



Verein «media FORTI»  
[info@mediaforti.ch](mailto:info@mediaforti.ch)

Zürich, 22.03.2018

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Postfach 252  
2501 Biel  
[srg-konzession@bakom.admin.ch](mailto:srg-konzession@bakom.admin.ch)

## Stellungnahme im Rahmen der Vernehmlassung zur neuen SRG-Konzession

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne nehmen wir im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens Stellung zur neuen SRG-Konzession und bedanken uns für die Gelegenheit, uns einbringen zu können. Der Verein «media FORTI» ist unabhängig von Parteien und Interessenverbänden. Er setzt sich im öffentlichen Interesse ein für starke Medien und wird getragen von Vertreterinnen und Vertreter aus Journalismus, Medienausbildung, Kultur und Wissenschaft.

### Allgemeine Stossrichtung

Im Bewusstsein, dass die Konzession auf dem bestehenden Radio- und Fernsehgesetz beruht und eine umfassende Anpassung erst nach Verabschiedung eines neuen Gesetzes über elektronische Medien erfolgen kann, **unterstützen wir die Stossrichtung der vorgeschlagenen Revision grundsätzlich.**

- Erstens, und anders als in der öffentlichen Debatte von Verlagen und Parteien teilweise dargestellt, bringt die neue Konzession keine stärkere Konkurrenzierung privater Medien mit sich, sondern eine **Fokussierung der Tätigkeiten** der SRG SSR auf den Service-public-Auftrag sowie zahlreiche **neue Rechenschaftspflichten. Das unterstützen wir ausdrücklich.**
- Zweitens wird mit der Konzession richtigerweise der Auftrag der SRG SSR an die aufgrund der Digitalisierung völlig veränderte Medienproduktion, -distribution, und -konsumption angepasst. **Die Umwandlung der SRG in ein multimediales Onlineangebot sollte aber noch forciert werden.**

## Detailbemerkungen

Im Folgenden nehmen wir gerne zu einzelnen Bestimmungen Stellung.

### *Unabhängigkeit und publizistische Grundsätze (Art. 2 und 3)*

- Die Betonung der Unabhängigkeit der SRG SSR (Art. 2) und die Ausformulierung von Grundsätzen für das publizistische Angebot (Art. 3) unterstützen wir ausdrücklich.
- Dass neben Radio- und Fernsehprogrammen auch Onlinebeiträge als Teil des publizistischen Angebotes genannt werden (Art. 3 (1)) ist überfällig.
- Im Rahmen des neuen Gesetzes über elektronische Medien sollte, um die Unabhängigkeit der SRG von der Politik zu erhöhen, auch über die Zuständigkeit einer unabhängigen Regulierungsbehörde für die Erteilung und Prüfung des Leistungsauftrages nachgedacht werden.

### *Qualitätsanforderungen (Art. 4)*

- **Die Bestrebungen, die Qualität der Service-public-Leistungen genauer zu definieren und regelmässig zu evaluieren, werden überaus begrüsst.** Insbesondere die auf Basis wissenschaftlicher Standards vorgesehene Messung unterschiedlicher inhaltlicher Qualitätsdimensionen sowie der Akzeptanz und Relevanz des Angebots beim Publikum (quantitativ und qualitativ) dürfte geeignet sein, der Debatte über die Leistungen der SRG SSR eine dringend benötigte Faktenbasis zu verschaffen.
- Ebenfalls unterstützen wir sehr die Absicht, Qualitätsanforderungen zu veröffentlichen, regelmässig zu überprüfen und dies Resultate auch zu veröffentlichen.

### *Dialog über Unternehmens- und Angebotsstrategie (Art. 5)*

- Dass alle zwei Jahre ein Dialog mit der Öffentlichkeit über die Unternehmens- und Angebotsstrategie geplant ist, atmet einen neuen Geist der Transparenz und Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger.
- Neben einer Information über die Strategie und einen Dialog über die Evaluation der Zielerreichung hinaus **sollte auch eine Anhörung über die Strategie an sich durchgeführt werden.**

### *Vorgaben zum publizistischen Angebot (Art. 6-9)*

- Für Informationsangebote wird richtigerweise mit 50% der Gebühreneinnahmen ein Mindestanteil des zu investierenden Budgets vorgeschrieben (Art. 6). Sollte es künftig zu einer Einschränkung kommerzieller Einnahmen bei der SRG kommen, ist der Prozentwert aber neu zu überprüfen, da ansonsten die **Gefahr besteht, dass zu wenig Ressourcen für andere Genres zur Verfügung stehen würden.**
- **Auch für Kultursendungen sollte ein Mindestanteil des zu investierenden Budgets vorgeschrieben werden (Art. 7).**
- Die **Bestimmungen zu Bildungsangeboten sind zu vage** und sollten genauer ausformuliert werden (Art. 8).
- Es ist richtig, dass Unterhaltung auch künftig ein Teil des Service-public-Auftrags bleibt. Unterhaltung beschränkt sich schliesslich nicht wie bei kommerziellen Fernsehsendern auf Sendungen, die den Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe

maximieren müssen. Mit den formulierten ethischen Anforderungen und der **Forderung nach Unterscheidbarkeit** von privat-kommerziellen Angeboten wird den Aufgaben des Service public Rechnung getragen. Es ist auch zu unterstützen, dass von der SRG mehr Risikobereitschaft als von privaten Sendern verlangt wird (Art. 9).

