



## Vereinigung für kritische Mediennutzung

Daniel Römer, Präsident  
Haldenstrasse 176, 8055 Zürich

[www.arbus.ch](http://www.arbus.ch)

Zürich, 12. April 2018

[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation

Abteilung Medien

Zukunftsstrasse 44

Postfach 252

2501 Biel

### Stellungnahme zur Konzession für die SRG SSR

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Einladung zur Vernehmlassung über die SRG SSR Konzession und nehmen dazu folgendermassen Stellung:

#### I. Vorbemerkungen und grundsätzliche Fragen

Die heutige Konzession für die SRG SSR, welche vom Bundesrat bis zum 31. Dezember 2018 verlängert wurde, soll abgelöst werden mit einer Übergangskonzession ab 1. Januar 2019. Sie soll Gültigkeit haben bis zur Ablösung durch eine Konzession, welche ihre Grundlage in einem neuen Gesetz über elektronische Medien finden wird.

Der ARBUS ist sehr erfreut, dass die Vernehmlassung - nach der sehr deutlichen Ablehnung der No-Billag-Initiative - nicht hinfällig geworden ist und die Schweiz nachwievor über einen starken Service-public-Anbieter verfügen wird. Der vorliegende Konzessionsentwurf, welchen Sie als Konzession mit Übergangscharakter bezeichnen, trägt durchaus teilweise die Handschrift der Kritiker des medialen Service-public, welche in mehreren Punkten ersichtlich ist.

Es ist für den ARBUS derzeit durchaus folgerichtig nur eine Konzession mit zeitlich befristeter Dauer zu erlassen (bis das angedachte Gesetz über elektronische Medien vorliegt). Dass die vorgeschlagene Konzession nun für alle wichtigeren Bereiche des publizistischen Angebotes eine aktualisierte Umschreibung des Service-public-Auftrages vorsieht, ist ganz im Sinne des ARBUS. Mit der Stossrichtung der vorliegenden Konzession ist der ARBUS im Grundsatz einverstanden.

## **Grundsätzliche Bemerkungen**

Ihre Vorlage zur Konzession für die SRG SSR steht unter den Titeln: Unterscheidbarkeit, Integrative Funktionen, Aufsicht und Kooperationen und ist für den ARBUS nachvollziehbar.

Nichtsdestotrotz sind einige Punkte in der Vernehmlassung zu finden, welche Eingang in die SRG-Konzession finden bzw. unterstrichen werden, die aus Sicht des ARBUS und aus Konsument/innen-Sicht, nicht ausser Acht gelassen werden können. Eingang finden beispielsweise die zielgruppenspezifische Werbung, welche bereits in der RTV-Teilrevision 2018 Thema war oder auch die Alimentierung der Nachrichtenagentur SDA.

Die künftigen bzw. bereits vorhandenen Finanzierungsprobleme betreffend Werbung werden sich unvermindert fortsetzen und zuspitzen. Immer mehr Schweizer Medienveranstalter – ob Print, ob audiovisuell oder konzessioniert oder nicht konzessioniert - werden weiter ins Internet investieren wollen und müssen. Dass diese Veränderung auch Niederschlag findet in der vorliegenden SRG-Konzession ist darum selbstredend.

Die Unabhängigkeit sowie die Autonomie von Programmveranstaltern stehen für den Arbus im Vordergrund für vielfältige Medien und die Stärkung einer lebendigen Demokratie. Dazu gehört aus Sicht des Arbus auch ein Service public bei Radio und Fernsehen (und Online-Medien); Service public ist ein politisch definiertes Angebot, welches nicht nur allen Regionen in der Schweiz sondern auch allen Bevölkerungsschichten und auch nach überprüfbaren Qualitätsstandards zur Verfügung stehen soll.

Dass in der Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung unter dem Titel der Schaffung von Grundlagen für die zielgruppenspezifische Werbung der SRG und privaten Veranstalter mit einer Konzession nur geregelt wird (Art. 35a, Abs. 1 und 2), dass die beiden vorerwähnten Anbieter solche Werbung künftig in ihre Programme einfügen dürfen, sofern die Konzession dies nicht ausschliesst, und das BAKOM (Abs.2) vorab über die Einzelheiten informiert werden muss, ist für den ARBUS nachwievor ungenügend.

