



T +41 31 326 66 04  
E urs.scheuss@gruene.ch

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Postfach 252  
2501 Biel/Bienne

12. April 2018

## **Konzession für die SRG SSR; Vernehmlassung**

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen der neuen Konzession für die SRG SSR haben Sie die Grünen Schweiz zur Stellungnahme eingeladen. Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, uns zur Vorlage äussern zu können.

### **Zusammenfassung**

Die Grünen unterstützen die neue Konzession für die SRG SSR grundsätzlich. Um die grösstmögliche Unabhängigkeit der SRG-Inhalte von der Politik zu gewährleisten, muss aus Sicht der Grünen der Leistungsauftrag im Zentrum stehen. Bei der Umsetzung des Leistungsauftrages (also der Leistungserbringung) dagegen soll der SRG mehr Flexibilität eingeräumt werden. Die Grünen regen an, auf eine detaillierte Aufzählung von linearen Radio- und Fernsehprogrammen zu verzichten und den Aufbau von multimedialen Online-Plattformen (Audio, Video, Text und Bild) für alle Sprachregionen zu öffnen.

Weiter haben die Grünen bereits in der Vernehmlassung zur Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) einen Abbau und keinen Ausbau von Werbung gefordert und verlangt, auf die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG zu verzichten. Dies natürlich unter der Voraussetzung, dass die Finanzierung von publizistisch hochstehenden SRG-Programmen in drei Sprachregionen durch ausreichende Gebühreneinnahmen gedeckt werden können.

Zur Grundidee des medialen Service Public gehört die Verankerung der SRG in den verschiedenen Regionen der Schweiz (auch innerhalb der Deutschschweiz). Eine Verlagerung des Radiostudios Bern nach Zürich zum Beispiel würde nicht nur die Brückenfunktion der Hauptstadtregion schwächen, sondern hätte auch unerwünschte publizistische Nebenwirkungen.

## 1. Vorbemerkungen zur SRG-Konzession

### **Die SRG als Teil des Mediengesamtsystems: Umbau statt Abbau**

Die SRG erfüllt ihren verfassungsmässigen Auftrag im Rahmen eines dualen Mediensystems. Sie muss Teil einer Schweizer Medienlandschaft sein, die gegenüber der globalen Konkurrenz bestehen kann und die auch die kleineren lokalen und regionalen Räume und die verschiedenen Sprachgebiete der Schweiz bedient. **Die demokratische Öffentlichkeit als gemeinsamer Wahrnehmungs- und Diskussionsraum für die Bürgerinnen und Bürger soll zu diesem Zweck auf drei Ebenen weiterentwickelt werden:**

- Die Service public-Medien mit Leistungsauftrag müssen gestärkt und modernisiert werden.
- Private publizistische Medien müssen bessere Rahmenbedingungen erhalten (direkte und indirekte Medienförderung).
- Die Bürgerrechte, die Urheberrechte und der Datenschutz müssen gestärkt werden.

Gemäss Verfassungsauftrag soll sich die SRG im Rahmen ihres Leistungsauftrages frei entwickeln können, ohne dabei die Privaten zu gefährden. Dies ist in der aktuellen Umbruchsituation eine grosse Herausforderung. Die traditionellen Geschäftsmodelle der Printmedien (Abonnemente und Werbung) kommen wegen des digitalen Wandels und mit dem Aufkommen von Gratisangeboten und globalen kommerziellen Plattformen unter Druck. Ohne gezielte Medienförderung (siehe dazu die Vorstösse der Grünen in National- und Ständerat) droht die Medienlandschaft Schweiz ausserhalb der grossen Ballungszentren der Deutschschweiz immer stärker auszutrocknen.

