



Sozialdemokratische Partei der Schweiz / Parti Socialiste Suisse

Tel. 031 329 69 69 / www.spschweiz.ch / www.pssuisse.ch

Per Mail an: srg-konzession@bakom.admin.ch

Bern, 10. April 2018

Konzession für die SRG SSR: Vernehmlassungsantwort SP Schweiz

Sehr geehrte Frau Bundesrätin Leuthard
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme, die wir gerne nutzen.

1. Grundsätzliche Bemerkungen

- Die intensive Debatte rund um No Billag machte eines deutlich: Der Service public im Medienbereich beschäftigt die breite Bevölkerung und die betroffenen Akteure. Und das zu Recht: Bei der Medienpolitik geht es um für unsere Demokratie zentrale Fragen, die nicht einer reinen Marktlogik unterworfen sein dürfen. Die SP hat sich deshalb gegen die Zerschlagung des Service public gestellt bzw. engagiert sich konsequent für dessen Stärkung. Die sehr deutliche Ablehnung der Initiative zeigt, dass die Mehrheit der Stimmbevölkerung einen starken, durch die SRG und die privaten Anbieter gemeinsam erbrachten Service public schätzt und keine Abschaffung oder substanzielle Schwächung wünscht.
- Die Debatte um den Service public im Medienbereich und um Rolle und Auftrag der SRG muss aber geführt werden. An die Angebote der SRG werden zu Recht hohe Anforderungen bei Service public, Vielfalt, Unterscheidbarkeit von anderen Anbietern sowie Transparenz gestellt. Die vorliegende Konzession ist Teil der Weiterentwicklung des Service public und überbrückt als Übergangskonzession ab 1. Januar 2019 den Zeitraum bis Ende 2022 (Art. 42 Abs. 2 dieser Konzession). **Wir sind mit der vorliegenden Konzession im Grundsatz einverstanden, stellen bei den konkreten Artikeln aber teilweise Anträge für Ergänzungen oder Präzisierungen. Besonderen Wert legen wir darauf, dass die SRG für die Information, die ein zentrales publizistisches Angebot darstellt, Mittel in der Höhe der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe aufwendet. Wir erwarten als Beitrag zur Unterscheidbarkeit gegenüber anderen Anbietern mehr Schweizer Produktionen. Zudem braucht es einen kontinuierlichen und offenen Dialog zur Programmstrategie und zum Service public mit der Öffentlichkeit. Grundsätzlich halten wir fest, dass Kürzungen bei den Werbeeinnahmen geprüft werden können, dass es der SRG aber im Falle einer Kürzung möglich sein muss, auf anderem Weg die notwendigen Mittel zu generieren.**
- Das neue Mediengesetz wird u.a. der Ort sein, wo grundsätzliche Fragen in Bezug auf Medienpolitik und -finanzierung in einer langfristigen Perspektive und im Kontext der Herausfor-

derungen der Digitalisierung diskutiert werden müssen. Dabei geht es sowohl um die SRG als auch um die privaten Anbieter. Die SP setzt sich für eine gattungsunabhängige Journalismusfinanzierung ein. Wir erachten das neue Mediengesetz und die in diesem Kontext zu führende Debatte als wichtig und werden diese Vorlage vor allem unter dem Aspekt der journalistischen Qualität, der Vielfalt und der Unabhängigkeit betrachten.

2. Bemerkungen zur konkret zur Diskussion stehenden Konzession für die SRG ab 2019

Artikel 1

Die Konzession stellt die Radio- und Fernsehprogramme in den Mittelpunkt, was wir als richtig erachten. Die Frage der vektorunabhängigen Definition des Angebots der SRG, das heisst der Verbreitungswege, muss bei der Beratung des Gesetzes über elektronische Medien umfassend und im Kontext der gesamten, auf Vielfalt auszurichtenden Medienlandschaft diskutiert werden.