Journalismusförderung / Qualitätsförderung umfasst für den ARBUS neben Radio, Fernsehen auch Print und Online und eine langfristige Journalismusförderung für die Schweiz muss unbedingt angedacht werden. Ein immer grösser werdender Teil der Schweizer Bevölkerung nutzt Medienprodukte auf mobilen Geräten bzw. im Internet generell; diese Inhalte können pausenlos neu zusammengestellt und ausgewählt werden; als Vereinigung für kritische Mediennutzung stellt sich dem ARBUS daher u.a. die Frage, welche Konsequenzen dieses neue Medienverhalten für journalistische Anbieter aber auch den gesamten Journalismus in der Schweiz – und somit auch der SRG - haben wird.

## II. Konkrete Anmerkungen bzw. Änderungsvorschläge

### Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

#### *Abs. 1 (Änderung)*

Das publizistische Angebot der SRG besteht aus Radio- und Fernsehprogrammen sowie aus einem **publizistischen Online-Angebot** (Online-Beiträge ist zu ersetzen).

#### *Abs. 3 (Änderung)*

Die SRG **sorgt** für eine angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter in ihrem publizistischen Angebot.

#### *Abs. 4 (Ergänzung)*

..... gesellschaftliche Gruppierungen und berücksichtigt die Besonderheiten des Landes **und trägt speziell auch Bedürfnissen medial unterversorgter Kantone bzw. Gebiete Rechnung in welchen ansonsten faktische regionale Medienmonopole herrschen würden.**

### Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

#### *Abs. 3 (Ergänzung)*

..... und lädt Interessenvertreter von Zivilgesellschaft (**zu der auch Medienorganisationen gehören**) ..... zum Dialog über die Evaluation ein.

### Art. 6 Information

#### *Abs. 7 (Neu)*

**Die SRG fördert und intensiviert die Zusammenarbeit mit anderen öffentlich-rechtlichen Veranstaltern insbesondere aus Frankreich, Deutschland, Oesterreich und Italien.**

### Art. 13/14/15 Junge/Menschen mit Migrationshintergrund/Sinnesbehindert

Die Bemühungen der SRG für Angebote für Junge, Menschen mit Migrationshintergrund und Sinnesbehinderten sind ein wesentlicher Auftrag eines Service public-Anbieters; der ARBUS begrüsst die Stossrichtung der Konzession ausdrücklich.

## Art. 16 Radioprogramme

### Abs. 1 / Buchstabe a – 1. (Änderung)

..... und Unterhaltung setzt: in diesen Programmen **müssen** für die Deutschschweiz zeitlich begrenzte, regionale Informationssendungen (Regionaljournale) ohne Sponsoring verbreitet werden. (Die „kann-Formulierung“ ist durch „muss“ zu ersetzen.)

### Abs. 1 / Buchstabe b (Ergänzung)

..... und beinhaltet mindestens die aktuellen Informationsleistungen, welche von anderen Programmen gemäss Abs. 1 übernommen. **Die Programme können zusätzlich auch eigene Informationsformate beinhalten.** (Übernahme Formulierung erläuternder Bericht).

### Abs. 1 / Buchstabe f (Ergänzung)

..... drei identische (**sprachregionenübergreifende**) Musikprogramme in den Bereichen Klassik, Jazz und Pop ..... Die Musik- und Veranstaltungshinweise sollen nur eingeschränkt / stundenweise begrenzt an die Sprachregionen angepasst werden. Die drei Musikprogramme können von Programmen gemäss Art. 16 Abs. 1 Buchstabe a. / b. / c. zeitgleich oder zeitversetzt übernommen werden.

Bei einer allfälligen Auslagerung der Angebote aus der SRG ist darauf zu achten, dass der schweizerische und sprachregionenübergreifende Charakter erhalten bleibt und ob allenfalls eine Zusammenarbeit mit privaten Anbietern möglich ist.

## Art. 17 Fernsehprogramme

### Abs. 3 (Änderung)

Die SRG kann einen **mehrsprachigen** Fernsehkanal veranstalten, welcher aus Informationssendungen besteht, die zuvor in den Programmen nach Abs. 1 ausgestrahlt worden sind.

SRF info ist somit vermehrt für die anderen Sprachregionen zu öffnen (mit Untertitelung) und soll so der Klammerfunktion der SRG SSR Rechnung tragen.

