

syndicom · Postfach · CH-3001 Bern

Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Zukunftsstrasse 44
Postfach 252
2501 Biel

Bern, 15. Februar 2018

Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV): Vernehmlassungsverfahren

Sehr geehrte Damen und Herren

syndicom – die Gewerkschaft Medien und Kommunikation bedankt sich für die Einladung zur Vernehmlassung zur oben erwähnten Verordnung.

In der vorliegenden Revision der RTVV hat für syndicom die im Kapitel 3a "Massnahmen zur Qualitätsförderung" vorgeschlagene Leistungsvereinbarung mit der Schweizerischen Depeschagentur eine hohe Dringlichkeit. Wir begrüssen diese Massnahme, mit der ohne Zeitverzug die rechtliche Grundlage für eine direkte Unterstützung der sda geschaffen werden kann. Angesichts des geplanten Stellenabbaus bei der sda ist es erforderlich, diese Massnahme unverzüglich umzusetzen, damit die sda auch weiterhin ihren Auftrag im Dienste eines medialen Service public und des **Informationsflusses über die Sprachgrenzen hinaus** wahrnehmen kann. Damit nimmt sie eine wichtige staatspolitische Aufgabe wahr.

Kein anderes Medienunternehmen im Print- und Online-Bereich kann diesen Basisdienst der sda ersetzen, der heute gleichwertig in den drei Amtssprachen angeboten wird, und dies trotz der ungleich grossen Märkte zum gleichen Tarif. Aufgegliedert nach Sprachen waren es im Jahr 2016:

Deutsch: 63'000 Meldungen + 26'000 Sportmeldungen

Französisch: 56'000 Meldungen + 24'000 Sportmeldungen

Italienisch: 61'000 Meldungen I

Um diese Leistungen zu garantieren, kommen sda-JournalistInnen aus den drei grossen Sprachregionen (Zahlen 2016): 134 Deutschsprachige, 66 Französischsprachige, 21 Italienischsprachige. Und die sda ist regional verankert in allen Sprachregionen, sie betreibt neben dem Hauptsitz in Bern 13 Regionalbüros mit 65 JournalistInnen, berichtet aus den Medienzentren des Bundeshauses und des Palais des Nations, aus Brüssel und in der Nacht von Sydney aus.

Eine Unterstützung der sda ist zudem **eine kostengünstige Medienförderung zur Unterstützung lokaler und regionaler Medien im Print- und Online-Bereich**. Die Bedeutung zeigt eine Analyse des FöG vom 2.2.2018:

- Rund ein Viertel der Inhalte in Schweizer Medien basiert vollständig (15%) oder teilweise (9%) auf deklarierten Agenturmeldungen.
- Auf ihren Inhalten basieren ein Drittel aller Artikel auf Schweizer Newssites und knapp jeder fünfte Artikel in Schweizer Tageszeitungen.
- Drei von vier Agenturmeldungen in Schweizer Medien kommen von der sda.
- Die Bedeutung von sda-Meldungen in der Medienberichterstattung wäre jedoch weit grösser, würde man auch die Meldungen berücksichtigen, die nicht als sda-Meldungen ausgewiesen wurden.
- Wer im Ausland oder in bestimmten Regionen keine Korrespondenten hat, kann auf die geprüften Inhalte von Nachrichtenagenturen zurückgreifen.

Art 44a, Leistungsvereinbarung mit der Schweizerischen Depeschenagentur

syndicom unterstützt den Vorschlag des Bundesrats, mit der sda eine Leistungsvereinbarung abzuschliessen. Die Verwendung der Radio- und Fernsehgebühr für diese Unterstützung erachten wir als sinnvoll, auch weil dies schnell zu realisieren wäre. Die notwendige Höhe der Abgeltung dieses Leistungsauftrags muss genauer analysiert werden. Unserer Einschätzung nach braucht es mehr als die 2 Mio. Fr., die zur Diskussion stehen, um mit genügend Personal die heutige Qualität und den Umfang des Basisdienstes der sda zu erhalten.

Die sda muss wie bisher als nicht gewinnorientiertes Service-public-Unternehmen konzipiert bleiben und gezielt eine unternehmensinterne Querfinanzierung der französischsprachigen und italienischsprachigen Dienstleistungen garantieren, um deren Gleichwertigkeit, Qualität und Umfang zu erhalten. Dieses Geschäftsmodell muss auch nach der geplanten Fusion der sda mit Keystone in Kraft bleiben. Keystone gehört heute zur Hälfte der österreichischen APA (Austria Presse Agentur). Die APA würde an der fusionierten Gesellschaft dann noch 30% halten.