Art. 2 Unabhängigkeit und Verbot der Gewinnstrebigkeit

Der neue Absatz 1 verweist auf die Gewährleistung der aus demokratiepolitischen Gründen zentralen Unabhängigkeit und der programmlichen Autonomie, welche in Artikel 93 Absatz 3 BV und in den Artikeln 3a und 6 RTVG verankert sind. Die Unabhängigkeit ist eine zentrale Voraussetzung für die Erfüllung des Service public-Auftrags und der publizistischen Qualität und es ist sehr berechtigt, diese auch in der Konzession abzubilden. Die Aussage in Absatz 2, dass Gewinnstreben mit der Funktion der SRG als Erbringerin eines Dienstes für die Allgemeinheit unvereinbar ist, ist aus unserer Sicht ebenfalls eine wichtige Vorgabe und erhält vor dem Hintergrund des ungerechtfertigten Gewinnstrebens bei Postauto AG Aktualität. Die SRG ist der Öffentlichkeit verpflichtet und es wäre nicht nachvollziehbar, wenn sie nach Gewinn streben würde.

Art. 3 Grundsätze betreffend das publizistische Angebot

Neu nennt die Konzession einen Wertekatalog, welcher die ethischen Grundlagen für das publizistische Schaffen beschreibt. Diese Ergänzung unterstützen wir. Absatz 1 nennt an erster Stelle die Radio- und Fernsehprogramme als hauptsächliche Kanäle für die Service public-Dienstleistungen. Diese Priorisierung erachten wir als wichtig. Absatz 1 erwähnt aber auch das Online-Angebot als Teil des publizistischen Angebots. Angesichts der wachsenden Verbreitung dieses Kanals erscheint uns die Aufnahme dieser Kategorie als nachvollziehbar und richtig. Die Ausgestaltung und Gewichtung dieses Verbreitungswegs muss im Rahmen des Mediengesetzes diskutiert werden.

Absatz 2 bekräftigt die demokratiefunktionale Bedeutung des publizistischen Angebots der SRG. Wir unterstützen, dass an dessen Ausgestaltung höchste Ansprüche gestellt werden. Es soll einen Beitrag dazu leisten, dass sich die Bürgerinnen und Bürger selbstbestimmt und informiert gesellschaftlich und politisch beteiligen können.

Absatz 3 verpflichtet die SRG, sich um eine angemessene Vertretung der Geschlechter in ihren publizistischen Angeboten zu bemühen, was wir sehr unterstützen. Die qualitativen und ethischen Anforderungen verlangen auch eine Darstellung der Geschlechter, die der Vielfalt der Lebensrealitäten gerecht wird. Diese Verpflichtung soll innerhalb der SRG zur Sensibilisierung beitragen und wir erwarten, dass die SRG auch bei Personalentscheidungen auf allen Hierarchiestufen und in allen Gremien konsequent für eine angemessene Vertretung der Geschlechter sorgt.

Mit Absatz 5 soll die SRG ihre programmlichen Entscheidungen unter Beachtung von Qualitätskriterien fällen. Mittels Umfragen muss erhoben werden, welche Wertschätzung eine Zielgruppe einem Angebot entgegenbringt. Die angemessene Vertretung und respektvolle Darstellung der jeweiligen Zielgruppe ist für die Qualität der publizistischen Angebote eine zentrale Voraussetzung und wir begrüßen entsprechende Vorgaben.

Mit Absatz 6 wird die Verpflichtung festgeschrieben, das Rätoromanische im ganzen publizistischen Angebot angemessen zu berücksichtigen, was wir mit Nachdruck unterstützen.

Art. 4 Anforderungen an die Qualität des Angebots und ihre Sicherung

Relevanz, Professionalität, Unabhängigkeit, Vielfalt und Zugänglichkeit werden als Qualitätsdimensionen genannt und wir erachten diese als zentrale publizistische Vorgaben, die es einzuhalten gilt. Ergebnisse von Qualitätskontrollen von Programmen sollen öffentlich zugänglich gemacht werden, was wir im Sinne der Transparenz als wichtig erachten.

