten Programmauftrag</i> autonom und handelt unabhängig vom Staat ...</p>	
<p><b>Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot</b> 1 Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus Online-Beiträgen.</p> <p>5 Sie trägt mit ihrem publizistischen Angebot den unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums Rechnung und strebt eine hohe Akzeptanz und Reputation bei den verschiedenen Ansprech- und Zielgruppen an.</p> <p>6 Sie erbringt gleichwertige Angebote in deutscher, französischer und italienischer Sprache und berücksichtigt das Rätoromanische auf angemessene Weise.</p>	<p><b>Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot</b> 1 Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen <i>sowie aus dem Weiterverbreiten im Sinne einer Zweitverwertung der für Radio und Fernsehen produzierten Beiträge über Internet.</i></p> <p>5 Sie trägt mit ihrem publizistischen Angebot den unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums Rechnung <del>und strebt eine hohe Akzeptanz und Reputation bei den verschiedenen Ansprech- und Zielgruppen an.</del></p> <p>6 Sie erbringt <i>gleichwertige</i> Angebote in deutscher, französischer und italienischer Sprache und berücksichtigt das Rätoromanische auf angemessene Weise.</p>	<p>Auch hier: Keine zusätzlichen Inhaltsproduktionen im online Bereich</p>
<p><b>Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und Qualitätssicherung</b></p>	<p>3 Sie veröffentlicht die Standards, überprüft sie <i>regelmässig</i> unter Berücksichtigung der anerkannten medienwissenschaftlichen</p>	

<p>3 Sie veröffentlicht die Standards, überprüft sie regelmässig unter Berücksichtigung der anerkannten medienwissenschaftlichen Erkenntnisse und der besten in- und ausländischen publizistischen Praxis.</p> <p>4 Sie lässt regelmässig Qualitätskontrollen durch externe Sachverständige mit der entsprechenden beruflichen Qualifikation und Erfahrung durchführen, und informiert die Öffentlichkeit über die Ergebnisse.</p> <p>5 Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) lässt Stichproben des publizistischen Angebots regelmässig durch qualifizierte Institutionen analysieren und veröffentlicht die Ergebnisse.</p>	<p>Erkenntnisse und der besten in- und ausländischen publizistischen Praxis.</p> <p>4 Sie lässt <del>regelmässig</del> Qualitätskontrollen durch externe Sachverständige mit der entsprechenden beruflichen Qualifikation und Erfahrung durchführen, und informiert die Öffentlichkeit über die Ergebnisse.</p> <p>5 Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) lässt Stichproben des publizistischen Angebots <del>regelmässig</del> durch qualifizierte Institutionen analysieren und veröffentlicht die Ergebnisse</p>	
<p><b>Art. 6 Information</b></p> <p>2 Sie informiert insbesondere über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche, kulturelle und soziale Zusammenhänge. Sie legt den Schwerpunkt auf die Darstellung und Erklärung des Geschehens auf internationaler, nationaler und sprachregionaler Ebene.</p> <p>3 Sie bedient sich bei der Darstellung ihrer Informationsangebote einer Vielzahl geeigneter Formate und Verbreitungswege. Sie berücksichtigt dabei die Zielgruppen und die Zeitgerechtigkeit.</p> <p>6 Sie setzt für die Erfüllung ihres Leistungsauftrags im Bereich Information Mittel in der Höhe von mindestens der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen ein.</p>	<p>2 Sie informiert insbesondere über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche, kulturelle und soziale Zusammenhänge.</p> <p><del>Sie legt den Schwerpunkt auf die Darstellung und Erklärung des Geschehens auf internationaler, nationaler und sprachregionaler Ebene.</del></p> <p><del>Sie beschränkt sich auf die Darstellung und Erklärung des Geschehens auf internationaler, nationaler und sprachregionaler Ebene und verzichtet auf die regionale Ebene.</del></p> <p><del>3 Sie bedient sich bei der Darstellung ihrer Informationsangebote einer Vielzahl geeigneter Formate und Verbreitungswege. Sie berücksichtigt dabei die Zielgruppen und die Zeitgerechtigkeit.</del></p> <p>6 Sie setzt für die Erfüllung ihres Leistungsauftrags im Bereich Information Mittel in der Höhe von mindestens <del>der</del> <b>Hälfte zwei Drittel</b> ihrer Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen ein.</p>	<p>Beschränkung max. auf Sprachregion. Regionen sind Sache der Privaten.</p> <p>Information ist der wichtigste Auftrag der SRG &gt; deshalb nicht die Hälfte der Gebühren, sondern 2/3 für die Informationen.</p>
<p><b>Art. 7 Kultur</b></p> <p>1 Die SRG trägt mit ihrem Angebot im Bereich Kultur zur kulturellen Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes bei. Sie fördert die schweizerische Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Literatur sowie des Musik- und Filmschaffens.</p> <p>2 Sie vermittelt dabei die schweizerische Kultur in deren unterschiedlichen Erscheinungsformen.</p> <p>3 Sie erbringt ihre kulturellen Leistungen namentlich durch:</p>	<p><b>Art. 7 Kultur</b></p> <p>1 Die SRG trägt mit ihrem Angebot im Bereich Kultur zur kulturellen Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes bei. Sie <del>fördert bildet</del> die schweizerische Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Literatur sowie des Musik- und Filmschaffens <b>ab</b>.</p> <p>2 Sie <del>vermittelt bildet</del> dabei die schweizerische Kultur in deren unterschiedlichen Erscheinungsformen <b>ab</b>.</p> <p>3 Sie erbringt ihre kulturellen <del>Leistungen</del> <b>Abbildungen</b> namentlich durch:</p> <p><b>Neu 5</b></p>	<p>Abbilden statt fördern. Denn für die Förderung von Kulturbeiträgen ist das EDA / Kulturförderung zuständig und nicht die SRG. Soweit es da Budgetverschiebungen zwischen Staats- und SRG-Haushalt braucht, sind diese vorzunehmen.</p> <p>5 Der VSP möchte gleiche Spiesse bei</p>

	In den Regionen haben Privatradios Vorrang für die Zusammenarbeit mit den Veranstaltern. Die SRG darf grundsätzlich keine exklusiven Verträge mit Veranstaltern abschliessen.	Veranstaltungen in den Regionen und auf nationaler Ebene; es soll keine exklusiven Verträge für die SRG geben.
<b>Art. 9 Unterhaltung</b> 1 Die SRG sorgt im Bereich Unterhaltung für ein Angebot, das hohen ethischen Anforderungen genügt. Sie nimmt damit innerhalb des Unterhaltungsangebots der elektronischen Medien eine Leitbildfunktion wahr.  4 Die SRG ist bestrebt, bei der Akquisition von fiktionalen Inhalten mit privaten Anbietern zu kooperieren.	<b>Art. 9 Unterhaltung</b> 1 Die SRG sorgt im Bereich Unterhaltung für ein Angebot, das hohen ethischen Anforderungen genügt. <del>Sie nimmt damit innerhalb des Unterhaltungsangebots der elektronischen Medien eine Leitbildfunktion wahr.</del>  4 Die SRG ist <del>bestrebt</del> verpflichtet, bei der Akquisition von fiktionalen Inhalten mit privaten Anbietern zu kooperieren.	Die Unterhaltung ist nicht a priori Service public und darum nicht Kernaufgabe der SRG; deshalb soll sie auch keine Leitbildfunktion wahrnehmen.
<b>Art. 10 Sport</b> 3 Sie ist bestrebt, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen.	3 Sie ist <del>bestrebt</del> verpflichtet, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen.	
<b>Art. 11 Innovation</b> 1 Die SRG entwickelt laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad. Dabei werden die Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien ausgenutzt. 2 Sie etabliert dazu ein Innovationsmanagement und informiert die Öffentlichkeit regelmässig darüber	Ganzer Artikel streichen:  <del>1 Die SRG entwickelt laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad. Dabei werden die Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien ausgenutzt.  2 Sie etabliert dazu ein Innovationsmanagement und informiert die Öffentlichkeit regelmässig darüber</del>	
<b>Art. 13 Angebote für junge Menschen</b> 1 Die SRG stellt Angebote bereit, die auf die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen ausgerichtet sind. Sie bietet diesen eine altersgerechte Orientierung und fördert deren Beteiligung am politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Leben. 2 Inhalte, Formate und Technik der Angebote werden so aufbereitet und verbreitet, wie es den Mediennutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppen entspricht	Ganzer Artikel streichen:  <del>1 Die SRG stellt Angebote bereit, die auf die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen ausgerichtet sind. Sie bietet diesen eine altersgerechte Orientierung und fördert deren Beteiligung am politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Leben.  2 Inhalte, Formate und Technik der Angebote werden so aufbereitet und verbreitet, wie es den Mediennutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppen entspricht</del>	Die SRG hat ein Mehrheitenprogramm zu bieten. Angebote für besondere Zielgruppen sind nicht ihre Aufgabe und gehören nicht in die Konzession. Gleiches gilt für die Zielgruppenwerbung. Online only und zielgruppenspezifische Werbung sind nicht Sache der SRG.
<b>Art. 16 Radioprogramme</b> 1 Die SRG veranstaltet die folgenden Radioprogramme: a. für die deutsche, die französische und die italienische Sprachregion je drei Programme, von denen: 1. das erste sich als Basisprogramm an ein breites Publikum richtet und den Schwerpunkt auf Information,	<b>Neuer Vorschlag gemäss Liste VSP. Alle anderen Angebote (linke Spalte) streichen.</b>  1 Die SRG veranstaltet die folgenden Radioprogramme:  a) Je ein erstes Radioprogramm für jede Sprachregion (deutsch, französisch,	

