



3 Plus Group AG, Obermattweg 12, 6052 Hergiswil NW

**Vorabkopie per E-Mail an: [SRG-Konzession@bakom.admin.ch](mailto:SRG-Konzession@bakom.admin.ch)**  
Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2051 Biel

Hergiswil, 10. April 2018

## **Vernehmlassung vom 19.12.2017 betreffend Konzession für die SRG SSR**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, zum Entwurf zu einer neuen Konzession für die SRG für die Zeit vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2022 Stellung nehmen zu können. Wir sind Mitglied der Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM) und schliessen uns grundsätzlich deren Eingabe vom 3. April 2018 an. Ergänzend möchten wir Folgendes vortragen:

### **1. Liberale Regeln und Chancengleichheit im Werbemarkt**

TV-Werbung hält sich allen Unkenrufen zum Trotz als starke Werbeform, mit der Brands in kurzer Zeit eine grosse Reichweite erzielen können. Damit Werbeaufraggeber ihre Ziele erreichen können, sind sie auf genügend Werbeinventar angewiesen. Zeitliche Einschränkungen der TV-Werbung bei der SRG in der Primetime würde den Gesamtmarkt schwächen und sich nicht automatisch in entsprechenden Mehrumsatz bei den privaten TV-Veranstaltern umwandeln lassen. Daher sprechen auch wir uns gegen mögliche zeitliche Einschränkungen der TV-Werbung auf den SRG Sendern aus.

Hingegen fordern wir das BAKOM auf, endlich die notwendigen Massnahmen zu ergreifen, damit das TV-Signal aller Veranstalter (sowohl konzessionierte, wie auch private) bei der Verbreitung und Weiterverbreitung durch die TV-Verbreitungsplattformen Schutz findet. Wie dem BAKOM bekannt ist, verlieren die TV-Sender einen wachsenden Teil ihrer Einnahmen (im Jahr



2017 waren es über CHF 100 Mio.), weil die TV-Verbreitungsplattformen es ihren Nutzern ermöglichen, TV-Werbung zu überspringen und mit Hilfe der TV-Inhalte riesige Mediatheken für ihre Kunden bereitzustellen. Gelegenheit dazu bietet die laufende Revision des Fernmeldegesetzes.

Eine ebenso unabdingbare Rahmenbedingung für das Überleben aller TV-Sender ist die Anforderung an TV-Verbreitungsplattformen, TV-Sender vollständig (d.h. insbesondere mit unter Einbezug von HbbTV) zu verbreiten und Daten sowie Schnittstellen für die Auslieferung von zielgruppenspezifischer Werbung bereitzustellen. Erst wenn diese Voraussetzung für alle TV-Sender erfüllt ist, darf es auch der SRG gestattet werden, zielgruppenspezifische Werbung einzusetzen.

## **2. Beschränkung auf Service Public relevante Inhalte**

Gemäss Konzessionsentwurf soll die SRG weiterhin Sendungen im Bereich Unterhaltung und Sport anbieten. In diesen Bereichen konkurrenziert die SRG mit einem vielfältigen Angebot privater Veranstalter. Sie verteuert damit den Rechteerwerb durch private Veranstalter. Wenn die geltende Konzession schon angepasst werden sollte, müsste sie der SRG klare Pflichten auferlegen. Die SRG muss sich klar auf Information, Bildung, Kultur und Politik fokussieren. Nachrichtensendungen wie die "Tagesschau" sowie "10 vor 10" sind seit jeher die grossen Zuschauermagnete der SRG. Sendungen wie diese lassen sich durch private Veranstalter kaum kostendeckend produzieren.

Im Übrigen soll die SRG dazu verpflichtet werden, unverwechselbare schweizerische Programme zu zeigen und sich in ihrem Programm klar von den privaten Veranstaltern zu unterscheiden. Dazu gehören insbesondere auch sprachregional übergreifende Sendungen, welche Private nicht ohne Gebührengelder produzieren können.

Im Bereich Unterhaltung und Sport sollte die SRG auf Sendungen mit Bezug zur Schweiz verpflichtet werden. In den USA produzierte Filme und/oder Serien sowie Sendungen von Sportanlässen ohne Schweizer Beteiligung gehören nicht zum Service Public.

Ausserdem muss die SRG zum Ausbau ihrer Zusammenarbeit mit privaten Sendern verpflichtet werden. Dazu gehören ein (kostenpflichtiger) Zugang zum Archiv der SRG (sowohl Sendungen wie auch Rohmaterial), sowie das Teilen von Sportrechten wie bspw. der Fussballnationalspiele mit privaten Sendern gegen Kostenbeteiligung. Private Veranstalter sollen in solchen Fällen gleichviel bezahlen wie die SRG. D.h. wir fordern ausdrücklich keine Quersubventionierung der privaten Veranstalter durch die der SRG zufließenden Gebührengelder.

Schliesslich müsste die SRG auch dazu verpflichtet werden, mindestens 25% ihrer Produktionen an externe Schweizer Produzenten zu vergeben. Eine solche Massnahme würde den Produktionsstandort Schweiz stärken, was auch den privaten Sendern zugutekommen würde.



Wir sind uns des Umstandes bewusst, dass die vorstehend angesprochenen Themen auch politisch zu reden geben, und dass die Vernehmlassung zu einem neuen Mediengesetz unmittelbar bevorsteht. Umso weniger verstehen wir das Vorpreschen des BAKOM bezüglich einer neuen SRG Konzession. Eine befristete Verlängerung der aktuellen Konzession bis zum Inkrafttreten des neuen Mediengesetzes wäre ausreichend.

Wir danken für Ihre Kenntnisnahme und verbleiben  
mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'DK', is positioned above the name and title.

Dominik Kaiser  
CEO