Art. 5 Dialog mit der Öffentlichkeit

Die Verpflichtung zu einem verbesserten Dialog mit der Öffentlichkeit erachten wir unter dem Gesichtspunkt des öffentlichen Auftrags der SRG als selbstverständlich. Die politischen Diskussionen der letzten Monate und das veränderte Nutzungsverhalten insbesondere des jüngeren Publikums machen deutlich, dass es intensiver Anstrengungen bedarf, um den nötigen Rückhalt in der Bevölkerung zu finden. Die Diskussion, was zum Service public gehört und wie dieser erbracht werden soll, muss offen geführt werden. Die Verpflichtung der SRG, die Öffentlichkeit regelmässig über ihre Unternehmens- und Angebotsstrategie zu informieren und sich um einen institutionalisierten Dialog zu bemühen, begrüssen wir. Die SRG-Angebote müssen einen Mehrwert für die Gesellschaft generieren und das setzt den Dialog mit der Öffentlichkeit voraus. Die Regionalgesellschaften können und müssen dabei einen wichtigen Beitrag leisten. Wir unterstützen die Vorgabe, dass das Dialogangebot gegenüber der Öffentlichkeit kostenlos sein soll.

Art. 6 Information

Da Information ein zentrales publizistisches Angebot darstellt, erwartet der Bundesrat, dass die SRG Mittel in der Höhe der Hälfte ihrer Einnahmen aus der Abgabe für diesen Kernbereich aufwendet. Wir schliessen uns dieser Erwartung an, da wir ebenfalls der Meinung sind, dass kontinuierliche und relevante Informationsangebote im Zentrum des Service public stehen sollen.

Die Qualitätsanforderungen an das Informationsangebot beruhen auf der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Hilfsmittel wie Algorithmen dürfen die journalistische Verantwortung nicht ersetzen. Die SRG soll mit ihren Informationsangeboten eine umfassende, vielfältige und sachgerechte Berichterstattung auf allen Staatsebenen, in allen Sprachregionen sowie international gewährleisten, die zur freien Meinungsbildung beiträgt. Ziel ist die aktive Teilnahme der Bevölkerung am demokratischen Prozess zu befördern. Zeitgerechtigkeit und Art des Verbreitungswegs müssen je nach Beitrag berücksichtigt werden. Das zentrale Kriterium ist die Relevanz. Die Beschwerdeinstanz UBI soll bei der unabhängigen Aufsicht über die Einhaltung der inhaltlichen Programmanforderungen eine wichtige Rolle spielen.

Art. 7 Kultur

Die SRG soll kulturelle Werke verbreiten und über Kunst berichten. Sie soll aber auch selbst Kultur produzieren, das unabhängige Kulturschaffen unterstützen und Plattformen bieten. Wir begrüssen die Weiterführung dieser Vorgaben, die wir als Service public betrachten und die zur Unterscheidbarkeit beitragen. Wir erwarten, dass die SRG angemessene Mittel für die Kultur aufwendet, d.h. in etwa vergleichbar mit dem bisherigen Rahmen und dass dies auch verbindlich in der Konzession festgeschrieben wird.

Die Zusammenarbeitsverpflichtungen beinhalten die angemessene Berücksichtigung der schweizerischen Literatur. Dafür sind in der Konzession keine Quotenbestimmungen vorgesehen. Sollte sich zeigen, dass die Bedürfnisse der Literatur ohne Vorgabe nicht angemessen berücksichtigt werden, fordern wir eine entsprechende Ergänzung.

Art. 8 Bildung

Zum Bildungsauftrag gehört, dass die SRG einen Beitrag zur Befähigung des Publikums leistet, Informationen und Vorgänge der Umwelt zu verstehen, kritisch einzuordnen und sich eine Meinung zu bilden. Die SRG soll einen Beitrag zum Wissenserwerb leisten. Die Bedürfnisse der Bildungsinstitutionen müssen dabei berücksichtigt werden und Kooperationen, z.B. mit der EDK, sollen möglich sein, was wir sehr begrüssen.

Art. 9 Unterhaltung

Die SRG muss den Anforderungen an Unterscheidbarkeit und Unverwechselbarkeit gerecht werden. Insbesondere auch im Unterhaltungsbereich soll es mehr Schweizer Inhalte bzw. Inhalte mit Schweizer Bezug geben. Damit soll ein Beitrag zur Unverwechselbarkeit geleistet werden. Grundsätze wie Fairness und Respekt sind zu respektieren, insbesondere im Umgang mit Protagonistinnen und Protagonisten. Zur Unverwechselbarkeit gehören unterschiedliche Genres, Formate und Inhalte, die die vielfältigen Bedürfnisse des Publikums abbilden. Service public-Programme sollen sich durch Innova-

tionen, Eigenentwicklungen und -produktionen auszeichnen und verhindern, dass hauptsächlich eingekaufte Sendungen und Formate das Angebot prägen.

