

Schweizer Werbung SW
Publicité Suisse PS

Publicità Svizzera PS
Swiss Advertising SA

BAKOM	
1 8. NOV. 2009	
Reg. Nr.	
DIR	
BO	
RTV	X
IR	
TC	
AF	
FM	

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Frau Bettina Nyffeler
Zukunftstrasse 44
2501 Biel

Dachorganisation
der kommerziellen
Kommunikation

Organisation faitière
de la communication
commerciale

Organizzazione mantello
della comunicazione
commerciale

Umbrella organisation
for commercial
communications

Geschäftsstelle
Kappelerstrasse 14
Postfach 3021
8022 Zürich
Service Line 0900 211 001/1.- Min.
Telefax 044 211 80 18
Postcheck 80-12689-7
Mwst. Nr. 514 427
E-mail: info@sw-ps.ch
www.sw-ps.ch

Zürich, 17. November 2009

Anhörung zum Gesuch der Music First Network AG um wirtschaftlichen Übergang der Konzession von Radio RMC auf die Radio Z AG (Radio Energy)

Sehr geehrte Frau Nyffeler

Im Namen des Dachverbandes Schweizer Werbung SW bedanke ich mich für die Einladung zur Stellungnahme im obgenannten Anhörungsverfahren.

Die Hauptaufgabe des Verbandes liegt darin, für die drei konstituierenden Gruppen der kommerziellen Kommunikation (die Werbeauftraggeber, die Werbeberater und die Medien) liberale Rahmenbedingungen zu schaffen. Integriert in die Schweizer Werbung SW sind Unternehmen, Branchenverbände und wichtige Wirtschaftsverbände sowie Einzelmitglieder der drei Gruppierungen Werbeauftraggeber, Werbeagenturen/Werbeberater sowie Medienanbieter/Auftragnehmer.

Die Schweizer Werbung SW hat **keinerlei Einwände** gegen diesen Konzessionsübergang. Radio Energy hat in der Vergangenheit bewiesen, dass es für die Werbewirtschaft ein verlässlicher, wirtschaftlich erfolgreicher Partner ist.

Zu diesem Vorgang muss aber noch die folgende Anmerkung erfolgen: **Dieser Konzessionsübergang beweist nachdrücklich, dass das aktuelle Konzessionsvergabeverfahren dringend überdacht werden muss.** Es ist damit der Nachweis erbracht, dass sich die Radiolandschaft nicht anhand theoretischen, abstrakten und politischen Parametern gestalten lässt. Entscheidend für die Existenz und den Erfolg der Privatradios ist alleine die Akzeptanz auf dem Markt und bei der Werbewirtschaft. Diese Tatsache darf in Zukunft nicht negiert werden. Darüber hinaus ist es für die Werbewirtschaft als Lebensnerv für



Schweizer Werbung SW
Publicité Suisse PS

Pubblicità Svizzera PS
Swiss Advertising SA

die Privatradios unhaltbar, dass über Monate und Jahre unklar und unsicher bleibt, wer die konkreten Werbepartner mit welchem Profil sind. Damit schädigt man das Radio als Werbemedium und entzieht damit dem Privatradio die Existenzgrundlage.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Marc Schwenninger
Rechtskonsulent Schweizer Werbung SW