

Herr
Bundesrat Moritz Leuenberger
Vorsteher des Eidgenössischen
Departements für Verkehr, Energie,
Umwelt und Kommunikation UVEK
Bundeshaus Nord
3003 Bern

Weinfelden, 21. Februar 2008

Stellungnahme zu den Regionalfernseh-Konzessionsgesuchen

Sehr geehrter Herr Bundesrat

Wir danken Ihnen, dass Sie letztes Jahr zwei Anhörungen zu den TV-Versorgungsgebieten im Raum Zürich – Ostschweiz durchgeführt haben. Aufgrund der seinerzeitigen Stellungnahmen des Kantons Zürich und der Städte Winterthur, Uster, Kloten, Frauenfeld, Weinfelden und Wil sowie übergeordneten Überlegungen hat der Bundesrat am 4. Juli 2007 das TV-Versorgungsgebiet Nordostschweiz gleichzeitig mit einer Umbenennung zum TV-Versorgungsgebiet Zürich – Nordostschweiz auf den ganzen Kanton Zürich ausgedehnt, mit der Verpflichtung in den Kantonen Schaffhausen und Thurgau je gleichzeitig ein in den Regionen produziertes, tägliches Informationsfenster zu verbreiten, welches die politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Besonderheiten dieser Kantone zum Gegenstand hat. Wir schätzen es ausserordentlich, dass Bundesrat, UVEK und BAKOM in einem transparenten und flexiblen Prozess nun die beste Lösung für die Dimension der beiden TV-Versorgungsgebiete im Raum Zürich – Ostschweiz (Zürich-Nordostschweiz, Ostschweiz) gefunden haben. Nach dem definitiven Entscheid des Bundesrates vom 4. Juli 2007 und dem Ablauf der Eingabefristen am 5. Dezember 2007 haben Sie wiederum die eingegangenen Konzessionsgesuche in eine breite Anhörung geschickt.

Im Begleitschreiben vom 27. Dezember 2007 des BAKOM werden die Anhörungsadressaten ersucht, die Projekte insbesondere auf die im Ausschreibungstext formulierten Qualifikations- und Selektionskriterien zu prüfen. Es freut uns, dass damit die von uns in der früheren Stellungnahme zu den Versorgungsgebieten betonten Unterschieden in der Qualität der Erfüllung der Leistungsaufträge der Gesuchsteller Rechnung getragen wird.

Es ist uns aus Gesprächen und Zeitungsartikeln bekannt, dass ausgerechnet Vertreter der grossen Verlagshäuser in Zürich und St. Gallen sich gegen die Aufnahme von ausgebauten Leistungsaufträgen in die Qualifikations- und Selektionskriterien wehrten und wir begrüssen es, dass Bundesrat, UVEK und BAKOM die Kriterien eher noch verschärft haben. Im Wissen um Ihre persönlichen Bemühungen für einen ausgebauten Service Public auf nationaler Stufe (SRG), hoffen wir, dass nun auf der regionalen Stufe nur Bewerber ausgewählt werden, welche bereit sind, die ausgeschriebenen Leistungsaufträge uneingeschränkt zu akzeptieren. Deshalb sollte für ein Entscheid zugunsten eines Projektes neben der Erfüllung aller Qualifikations- und Selektionskriterien die persönliche Glaubwürdigkeit der hinter einem

Projekt stehenden Persönlichkeiten eine grössere Rolle spielen als allfällige "historische Ansprüche", wie wir dies in den Gesuchen von Tele Züri und Tele Ostschweiz an mehreren Stellen lesen.

Nicht unterstützungswürdig erscheinen uns die ebenfalls in den beiden letztgenannten Gesuchen formulierten Ausführungen über den direkten Konkurrenten Tele Top. Die Herabsetzungen eines Konkurrenten sind als ein Zeichen von Schwäche zu betrachten. Auch für Nichtfachleute geradezu grotesk scheinen uns die im Gesuch und in öffentlichen Veranstaltungen gemachten Darlegungen von Tele Züri, dass sie 5 x mehr Zuschauer und 3 x mehr Werbeeinnahmen hätten. Gerade weil Tele Top bisher vom Kanton Zürich bis in den Kanton St. Gallen ein heterogenes Sendegebiet – durch den Bundesrat aus medienpolitischen Gründen im Jahr 2001 vergrössert – nach publizistischen Kriterien bearbeitet und weil Tele Top ja bisher im Kanton Zürich nur den Raum Winterthur abdecken durfte, können die Zuschauerzahlen und die Werbeeinnahmen nicht höher sein. Dazu kommt die Nichtberücksichtigung der Programmhinweise des unabhängigen Anbieters in den Zeitungen der Verlagshäuser. So oder so sind für die Bewertung der Gesuche eben nicht die bisherigen Zahlen, sondern die künftige bestmögliche Erfüllung der Qualifikations- und Selektionskriterien entscheidend, selbstverständlich mit der erwähnten Glaubwürdigkeit der Darlegungen.

