

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Abteilung Medien
Zukunftstrasse 44
Postfach 252
2051 Biel

Bern, 20. Dezember 2017

**Stellungnahme des Verbands der Schweizer Regionalfernsehen TELESUISSE
zur vorgeschlagenen Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)**

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie haben uns mit Schreiben vom 30. Oktober 2017 über die geplante Änderung der RTVV informiert und zur Einreichung einer Stellungnahme bis zum 16. Februar 2018 eingeladen. Für diese Gelegenheit zur Stellungnahme danken wir Ihnen bestens.

Die Revision hat in erster Linie die Schaffung von Grundlagen und Spielregeln für die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG und den privaten Veranstaltern mit Konzession zum Ziel.

Aus Sicht des Verbandes TELESUISSE und im Kontext der aktuellen medienpolitischen Diskussionen geht dieser Vorstoss – gerade was die SRG betrifft - in eine völlig falsche Richtung.

Kein weiterer Ausbau der SRG im Werbebereich!

Neben der grundsätzlichen Zukunftsfrage („No Billag“) steht derzeit bei einer Mehrzahl der diskutierten Zukunftsmodelle die Beschränkung oder die Verkleinerung der SRG im Fokus. Eingebracht werden von relevanter Seite u.a. das Verbot oder die massive Einschränkung der Werbung bei der SRG (Werbeverbot ab 20.00 Uhr) sowie die Forderung nach dem Austritt der SRG aus der Vermarktungsgesellschaft Admeira, da sich die SRG bereits heute im Werbemarkt marktverzerrend bewegt.

Ungeachtet der Position zu diesen Themen ist aus Sicht des Verbandes TELESUISSE die Stossrichtung der vorliegenden Revision was die SRG betrifft deshalb grundsätzlich verkehrt:

- **TELESUISSE wehrt sich grundsätzlich gegen einen weiteren Ausbau der SRG im Werbebereich.**
- **Die entsprechenden Artikel, welche zum Ziel haben, die Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung bei der SRG vorzubereiten (insbesondere Art. 22 Abs. 2), sind aus der Verordnung zu streichen.**

Zielgruppenspezifische Werbung konkurrenziert die Werbemärkte der regionalen Veranstalter direkt

UVEK und BAKOM haben offenbar die existenzielle Gefahr von zielgruppenspezifischer Werbung für die regionalen Radio- und TV-Stationen erkannt. Deshalb versuchen sie in Art. 22 Abs. 1 einen Schutzmechanismus einzubauen: „Bei zielgruppenspezifischer Werbung dürfen die Zielgruppen nicht ausschliesslich geografisch definiert werden“.

Diese Einschränkung ist aus Sicht von TELESUISSE untauglich und nicht kontrollierbar.

Die gewünschte Einschränkung der geografisch definierten Zielgruppe könnte gemäss dem vorgeschlagenen Artikel durch praktisch jede beliebigen Zielgruppen-Kombination ausgehebelt werden. Die Definition z.B. der für die SRG werberelevanten Zielgruppe „15 – 59jährig in der Region Solothurn-Aargau“ wäre bereits zulässig. Faktisch würde dem regionalen Targeting Tür und Tor geöffnet.

Wenn die SRG oder auch andere sprachregionale Anbieter auf diesem Weg regionale Zielgruppen vermarkten können, wird die (einzige) kommerzielle Nische der regionalen Anbieter akut bedroht!

Wie bereits erwähnt, lehnt TELESUISSE deshalb die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG grundsätzlich ab. Im Mindesten aber müsste Artikel 22 regionales Targeting kategorisch und ohne Schlupflöcher verhindern:

- **In Artikel 22 Abs. 1 soll die aufweichende Formulierung „nicht ausschliesslich“ gestrichen werden. Der neue Wortlaut wäre demnach „Bei zielgruppenspezifischer Werbung dürfen Zielgruppen nicht geografisch definiert werden“.**

Zielgruppenspezifische Werbung bringt keinen Mehrwert für konzessionierte Private

Gemäss UVEK sollen mit der aktuellen Revision die Grundlagen für die Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung nicht nur für die SRG, sondern auch für die privaten Veranstalter mit einer Konzession geschaffen werden. Bei den privaten Veranstaltern mit Konzession handelt es sich im TV-Bereich um die konzessionierten Regionalfernsehsender, die explizit von TELESUISSE vertreten werden.

Das vermeintliche „Zückerli“ für die privaten Veranstalter mit einer Konzession ist in Wirklichkeit ein wirkungsloses Trostpflaster. In den bereits sehr kleinen Regionen ist eine weitere Fragmentierung des Publikums durch zielgruppenspezifische Werbung wirtschaftlich nicht sinnvoll. Auch technisch und bezüglich der für die Umsetzung erforderlichen Ressourcen würde sich die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung für die privaten Veranstalter mit einer Konzession nicht rechnen.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass ein Sender für die Umsetzung von zielgruppenspezifischer Werbung auf die Zusammenarbeit mit den technischen Plattformbetreibern angewiesen ist. Es entstünden in diesem Bereich neue und nicht gewünschte Abhängigkeiten innerhalb der Wertschöpfungskette.

Die vorgeschlagene Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung würde aus Sicht von TELESUISSE einzig der SRG dienen und die Kluft zwischen dem grossen öffentlich-rechtlichen Medienhaus und den regionalen Anbietern weiter vergrössern.

TELESUISSE ist überzeugt, dass genau diese Entwicklung im aktuellen Kontext von einem überwiegenden Teil der Politik, der Branchenpartner und der Bevölkerung nicht gewünscht wird.

Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme und die Berücksichtigung der Anliegen von TELESUISSE bei der Fortsetzung des Prozesses. Für allfällige Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

TELESUISSE, Verband der Schweizer Regionalfernsehen



André Moesch
Präsident



Marc Friedli
Geschäftsführer



TELESUISSE

Verband der Schweizer Regionalfernsehen

Association des télévisions régionales suisses

Associazione delle televisioni regionali svizzere

Telesuisse / Postfach 3097 / 3001 Bern / www.telesuisse.ch