Die Leistungsvereinbarung mit der sda muss mit folgenden Auflagen verbunden werden:

- Die sda muss garantieren, dass die Gebührengelder nicht zur Ausschüttung von Gewinnen oder Dividenden an die Eigentümer verwendet werden. Die Abrechnung des Basisdienstes der sda muss klar abgegrenzt werden und darf nicht gewinnorientiert sein.
- Eine Leistungsvereinbarung des Bundes mit der sda muss sicherstellen, dass die neue Subvention der öffentlichen Hand unmittelbar und nachweislich für den Erhalt und Ausbau der bisherigen Dienstleistungen aufgewendet wird.
- Die Eigentümer der sda dürfen die Gewinnreserven in der Höhe von 19 Mio. Fr. nicht auflösen und den Aktionären ausschütten. Diese Reserven sind in die Zukunft der sda zu investieren. Diese Eigenleistung der heutigen Besitzer kann im Gegenzug zur öffentlichen Unterstützung verlangt werden.
- Die sda muss eine Strategie vorlegen, wie sie in Zukunft den Basisdienst mindestens in der heutigen Form garantieren kann. Dazu müssen die Fachleute der Redaktion der sda beigezogen werden.

- Die sda muss die Arbeitsbedingungen kollektiv in einem Gesamtarbeitsvertrag mit den Branchengewerkschaften/-verbänden regeln bzw. sich dem Gesamtarbeitsvertrag der Branchen anschliessen.

Anmerkungen zu zielgruppenspezifischer Werbung

syndicom sieht bei der zielgruppenspezifischen Werbung Bedarf an Massnahmen für den Schutz der Privatsphäre der NutzerInnen. Insbesondere müssen alle Auswertungen von NutzerInnendaten durch ein Opt-in der NutzerInnen erlaubt werden, im Gegensatz zum heute oft angewandten Opt-out-Prinzip. MediennutzerInnen, die ihre Daten nicht zur Auswertung zu Werbezwecken freigeben, dürfen dadurch keine Nachteile in der Mediennutzung entstehen.

Generell ist es wünschbar, dass das BAKOM diese hier anvisierten Änderungen eng begleitet und zu einem späteren Zeitpunkt auch auswertet und publik macht.

Zu den einzelnen Bestimmungen

Art. 2 Abs. 1 Bst. a bis

syndicom unterstützt, dass meldepflichtige Veranstalter dem BAKOM die Angaben zu Änderungen von Programmen durch zielgruppenspezifische Werbung zu liefern haben.

Art. 7 Abs.

syndicom betrachtet die Angebote für Menschen mit Sinnesbehinderung als Teil des Service public. Die SRG muss ihre Beiträge für alle zugänglich machen. syndicom ist einverstanden damit, dass der Ausbau der untertitelten Beiträge schrittweise erfolgt, aber letztlich müssen sie alle und in allen Sprachregionen untertitelt sein. Der Absatz 1 ist bei der SRG entsprechend auf 100% abzuändern.

Art. 18 Abs. 3bis und 7

syndicom unterstützt entschieden das Verbot einer zielgruppenspezifischen Werbung vor, während und nach Sendungen, die sich an Kinder und Jugendliche bis zur Volljährigkeit richten.

Art. 22 Abs. 1ter und Abs. 2 Bst. B und c

Der Werbemarkt der regionalen Veranstalter ist zu respektieren.

Art. 27 Abs. 2 Bst. f bis und Art. 35a

syndicom unterstützt die Informationspflicht für konzessionierte Veranstalter zu zielgruppenspezifischer Werbung, wie sie in diesen beiden ergänzten Artikeln aufgeführt ist. Nur so kann gewährleistet werden, dass zu dieser Form der Werbung eine Auswertung seitens BAKOM passieren kann.

Art. 40 Verwaltung der Abgabenanteile durch den Bund

syndicom unterstützt die von der eidgenössischen Medienkommission vorgeschlagene Anregung, durch die Gebühr neu auch den schweizerischen Presserat zu finanzieren. Der Presserat ist ein wichtiges Gremium zur Qualitätssicherung des Service public in den Medien. Die Konvergenz der Medien, die Verwischung der Grenzen zwischen Print- und elektronischen Medien ist heute eine Tatsache und verlangt nach einer Qualitätskontrolle, die nicht mehr nach Art der Verbreitung unterscheidet. Der Presserat müsste eigentlich schon längstens Medienrat heissen. Seine Finanzierung über die RTVV wäre zielführend lässt sich problemlos rechtfertigen.

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

syndicom - Gewerkschaft Medien und Kommunikation



Daniel Münger
Präsident



Roland Kreuzer
Zentralsekretär Sektor Medien