

April 2016

Zusammenschluss von SRG, Swisscom und Ringier genehmigt Medienvielfalt und Wettbewerb zunehmend in Frage gestellt

Es gehört weder zum Kernauftrag der Swisscom, noch ist es eine Aufgabe der SRG, Werbevermarktung zu betreiben. Dass die Wettbewerbskommission und das zuständige Departement dieses fragwürdige Projekt kritiklos genehmigt haben, wirft Fragen auf. Ist in der Debatte zum «Service public» noch etwas zu retten?

von Gregor A. Rutz, Nationalrat SVP,
Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Seit Monaten ruft die Aktion Medienfreiheit die Behörden zu einem Marschhalt auf. Mit fragwürdigen Entscheiden haben die Wettbewerbskommission, das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation und das Bundesamt für Kommunikation nun Präjudizien geschaffen, welche die parlamentarische Debatte zum «Service public» belasten.

Fragwürdige Behördenentscheide

Bereits im Dezember 2015 hat die Wettbewerbskommission die geplante Werbeallianz zwischen SRG, Swisscom und Ringier genehmigt. Ein wettbewerbsrechtlich höchst fragwürdiger Entscheid. Es erstaunt darum nicht, dass sich hartnäckig Gerüchte halten, auf die Kommission sei von politischer Seite her Einfluss genommen worden. Tatsächlich hat der Bund in diesen Bereichen grosse Eigeninteressen: Er ist nicht nur Mehrheitsaktionär der Swisscom, sondern bezieht auch IT-Dienstleistungen von seinem Betrieb. Gleichzeitig ist der Bund Regulator im Medien- und Telekommarkt, vergibt die Konzession an die SRG sowie das Inkasso für die Mediensteuer, welches wiederum von der Billag – einem Tochterunternehmen der Swisscom – vollzogen wird.

Blickt man auf die Marktanteile von Swisscom und SRG, müssten eine Intervention oder zumindest Auflagen seitens der Wettbewerbskommission eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein. Die beschwichtigende Aussage der WEKO, es entstehe «zwar ein starkes Unternehmen», aber man könne auch noch später eingreifen, falls dies dann nötig sei, wirkt ungläubwürdig.

Auch aus ordnungspolitischer Sicht ist das Projekt «Admeira» – so heisst die gemeinsame Vermarktungsplattform – eine ungute Erscheinung.

Die Konkurrenz von Swisscom und SRG sind nicht Google oder Facebook, wie immer wieder angeführt wird. Die Konkurrenz sind die einheimischen Medienhäuser, Verlage und Privatfernsehen. Für diese wird es immer schwieriger, im Wettbewerb gegenüber den übermächtigen Staatskonzernen bestehen zu können. Ein unbefriedigender Zustand für eine liberale Marktwirtschaft.

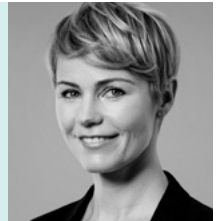
UVEK nimmt seine Aufgaben nicht wahr

Umso erstaunlicher musste man im März zu Beginn der Frühjahrssession zur Kenntnis nehmen, dass auch der Bundesrat grünes Licht für die Werbeallianz gab. Das zuständige UVEK, dessen Vorsteherin dem Projekt von Anbeginn völlig unkritisch gegenübergestanden ist, veröffentlichte eine Stellungnahme ohne jegliche Auflage an die Adresse der SRG. Einzig zielgruppenspezifische Werbung sei, so das Bakom, für die SRG «derzeit» nicht erlaubt. Dafür jedoch sollen dem Vernehmen nach schon bald die nötigen Grundlagen geschaffen werden.

Der Entscheid des UVEK ist auch darum bedenklich, weil die nationalrätliche Medienkommission Anfang Februar eine umfangreiche Anhörung unter den betroffenen Unternehmen durchgeführt hat. Im Anschluss an eine ausführliche Diskussion wurden mehrere kritische Empfehlungen zu Händen des Bundesrats beschlossen. Diese Empfehlungen wurden von der Regierung schlicht ignoriert.

Zu Recht fragt sich der geneigte Leser, was eine Debatte zum «Service public» noch bewirken kann, wenn die Regierung der SRG für nicht konzessionierte Tätigkeiten pauschal grünes Licht gibt – dann kommt es nämlich auf den Inhalt der Konzession gar nicht mehr an. Die Aktion Medienfreiheit wird auch hier gefordert sein.