<p>gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt; in diesen Programmen können mit Genehmigung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) zeitlich begrenzte regionale Informationssendungen (Regionaljournale) ohne Sponsoring verbreitet werden.,</p> <p>2. das zweite vorwiegend der klassischen und modernen Kunst und Kultur sowie der Hintergrundinformation gewidmet ist,</p> <p>3. das dritte sich an die Zielgruppe junger Erwachsener richtet und den Schwerpunkt auf populäre Kultur, gesellschaftliche Themen und Unterhaltung setzt;</p> <p>b. für die deutsche und die französische Sprachregion je ein Programm, das der volkstümlichen Musikkultur, insbesondere der volkstümlichen Musikkultur der Sprachregion, einen breiten Platz einräumt, die Produktionen einheimischer Kulturschaffender besonders berücksichtigt und mindestens aktuelle Informationsbeiträge verbreitet;</p> <p>c. für die rätoromanische Sprachregion ein Programm, das der rätoromanischen Kultur einen breiten Platz einräumt sowie aktuelle Informationsleistungen verbreitet;</p> <p>d. für die deutschsprachige Schweiz ein Jugendprogramm, das den Schweizer Nachwuchskünstlerinnen und -künstlern einen breiten Platz einräumt und aktuelle Informationsleistungen verbreitet;</p> <p>e. für die deutsche Sprachregion ein Programm mit aktuellen und vertiefenden Informationsleistungen.</p> <p>f. für alle Sprachregionen drei Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop mit je einem Anteil an Schweizer Musik, der gemäss Selbst-verpflichtung der SRG vom Oktober 2017 mindestens 50 Prozent beträgt. Die Musik- und Veranstaltungshinweise können an die Sprachregionen angepasst werden.</p> <p>2 Mit der professionellen Qualität ihrer Moderation beziehungsweise ihrer nicht primär an den</p>	<p>italienisch, rätoromanisch) = 4 Programme. Viele Programmteile von Musikwelle finden in diesem Programm Platz;</p> <p>b) Ein zweites, mehrsprachiges Kulturprogramm gemeinsam für alle Sprachregionen (nationale Kohäsion) = 1 Programm. In diesem Programm können auch weite Teile von Swiss Classics und Swiss Jazz eingebunden werden;</p> <p>c) Je ein drittes, komplementär-alternatives Musikprogramm für die Sprachregionen Deutsch, Französisch, Italienisch (Vorbild Couleur 3) = 3 Programme;</p> <p>d) Ein viertes mehrsprachiges Radioprogramm für alle Sprachregionen ausschliesslich für die Information (heute SRF4) = 1 Programm.</p>	
--	--	--

<p><i>Einschaltquoten orientierten Musikwahl unterscheiden sich die Radioprogramme der SRG von den Angeboten kommerziell ausgerichteter Veranstalter</i></p>		
<p><b>Art. 17 Fernsehprogramme</b>  <i>1 Die SRG veranstaltet für die deutsche, die französische und die italienische Sprachregion je zwei Programme. Diese Programme enthalten auch Sendungen in rätoromanischer Sprache.  2 Die SRG kann auf die Veranstaltung eines der beiden Programme für die italienische Sprachregion verzichten, sofern das multimediale Angebot nach Artikel 18 Absatz 3 bereitgestellt ist.  3 Sie kann ein deutschsprachiges Fernsehprogramm veranstalten, das aus Informationssendungen und –beiträgen besteht, die zuvor in den Programmen nach Absatz 1 ausgestrahlt worden sind. Sie kann Sendungen über Ereignisse von nationaler Bedeutung auch originär ausstrahlen.  4 Sie kann für jede Sprachregion ein Fernsehprogramm mit laufend aktualisierten Informationen und Programmhinweisen ohne Werbung und Sponsoring über Internet verbreiten.  5 Sie kann Fernsehprogramme nach den Absätzen 1 und 3 mit zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen. Sie informiert das BAKOM vorab über die organisatorische und technische Umsetzung dieser Werbeform.</i></p>	<p><b>Bezüglich den Artikeln zum Fernsehen unterstützt der VSP die Anträge seines Schwesterverbandes Telesuisse</b></p>	
<p><b>Art. 18 Übriges publizistisches Angebot</b>  <i>1 Das übrige publizistische Angebot nach Artikel 25 Absatz 3 Buchstabe b RTVG umfasst:  a. die Online-Angebote nach Absatz 2;  b. den Teletext;  c. den Dienst Hybrid Broadcast Broadband Television (HbbTV);  d. ein multimediales Angebot für die italienische Sprachregion;  e. programmassoziierte Informationen;  f. das publizistische Angebot für das Ausland im Sinne von Artikel 28 Absatz 1 RTVG;  g. Begleitmaterialien zu einzelnen Sendungen.</i></p>	<p><b>Grundsatz beachten – siehe auch Artikel 1:</b></p> <p><b>Die SRG erbringt keine zusätzlichen Leistungen im übrigen publizistischen Angebot, sondern benutzt verschiedene Verbreitungsarten, um die bestehenden Radio- und TV Inhalte weiterzuverbreiten.</b></p> <p><b>NEUE FORMULIERUNG (Vorschlag des VSP):</b></p> <p><b>1. Das übrige publizistische Angebot umfasst:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Den Teletext</li> <li>b) Den Dienst HbbTV</li> <li>c) Das publizistische Angebot für das Ausland im Sinne von Art. 28 Abs. 1 RTVG</li> <li>d) Begleitmaterialien zu einzelnen Sendungen.</li> </ul>	

