

**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).