Editorial



2016:
Ein wichtiges
Jahr für die
Medienpolitik

Das Joint Venture von SRG, Swisscom und Ringier sowie die Rolle des Bundes sind Thema von verschiedenen Vorstössen im Parlament. Nachdem die Wettbewerbskommission diese Werbeallianz ohne Auflagen genehmigt hat, hat auch das zuständige Departement die Teilnahme der SRG durchgewunken – notabene ohne Auflagen zum Schutz der privaten Medien. Statt einer Einschränkung der staatlichen Aktivitäten ist nun sogar ein Ausbau derselben geplant.

Seinen Bericht zum Service public hat der Bundesrat auf Juni angekündigt. Der Nationalrat überwies im Dezember meine Motion, die verlangte, dass dieser Bericht vollständig sein muss, indem die verschiedenen hängigen Vorstösse darin eingearbeitet werden sollen. Leider lehnte der Ständerat einen gleichlautenden Vorstoss ab, wie von Bundesrätin Leuthard gefordert. Im Ständerat versprach die UVEK-Vorsteherin aber einen umfassenden, vollständigen Bericht: «Wir sind doch nicht blöd und liefern Ihnen nur einen halben Bericht.» Daran werden wir den Bundesrat messen.

Das Parlament wird 2016 einiges zu Gunsten einer liberalen Medienpolitik korrigieren müssen. Darum freut es mich, dass alle Vorstandsmitglieder bereit sind, sich weiterhin im Vorstand der Aktion Medienfreiheit zu engagieren. Mit FDP-Nationalrat Philippe Nantermod und dem Präsidenten der Jungfreisinnigen, Andri Silberschmidt, schlagen wir Ihnen zudem zwei neue Mitglieder zur Wahl in den Vorstand vor. So können wir unsere Anliegen noch breiter abstützen.

Ich freue mich, Sie an unserer Mitgliederversammlung vom 23. Mai begrüssen zu dürfen.

Natalie Rickli

Natalie Rickli, Nationalrätin
Präsidentin Aktion Medienfreiheit

Eine Online-Plattform für alle SRG-SSR Produktionen: Fokus auf aktuelle und vertiefende Information

Das Konsumverhalten hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Den Konsumentinnen und Konsumenten steht dank dem Internet ein vielfältiges, internationales Angebot zur Verfügung, welches zu jeder beliebigen Tageszeit konsumiert werden kann. Es ist daher wichtig, das Online-Angebot der SRG auf ein Minimum zu beschränken.

von Marco Romano, Nationalrat CVP, Vorstandsmitglied Aktion Medienfreiheit

Radio und Fernsehen sind wichtige Faktoren für die Meinungsbildung der Bevölkerung; dies vor allem aufgrund der Vielfältigkeit der Schweiz. Als Tessiner schätze ich die Rolle des unabdingbaren Angebots von Radio und Fernsehen der SSR in der italienischen Schweiz. In einem so kleinen und sprachlich abgetrennten Raum ist ein ausschliesslich privates Angebot nicht zu realisieren. Immer mehr Menschen informieren sich aber via Internet, während traditionelle Informationskanäle wie Tageszeitungen an Bedeutung verlieren. Diese Entwicklung ist vor allem bei meiner Generation stark erkennbar. Dank neuen Angeboten im Internet und neuen Möglichkeiten wie zeitversetztes Fernsehen haben die Konsumenten grössere Freiheiten beim Entscheid, wann sie eine Sendung konsumieren möchten. Die Nutzung erfolgt

ausserdem zunehmend nicht mehr linear. Das Internet gewährt bereits heute in allen Landesgegenden, in allen Landessprachen und auch international einen funktionierenden Wettbewerb und ein vielfältiges Angebot.

Viele Zeitungen sind im Internet präsent, private Radio- und Fernsehstationen haben ein Online-Angebot, und es existieren diverse weitere private Onlineportale, welche Informationen in den Bereichen Nachrichten, Sport, Kultur, Unterhaltung, Bild etc. anbieten. Ich schaue bei mir «zu Hause»: www.ticinonews.ch, www.tio.ch, www.ticinolibero.ch, www.ticinolive.ch und die drei Tageszeitungen haben eine laufend aktualisierte Homepage. Hinzu kommt das restliche nationale und vor allem internationale Angebot auf Italienisch.