<p>2 Für Online-Angebote gelten folgende Grundsätze:</p> <p>a. Schwerpunkte der Online-Angebote bilden Audioinhalte und audiovisuelle Inhalte.</p> <p>b. Online-Inhalte mit Sendungsbezug weisen einen zeitlich und thematisch direkten Bezug zu redaktionell aufbereiteten Sendungen oder Teilen von Sendungen auf. Textbeiträge enthalten die Information, auf welche Sendung sie sich beziehen.</p> <p>c. Bei Online-Inhalten ohne Sendungsbezug sind Textbeiträge in den Sparten News, Sport und Regionales oder Lokales auf höchstens 1000 Zeichen beschränkt.</p> <p>d. 75 Prozent der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage, sind mit Audio-inhalten oder audiovisuellen Inhalten verknüpft.</p> <p>e. Spiele und Publikumsforen werden nur angeboten, wenn sie einen zeitlich und thematisch direkten Bezug zu einer Sendung haben. Marktplätze dürfen nicht angeboten werden.</p> <p>f. Links zu Online-Angeboten Dritter werden ausschliesslich nach redaktionellen Kriterien gesetzt und dürfen nicht kommerzialisiert werden.</p> <p>g. In Online-Angeboten ist Eigenwerbung erlaubt, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dient. Die Nennung von publizistischen Partnerinnen und Partnern bei Koproduktionen gilt nicht als Sponsoring. Eigenständige Angebote, die Basiswissen vermitteln und sich zeitlich und thematisch direkt auf eine bildende Sendung beziehen, können gesponsert werden und Werbung enthalten, sofern die bildende Sendung in Zusammenarbeit mit nicht gewinnorientierten Dritten hergestellt wird. Die Werbe- und Sponsoring-Bestimmungen des RTVG und der RTVV gelten sinngemäss.</p> <p>3 Die SRG stellt ein multimediales Angebot für die italienische Sprachregion bereit, sofern sie für diese Region nur ein Programm im Sinne von Artikel 17 Absatz 1 veranstaltet. Das Angebot besteht insbesondere aus den Formaten Audio, Video, Text und Bild. Das Schwergewicht bilden originäre audiovisuelle Angebote, die sowohl auf Abruf als auch linear bereitgestellt</p>	<p>2. Für Online-Angebote gelten folgende Grundsätze: Sie sind entweder Sendungen aus dem bestehenden Angebot der TV- und Radio-Sender der SRG, oder Begleitmaterialien zu einzelnen Sendungen. Online-Inhalte ohne Sendebefugnis sind unzulässig. Links zu Online-Angeboten Dritter werden ausschliesslich nach redaktionellen Kriterien gesetzt und dürfen nicht kommerzialisiert werden. In Online-Angeboten ist Eigenwerbung erlaubt, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dient. Die Nennung von publizistischen Partnerinnen und Partnern gilt nicht als Sponsoring. Sponsoring und Werbung sind untersagt.</p> <p>((Absatz 3 multimediales Angebot für die italienische Sprachregion STREICHEN))</p> <p>((Absatz 4 publizistisches Angebot für das Ausland: SO ÜBERNEHMEN))</p> <p>((Absatz 5: SO ÜBERNEHMEN))</p>	
---	--	--

<p>werden. Für diese multimedialen Angebote gelten folgende Grundsätze:</p> <p>a. Die Bestimmungen nach Absatz 2 Buchstaben a-g gelten sinngemäss.</p> <p>b. Texte im Sinne von Absatz 2 Buchstabe b sowie Spiele und Foren weisen einen zeitlich und thematisch direkten Bezug zu Audio- und Videobeiträgen dieses multimedialen Angebots oder zu Sendungen der Programme nach Artikel 17 Absätze 1 und 3 auf.</p> <p>4 Das publizistische Angebot für das Ausland fördert den Kontakt der Ausland-schweizerinnen und -schweizer zur Heimat und die Präsenz der Schweiz im Ausland sowie das Verständnis für deren Anliegen. Das Angebot besteht aus einem mehr-sprachigen Online-Dienst, einem internationalen italienischsprachigen Online-Dienst und internationaler Zusammenarbeit im Bereich des Fernsehens. Die Einzelheiten werden in der Leistungsvereinbarung zwischen dem Bund und der SRG nach Artikel 28 Absatz 1 RTVG festgelegt.</p> <p>5 Die von der SRG oder einer Unternehmenseinheit verantworteten Inhalte sind gekennzeichnet.</p>		
<p><b>Art. 20 Drahtlose Verbreitung</b></p> <p>1 Die Radioprogramme nach Artikel 16 werden wie folgt verbreitet:</p> <p>a. über Digital Audio Broadcasting plus (DAB+) jeweils die ersten Programme in der ganzen Schweiz, die übrigen Programme und die Regionaljournale mindestens in ihren Sprachregionen beziehungsweise in ihren Regionen;</p> <p>b. über Satellit;</p> <p>c. über Ultrakurzwellen (UKW) im Ausbaustand Ende 2018.</p>	<p>1 Die Radioprogramme nach Artikel 16 werden wie folgt verbreitet:</p> <p>a. über Digital Audio Broadcasting plus (DAB+) jeweils die ersten Programme in der ganzen Schweiz, die übrigen Programme <del>und die Regionaljournale</del> mindestens in ihren Sprachregionen beziehungsweise in ihren Regionen;</p>	
<p><b>Art. 22 Verbreitung über Internet</b></p> <p>Die SRG kann die folgenden Angebote über das Internet verbreiten:</p> <p>a. Angebote nach den Artikeln 16 und 17 ganz oder teilweise;</p> <p>b. originäre Beiträge über politische, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse von sprachregionaler oder nationaler Bedeutung;</p>	<p>Grundsatz beachten – siehe auch Artikel 1:</p> <p>Die SRG erbringt keine zusätzlichen Leistungen im übrigen publizistischen Angebot, sondern benutzt verschiedene Verbreitungsarten, um die bestehenden Radio- und TV Inhalte weiterzuverbreiten.</p> <p>NEUE FORMULIERUNG (Vorschlag des VSP):</p>	

<p>c. für die Sprache der jeweils anderen Sprachregionen adaptierte Beiträge aus den Angeboten nach den Artikeln 16 und 17; d. Live-Videoübertragungen vom Herstellungsort während der Produktion von Programmen nach Artikel 16 und 17</p>	<p>Die SRG kann die folgenden Angebote über das Internet verbreiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Angebote nach den Artikeln 16 oder 17 ganz oder teilweise.</li> <li>b) Für die Sprache der jeweils anderen Sprachregionen adaptierte Beiträge aus den Angeboten nach Artikeln 16 und 17</li> <li>c) Originäre Angebote sind nicht erlaubt.</li> </ul>	
<p><b>Art. 23 Zugang zu Sendungen</b> 1 Die SRG kann Sendungen aus den Programmen im Internet kostenlos zugänglich machen. 2 Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung ist kostenlos. Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.</p>	<p>2 Der Zugriff auf archivierte, online zur Verfügung gestellte Sendungen zur privaten oder wissenschaftlichen Nutzung <i>sowie für Veranstalter mit Leistungsauftrag</i> ist kostenlos. <i>Veranstalter mit Leistungsauftrag dürfen Teile von Sendungen auch aufzeichnen und diese Aufnahmen, mit Verweis auf die Quelle, kostenlos verwenden.</i> Für andere Arten der Nutzung kann die SRG Marktpreise verlangen.</p>	
<p><b>Art. 24 Leistungen in Krisenzeiten</b> 2 Die Einzelheiten, die Zusammenarbeit mit den zuständigen Bundesstellen und den anderen Radioveranstaltern sowie eine allfällige Abgeltung durch den Bund werden in einer Leistungsvereinbarung mit der Bundeskanzlei geregelt</p>	<p>2 Die Einzelheiten, die Zusammenarbeit mit den zuständigen Bundesstellen und den anderen konzessionierten Radioveranstaltern sowie eine allfällige Abgeltung durch den Bund werden in einer Leistungsvereinbarung mit der Bundeskanzlei geregelt</p>	
<p><b>Art. 28 Zusammenarbeit mit der schweizerischen Musikbranche</b> Die SRG regelt die Zusammenarbeit mit der schweizerischen Musikbranche in einer Vereinbarung. Kommt keine Vereinbarung zustande, so kann das UVEK Vorgaben zur Berücksichtigung und Förderung der schweizerischen Musik durch die SRG machen, <i>einschliesslich Quoten.</i></p>	<p>Die SRG regelt die Zusammenarbeit mit der schweizerischen Musikbranche in einer Vereinbarung. Kommt keine Vereinbarung zustande, so kann das UVEK Vorgaben zur Berücksichtigung und Förderung der schweizerischen Musik durch die SRG machen, <i>einschliesslich Quoten.</i></p>	
<p><b>Art. 29 Zusammenarbeit mit schweizerischen Veranstaltern</b> Die SRG ist bestrebt,</p>	<p>Die SRG ist <del>bestrebt</del> <i>verpflichtet</i> ...</p>	
<p><b>Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen</b> 1 Die SRG stellt anderen schweizerischen Medienunternehmen, welche die Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten des Schweizerischen Presserats anerkennen, Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten zur Verfügung.</p>	<p>1 Die SRG stellt anderen schweizerischen Medienunternehmen, <i>welche die Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten des Schweizerischen Presserats anerkennen;</i> Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten zur Verfügung.</p>	
<p><b>Art. 38 Berichterstattung</b></p>	<p><i>Neu:</i></p>	