### Abs. 5

Im erläuternden Bericht zur Teilrevision RTVV wurde betont, dass die Grundlagen für zielgruppenspezifische Werbung der SRG - und der privaten Veranstalter mit einer Konzession geschaffen - sowie Spielregeln für die zielgruppenspezifische Werbung festgelegt werden sollen.

Der ARBUS zeigt sich aus datenschützerischer wie auch aus Gründen der Privatsphäre nachwievor gegenüber dem neuen Instrument der zielgruppenspezifischen Werbung aus Konsumentensicht sehr skeptisch. Es ist nicht auszuschliessen, dass die konzessionierten Sender schützenswerte Nutzerdaten auswerten, um gezielt Werbung zu verkaufen. Dies

führt aus Sicht des ARBUS eindeutig dazu, dass gebührenfinanzierte Programme verkommerzialisiert werden. Werbung und Kommerz widersprechen der Idee des Service public grundsätzlich. Der ARBUS sieht den Service public denn als Nutzbringer für die Bürgerinnen und Bürger und nicht als mögliches Instrument für die Werbewirtschaft.

Zielgruppenspezifische Werbung bei der SRG darf nur äusserst eingeschränkt möglich sein darf und nicht nach geographischen Kriterien (SRG) definiert zugelassen wird. Dies würde ansonsten einer Bevorteilung der SRG gleichkommen bzw. einer Benachteiligung der anderen konzessionierten (regionalen / lokalen) Programmanbieter und das Konstrukt der festgehaltenen und zwischenzeitlich eingeführten Aufteilung sprachregional und regional – lokal würde nicht mehr nachgelebt.

Dass in der RTV-Vernehmlassung eine Einschränkung der Quantität von allfälliger zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG vorgesehen ist (Art. 22 ff), sieht der ARBUS durchaus als nachvollziehbar und wünschenswert. Der ARBUS spricht sich dafür aus, dass eine allfällige – gewollte - Überschreitung dazu führen muss, dass der SRG-Anteil des erwirtschafteten Mehrertrages zugunsten einer noch einzuführenden Onlinemedienförderung zu verwenden ist (Anlehnung an Variante der RTV-Vernehmlassung Art. 22).

Was die zielgruppenspezifische Werbung vor, während und nach Sendungen, die sich an Minderjährige richtet, anbelangt betont der ARBUS, dass der RTV-Revisionsvorlage vollumfänglich Rechnung zu tragen ist und eine solche nicht zugelassen wird.

## **Art. 18      Übriges publizistisches Angebot**

### *Abs. 1 b/c*

Der ARBUS stellt sich nicht gegen die im erläuternden Bericht aufgeführte Formulierung, dass wenn der klassische Teletext-Dienst unverändert im Hbb TV-Angebot verbreitet wird, die aus dem Teletext-Dienst übernommenen Werbung bzw. das Sponsoring verbreitet werden. Allzu restriktive Einschränkung der SRG bei Werbe- und Sponsoringeinnahmen könnten der SRG Einnahmenverluste bescheren und ein solcher Wegfall soll durchaus kompensiert werden dürfen.

### *Abs. 2 c*

Die in der vorliegenden Übergangskonzession geplante Regelung erscheint uns in der jetzt vorliegenden Form zu eng und nicht verhältnismässig. Zudem steht sie medienpolitisch quer bei der momentanen rasanten Entwicklung. Die Regelung soll daher regelmässig überprüft werden und es soll untersucht werden, ob für die Deutschschweiz, Romandie, italienischsprachige Schweiz und das rätoromanische Sprachgebiet nicht unterschiedliche Einschränkungen gelten sollen. Der ARBUS erwartet vom Bundesrat zudem bekannt zu geben worin die Gegenleistung der Verleger für die in der SRG Konzession erkennende Einschränkung des Service public besteht.

*Abs. 2 c (Änderung)*

Bei multimedialen Inhalten ohne Sendungsbezug sind Textbeiträge für die Sparten **News und Regionales** **ist auf 4'500 Zeichen** zu beschränken. In den Sparten **Sport und Lokales** **soll eine Beschränkung auf 1'500 Zeichen** gelten.