In die gleiche Richtung geht der Versuch – wiederum offensichtlich in Absprache zwischen den Verlagen Tamedia und NZZ/Tagblatt-Medien – die vom Parlament in der Beratung des Radio- und Fernsehgesetzes festgelegte gesetzliche Prioritätensetzung ausser Kraft zu setzen. Das in den Beilagen von Tele Züri und Tele Ostschweiz eingereichte Gutachten von Prof. Dr. Rolf Weber stipuliert, dass das bei weitgehend gleichwertigen Gesuchen nicht das Kriterium der Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt zum Zug kommen soll, obwohl der Wortlaut von Art. 45 Abs. 3 genau dieses zum sekundären Kriterium für die Auswahl der Bewerber macht.

.Förderung der Medienvielfalt als oberstes Ziel

Wir bedauern es aus Sicht von Gewerbe und Industrie im Kanton Thurgau auch an dieser Stelle, dass die Medienvielfalt im Raum Zürich – Ostschweiz in den letzten Jahren in einer nie erwarteten Dimension reduziert worden ist. Sämtliche Regionalzeitungen sind in den Einflussbereich der Tamedia oder der NZZ-Gruppe gekommen. Diese Entwicklung hat auch zu einem starken Personalabbau in den Druckereien und in den Redaktionen geführt, so dass die Berichterstattung über politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Ereignisse und Aktivitäten empfindlich reduziert wurde. Es muss deshalb ein Anliegen der politischen Behörden auf allen Ebenen sein, dass die Medienvielfalt bei den elektronischen Medien nicht ebenfalls weiter zurückgeht. Akteure, welche Zeitungen, Gratisanzeiger, Privatradios und Regionalfernsehen besitzen, sind bei Konzessionsvergaben auch daran zu messen, wie sie sich im gesamten Medienmarkt verhalten.

Die Tamedia befindet sich mit der NZZ-Gruppe in einem harten Wettbewerb, der aber je nach kommerziellen Interessen wieder ausgesetzt wird, wie das die Absprache zwischen der Thurgauer Zeitung und dem St. Galler Tagblatt im Kanton Thurgau beweist. Dem Regierungsrat des Kantons Thurgau und dem Stadtrat von Frauenfeld wurde im Herbst 2005 beim Kauf der Huber & Co. AG von den Verantwortlichen der Tamedia zugesichert, dass sich durch die Übernahme der Thurgauer Zeitung keine Änderung in der publizistischen Leistung ergäbe, sondern dass im Gegenteil der Wettbewerb mit dem zur NZZ-Gruppe gehörenden St. Galler Tagblatt intensiv geführt werde. Auch auf den Abbau von Arbeitsplätzen werde verzichtet. Ein Jahr später, am 20. September 2006 gaben dann die Tamedia und die NZZ-Gruppe überraschend bekannt, dass sie den Kanton Thurgau im Zeitungsbereich zwischen Thurgauer Zeitung und St. Galler Tagblatt einvernehmlich aufteilen werden. Das St. Galler Tagblatt zog sich publizistisch aus dem Westen des Kantons Thurgau zurück und die Thurgauer Zeitung schloss ihre Redaktionsbüros für die Bezirke Arbon und Bischofszell. Dafür wurde ein Beitragsaustausch vereinbart. Damit wurde

der in Aussicht gestellte Wettbewerb unter den Zeitungshäusern schon nach einem Jahr wieder eingestellt. Leidtragende waren die vom damit verbundenen Arbeitsplatzabbau betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Medienvielfalt bei den Printmedien in der Ostschweiz.

