



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 Fernsehen¹. 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

¹ 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 vorgesehen². 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.³ 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.“⁴

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.

² 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.

³ 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.

⁴ 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.⁵ 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.⁶ Auch die NZZ zitiert diese Studie im Rahmen der Service-Public-Debatte.⁷

⁵ VIMENTIS. Volksmeinung 2018. Februar 2018, 130ff. Internet: https://www.vimentis.ch/umfrage/17_lang_d.pdf [Abruf 28.02.2018].

⁶ Ebd.

⁷ 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.⁸

20 Minuten-Umfrage

79% der Stimmbürger sehen Sparbedarf bei der SRG. Dabei sollte inhaltlich vor allem bei Unterhaltungsshow (47%), teuren Eigenproduktionen (40%), beim Internetangebot und Webserien (27%) sowie bei Kultursendungen (24%) gespart werden.⁹

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%).

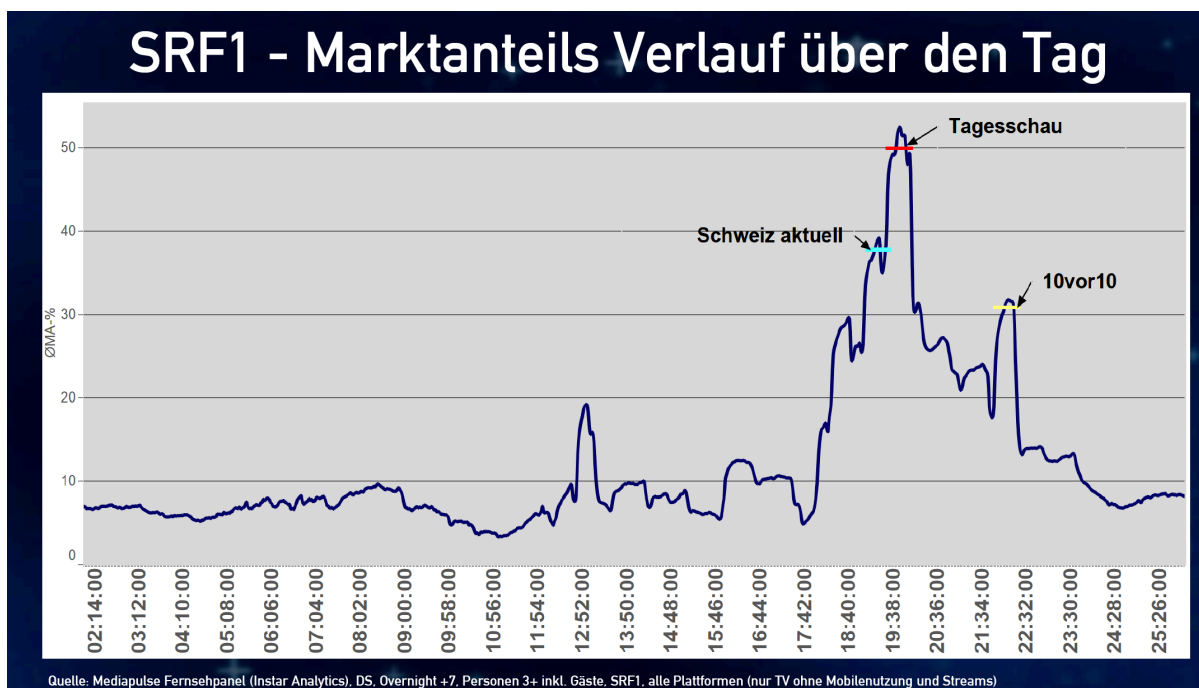
Das Publikum wünscht sich 10% des Programms in Form von Unterhaltung. SRF 1 sendet 16% und SRF zwei 4%. Auch in der Rubrik „Filme und Serien“ driften die Wünsche der Zuschauer (13%) und die tatsächlichen Angebote von SRF 1 (23%) und SRF 2 (48%) auseinander. Sport wünschen sich die Befragten zu einen Anteil von 10%. Der wird allerdings zu 24% auf SRF 2 angeboten.¹⁰

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:

⁸ Ebd., S. 93.

⁹ 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].

¹⁰ 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.¹¹ 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-Kanäle¹². 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

¹¹ 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“

¹² 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 substantiell 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^{bis} 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^{bis} 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^{bis}, 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