Die Verpflichtung in Absatz 4, dass die SRG Kooperationen mit privaten Anbietern eingehen und diesen durch gemeinsamen Einkauf Zugang zu attraktiven Angeboten ermöglichen soll, erachten wir als richtig.

Art. 10 Sport

Sport wird neu als eigenständiger Bereich des publizistischen Angebots genannt. Eine vielfältige Sportberichterstattung und die Übertragung von Live-Sportereignissen sind auch u.E. Teil des Service public und wir unterstützen diese Ergänzung. Insbesondere begrünnen wir es, dass die SRG verpflichtet wird, auch über Rand- und Breitensportarten zu berichten. Gerade Sportarten, die sonst keine öffentliche Wahrnehmung erfahren, sollen dadurch mehr Publizität erhalten. Der Fokus auf den Breitensport soll aus gesamtgesellschaftlicher Perspektive die Freude am Sport fördern. Auch in diesem Bereich begrünnen wir es, dass die SRG gemäss Absatz 3 verpflichtet wird, vermehrt Kooperationen mit anderen Veranstaltern einzugehen, um diesen Zugang zur Sportberichterstattung zu ermöglichen und so eine vielfältigere Sportberichterstattung zu fördern.

Art. 11 Innovation

Die SRG soll bei den Darstellungsformen in Bezug auf das gesamte publizistische Angebot innovativ sein und neue Kommunikationsmöglichkeiten nutzen. Dies ist insbesondere mit Blick auf ein jüngeres Publikum wichtig. Der Einführung eines Innovationsmanagements gemäss Absatz 2 stehen wir deshalb positiv gegenüber.

Art. 12 Berücksichtigung der jeweils anderen Sprachregionen

Die Förderung des sprachregionalen Austauschs ist eine Kernaufgabe der SRG und sie muss mit ihrem Angebot einen wichtigen Beitrag zur Verstärkung des Verständnisses leisten. Der sprachregionale Austausch muss in attraktiven Angeboten und in der täglichen Berichterstattung ihren Niederschlag finden. Wir erwarten in diesem Bereich ein verstärktes Engagement. Bestehende Plattformen sollen genutzt und ausgebaut werden. Ziel muss sein, gerade auch über die Sprachregionen hinaus in Dialog zu treten und Wirkung zu zeigen. Die in Absatz 2 statuierte Berichterstattungspflicht ist im Sinne der Transparenz und der Sensibilisierung der Öffentlichkeit hoch zu gewichten.

Art. 13 Angebote für junge Menschen

Das jüngere Publikum nutzt zunehmend Internetangebote. Das stellt eine Hausforderung für den Service public dar, der die gesamte Bevölkerung ansprechen soll. Wir begrünnen die Verpflichtung, dass die SRG gerade auch jüngeren Zielgruppen ein Angebot zur Verfügung stellen soll, damit deren Beteiligung am sozialen, gesellschaftlichen, politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Leben gefördert wird. Die SRG muss innovativ sein und direkt auf die Jugendlichen zugehen mit denjenigen Mitteln und Verbreitungswegen, die Jugendliche ansprechen, mit denen sie sich an der Diskussion beteiligen und mit denen sie Inhalte teilen können.

Art. 14 Menschen mit Migrationshintergrund

Die Verpflichtung, Menschen mit Migrationshintergrund in den SRG-Angeboten zu berücksichtigen und damit zu Integration und Verständnis beizutragen, begrünnen wir mit Nachdruck.