Wir halten deshalb ausdrücklich fest, dass die Erteilung der Konzession im Versorgungsgebiet Zürich – Nordostschweiz an Tele Top und die gleichzeitige Erteilung der Konzession im Versorgungsgebiet Ostschweiz an Tele Säntis auch darum vertretbar wäre, weil damit der Kampf der Tamedia und der NZZ-Gruppe im Kanton Zürich und im Kanton Thurgau nicht durch gebührenfinanzierte im gleichen Konzern angesiedelte Regionalfernsehen beeinflusst und zugunsten der Tamedia oder der NZZ-Gruppe entschieden werden könnte.

Weil der Gesetzgeber in Art. 45 Abs. 3 festgelegt hat, dass das Kriterium der Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt bei mehreren Bewerbungen um eine Konzession in zweiter Linie zum Zug kommt, haben wir die Gesuche der Tamedia und von Tele Top in den nach der Ausschreibung vom 4. September 2007 primären Kriterien (Qualifikations- und Selektionskriterien) vertieft geprüft. Wir gliedern unsere Ausführungen gemäss den folgenden Punkten:

1. Organisation / Strukturen

1.1. Tele Züri

Für eine Konzessionierung fallen gemäss der Ausschreibung nur jene Gesuche in Betracht, welche die Voraussetzungen nach Artikel 44 RTVG erfüllen. Demnach kann eine Konzession nur erteilt werden, wenn die Bewerberin, bzw. der Bewerber die redaktionellen Tätigkeiten von den wirtschaftlichen Aktivitäten trennt. Tele Züri ist gemäss Pt. 2.2. des Gesuches in die Tamedia AG integriert. Operativ ist die Unternehmensleitung zuständig und dort seit dem 1. Januar 2008 der von Rolf Bollmann geführte UL-Bereich "Medien Zürich und Nordostschweiz", der gemäss Gesuchstext faktisch Geschäftsführer von Tele Züri ist. Gemäss dem Organigramm der Tamedia (Beilage 11 des Gesuches) führt Rolf Bollmann aber neben Tele Züri und Radio 24 die folgenden Unternehmenseinheiten direkt: Tages-Anzeiger, Thurgauer Zeitung (ab 1. Mai 2008), Regional Zeitung (ab 1. Mai 2008), Züri Tipp, News (neue Gratiszeitung für Zürich, Bern, Basel, Aargau mit Online-Portalen), Huber & Co. AG (ab 1. Mai 2008) und bei den Beteiligungen: Ziegler Druck- und Verlags AG (Der Landbote).

Eine solche Konzentration der Geschäftsführung in einer Hand zeigt, dass die Tamedia vor allem den Crossmediagedanken kommerziell vorantreiben will. Die Tamedia trennt zwar grundsätzlich die redaktionellen Tätigkeiten von den wirtschaftlichen Aktivitäten. An mehreren Stellen des Gesuches wird aber die hohe Priorität der kommerziellen Aktivitäten deutlich sichtbar. Mit der Eingliederung von Tele Züri in die Unternehmenseinheit "Medien Zürich und Nordostschweiz" sind die verlangten Qualifikationskriterien der Trennung der redaktionellen Tätigkeiten von den wirtschaftlichen Aktivitäten sowie das Kriterium der Meinungs- und Angebotsvielfalt gefährdet. Auf S. 15 des Gesuches der Tamedia wird in Punkt 2.2.c) Zusammenarbeit mit anderen Medienunternehmen wörtlich ausgeführt: "Jegliche Form von Zusammenarbeit bezweckt auch künftig in erster Linie wirtschaftliche Synergien zu schaffen, respektive zu nutzen".

1.2. Tele Top

Das Gesuch von Tele Top zeichnet sich durch einfache und transparente Strukturen eines KMU's aus. Es sind weder im Gesuch noch in den Beilagen Anzeichen für die Vermischung von publizistischen und kommerziellen Interessen erkennbar. Bereits im Leitbild findet sich die Relativierung der Gewinnstrebigkeit (*vgl. Leitbild, Pt. 4. Finanzen: Obwohl wir Aktiengesellschaften sind und obwohl wir eine effiziente Verwendung der Mittel anstreben,*

ist die Maximierung des Gewinnes kein unternehmerisches Ziel. Allfällige Betriebsüberschüsse werden konsequent in das Unternehmen zurückinvestiert (Ausbildung, Löhne, Digitalisierung). Ein Überhandnehmen von kommerziellen Zielen, welche die Trennung der redaktionellen Tätigkeiten von den wirtschaftlichen Aktivitäten gefährden könnte, dürfte bei Tele Top nicht zu erwarten sein.