Der Konzentrationsprozess und der Abbau von Arbeitsplätzen im Journalismus gehen immer schneller voran. Seit die gültige SRG-Konzession im Jahr 2008 in Kraft getreten ist, hat auf dem privaten Medienmarkt ein starker Konzentrationsprozess stattgefunden. Mit der BaZ-Gruppe von Christoph Blocher und zugewandten Orten (rund 1 Million Leser\*innen), mit dem Medienhaus Ringier, der NZZ-Gruppe, dem multimedialen Joint Venture von AZ Medien und NZZ Regionalmedien und dem Zusammenschluss von Tamedia mit der Goldbach Group teilen sich heute eine Handvoll Medienhäuser den Medienmarkt in der Schweiz weitgehend auf. Diese Medienhäuser verfügen regional über dominierende Marktpositionen. In der Westschweiz zum Beispiel hält Tamedia rund 80 Prozent Marktanteil. Mit der Goldbach Group zusammen wird Tamedia zudem nicht nur in der Schweiz zum führenden audiovisuellen Werbermarkter, sondern ist über internationale Partner an ein mächtiges und attraktives Netz globaler Content Provider angeschlossen.

Das deutliche Nein zur No-Billag-Abstimmung am 4. März 2018 hat aufgezeigt, **dass der SRG und den gebührenfinanzierten privaten Medien mit Leistungsauftrag in dieser Situation eine tragende Rolle als Garantinnen von Unabhängigkeit und Vielfalt in einer direkten Demokratie zugesprochen wird.**

### **Grundsätze der SRG**

Die neue Konzession des Bundesrates für die SRG will den Leistungsauftrag für die Zeit „bis 2022 bzw. bis zum Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über elektronische Medien“ festlegen und schärfen.

**Dieses Ziel ergibt Sinn, auch wenn der politische Entscheidungsprozess einer verkehrten Logik folgt.** Er hat mit einer finanzierungstechnischen Entscheidung (RTVG-Abstimmung) begonnen und soll mit der regulatorischen Erneuerung/Erweiterung des Auftrags durch ein Mediengesetz enden. Diese Reihenfolge führt unter anderem zu einer ständigen und problematischen Politisierung der Medienorganisation bis in die operationellen Einzelheiten hinein.

**Um die grösstmögliche Unabhängigkeit der SRG von der Politik zu gewährleisten, muss aus Sicht der Grünen bei der neuen SRG-Konzession der Leistungsauftrag und kein detaillierter Beschreibung der Leistungserbringung im Zentrum stehen.** Die bisherigen Grundsätze sind dabei auch unter den Bedingungen der digitalen Gesellschaft gültig.

- Die SRG/SSR trägt in ihren Strukturen den föderalen Gegebenheiten der Schweiz Rechnung.
- Sie entwickelt in allen Landesteilen gleichwertige Programme und bietet diese für alle Bevölkerungsgruppen an.
- Sie fördert die kulturelle Identität sprachlicher und regionaler Minderheiten und den Austausch unter ihnen.
- Sie sorgt für den Zusammenhalt der Gesellschaft und der Generationen, indem sie für alle Bevölkerungsgruppen, Mehrheiten und Minderheiten, die klassischen (analogen) Angebote nach Bedarf weiterführt und die neuen (digitalen) Technologien (Online) entwickelt und nutzt.
- Sie bietet qualitativ hochstehende Leistungen über die ganze Breite der Interessengebiete der Gebührenzahlenden: Informieren, bilden, unterhalten.
- Sie fördert Orientierung und Zusammenhalt innerhalb der mehrsprachigen Schweiz und bei der Entwicklung der Beziehungen zur europäischen Nachbarschaft und zur globalisierten Welt.

Die SRG muss dabei die Nutzer\*innen ins Zentrum der Erfüllung ihres Leistungsauftrags stellen und einen kontinuierlichen Dialog mit ihnen pflegen. Sie soll Transparenz über ihre Ziele und deren Erfüllung gewährleisten und ihren Nutzer\*innen die Möglichkeit geben, aktiv zu den Angeboten des Service public beizutragen.