Art. 15 Menschen mit Sinnesbehinderungen

Die Bemühungen der SRG zugunsten sinnesbehinderter Menschen erachten wir als eine zentrale Leistung des Service public. Wir erwarten, dass die SRG in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Fachverbänden ein bedarfsgerechtes Angebot zur Verfügung stellt und weiterentwickelt

Art. 16 Radioprogramme

Buchstabe a verpflichtet die SRG, die wesentlichen Teile des Programmauftrags bei Information, Bildung, Kultur, Sport und Unterhaltung mit den drei ersten Programmen in deren Gesamtheit zu erfüllen, was wir aus Gründen des Service public begrünnen. Wir halten aber auf einer grundsätzlichen Ebene fest, dass wir die Vorgaben in diesem Artikel der Konzession als zu wenig flexibel und als zu starr formuliert erachten und uns eine offenere Formulierung wünschen. Unserer Meinung nach

sollte die Konzession Entwicklungsmöglichkeiten zulassen, z.B. bei Bedarf Zusammenlegung oder Auslagerung von Sendern bzw. Angeboten. Das Erfordernis, dass Schweizer Inhalte und die Berücksichtigung der sprachregionalen Kultur eine wesentliche Rolle spielen sollen, muss grundsätzlich und über alle Angebote hinweg gelten.

An die Moderation sind hohe Qualitätsvorgaben zu stellen, dazu gehören journalistisches Denken, glaubwürdige und kompetente Darstellung der Inhalte sowie eine respektvolle Haltung gegenüber Gästen und Publikum und wir begrüßen die Festschreibung dieser Kriterien in der Konzession.

Art. 17 Fernsehprogramme

Absätze 1 und 2 bilden die Grundlage für den Ersatz von RSI La 2 durch ein multimediales Angebot, das zusammen mit dem ersten TV-Programm die Gleichwertigkeit des Gesamtangebots für die italienische Sprachregion mit den Angeboten für die anderen Sprachregionen gewährleisten soll. Durch die Streichung von RSI La 2 werden Mittel für Eigenproduktionen frei, die den italienischsprachigen Zielpublika über alle Plattformen zugänglich sein sollen. Wir halten fest, dass durch diese Massnahmen die Grundversorgung, die heute für alle Nutzerinnen und Nutzer von RSI gewährleistet ist und die ein gleichwertiges Angebot für alle Sprachregionen vorsieht, nicht in Frage gestellt werden darf. Auch für die italienischsprachige Bevölkerung muss der Service public-Auftrag in Zukunft vollumfänglich erfüllt werden können.

In der rätoromanischen Schweiz soll, basierend auf bestehendem Material, ein Programm mit aktualisierten Informationen und Programmhinweisen über Internet-Stream verbreitet werden, was wir unterstützen.

Absatz 5 ist die Grundlage, zielgruppenspezifische Werbung auszustrahlen, unter Einhaltung des Verbots regionaler Werbung. Bei Artikel 38^{bis} formulieren wir unsere diesbezüglichen Forderungen.

Art. 18 Übriges publizistisches Angebot

Zum übrigen publizistischen Angebot gehören Online-Angebote, Teletext, ein multimediales Angebot für die italienische Sprachregion, programmassoziierte Informationen, das publizistische Angebot für das Ausland und Begleitmaterialien zu Sendungen. Neu aufgenommen wird der Dienst Hybrid Broadcast Broadband Television als Nachfolgedienst für Teletext. Soweit der Teletext-Dienst im HbbTV-Angebot verbreitet wird, dürfen darin enthaltene Werbung und Sponsoring übernommen werden, was uns folgerichtig zu sein scheint, da damit keine neuen Angebote geschaffen werden. Gemäss Absatz 5 soll das Publikum die von der SRG verantworteten Inhalte als solche erkennen können, was aus Gründen der Transparenz wichtig ist. Das Online-Werbeverbot für die SRG unterstützen wir, wie wir bei der Abstimmung zu Motion 16.3628 bekräftigt haben. Die Höhe der Werbeeinnahmen der SRG sollen aber im Auge behalten werden und je nach Entwicklung sind Anpassungen zu prüfen. Grundsätzlich halten wir fest, dass Kürzungen bei den Werbeeinnahmen diskutiert und geprüft werden können, dass es der SRG aber im Falle einer Kürzung möglich sein muss, auf anderem Weg die notwendigen Mittel zu generieren, um den Wegfall zu kompensieren.

Art. 20 Drahtlose Verbreitung

Das BAKOM kann der SRG die Abschaltung von UKW-Sendern oder ganzer Ketten ermöglichen, sofern die ausreichende Versorgung in genügender Empfangsqualität über DAB+ garantiert ist. Wenn damit keine Einschränkung des Service public verbunden ist, haben wir dagegen nichts einzuwenden.