Vor dem Hintergrund, dass das Internet heute eine Vielfalt von Informationen und Dienstleistungen bereitstellt, welche bislang so noch nie existiert hat, stellt sich die Frage, warum die SRG mit Gebühren geldern Online-Portale finanzieren soll, welche in direkter Konkurrenz zu privaten Anbietern stehen. Es ist deshalb enorm wichtig, zum Umfang des Begriffs «Service public» festzuhalten, dass sich dieser nur auf den auditiven und audiovisuellen Bereich bezieht, also auf Radio und Fernsehen. Das Online-Angebot der SRG ist darum auf ein Minimum zu beschränken, namentlich auf eine Audio- und Videothek ihrer eigenen Sendungen. Eine Online-Plattform, auf welcher das audiovisuelle Angebot abrufbar ist, vor allem aktuelle und vertiefende Information. ■ ■

Herbstanlass 2015

Der alljährlich stattfindende Herbstanlass war auch im vergangenen Jahr äusserst spannend. Die anwesenden Mitglieder kamen am 17. November 2015 in den Genuss, einen einmaligen Einblick hinter die Kulissen der Teleclub AG in Volketswil zu wagen. Dr. Wilfried Heinzelmann, CEO der CT Cinetrade AG, berichtete aus dem Alltagsgeschäft der Kinobetreiberin Kitag Kino-Theater AG. Unter der Führung von Claudia Lässer, Moderatorin und Mitglied der Geschäftsleitung der Teleclub Programm AG, durften die Anwesenden die Sende- und Produktionsstätte von Teleclub anschauen. Der grosszügige Apéro riche rundete den interessanten Abend ab. ■ ■



Nationalrat Christian Wasserfallen, Dr. Wilfried Heinzelmann, alt Nationalrat Thomas Maier, Nationalrätin Natalie Rickli, Nationalrat Gregor Rutz und Moderatorin Claudia Lässer (v.l.n.r.)

Informationsabend zum «Service public»



Nationalrat Gregor Rutz, Nationalrat Christian Wasserfallen, Pierre Bessard (v.l.n.r.).

Am 1. Februar 2016 veranstaltete die Aktion Medienfreiheit einen öffentlichen Informationsabend in Bern. Zahlreiche Mitglieder und Interessenten trafen sich in der Bundeshauptstadt, um sich von unseren Vorstandsmitgliedern einen vertiefenden Einblick über die politische Ausrichtung der Schweizer Medienlandschaft zu verschaffen. Unter der Leitung von Vizepräsident Christian Wasserfallen referierten Martin Baltisser, Pierre Bessard und Gregor Rutz. Nach dem knappen Abstimmungsresultat über die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes im Sommer 2015, ist die Diskussion um den Service public-Begriff sehr spannend aber auch umstritten. Im Zentrum der Ausführungen standen das Positionspapier der Aktion Medienfreiheit zum «Service public» sowie die HSG-Studie, welche sich mit den Leistungen privater Medien befasst. Die Studie wurde auch allen Parlamentariern und der Medienministerin zugestellt.

Im Juni 2016 soll der «Service-public»-Bericht des Bundesrates folgen. Das Parlament diskutiert diese Belange dann im zweiten Halbjahr.

Nach vielen interessanten Fragen haben die Vorstandsmitglieder mit den Gästen bei einem Apéro im Restaurant Casino weiter diskutiert. ■ ■

Subsidiarität in der Debatte des medialen «Service public»: Wer macht künftig wo was

Das neue Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) wurde hauchdünn angenommen, die Diskussion rund um den «Service public»-Auftrag der SRG ist nach wie vor nicht geführt. Dem Subsidiaritätsgedanken muss dabei eine entscheidende Rolle zukommen.

von Christian Wasserfallen, Nationalrat FDP,
Vizepräsident Aktion Medienfreiheit

Zu Beginn einige Fakten, welche für die künftige, veränderte Medienwelt wesentlich sind:

- Über 91% der Schweizer Haushalte besitzen Breitband-Internet.
- Swisscom TV hat heute allein über 1 Million Kunden, wovon ca. 80% zeitversetzt fernsehen, was 24-h Vollprogramm infrage stellt.

In Art. 5a der Bundesverfassung ist das Subsidiaritätsprinzip verankert, welches gerade im Medienbereich gestärkt werden muss. Nur was private Medien nicht zu

ausreichender Qualität produzieren, soll die SRG übernehmen. Entsprechend sind für die SRG – was auch in der Konzession festgehalten ist – Marktanteile nicht prioritär. Deswegen ist es vermessen zu argumentieren, die SRG befinde sich in Konkurrenz zu Netflix, Youtube, iTunes, Google, Spotify usw.