2. Input

Die Inputfaktoren umschreiben die Anforderungen an die Qualitätssicherung, die Arbeitsbedingungen sowie an die Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden.

2.1. Tele Züri

Der in Punkt 3.2. zu beschreibende Leistungsauftrag wird von der Tamedia zuerst aus unternehmerischer Sicht (vgl. S 19: Börsenkotiertes Unternehmen mit hohen Compliance-Standards) angegangen. Auf S. 20 wird allgemein auf Vinzenz Wyss verwiesen, ohne auf seine 2007 erstellte Studie "Qualitätssicherung" des Institutes für angewandte Medienwissenschaft an der Zürcher Hochschule Winterthur näher einzugehen. Dies ist verständlich, wenn man dort auf S. 15 die folgenden Sätze findet:

Die Vorstellung, dass grosse Stationen mit mehr Ressourcen auch mehr in die Qualitätssicherung investieren, konnte in der Dokumentenanalyse nicht erhärtet werden. Dies illustriert etwa das Beispiel eines Fernsehsenders (Tele Züri), bei dem im Wesentlichen auf die Dokumente des Mutterhauses verwiesen wird. In diesen Dokumenten finden sich hingegen alle möglichen Reglemente bis hin zu einem Reglement über den Erlass von Reglementen – aber kaum Hinweise auf journalistische Qualität im Fernsehen. Ein anderer Fernsehsender (Tele Top) – ressourcenschwächer – ist hingegen mit einem adäquaten Leitbild ausgestattet.

Die Qualitätssicherung ist gemäss der Ausschreibung des BAKOM ein laufender evolutiver Prozess, der durch ein Unternehmen, das nicht in eigenständigen Strukturen arbeitet, schwieriger aufzubauen ist. Ein geradezu grob falsches Verständnis der Qualitätssicherung offenbart die Tamedia mit der Übertragung der Qualitätssicherungsverantwortung an den Leiter Technik (vgl. S. 23 und Beilage 8: Organigramm der Programmleitung). Es geht bei der Qualitätssicherung in erster Linie um die Einhaltung der redaktionellen Qualität. Damit diese auch umgesetzt werden kann, braucht es in jedem Fall eine erfahrene Führungspersönlichkeit mit publizistischem Leistungsausweis.

Zusammengefasst erweisen sich die von der Tamedia im Input-Bereich eingereichten Konzepte als - für die Grösse und die Erfahrung der Tamedia - bescheidene, offensichtlich eilig zusammengestellte Werke, welche die redaktionelle Priorität zur Erreichung des Service public régional nicht klar zum Ausdruck bringen und widersprüchliche Signale für das publizistische Verständnis im Vergleich zu den kommerziellen Zielsetzungen aussenden.

2.2. Tele Top

Das Gesuch von Tele Top schafft beim Input gute Voraussetzungen um den Leistungsauftrag zu erfüllen. Die Voraussetzungen gemäss der Ausschreibung (organisatorische Strukturen der Qualitätssicherung, adäquate Arbeitsbedingungen sowie nach professionellen Standards handelnde Medienschaffende) sind in allen Punkten erfüllt. Das schon mehrere Jahre bestehende Leitbild ist umfassend mit den Prioritäten Unabhängigkeit, Service public régional, Qualitätssicherung und Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden ausgearbeitet. Die Punkte 7. Ethik, 8. Leistungsauftrag und Qualitätssicherung, die sich in keinem anderen Leitbild finden, legen die Basis für die nachgeordneten Dokumente und sind benchmarkfähig.

Die Publizistischen Leitlinien werden aus dem Leitbild und den Konzessionsvorschriften zur Erfüllung des Leistungsauftrages hergeleitet und legen die Basis für die in den

nachgeordneten Dokumenten (Redaktions-Statut, Maximen der Redaktion, Newskonzept, Rechte und Pflichten der Journalisten, Ethik-Charta) detailliert aufgeführten Handlungsweisen. Unter dem Titel: "Wie erfüllen wir den Leistungsauftrag?" wird eine klare Priorität des Handelns verstanden, wie sie in keinen anderen uns bekannten Publizistischen Leitlinien aufgeführt sind. Die Qualitätskriterien für das gesamte Programmschaffen sind: Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität. Sie sollen garantieren, dass die Programme und die dahinter stehenden Unternehmen hohen qualitativen und ethischen Anforderungen genügen und sich von kommerziellen Angeboten unterscheiden, welche ihre Akzeptanz in erster Linie an Marktanteilen und kommerziellen Gewinnen messen.