	<p>e. es gelten die Richtlinien gemäss Swiss GAAP FER oder eines vergleichbaren Rechnungsstandards.</p>	
<p><b>Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten</b> <b>Alternative zu Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c gemäss Entwurf vom 30. Oktober 2017 zur RTVV-Teilrevision 2018</b> Übersteigen die Werbeeinnahmen der SRG inklusive Einnahmen aus der Zielgruppenwerbung den Durchschnittswerbeertrag der letzten vier Jahre vor der Festlegung eines Abgabeanteils zugunsten der SRG durch den Bundesrat, so sind zwei Drittel des über dem Durchschnittsertrag liegenden Ertrags, zugunsten der Aus- und Weiterbildung, der Medienforschung oder zugunsten von sda-Projekten einzusetzen.</p>	<p>Übersteigen die Werbeeinnahmen der SRG <del>inklusive Einnahmen aus der Zielgruppenwerbung</del> den ...</p> <p>..... so sind zwei Drittel des über dem Durchschnittsertrag liegenden Ertrags, zugunsten der konzessionierten Privatradios und Privat-TVs im Bereich der Aus- und Weiterbildung, der Medienforschung, der technischen Verbreitung, des SwissRadioDay oder zugunsten von sda-Projekten einzusetzen.</p>	
<p><b>Art. 42 Inkrafttreten und Geltungsdauer</b> 1 Die Konzession tritt am 1. Januar 2019 in Kraft und gilt längstens bis zum 31. Dezember 2022. 3 Der Bundesrat beabsichtigt eine Verlängerung dieser Konzession um höchstens vier Jahre, sofern dies nicht durch eine in der Zwischenzeit erfolgte Gesetzesänderung ausgeschlossen ist</p>	<p>Neu:</p> <p>2 Die erneuerte SRG-Konzession ist bis zum Inkrafttreten des geplanten Gesetzes über elektronische Medien (GeM) zu befristen und darf dessen Inhalt nicht präjudizieren. Die SRG-Konzession muss nach Inkrafttreten des neuen Gesetzes entsprechend angepasst werden.</p>	

Verein „Ja zu No Billag“  
Arbachstrasse 2  
6340 Inwil/Baar



Eidgenössisches Departement für Umwelt,  
Energie und Kommunikation (UVEK)

Per E-Mail an: srg-konzession@bakom.admin.ch

10.04.18

## **Vernehmlassung: Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Komitee der Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren setzt sich ein für die Interessen der 833 630 Stimmbürgerinnen und Stimmbürger, die am 4. März 2018 der Volksinitiative NoBillag zugestimmt haben.

Wie diese Volksabstimmung gezeigt hat, will eine Mehrheit der stimmenden Schweizerinnen und Schweizer derzeit, dass ein gewisses Angebot der SRG durch eine für jeden Haushalt zwingend zu zahlende Abgabe finanziert wird. Andererseits bedeutet der Entscheid ebenso, dass der grösste Medienkonzern der Schweiz, also die SRG, ungefähr 30 Prozent unfreiwillige Abonnenten hat. (Über die Freiwilligkeit oder Unfreiwilligkeit der nicht stimmberechtigten oder der Abstimmung ferngebliebenen Gebührenzahler kann keine Aussage getroffen werden). Wir erlauben uns, im Namen dieser Minderheit zu sprechen.

Es sei an dieser Stelle auch erwähnt, dass die Nachwahlbefragung zur Volksinitiative ergab, dass eine Mehrheit der Bürger, nämlich 62%, eine Senkung der Gebühr auf 200 Franken befürwortet und somit eine deutliche Reduktion des derzeitigen SRG-Angebotes erwartet. Selbst vonseiten der Initiativgegner wurde im Abstimmungskampf eine Redimensionierung der SRG gefordert / in Aussicht gestellt. Dass der Bundesrat dieses weit verbreitete Anliegen nicht aufgreift und im Gegenteil den Umfang der SRG ausbauen will, finden wir zutiefst enttäuschend.

Die folgenden Artikel halten wir in diesem Zusammenhang für besonders problematisch:

- **Artikel 9** trägt der SRG nach wie vor einen Auftrag im Bereich „Unterhaltung“ auf. Im Abstimmungskampf um NoBillag haben sich auch auf der Gegner-Seite nur wenige Akteure dafür ausgesprochen, dass Unterhaltung weiterhin zum Service Public zu zählen ist. Selbst unter den Gegnern dominierte die Einsicht, dass **private Anbieter Unterhaltungsangebote in ausreichender Menge bereitstellen und dass dies kein Bereich ist, der von einem staatsnahen Anbieter auszufüllen ist**. Im Sinne des Subsidiaritätsprinzips und der verfassungsmässig gebotenen Rücksichtnahme auf private Anbieter fordern wir die Streichung dieses Artikels.

- **Artikel 13 und 14** verlangen die Bereitstellung von „Angeboten für junge Menschen“ und für „Menschen mit Migrationshintergrund“. Eine solche Segmentierung des Publikums widerspricht dem Grundsatz der inhaltlichen Unabhängigkeit der SRG und kann von dieser **als Auftrag zum Leistungsausbau, insbesondere im Online-Bereich, interpretiert werden**. Das ist klar abzulehnen.

- **Artikel 16 und Artikel 17** umschreiben detailliert die Anzahl Sender der SRG. Dabei zementiert das Festhalten an allen bestehenden Programmen den Status Quo. Der SRG wird jeder Spielraum geraubt für den Fall, dass die Gebühren deutlich reduziert werden. Der Artikel sollte sich auf je ein Fernseh- und ein Radio-Programm für die deutsche, französische und italienische Schweiz sowie auf den jetzigen Artikel c.) für die rätoromanische Schweiz beschränken. **Alle übrigen Programme sollten neu mit einer nicht zwingenden „Kann-Formulierung“ versehen werden** (z.B. Die SRG „kann“ für alle Sprachregionen drei Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop (...) veranstalten). **Falls eine mit geringeren finanziellen Mitteln ausgestattete SRG zum Schluss kommt, dass einzelne Programme gestrichen werden können oder müssen, wird sie so mit der nötigen Flexibilität ausgestattet**. Wir verweisen darauf, dass ein Rückbau der Senderzahl politisch auf der Agenda des Parlaments steht und der Bundesrat hier keine *faits accomplis* schaffen darf.

- Im **Artikel 17** wird zielgruppenspezifische Werbung erlaubt. Wir erachten es als Marktverzerrung, wenn die SRG, welche ihre heutige Grösse und Marktmacht nur dank staatlichen Privilegien erreicht hat, in Kooperation mit Drittfirmen weitere Vorteile auch noch im Werbemarkt erheischen kann. Zurückhaltung wäre hier das Gebot für ein gebührenfinanziertes Unternehmen. **Wir erwarten einen Verzicht auf zielgruppenspezifische Werbung und ein Verbot jeglicher Beteiligung an Admeira**.