### **Vielfalt der Medien und Vielfalt der Publizistik**

Aufgrund der zunehmenden Konzentration bei den privaten Medienverlagen ist die SRG heute in weiten Teilen der Schweiz zu einer Garantin von publizistischer Konkurrenz und Vielfalt geworden. Die SRG muss dabei ihren Auftrag, die Wirklichkeit der „Schweiz in ihrer Vielfalt zu erzählen“, auch konsequent in ihrem gesamten Programm umsetzen. Die städtische muss wie die ländliche Wirklichkeit voll zum Zuge kommen, das junge Publikum ebenso wie die älteren Generationen, die nahezu dreissig Prozent der gebührendzahlenden Bevölkerung mit Migrationshintergrund gleichberechtigt wie die Männer und Frauen im Hinblick auf die Gendergerechtigkeit. Dieser Anspruch kann durch eine entsprechende Durchmischung des Personals (Diversity) am besten gewährleistet werden.

Zentral ist auch der Anspruch auf politische Vielfalt. Die offenkundige Tendenz der SRG, in wichtigen Teilen ihres Informationsprogramms die **Bundesratsparteien zu bevorzugen oder sogar exklusiv zu berücksichtigen, widerspricht dem Anspruch und der Verpflichtung auf publizistische Vielfalt diametral.** Journalismus mit dem Leistungsauftrag des Service public ist auf die Berücksichtigung aller politischen und gesellschaftlichen Kräfte verpflichtet. Das Informationsprogramm erfüllt diesen Auftrag durch die Darstellung und die freie und offene Auseinandersetzung mit dem gesamten Spektrum der Ideen, nicht durch die Reproduktion der bestehenden Machtverhältnisse.

Zur Vielfalt der Publizistik gehört auch die **Verankerung der SRG in den verschiedenen Regionen der Schweiz** (auch innerhalb der Deutschschweiz). Eine Verlagerung des Radiostudios Bern nach Zürich zum Beispiel würde nicht nur die Brückenfunktion der Hauptstadtregion schwächen, sondern hätte auch gravierende publizistische Nebenwirkungen.

## **Zusammenarbeit und Abgrenzung – die SRG hat keine Agenturfunktion**

Die Grünen begrüßen es, dass sich die SRG mit der neuen Konzession stärker auf ihr Basismandat konzentrieren und dem Informationsprogramm einen grösseren Platz einräumen soll. Es entspricht zudem unserem Verständnis des Service public, die Unterscheidbarkeit von Privaten auch mit einem Abbau und einem Verzicht auf bestimmte Werbeformen zu fördern, im Online-Bereich die audio-visuelle Anbindung von Texten zur festen Regel zu machen und die Zusammenarbeit mit privaten Medien auszubauen.

Für die Grünen ist allerdings höchst problematisch, dass die SRG im Shared-content-Modell privaten Medienhäusern Newsinhalte kostenlos überlassen soll. Die SRG wird damit in die Rolle einer Agentur oder eines „content providers“ für Programme von durchaus unterschiedlicher Qualität, Zuschnitt und Ausrichtung gedrängt, die ihrer eigenen publizistischen Identität nicht zuträglich ist. Die kostenlose Überlassung von Material dürfte zudem eher einen Abbau der inhaltlichen Medienvielfalt (in Richtung Einheitsbrei) als ihre Stärkung bedeuten. Nicht akzeptabel ist weiter, dass private Firmen mit gebührenfinanzierten Service public-Inhalten profitorientierte Geschäftsmodelle aufbauen können.

## **Stabile Gebühren für den Leistungsauftrag**

Soweit die finanziellen Ressourcen es erlauben, wäre eine verstärkte Finanzierung privater Sender mit Leistungsauftrag (mit entsprechender Kontrolle) der Gratisabgabe von aktuellen Programmelementen (oder einer weiteren Gebührenerkung) vorzuziehen. Grundsätzlich muss der Bundesrat sicherstellen, dass der Leistungsauftrag der SRG mit stabilen Gebührengeldern langfristig finanziert werden kann.

## **Stellungnahme zu einzelnen Artikeln und übergreifenden Themen**

### **Art. 3 Grundsätze**

#### **Art. 3.1**

Wir begrüßen ausdrücklich die Ergänzung der Vektoren mit dem Hinweis auf die „Online-Beiträge“.