**Art. 20 Drahtlose Verbreitung***Abs. 4 (Ergänzung)*

..... **Für die 1. Radioprogramme (SRF 1, RTS 1, RTS 1, Radio Rumantsch) sowie die Programme Musikwelle und Option Musique sollen verlängerte Übergangsfristen gelten.**

**Art. 22 Verbreitung über Internet***Buchstabe a (Änderung)*

..... Die Formulierung „oder teilweise“ ist wegzulassen bzw. zu streichen.

Die im erläuternden Bericht gemachte Formulierung in welcher die SRG Leistungen primär über die eigentlichen Rundfunk-Verbreitungsvektoren zu erbringen habe, ist aus Sicht des ARBUS nicht mehr zeitgemäss. Die Angebote der SRG bzw. die Verbreitungsvektoren vermischen sich zusehends und es soll von der SRG erwartet werden, dass sie alle ihre Radio- und Fernsehprogramme soweit technisch und kostenmässig möglich auch übers Internet zu verbreiten habe.

**Art. 23 Zugang zu Sendungen***Abs. 1 (Änderung)*

Die SRG muss eigenproduzierte Sendungen aus den Programmen im Internet im nicht kommerziellen Bereich kostenlos zur Verfügung stellen.

*Abs. 2 / 3 / 4*

Keine Änderungen.

**Art. 25 Produktion**

Der ARBUS unterstreicht die Bedeutung des Inhaltes von Art. 25, welcher festhält, dass die nach den Artikeln 16-18 produzierten Angebote überwiegend in den Sprachregionen produziert werden für die sie bestimmt sind.

Sinngemäss soll im Artikel 25 auch festgehalten werden, dass auch innerhalb der Sprachregionen (insbesondere was die Deutschschweiz anbelangt) der Bekenntnis zum föderalen Wesen nicht nur der Schweiz sondern eben auch der SRG Rechnung getragen wird. Eine allzustarke Konzentration beispielsweise auf den SRG Standort Zürich – wie kürzlich angedacht – ist aus Sicht des ARBUS nicht mit dem Service-public-Gedanken vereinbar.

### **Art. 30 Internationale Zusammenarbeit**

Dieser Artikel ist für den ARBUS wichtig und ergänzt insbesondere auch den vom ARBUS gewünschten neuen Abs. 7 in Art. 6.

### **Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen**

*Abs. 2 (Ergänzung)*

..... **Eine Übernahme ist bei den Unternehmen als SRG Produktion zu deklarieren.**

### **Art. 32 Regionalgesellschaften**

*Abs. 4 (Ergänzung)*

Der Publikumsrat richtet in jeder Sprachregion (**sowie** ergänzend **national**) eine Ombudsstelle für die Behandlung von Beanstandungen des Programmes und des übrigen publizistischen Angebots ein.

### **Art. 38bis Unterstützung von Medienprojekten**

*Ergänzung:*

Übersteigen die Werbeeinnahmen der SRG inklusive Einnahmen aus der Zielgruppenwerbung den Durchschnittsertrag der letzten **fünf** Jahre vor der Festlegung eines Abgabenanteils zugunsten der SRG durch den Bundesrat, so sind **50%** des über dem Durchschnittsertrages liegenden Ertrages, zugunsten der Aus- und Weiterbildung und / oder der Medienforschung einzusetzen.

Ebenfalls kann die Verwendung für konkrete Projekte zugunsten von schweizerischen Nachrichtenagenturen (in deren Service public-Bereich) vorgesehen werden.

Das UVEK regelt jährlich die Einzelheiten.

Anmerkung:

Das Konstrukt der SDA – private Firma bei der die grössten Kunden auch deren grösste Aktionäre sind – sieht der ARBUS als problematischen Punkt für Verwendung von

Werbeeinnahmen aus der SRG-Tätigkeit. Der ARBUS verweist ausdrücklich auf die in der RTV-Vernehmlassung angebrachten Bedenken gegenüber der SDA.

Im bereits angedeuteten Mediengesetz muss aus Sicht des ARBUS unbedingt darüber nachgedacht werden, ob die SDA nicht allenfalls in eine Genossenschaft oder Stiftung umgewandelt werden soll und wer künftig Einsitz nimmt in einer solchen Genossenschaft bzw. Stiftung.

Besten Dank für die wohlwollende Prüfung unserer Anliegen; gerne stehen wir für weitere Auskünfte jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

**ARBUS Schweiz** Vereinigung für kritische Mediennutzung

Der Präsident:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. Römer'.

Daniel Römer