- Wir fordern, **alle Artikel die sich mit dem Ausbau des Online-Angebotes** befassen oder der SRG Werbung im Internet gestatten wollen, ersatzlos zu streichen. Im Online-Bereich herrscht ein lebhafter privater Markt mit unzähligen publizistischen und audiovisuellen Angeboten. **Aus ordnungspolitischer Sicht hat ein staatlich privilegierter Konzern in einem funktionsfähigen Markt nichts verloren**. Des Weiteren soll im laufenden Jahr sowieso ein neues Gesetz über elektronische Medien aufgegleist werden. Diesem darf die Konzession keinesfalls vorgreifen.

- **Artikel 19** erlaubt der SRG, jährlich 16 Veranstaltungen durchzuführen, auch auf Kosten der Gebührenzahler. Im Eventbereich herrscht in der Schweiz ein lebhafter privater Markt. Die SRG darf keinesfalls als staatlich finanzierte Eventagentur tätig sein.

Aus genannten Gründen lehnt das Komitee der Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren die vorliegende Konzession in wesentlichen Punkten – und im Ergebnis – ab. Wir erwarten, dass dem weit verbreiteten Wunsch nach einer kleineren SRG Rechnung getragen wird und eine neue Konzession dabei möglichst unterstützend wirkt, so dass die nötigen Voraussetzungen geschaffen werden, die heutige rekordhohe Belastung der Bürger merklich zu reduzieren.

Freundliche Grüsse



Florian Maier  
Generalsekretär



Samuel Hofmann  
Argumentationschef

Komitee Volksinitiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren



Madame la Conseillère fédérale  
Doris Leuthard  
Présidente de la Confédération  
Kochergasse 6  
3003 Berne

**Date** 28 mars 2018

## **Consultation relative à la concession SSR**

Madame la Conseillère fédérale,

Le canton du Valais vous remercie de l'avoir consulté sur l'objet cité en référence et a pris connaissance avec intérêt de ce projet de nouvelle concession SSR. L'univers des médias en Suisse est en profonde mutation. La migration d'une partie toujours plus importante de l'audience vers les supports numériques implique une redéfinition du paysage médiatique suisse. Les questions liées à la taille du service public national, à son financement et au rôle de la SSR seront débattues dans le cadre de la future loi sur les médias électroniques que le Conseil Fédéral envisage de soumettre au Parlement. Dans l'intervalle, la concession octroyée à la SSR doit être renouvelée de manière provisoire, jusqu'à l'entrée en vigueur de cette nouvelle loi. L'Etat du Valais est d'avis que dans ce contexte il convient d'adapter uniquement le strict nécessaire à la concession pour ne pas préjuger des débats qui auront lieu aux chambres fédérales.

### Section 1 : Généralités

Le canton du Valais salue la volonté de faire évoluer la concession octroyée à la SSR vers plus de dialogue avec le public et un contrôle accru en matière de qualité de l'offre. En ce qui concerne, les exigences dans ce domaine, les dispositions contenues à l'art. 4 nous semble cardinales. Au vu des missions assignées à la SSR, il est essentiel que celle-ci édicte des normes de qualités régissant le contenu de ses programmes et les fasse régulièrement contrôler par des experts externes. A notre sens, des critères pour évaluer la représentation et le traitement des régions dans l'offre d'information de la SSR doivent être établis, cela tant du point de vue quantitatif (nombre de sujets réalisés), que qualitatif (diversité des thèmes abordés et façon de les traiter).

Au vu du contexte actuel qui entoure la SSR, l'amélioration du dialogue avec le public revêt, du point de vue du canton du Valais, une importance particulière. L'évolution des modes de consommation des médias entraîne une tendance généralisée à plus d'interactions entre les producteurs de contenus et leurs destinataires. Dans cette optique, l'art. 5 de la concession va dans la bonne direction. Ces efforts de dialogue via ses programmes, des manifestations ou des plateformes web ne doivent cependant pas remplacer ou affaiblir le rôle des sociétés régionales. Rôle qui, à notre sens, pourrait même être renforcé afin de garantir des relais efficaces, dans les régions, entre la SSR et les différents publics concernés par son offre.

### Section 2 : Les services journalistiques domaine par domaine

L'art. 6 al. 6 qui prévoit que la moitié au moins des recettes de la redevance soit affectée à l'information va dans la bonne direction. Ce secteur constitue le véritable ADN de la SSR ainsi que l'endroit où cette dernière se doit d'amener la plus grande valeur ajoutée.



De manière générale, le Valais est favorable à une distinction nette, dans le domaine du divertissement, entre l'offre de la SSR et celle de diffuseurs commerciaux. L'offre de la SSR, financée en partie par la redevance, se doit de répondre à certains critères éthiques, comme par exemple représenter la diversité helvétique et garder en ligne de mire sa mission de service public.

### Section 3 : Tâches transversales

La prise en compte des différentes régions linguistiques est une tâche essentielle de la SSR, le Valais, en tant que canton bilingue, y est particulièrement sensible. Le multilinguisme et la diversité des cultures devraient ainsi se refléter dans l'information quotidienne d'une part mais également dans les autres secteurs de la SSR comme la culture, le divertissement, la formation ou le sport.

Le canton du Valais prend note avec satisfaction de la volonté affirmée dans le projet de concession de proposer aux jeunes groupes cibles des offres indépendantes et adaptées à leur âge. Ces offres, diffusées sur les canaux les plus appropriés au nouveau mode de consommation des médias, sont un élément essentiel de la participation des jeunes au débat démocratique, à l'heure où ces derniers pourraient avoir tendance à se détourner des médias dits traditionnels.

### Section 4 : Programmes et autres services journalistiques

Concernant les programmes de radio, l'art. 16, al. 1 let. a, ch. 1 permettrait la diffusion de journaux régionaux, sous réserve de l'approbation du DETEC. Le canton du Valais invite le DETEC à faire preuve de parcimonie dans l'octroi de ces décrochages régionaux afin d'éviter d'instaurer une concurrence supplémentaire par rapport aux médias radiophoniques locaux.

Au sujet de l'article 17 al. 5, le Valais rappelle que, dans le contexte de la publicité ciblée, tout critère géographique doit être exclu dans la définition des groupes cibles.

### Section 6 : Production et collaboration

L'art 31 oblige la SSR à proposer des extraits de contenus audiovisuels actuels à d'autres entreprises de médias suisses pour une utilisation sur internet. Le canton du Valais est favorable à ce devoir de coopération.

### Section 8 : Rapport et surveillance

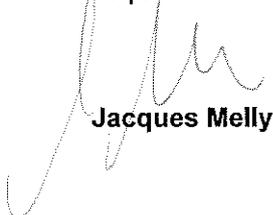
Les précisions amenées à l'art. 38 la. 2 qui visent notamment une plus grande transparence des coûts ainsi qu'un rapport sur les mesures prises en faveur de l'échange entre les régions linguistiques nous semble opportunes.

En ce qui concerne l'article 38 bis, le canton du Valais est favorable à l'idée d'une affectation partielle des revenus publicitaires pour des projets de formation, de perfectionnement ou de recherche dans les médias. Par contre, le canton du Valais est d'avis que les critères d'attribution de ces revenus doivent être fixés de manière précise et transparente et prendre en compte les besoins des régions périphériques ainsi que des médias audio-visuels privés dont les efforts en terme de formation sont importants et qui voient souvent leurs journalistes, un fois formés, rejoindre les rangs de la SSR.

En vous souhaitant bonne réception de notre détermination, nous vous prions de croire, Madame la Conseillère fédérale, à l'assurance de notre considération distinguée.