Art. 21 Verbreitung über Leitungen

Artikel 21 konkretisiert die Zugangsberechtigung der SRG-Radio- und Fernsehprogramme. Alle Schweizer Netzbetreiber, Kabelverbreiter und IP-TV-Anbieter sind verpflichtet, eine gewisse Anzahl Fernsehprogramme (Must-Carry-Programme) zu verbreiten. Dazu zählen alle Programme der SRG, die privaten konzessionierten Programme mit Leistungsauftrag sowie einzelne Programme aus dem umliegenden Ausland. Laut Artikel 59 Absatz 1 Buchstabe a RTVG beschränkt sich die Verbreitungspflicht auf jenes Versorgungsgebiet, das in der SRG-Konzession genannt wird. Für das deutschsprachige Programm SRF-Info beispielsweise sieht die geltende Konzession eine sprachregionale Verbreitung in der Deutschschweiz vor, was aus unserer Sicht dem Service public-Gedanken nicht ausreichend Rechnung trägt. Wir beantragen deshalb die bedarfsgerechte Ausdehnung der Verbreitungspflicht und eine entsprechende Anpassung der Konzession.

Art. 22 Verbreitung über Internet

Die SRG muss ihren Leistungsauftrag primär über Rundfunk-Verbreitungsvektoren erbringen. Soweit technisch möglich und kostenmässig vertretbar, kann die SRG ihre Radio- und Fernsehprogramme auch über das Internet verbreiten (Streaming). Diese Möglichkeit unterstützen wir.

Art. 23 Zugang zu Sendungen

Einrichtung und Betrieb eines Archivs gehören zum Aufgabengebiet eines Service public-Anbieters. Sie werden über die Empfangsgebühren finanziert und sollen öffentlich zugänglich sein. Wir begrüßen deshalb die Bestimmung, dass die SRG Sendungen im Internet kostenlos zugänglich machen kann bzw. soll. Kosten bei privater oder wissenschaftlicher Nutzung sollen nur insofern in Rechnung gestellt werden, als die Anfrage Rechercheaufwand generiert oder die Benutzung von Datenträgern nötig ist.

Art. 24 Leistungen in Krisensituationen

Die Vorgabe, dass die SRG auch in Krisensituationen den Leistungsauftrag erfüllen muss, ist sehr wichtig und wir erwarten, dass alle Menschen davon profitieren, unabhängig von irgendwelchen sprachlichen, geografischen oder wie auch immer gearteten Einschränkungen.

Art. 31 Zusammenarbeit mit schweizerischen Medienunternehmen

Gebührenfinanzierte Inhalte sollen die breite Öffentlichkeit erreichen und niederschwellig verbreitet werden können. Die in diesem Artikel festgeschriebene Pflicht zur Zusammenarbeit mit schweizerischen privaten Medienunternehmen begrüßen wir deshalb. Im Zentrum stehen Nachrichten-Videos mit nationalem und überregionalem Inhalt. Die Verpflichtung für die SRG, anderen Unternehmen basierend auf transparenten, für alle Anbieter und Nutzer gleichberechtigten und preislich attraktiven Nutzungsbedingungen Kurzversionen von tagesaktuellen audiovisuellen Inhalten, namentlich im kostenintensiven Informationsbereich, für die Nutzung im Internet anzubieten, erachten wir als wichtig. Aus diesem Grund hat die SP die Motion 17.3627 (Shared-Content-Modell) unterstützt. Ein Shared Content-Modell soll auch Bestandteil des neuen Mediengesetzes sein. Dabei gilt es, Missbrauch zu verhindern und die Einhaltung rechtlicher Verpflichtungen gegenüber Dritten sicherzustellen.

Art. 32 Regionalgesellschaften

Wir begrüßen die Forderung nach einer Verstärkung des Dialogs und der Reflexion über die Leistungen des Service public und die entsprechende konzessionsrechtliche Verankerung. Gemäss Absatz 2 ist dieser Dialog wesentlicher Teil der Aufgaben der Regionalgesellschaften. Diese sollen das starke und kontinuierliche Bindeglied zwischen der SRG und der Gesellschaft bilden. Absatz 3 beinhaltet die Vertretung des Publikums in der Organisation der SRG über die Publikumsräte. Diese soll repräsentativ sein. Die unabhängigen Ombudsstellen gemäss Absatz 4 zur Behandlung von Beanstandungen des Programms und des übrigen publizistischen Angebots sind ebenfalls eine Vorgabe, die wir hinsichtlich der Transparenz und der Qualitätskontrolle als wichtig erachten.