Bleiben wir daher in der Schweiz: Klar ist, dass in unserem Land wegen seiner heterogenen sprachregionalen Ausprägung die Subsidiarität im Medienbereich relativ zu betrachten ist. Je kleiner die Sprachregion ist, desto mehr Service public durch die SRG

ist notwendig. In der Deutschschweiz sind beispielsweise ganz andere private mediale Produkte realisier- und finanzierbar als im Tessin. Erst wenn private Medienanbieter mehr Raum z.B. für Eigenproduktionen erhalten, werden sie einen Durchbruch am Markt schaffen.

Mit DAB+ und Internet werden private Anbieter im Radiobereich vermehrt gesamtschweizerische Programme senden. Die SRG-Radioprogramme sind also deutlich zurückzufahren. Ebenso ist das Online-Angebot der SRG auf ein Minimum ohne journalistische Verwertung zu beschränken und die Gebühren entsprechend zu senken. Die SRG soll dort eine reine Audio- und Videothek betreiben. Die journalistische Verwertung dieses Materials muss den privaten Medienhäusern offenstehen.

Gerade das Online-Angebot der SRG ist auf ein Minimum ohne journalistische Verwertung zu beschränken und die Gebühren entsprechend zu senken. Das einzige Betätigungsfeld der SRG im Internet ist eine reine Audio- und Videothek. Die journalistische Verwertung dieses Materials muss den privaten Medienhäusern offenstehen. Zudem sind die Aktivitäten der SRG in der Applikationsentwicklung für Smartphones ausserhalb des «Service public»-Auftrages einzudämmen. ■ ■



Mehr Service privé – mehr Medienvielfalt.

Am 20. November 2015 präsentierte die Aktion Medienfreiheit den Medien ihr neues Arbeitspapier zum «Service public» sowie eine Studie der Universität St. Gallen. Im Rahmen dieser Studie untersuchte das Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement die Angebote einiger ausgewählter privater Radio- und Fernsehsender und kam zur interessanten Analyse, wonach im Bereich der elektronischen Medien private Angebote immer besser und zahlreicher werden. Ein Vergleich mit den gebührenfinanzierten Angeboten der SRG zeigte auf, dass letztere nicht nur zu störenden Wettbewerbsverzerrungen führen, sondern die Entwicklung und Innovationskraft privater Sender bremsen. Mit Spartensendern im Radiobereich, dem Vordringen in rein kommerzielle Bereiche (v.a. Unterhaltung) im TV-

Bereich sowie zahlreichen Webserien und Websites entfernt sich die SRG immer mehr von ihrem eigentlichen Kernauftrag und schränkt die Medienvielfalt ein.

Nach der Präsentation von Professor Christian Hoffmann (HSG) erläuterten die Vertreter der Aktion Medienfreiheit ihre Positionen und legten dar, wie das Subsidiaritätsprinzip gestärkt, die Tätigkeiten der SRG reduziert und die Mediensteuer entsprechend gesenkt werden können. Gerade die bevorstehende «Service public»-Debatte müsse dazu führen, sich von der antiquierten Politik der Struktur-erhaltung zu lösen. Es sind moderne, liberale Rahmenbedingungen zu schaffen, welche den technologischen Realitäten und den Medienangeboten des 21. Jahrhunderts entsprechen. Das Hauptziel einer solchen modernen, freiheitlichen

Medienpolitik muss sein, eine möglichst grosse Medienvielfalt zu schaffen bzw. zu ermöglichen. Für Konsumenten ist es optimal, wenn viele inhaltlich und finanziell unabhängige Medien Dienstleistungen bereitstellen und man so aus einer breiten Palette von Angeboten auswählen kann. Die derzeitige Medienpolitik geht jedoch in die genau umgekehrte Richtung: Ein antiquiertes Verständnis des «Service public» bremst private Anbieter in ihrer Tätigkeit und führt zu Überregulierung, Wettbewerbsverzerrungen und zunehmenden staatlichen Interventionen. Das mediale Echo auf die Medienkonferenz und die präsentierte Studie war sehr positiv.

Es bleibt zu hoffen, dass die Parlamentarier die Studie ebenfalls lesen werden. ■ ■

Wichtige Informationen und Daten:

Seit dem 1. April 2016 hat die Aktion Medienfreiheit eine neue Website. Ein Blick auf www.medienfreiheit.ch lohnt sich. Wir freuen uns über Feedback und Rückmeldungen!

Diese Daten sollten Sie sich unbedingt in Ihrer Agenda eintragen:

23. Mai 2016

Mitgliederversammlung in Zürich

10. November 2016

Herbstanlass bei der Basler Zeitung in Basel

IMPRESSUM

Aktion Medienfreiheit
Postfach 470
8702 Zollikon
info@medienfreiheit.ch
www.medienfreiheit.ch