#### **Art 3.2**

Wir schlagen vor, den Absatz wie folgt zu ergänzen: „...respektiert die Menschenwürde des Individuums und orientiert sich an den Menschenrechten.“

Die Menschenrechte mit ihrer naturrechtlichen Grundlegung, der Liste der Freiheitsrechte und der Schutzbestimmungen (z.B. Existenzsicherung, Kinderschutz etc.) geben dem Medienschaffen eine wesentliche, grundlegende, wertbestimmte Ausrichtung unabhängig von jeder politischen Parteilichkeit.

#### **Art. 3.3**

Wir begrüßen ausdrücklich die Zielsetzung „**angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter...**“ und schlagen ausserdem folgende Ergänzung vor: „**...und der verschiedenen Gruppen der Gesellschaft**“, also: „**...angemessene Darstellung und Vertretung der Geschlechter und der verschiedenen Gruppen der Gesellschaft**“

Die Präsenz der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen im Programm gehört zum Kernbereich des Service public. Sie ist offenkundig nach wie vor ungenügend (Frauen, Junge oder Menschen mit Migrationshintergrund sind zum Beispiel unterrepräsentiert), obwohl das Problem seit Langem bekannt ist. Diese Ergänzung erscheint deshalb zwingend notwendig, und zwar nicht nur (aber auch), weil es sich bei diesen Gruppen um einen relevanten Anteil der Gebühreuzahlenden handelt.

Mit der neuen Formulierung wird der prinzipielle Charakter dieses Auftrags unterstrichen. **Damit können**

**auch die gesonderten Artikel 13 und 14 (Junge und Migranten) entfallen, die durch ihre Abtrennung eher der Segregation als der Integration dienen.**

#### ***Art. 4 und 5 Qualitätsanforderungen und Dialog mit der Öffentlichkeit***

Wir begrüssen die Bestimmungen zur Qualitätssicherung, zur Transparenz und zum Dialog mit der Öffentlichkeit. Es ist wahrscheinlich der verkehrten Logik des politischen Prozesses geschuldet, dass die eigentliche Qualitätskontrolle nach wie vor durch eine staatliche Einrichtung – das Bundesamt für Kommunikation BAKOM – vorgenommen wird. Um einer Politisierung der Leistungsprüfung der SRG vorzubeugen und eine umfassende Qualitätssicherung zu erreichen, ist die Einrichtung einer **unabhängigen, staats- und politikfernen Aufsichts- und Regulierungsbehörde** (zum Beispiel nach britischem Muster) in der Schweiz dringend nötig. Die Grünen haben dazu in der KVF einen erfolgreichen Vorstoss eingereicht, der leider erst im Rahmen des neuen Mediengesetzes umgesetzt werden soll. Die Einrichtung einer unabhängigen Aufsicht hat aber nichts mit dem neuen Mediengesetz zu tun, sondern soll so rasch als möglich angepackt werden.

#### ***Art. 6 bis 9 Publizistisches Angebot und Art. 11 Innovation***

Die Regulierung des Informationsangebots (Art. 6) ist sehr detailliert ausgefallen. Die Grünen bevorzugen eine offenere und flexiblere Formulierung. Dasselbe gilt für die Vorschrift, mindestens 50 Prozent der Mittel aus der Medien-Abgabe für den Bereich „Information“ einzusetzen. Information lässt sich nicht immer trennscharf von „Kultur“ (Art. 7) oder „Unterhaltung“ (Art. 9) abgrenzen. International werden zudem an der Schnittstelle von Unterhaltung, Information oder Bildung neue Formate entwickelt, die sich nicht in die klassischen Formate einordnen lassen.

Die definitorischen Regulierungen zum publizistischen Angebot orientieren sich stark an die hergebrachten Formen des strukturierten Fliessprogramms. Die SRG muss neben Angeboten für das analoge Programm aber auch solche für die digitale SRG-Plattform entwickeln.

#### ***Art. 13 Angebot für junge Menschen***

Grundsätzlich: Art. 13 und Art. 14 können gestrichen und ihr Inhalt in geeigneter Form in Art. 3.3 integriert werden (siehe dort).