Art. 34 Zusammensetzung des Verwaltungsrats

Die zentrale Vorgabe, wonach die Mitglieder des Verwaltungsrats die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen mitbringen müssen, soll wegfallen. Auch wenn es sich um eine absolute Selbstverständlichkeit handelt, beantragen wir, dass diese Anforderung nicht gestrichen wird.

Wir fordern weiter, dass die ausgewogene Vertretung der Geschlechter sowie der Sprachregionen als Vorgabe explizit in der Konzession festgeschrieben ist.

Art. 38 Berichterstattung

Die Berichterstattungspflicht im Jahresbericht umfasst neu Informationen über die Aus- und Weiterbildung, was wir angesichts der Bedeutung dieses Bereichs für den Qualitätsjournalismus begrüßen. Auch die Vorgabe zur regelmässigen Berichterstattung über den sprechregionalen Austausch im Konzessionsrecht begrüßen wir angesichts der Wichtigkeit dieses Bereichs für den Zusammenhalt des Landes. Auch die Vorgaben zur Kostentransparenz gemäss Absatz 2 Buchstabe d unterstützen wir. Transparenz bezüglich der Finanzmittel ist für einen Service public-Anbieter eine Selbstverständlichkeit. Auch in Zeiten zunehmender Konvergenz muss versucht werden, die Kosten so transparent, wie

es angesichts dieser Entwicklung möglich ist, auszuweisen. Wir fordern, dass die Berichterstattung explizit auch den Bereich der Gleichstellung umfasst und dass die SRG offenlegt, welche Bemühungen sie im Bereich der Gleichstellung unternimmt und wie sich diese auswirken.

Art. 38^{bis} Unterstützung von Medienprojekten

Artikel 17 Absatz 5 der vorliegenden Konzession führt für die SRG die Möglichkeit von Zielgruppenwerbung ein. Aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen, wie es auch die Verfassung vorsieht (Art. 93 Abs. 4), wird der Einsatz der Zielgruppenwerbung aber eingeschränkt, was wir begrüssen. Konkret vorgeschlagen wird, dass die SRG die Zielgruppen nicht ausschliesslich nach geografischen Kriterien definieren darf. Wir wiederholen an dieser Stelle die Position, wie wir sie anlässlich der Anpassung der RTVV formuliert haben: Wir lehnen die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung nicht grundsätzlich ab. Die kommerzielle Nische regionaler Anbieter darf dadurch aber nicht bedroht werden. Ebenfalls aus Gründen der Rücksichtnahme schlägt die RTVV-Teilrevision eine Beschränkung der Zielgruppenwerbung auf 4 Minuten pro Stunde vor, alternativ kann eine andere Form der Rücksichtnahme vorgesehen werden: die Abschöpfung überdurchschnittlicher Werbeeinnahmen und deren Verwendung zugunsten branchenweiter Anliegen. Die so abgeschöpften Werbemittel würden für Aus- und Weiterbildung, Medienforschung und Projekte der sda eingesetzt. In der Vernehmlassung haben wir diese Variante favorisiert.

Art. 39 Finanzaufsicht

Die Möglichkeit der Einsichtnahme und die damit verbundene Pflicht zur Transparenz bei Kosten- und Leistungsrechnung sowie beim internen Kontrollsystem begrüssen wir.

Art. 40 Neue finanzielle Bedürfnisse der SRG

Die Art und die Höhe der Medienfinanzierung ist zentraler Teil des neuen Mediengesetzes und muss in diesem Zusammenhang intensiv diskutiert werden. Wie bereits ausgeführt, setzt sich die SP für eine gattungsunabhängige Medienfinanzierung ein.

Wir danken für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Mit freundlichen Grüssen
SP Schweiz



Christian Levrat
Präsident SP Schweiz



Chantal Gahlinger
Politische Fachsekretärin SP Schweiz