#### *Querschnittsbereiche (Art. 11-15)*

- Die Vorgaben bezüglich Innovationsmanagement, Berücksichtigung anderer Sprachregionen sowie Angeboten für Junge, Personen mit Migrationshintergrund und Sinnesbehinderte sind zu begrüssen.
- Jedoch **sollte über die Massnahmen und Zielerreichung in all diesen Querschnittsbereichen informiert und Rechenschaft abgelegt werden müssen**. Ebenso wäre Art. 38 zu den Berichtspflichten anzupassen.

#### *Konkretes Programmangebot (Art. 16-18)*

- Während beim Radio davon auszugehen ist, dass die lineare Nutzung auch in Zukunft noch von grosser Bedeutung sein wird und die Festschreibung der bestehenden Radiosender in Art. 16 allenfalls begründet werden kann, ist im Fernsehen mit einer starken Zunahme der zeitversetzten und ortsunabhängigen Nutzung zu rechnen. Lineare Fernsehsender verlieren an Bedeutung. **Die für die italienische Schweiz vorgesehene Entwicklung – nur noch ein linearer Fernsehsender, dafür Aufbau eines multimedialen Angebots (Art. 17(2) und 18(3)) – sollte auch für die anderen Sprachregionen ermöglicht oder sogar vorgeschrieben werden**. Eine Umwandlung der SRG in ein audiovisuelles Multimediaangebot entspricht den Veränderungen in der Mediennutzung und ist für einen modernen Service public unerlässlich. In diesem Zusammenhang wäre auch eine Abschaltung (resp. Verlagerung in das multimediale Angebot) von SRF Info zu prüfen.
- Wir begrüssen ausdrücklich, dass im **Radio die Unterscheidbarkeit von kommerziellen Sendern durch Moderation und Musikwahl vorgeschrieben** wird (Art. 16(2)). Insbesondere für die dritte Senderkette sollten aber zur Sicherstellung der Einhaltung auch Quoten für Schweizer Musik oder Vorgaben bezüglich Stilrichtungen und Magazinsendungen angedacht werden. Damit liesse sich die Andersartigkeit gegenüber Privatradios deutlich erhöhen, die heute vorrangig über Informationssendungen zustande kommt.
- Die aus der bisherigen Konzession übernommenen **Einschränkungen für das Onlineangebot** (Art. 18(2)) halten wir für **wenig geeignet**, um ein attraktives publizistisches Multimediaangebot bereitzustellen. Gerade mit Blick auf das Erreichen jüngerer Nutzerinnen und Nutzer mit Service-public-Angeboten scheint dies kontraproduktiv.
- **Zielgruppenspezifische Werbung im Service public lehnen wir entschieden ab** (Art. 17(5)) und «media FORTI» setzt sich für einen gezielten Abbau der kommerziellen Einnahmen der SRG SSR ein.

#### *Zusammenarbeit (Art. 26-31)*

- Dass die Möglichkeit von Quoten für Film und Musik (Art. 26 & 28) erhalten bleibt, sofern die Zusammenarbeit mit der Branche nicht freiwillig erfolgen sollte, halten wir für richtig.
- Ebenfalls begrüssen wir, dass die SRG privaten Medienanbietern Kurzversionen ihrer tagesaktuellen audiovisuellen Inhalte anzubieten hat (Art. 31).

### Finanzbedarf (Art. 40)

- Der Prozess einer allfälligen Erhöhung des Abgabenanteils für die SRG SSR sollte offener gestaltet werden, beispielsweise indem über den angemeldeten Finanzbedarf vor einer Entscheidung des Bundesrates eine öffentliche Anhörung stattfindet.
- Generell sollte im Rahmen des Gesetzes über elektronische Medien die Entscheidung über die Abgabenhöhe entpolitisiert werden.

### Fazit

**Zusammenfassend unterstützt «media FORTI» die meisten der neuen Bestimmungen in der SRG-Konzession. Wir regen aber an, die Rechenschaftspflichten (Querschnittsaufgaben) und die Durchführung von Anhörungen (Angebots- und Unternehmensstrategie; Finanzbedarf) noch auszubauen. Auch die Vorgaben zum publizistischen Angebot liessen sich punktuell präzisieren. Zu kritisieren ist insbesondere das Festhalten am heutigen Angebot an Fernsehsendern anstelle der Ermöglichung eines rascheren Übergangs hin zu einem ausgebauten multimedialen Onlineangebot.**

Über eine Berücksichtigung unserer Kritikpunkte in der neuen SRG-Konzession würde wir uns freuen. Wir sind davon überzeugt, dass diese Punkte im Interesse eines modernen und starken Service public sowie im Interesse der Einwohnerinnen und Einwohner unseres Landes sind.

Mit freundlichen Grüssen,  
für den Vorstand des Vereins «media FORTI»



Manuel Puppis  
Vereinspräsident