#### ***Art. 14: Menschen mit Migrationshintergrund***

Grundsätzlich: Art. 13 und Art. 14 können gestrichen und ihr Inhalt in geeigneter Form in Art. 3.3 integriert werden (siehe dort).

Das separate Angebot für „Menschen mit Migrationshintergrund“ riskiert, anstelle von Integration eher Separation zu produzieren. Es ist daher zu streichen (da es sich ja offenkundig nicht um fremdsprachige „Angebote für Ausländer\*innen“ handelt). Menschen mit Migrationshintergrund sind ein selbstverständlicher Teil der Schweizerischen Gesellschaft und sind daher ebenso selbstverständlich in das Programm-schaffen und die Programmgestaltung zu integrieren (s. Art.3.3). Sie leisten ja auch ihren Teil an die Haushaltsabgabe.

#### ***Art. 16 und Art. 17: Radioprogramme und Fernsehprogramme***

Generell ist trotz der begrenzten Geltungsdauer der neuen SRG-Konzession zu fragen, ob die Bestimmungen der Art. 16 und 17 nicht zu sehr an den bestehenden Programmstrukturen festhalten. So wäre zu prüfen, ob die hergebrachte Definition und Trennung der Programme den Nutzungsgewohnheiten

sowohl dem Inhalt als auch den Angebotsformen noch entspricht.

Die Grünen regen an, auf ein detailliertes Festschreiben von einzelnen Programmen zu verzichten und der SRG bei der Umsetzung des Leistungsauftrages für die einzelnen Sprachregionen mehr Flexibilität zu geben. Verlagerungen von Fernsehkanälen in das Online-Angebot sollen wie bei RTSI auch in anderen Regionen möglich sein, desgleichen inhaltliche Entwicklungen beim Programmcharakter der Kanäle bzw. der Plattform. Zentral ist aber: Das gesamte Programmangebot muss den Leistungsauftrag erfüllen und in den drei grossen Sprachregionen weiterhin *gleichwertig* sein.

#### **Art. 17.5 Zielgruppenspezifische Werbung**

Zielgruppenspezifische Werbung entspricht nicht dem Auftrag des Service public. Art. 17.5 kann und soll deshalb gestrichen werden.

Generell setzen sich die Grünen für den **kontinuierlichen Abbau von Werbung** bei gleichzeitiger Sicherung einer ausreichenden Finanzierung (Zielgrösse: Budget 2016) des Service public der SRG ein. Das entspricht dem Auftrag und stärkt zweifellos die Unterscheidbarkeit des Angebots und die Bindung des Publikums an die SRG.

#### **Art. 18.3: Übriges publizistisches Angebot**

Wir begrüssen insbesondere die ausdrückliche Erwähnung der Online-Angebote (Art. 18.1a, 1d, und 1f), die wichtige Entwicklungsperspektiven in der digitalen Gesellschaft und die Verbindung mit den Auslandschweizern, die Präsenz der Schweiz in der Welt sowie die internationale Zusammenarbeit im Fernsehen sicherstellen.

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

Sollte die (zielgruppenspezifische) Werbung für die SRG zugelassen werden, was die Grünen wie oben erwähnt ablehnen, dann müssten selbstverständlich restriktive Vorgaben zum Datenschutz, zur Transparenz oder zum Schutz von Minderjährigen gelten. Was die beiden vorgeschlagenen Alternativen zur Rücksichtnahme auf private Medienunternehmen in Bezug auf zielgruppenspezifischen Werbung anbetrifft, bevorzugen die Grünen eventualiter die Variante, bei der überdurchschnittliche Werbeeinnahmen für Aus- und Weiterbildung, die Medienforschung und konkrete Projekte der SDA abgeschöpft werden sollen.

Wir danken Ihnen dafür, dass Sie unsere Bemerkungen bei den weiteren Arbeiten zur neuen SRG-Konzession berücksichtigen.

Freundliche Grüsse



Regula Rytz  
Präsidentin



Urs Scheuss  
stv. Generalsekretär

Grüne / Les Verts / I Verdi  
Waisenhausplatz 21 | 3011 Bern