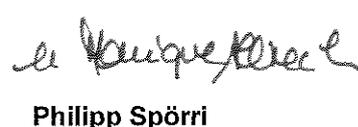
Au nom du Conseil d'Etat

Le président

  
**Jacques Melly**



Le chancelier

  
**Philipp Spörri**

Copies : [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Office fédéral de la communication, Division Médias, Rue de l'Avenir 44, Case postale 252, 2501 Bienne



CH-3003 Bern, WEKO

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

**Vorab per E-Mail an: [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)**

Unser Zeichen: 041.1-00029/sup

Direktwahl: +41 58 464 9674

**Bern, 12. März 2018**

## **Konzession für die SRG SSR: Stellungnahme der Wettbewerbskommission**

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Wettbewerbskommission (WEKO) möchte im Rahmen der oben genannten Vernehmlassung folgende Bemerkungen aus wettbewerblicher Sicht anbringen.

### **A. Grundsätzliche Anmerkungen**

Bei der Beurteilung von Rechtserlassen orientiert sich die WEKO an der Prämisse, dass Regulierungen generell wettbewerbsneutral auszugestalten sind. Dies bedeutet, dass regulatorische Eingriffe nicht ohne zwingende Erfordernisse Marktteilnehmer bevorzugen oder benachteiligen sollten.

Aus ordnungspolitischer Sicht sind regulatorische Eingriffe grundsätzlich nur gerechtfertigt, wenn ein Marktversagen vorliegt und der regulatorische Eingriff zu einer Verbesserung führt. Marktversagen kann insbesondere bei Externalitäten, monopolistischen Engpässen, öffentlichen Gütern und im Zusammenhang mit Informationsasymmetrien vorliegen, im weiteren Sinn auch im Zusammenhang mit meritorischen Gütern. Gerade im Radio- und Fernsehbereich verändert sich das Potenzial für Marktversagen im Zuge des technologischen Wandels stetig, sodass die Frage nach der Notwendigkeit regulatorischer Eingriffe in diesem Bereich kontinuierlich und auch in Abhängigkeit der technischen und gesamtmedialen Entwicklungen neu gestellt und beantwortet werden sollte. Die WEKO verweist in diesem Zusammenhang auch auf die Ausführungen in Ihrer Stellungnahme zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV; SR 784.401) vom 5. Februar 2018 sowie die darin enthaltenen Verweise auf weitere Stellungnahmen der WEKO und ihres Sekretariats (nachfolgend: Sekretariat).

Im Sinne dieser ordnungspolitischen Grundsätze und im Hinblick auf eine technologieneutrale und diskriminierungsfreie Regulierung des medialen Service public-Angebots begrüsst die

WEKO grundsätzlich das Vorhaben des Bundesrates, mittelfristig dem Parlament einen Entwurf für ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien (nachfolgend: GeM) zu unterbreiten. Das Sekretariat hat bereits im Rahmen einer Ämterkonsultation im September 2017 zum Aussprachepapier des Bundesrates zu den Stossrichtungen für einen Vorentwurf dieses Gesetzes Stellung genommen. Es hat dabei insbesondere im Zusammenhang mit der Frage zur verfassungsmässigen Grundlage für eine Regulierung im Online-Bereich Anmerkungen vorgebracht und Anträge gestellt. Weiter hat das Sekretariat in der Ämterkonsultation zur Definition und Bemessung des Service public sowie zur Ausgestaltung von Kriterien für allfällige Fördermassnahmen und dem Vergabeverfahren für diese Massnahmen Anmerkungen vorgebracht und Anträge gestellt. Sowohl das Sekretariat als auch die WEKO werden sich gerne weiter am laufenden Gesetzgebungsverfahren beteiligen und allfällige aus wettbewerblicher Sicht relevante Anmerkungen und Anträge anbringen bzw. stellen.

Im Lichte dieser grundlegenden Bemerkungen nimmt die WEKO in den nachfolgenden Abschnitten spezifisch zur neuen Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (nachfolgend: neue SRG-Konzession) Stellung:

## **B. Online-Beiträge als publizistisches Angebot**

Art. 3 Abs. 1 der neuen SRG-Konzession erwähnt die Online-Beiträge neben den Radio- und Fernsehprogrammen nun neu als publizistisches Angebot, *das in erster Linie* gewährleistet werden soll. Das Sekretariat hat schon in seiner Stellungnahme zum Aussprachepapier des Bundesrates zum GeM vom 13. September 2017 angebracht, dass aus seiner Sicht die verfassungsrechtliche Grundlage für einen medialen Leistungsauftrag anderer elektronischer Medien (bspw. das Internet) nicht eindeutig gegeben ist. So ist der mediale Leistungsauftrag in Art. 93 Abs. 2 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bundesverfassung, BV; SR 101) beschrieben und bezieht sich alleine auf das *Radio und Fernsehen*. Auch das Bundesgesetz vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen (RTVG; SR 784.40) stipuliert in Art. 24 Abs. 1, dass „Die SRG [...] den verfassungsrechtlichen Auftrag im *Bereich von Radio und Fernsehen* (Programmauftrag) [erfüllt].“ und suggeriert damit zumindest im Wortlaut, dass sich der Verfassungsauftrag auf diese beiden Medien (Radio und Fernsehen) beschränkt.

Auch in der Lehre scheint ein Programmauftrag bei anderen Formen der elektronischen Massenkommunikation (wie bspw. online) umstritten zu sein.<sup>1</sup>

Aus diesen Gründen stellt die WEKO den folgenden Antrag:

Die WEKO beantragt: Die Frage nach der ausreichenden Verfassungsgrundlage für Online-Beiträge der SRG ist umfassend zu klären.

## **C. Innovation**

Gemäss Art. 11 der neuen SRG-Konzession soll „Die SRG [...] laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsangebot [entwickeln]. Dabei [sollen] die Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien ausgenutzt [werden].“

Gemäss Erläuterungen sind mit „Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien“ z.B. Plattformen (Social-Media) gemeint. Die SRG solle deren spezifischen Möglichkeiten (z.B. Facebook und Twitter) kreativ ausloten.

---

<sup>1</sup> Vgl. bspw. Peter Hettich und Mark Schelker (2016) „Medien im digitalen Zeitalter – Neugestaltung des Programmauftrags aus ökonomischer und rechtlicher Sicht“, 2016, Dike Verlag AG, Zürich/St. Gallen, Abschnitt 3.2.4, S. 112 ff., mit weiteren Verweisen.

Die WEKO stellt fest, dass aus wettbewerblicher Sicht hier zumindest das Potenzial für Wettbewerbsverzerrungen zugunsten der SRG besteht. Es ist unklar, ob und inwiefern Dritte allenfalls von diesen Innovationen (ähnlich zu Kooperationen im Bereich der Nutzung von anderen Produktionen) diskriminierungsfrei profitieren könnten.

Aus diesen Gründen stellt die WEKO den folgenden Antrag:

Die WEKO beantragt: Es wird in der SRG-Konzession festgehalten, dass sicherzustellen ist, dass Dritte in keiner Form im Nachvollzug bzw. Kopieren und/oder Adaptieren der Innovationen im Sinne von Art. 11 der neuen SRG-Konzession eingeschränkt werden. Dies gilt im gleichen Sinne auch für die in Art. 19 der neuen SRG-Konzession erwähnten befristeten Versuche mit neuen Technologien.

#### **D. Unterstützung von Medienprojekten**

Art. 17 Abs. 5 und Art. 38<sup>bis</sup> der neuen SRG-Konzession betreffen die Möglichkeit der Zielgruppenwerbung und die Beschränkung dieser Möglichkeit in Abhängigkeit der Einnahmen daraus.

