

Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Zukunftsstrasse 44
Postfach 252
2501 Biel

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
031 377 01 01, Fax 031 377 01 02, 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 bundsnahen 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.

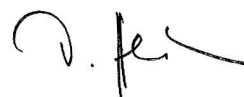
Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

SCHWEIZERISCHER GEWERKSCHAFTSBUND



Paul Rechsteiner
Präsident



Dore Heim
Geschäftsführende Sekretärin