Das Sekretariat und die WEKO haben in ihren Stellungnahmen vom 13. September 2017 bzw. vom 5. Februar 2018 zur Änderung der RTVV betreffend die Möglichkeit und gleichzeitige Beschränkung von zielgruppenspezifischer Werbung in SRG-Programmen Anträge aus wettbewerblicher Sicht gestellt.<sup>2</sup> Das Sekretariat hat am 20. November 2017 diesbezüglich auch im Rahmen des Mitwirkungsverfahrens des Bundesamtes für Kommunikation zur neuen SRG-Konzession auf seine vorgenannte Stellungnahme vom 13. September 2017 verwiesen.

Auf diese Eingaben der WEKO und ihres Sekretariats verweist die WEKO auch im Rahmen der vorliegenden Vernehmlassung zur neuen SRG-Konzession.

Die WEKO bedankt sich für die Kenntnisnahme und Berücksichtigung dieser Anliegen.  
Mit freundlichen Grüssen

Wettbewerbskommission

Prof. Dr. Andreas Heinemann  
Präsident

Dr. Rafael Corazza  
Direktor

---

<sup>2</sup> Es wurde beantragt, unter den aktuellen Rahmenbedingungen (insbesondere aufgrund der Gebühren- und Werbefinanzierung) derzeit auf allfällige Beschränkungen der SRG im Bereich der zielgruppenspezifischen Werbung – im aktuellen Stadium von noch nicht etablierten und sich entwickelnden zielgruppenspezifischen Werbemärkten – zu verzichten.

Regierungsrat, Postfach 156, 6301 Zug

**Nur per E-Mail**

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

Zug, 13. März 2018 hs

**Vernehmlassungsverfahren zur Konzession für die SRG SSR  
Stellungnahme**

Sehr geehrter Herr Bundespräsident

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie bei den Kantonsregierungen das Vernehmlassungsverfahren zur Konzession für die SRG SSR eröffnet. Gerne lassen wir uns wie folgt zur Vorlage vernehmen:

**A. Vorbemerkungen****1. Veränderte Ausgangslage**

Die Ausgangslage für die SRG SSR ist trotz der mit grossem Mehr gewonnenen Abstimmung über die No-Billag-Initiative seit dem Abstimmungswochenende vom 4. März 2018 neu: Die SRG SSR hat angekündigt, dass sie im Umfang von rund 100 Mio. Franken Kosten einsparen will. Verschiedene Kreise machen weiterhin Druck, dass die SRG SSR zusätzlich spart sowie dass die Gebühren markant sinken. Demgegenüber stehen eine intensive Regulierung und zahlreiche hohe Anforderungen an die SRG SSR als Konzessionsnehmerin. Wir beobachten diese Entwicklung mit Sorge, da sie grundsätzlich gegenläufig ist. Die SRG SSR muss auch künftig in der Lage sein, mit deutlich weniger finanziellen Mitteln ihre Aufgaben zu erfüllen.

**2. Intensive Regulierung**

Die Konzession für die SRG SSR hat einen sehr hohen Regulierungsgrad. Sie regelt zahlreiche Bereiche sehr ausführlich und teilweise auch eng. So stellt sich die Frage, ob die Konzession als Querschnittsaufgabe auch die Innovation nennen muss (Art. 11) und ob im Bereich Radio wirklich derart detailliert reguliert werden muss (z.B. Art. 16 Abs. 1 Bst. b, d und f sowie Abs. 2); Gleiches gilt für das sogenannte publizistische Angebot gemäss Art. 18 (z.B. Abs. 2 Bst. c und d). Wir fragen uns, ob der SRG SSR, die in Konkurrenz und im Wettbewerb mit ausländischen Radio-, Fernseh- und Onlineanbietern steht und sich gegenüber zahlreichen Wett-

bewerbern im Inland positionieren muss, nicht mehr unternehmerische Freiheit zugestanden werden kann.

### **3. (Zu) hohe Anforderungen**

Auch nach Ablehnung der No-Billag-Initiative am 4. März 2018 gibt es einen respektablen politischen Druck auf die SRG SSR, bei den Gebühren markante Einsparungen vorzunehmen. Diesbezüglich gibt die in die Vernehmlassung gegebene Konzession, die am 1. Januar 2019 in Kraft treten und bis 2022 bzw. bis zum Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien gelten soll, verschiedene Aufgaben und Standards vor, die bei der SRG SSR zu hohen Kosten führen werden. Exemplarisch sei darauf hingewiesen, dass Standards und Angebote mehrfach mit dem Prädikat «hoch» versehen sind (z.B. Art. 3 Abs. 5: hohe Akzeptanz und Reputation; Art. 4 Abs. 1: hohe qualitative und ethische Anforderungen; Art. 9 Abs. 1: hohe ethische Anforderungen; Art. 11 Abs. 1: hoher gestalterischer Innovationsgrad). Zudem wimmelt es im Konzessionsentwurf von Superlativen wie permanenter Dialog (Art. 5 Abs. 4), umfassende Berichterstattung (Art. 6 Abs. 1), umfassender Überblick (Art. 6 Abs. 4), Leitbildfunktion (Art. 9 Abs. 1), höhere Risikobereitschaft (Art. 9 Abs. 2), substantielle Unterscheidung vom Angebot konventioneller Anbieter (Art. 9 Abs. 2), laufend neue publizistische Angebotsentwicklungen (Art. 11 Abs. 1) usw. All diese anspruchsvollen Angaben werden zwangsläufig zu hohen Kosten führen und widersprechen diametral den Ansprüchen an Gebührensenkungen. Zudem erachten wir den Begriff «hoch» als unbestimmten Rechtsbegriff, dessen Einhaltung regelmässig zu Diskussionen zwischen den Konzessionspartnern führen könnte.

### **4. (Zu) hohe Qualitätssicherung**

Die Konzession sieht neben zahlreichen detaillierten Vorgaben im Hochqualitätsbereich zusätzlich auch verschiedene Kontrollinstrumente vor, z.B. ein Qualitätssicherungssystem gemäss Art. 4 Abs. 2 und gleichzeitig eine qualifizierte externe Evaluation der kommunizierten Angebotsziele gemäss Art. 5 Abs. 2. Wir fragen uns, ob dies neben einer bereits detaillierten Anforderungsliste mit verschiedenen Kontrollinstrumenten wirklich Sinn macht, zumal die SRG SSR auch intern Gefässe geschaffen hat, welche regelmässig die Qualität kontrollieren.

### **B. Anträge**

Wir beantragen Ihnen, eine spezielle Bestimmung zum Angebot für ältere Menschen aufzunehmen (neuer Art. 15<sup>bis</sup>).

### **Begründung**

Die Konzession enthält bereits drei Artikel für spezielle gesellschaftliche Gruppierungen, nämlich für junge Menschen (Art. 13), für Menschen mit Migrationshintergrund (Art. 14) und für Menschen mit Sinnesbehinderungen (Art. 15). Wir unterstützen dies ausdrücklich als wichtige Aufgabe des Services Public für alle Einwohnerinnen und Einwohnern unseres Landes. Es ist

verständlich, dass der Bund versucht, für spezielle Bevölkerungsgruppen der SRG SSR Vorgaben zu machen, allerdings fehlt unseres Erachtens eine wesentliche Bevölkerungsgruppe. Erstaunlicherweise und trotz der demografischen Entwicklung in der Schweiz findet sich keine Bestimmung für ältere Menschen. Dies, obwohl diese Altersgruppe stark wächst und sich sehr häufig bzw. oft fast ausschliesslich (betagte Personen) auf Informations-, Kultur- und Unterhaltungsformate der SRG SSR fokussiert. Wir wünschen deshalb, dass die Konzession eine Bestimmung enthält, welche Informations- und Sendegefässe für die ältere Generation fest schreibt und vorsieht, dass diese auch altersgerecht ausgestrahlt werden.

### **C. Bemerkungen zu weiteren Bestimmungen**

Art. 3 Abs. 5 (Grundsätze betreffend das publizistische Angebot):

Uns erschliesst sich der Unterschied zwischen Ansprech- und Zielgruppen beim publizistischen Angebot nicht. Unseres Erachtens sind im Bereich der SRG SSR alle Ansprechgruppen auch zugleich Zielgruppen.

Art. 5 Abs. 1 (Dialog mit der Öffentlichkeit):

Die SRG SSR muss alle zwei Jahre den «Mehrwert» ihrer Angebote ausweisen. Wir fragen uns, welches die Referenzgrösse für die Bemessung des Mehrwerts sein soll. Darüber schweigt sich der Entwurf aus.

Art. 6 Abs. 2 (Information im Bereich geografische Gebiete):

Gemäss dieser Bestimmung legt die SRG SSR den Schwerpunkt ihrer Informationsangebote auf das Geschehen im internationalen, nationalen und sprachregionalen Bereich. Dies bedeutet, dass innerhalb des deutschen Sprachraums keine Schwerpunkte gelegt werden, also auch nicht z.B. auf die Zentralschweiz oder den Metropolitanraum Zürich. Wir interpretieren diese Bestimmung trotzdem dahingehend, dass die SRG SSR auch weiterhin über verschiedene deutschsprachige Regionen informiert. Insbesondere ist für uns der Weiterbestand regionaler Einrichtungen wie die des Regionalstudios in Luzern wichtig.

Art. 6 Abs. 3 (Information im Bereich Formate und Verbreitungswege):

Gemäss Entwurf muss sich die SRG SSR bei der Darstellung ihrer Informationsangebote «einer Vielzahl» geeigneter Angebote und Verbreitungswege bedienen. Wir erachten diese Vorgabe als zu hoch gegriffen. Die Eignung als Kriterium würde genügen.

Art. 7 (Kultur):

Wir stellen fest, dass sich der Beitrag zur Kultur auf die Bereiche Film, Musik und Literatur konzentriert, wo auch Zusammenarbeitsvorgaben (Film und Musik) gemacht werden. Dieser Ansatz erscheint uns sehr traditionalistisch und müsste, wenn nicht bei dieser Konzession, dann doch bei der Schaffung einer neuen Rechtsgrundlage (Bundesgesetz über elektronische Medien) hinterfragt werden.

Art. 16 Abs. 1 Bst. f (Radioprogramme):

Wir fragen uns, weshalb ein Mindestanteil mit Schweizer Musik in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop festgeschrieben wird, nachdem bereits eine sogenannte Selbstverpflichtung der SRG SSR vorliegt. Diese sollte unseres Erachtens genügen.

Art. 24 (Leistungen in Krisenzeiten):

Wir fragen uns, weshalb in Krisensituationen nur Radioprogramme angeboten werden müssen und nicht auch Fernseh- bzw. Onlineangebote.

Art. 34 Abs. 5 (Zusammensetzung des Verwaltungsrats):

Wir fragen uns, weshalb in dieser Bestimmung nur die männliche Form gewählt wurde (Generaldirektor).

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit zur Stellungnahme.

Zug, 13. März 2018

Freundliche Grüsse  
Regierungsrat des Kantons Zug



Manuela Weichelt-Picard  
Frau Landammann



Renée Spillmann Siegwart  
stv. Landschreiberin

Kopie per E-Mail an:

- [srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch) (PDF- und Word-Version)
- Direktion des Innern ([info.dis@zg.ch](mailto:info.dis@zg.ch))
- Finanzdirektion ([info.fd@zg.ch](mailto:info.fd@zg.ch))
- Direktion für Bildung und Kultur ([info.dbk@zg.ch](mailto:info.dbk@zg.ch))
- Eidgenössische Parlamentarier des Kantons Zug
- Volkswirtschaftsdirektion ([info.vds@zg.ch](mailto:info.vds@zg.ch))



Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr,  
Energie und Kommunikation  
Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftstrasse 44  
Postfach 252  
2503 Biel

28. März 2018 (RRB Nr. 301/2018)

**Konzession für die SRG SSR (Vernehmlassung)**

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 haben Sie uns den Entwurf der Konzession für die SRG SSR (SRG-Konzession) unterbreitet. Wir danken für die Gelegenheit zur Stellungnahme und Ihnen mit, dass wir die vom Bundesrat vorgeschlagenen Anpassungen für die neue SRG-Konzession grundsätzlich begrüssen.

Im Einzelnen befürworten wir insbesondere die für das publizistische Angebot festgeschriebenen Grundsätze (u. a. angemessene Vertretung/Abbildung der Geschlechter, demokratiefunktionale Bedeutung des Angebots für die Allgemeinheit und den Zusammenhalt zwischen den Landesteilen, Sprachgemeinschaften und Kulturen). Zentral scheinen uns zudem die gute Unterscheidbarkeit der SRG-Programme von Programmen kommerzieller Anbieter. Die Konzession und Erläuterungen präzisieren insoweit die strengen Qualitätsanforderungen, die an die Programme der SRG gestellt werden (vgl. Art. 3 und 4). Die Unterscheidbarkeit der Programme wird im Bereich der Unterhaltung ausdrücklich festgeschrieben (Art. 9).

Richtig scheint uns zudem, dass die SRG verpflichtet wird, in verstärktem Mass den dauerhaften Dialog mit der Öffentlichkeit zu pflegen (Art. 5). So wird verlangt, dass die SRG regelmässig Auskunft über ihre Programmstrategie gibt, und dass sie diese evaluiert und die Ergebnisse der Evaluation mit einer breiten Öffentlichkeit diskutiert.

Im Bereich Kultur (Art. 7) werten wir die eingeführte Klarstellung, dass die SRG die schweizerische Kultur in deren unterschiedlichen Erscheinungen vermittelt, mithin die Umschreibung eines umfassenden Kulturbegriffs (Abs. 2), als besonders positiv. In Abs. 4 wird festgehalten, dass die SRG für die verlangten kulturellen Leistungen angemessene finanzielle Mittel zu Verfügung stellt. Gemäss erläuterndem Bericht (S. 5) erwartet der Bundesrat, dass die SRG dafür künftig einen vergleichbaren Anteil an den Empfangsgebühren wie bis anhin verwendet: Die Ausgaben für die Sparte Kultur, Gesellschaft und Bildung beliefen sich 2015 und 2016 auf 25,9% bzw. 23% der Einnahmen aus Empfangsgebühren (310 Mio.

bis 281 Mio. Franken). Nach diesen «Grössenordnungen» hätten sich die künftigen Ausgaben der SRG in dieser Sparte zu richten. Ein Ausgabenrückgang bzw. ein «Unschärfebereich» von rund 3% ist unseres Erachtens allerdings deutlich. Wir schlagen daher vor, dass – analog zum Bereich Information (Art. 6 Abs. 6) – eine Untergrenze für die dem Bereich Kultur (einschliesslich Gesellschaft und Bildung) zustehenden finanziellen Mittel festgelegt wird. Art. 7 Abs. 4 könnte demnach wie folgt formuliert werden:

*<sup>4</sup>Sie setzt für die Erfüllung ihres Leistungsauftrags im Bereich Kultur (einschliesslich Gesellschaft und Bildung) Mittel in der Höhe von mindestens einem Viertel ihrer Einnahmen aus der Abgabe für Radio und Fernsehen ein.*

Gerade vor dem Hintergrund der raschen Entwicklung im Medienbereich erachten wir es im Übrigen als richtig, dass die vorgesehene SRG-Konzession ausdrücklich als Übergangslösung angesehen wird. Dies lässt Raum für notwendige weitergehende Analysen zum Umfang des Angebots der SRG und entsprechende künftige Anpassungen, insbesondere im Hinblick darauf, dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit noch deutlicher Rechnung zu tragen.

Genehmigen Sie, sehr geehrte Frau Bundesrätin,  
die Versicherung unserer ausgezeichneten Hochachtung.

Im Namen des Regierungsrates

Der Präsident:

Die Staatsschreiberin:

Markus Kägi

Dr. Kathrin Arioli