Im Qualitätssicherungskonzept unterstreicht Tele Top seinen Willen zur Erfüllung der Leistungsaufträge in aller Klarheit. Mit dem Erhalt der neuen Konzessionen mit Leistungsauftrag wird die neue Stelle des Leiters "Qualitätssicherung" geschaffen. Diese Stelle wird als Stabsstelle direkt dem Geschäftsführer zugewiesen und soll mit einer ausgewiesenen Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund besetzt werden. Das Qualitätssicherungskonzept überzeugt mit stimmiger Herleitung und kreativen Umsetzungen. Das Feedback-System ist breit abgestützt mit Einbezug der Informationschefs der Kantone und Städte. Als Gesprächspartner sind ebenfalls die Mitglieder der Programmkommission der SRG idée suisse Zürich Schaffhausen vorgesehen. Wir unterstützen dieses Qualitätssicherungskonzept ausdrücklich und betrachten gesamthaft die Input-Faktoren bei den Gesuchen von Tele Top und Tele Sântis als erfüllt.

3. Output

Die Outputfaktoren beziehen sich auf die publizistische Leistung eines Veranstalters, d.h. sie konkretisieren den Programmauftrag. Weil das Versorgungsgebiet Zürich – Nordostschweiz ein Programmfenster vorsieht, wird der Konzessionär die Verpflichtung erhalten, den Programmauftrag in Bezug auf die betreffende Region umzusetzen, für welche das Programmfenster vorgesehen ist. Wir äussern uns in erster Linie zu den Programmfenstern für den Kanton Thurgau.

3.1. Tele Züri

Die verlangten Programmfenster für die Kantone Schaffhausen und Thurgau werden im Gesuch der Tamedia zwar ab S. 40 ff. erwähnt, aber sie sind nicht in das Gesamtkonzept vollumfänglich integriert worden. Beispielsweise sind die äusserst bescheiden vorgesehenen 2.5 Stellen für das Programmfenster des Kantons Thurgau nicht in den Stellenplan von Tele Züri enthalten. Wir halten unmissverständlich fest, dass sowohl die von Tele Züri für das Programmfenster Thurgau, als auch deren Nichtintegration in das Gesamtkonzept als zur Erfüllung des Leistungsauftrages ungenügend erachten. Wenn ein Unternehmen, das in den letzten Jahren die Thurgauer Tageszeitung übernommen hat und immer wieder von publizistischen Leistungen erzählt, meint es könne die politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Vielfalt des Kantons Thurgau mit 2.5 von 81 Stellen „abspeisen“, dann zeugt dies von einer masslosen Unterschätzung der Identität unseres Kantons, die wir als eigentlichen Affront empfinden.

3.2. Tele Top

Die im Gesuch von Tele Top geplanten Programmfenster für die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen haben eine Länge von 13 Minuten (3 Beiträge und Nachrichten) und liegen deshalb 33 % über den geforderten 10 Minuten. Diese Länge mit der aufgezeigten Qualität erscheint aufgrund des Gebührenanteils von Fr. 1'476'000.- pro Jahr sehr gut machbar.

In diesem Punkt zeigt sich am deutlichsten, dass die vom Bundesrat gewählte Lösung mit zwei Versorgungsgebieten für den Raum Zürich – Ostschweiz nach der Auswahl der beiden

überzeugendsten Veranstalter zur besten Erfüllung des Service public régional führen wird. Die Redaktion von Tele Top bemühte sich nach journalistisch-professionellen Grundregeln (Relevanz, Wahrheit/Ethik, Geschwindigkeit, Attraktivität) zu programmieren. Weil deswegen in den Kantonen des bisherig grossen Sendegebietes (Kantone Thurgau, Schaffhausen, Appenzell-Innerrhoden, Appenzell-Ausserrhoden, Zürich (Teile) und St. Gallen (Teile)) praktisch jeden Tag eine andere Reihenfolge der Beiträge und Nachrichten resultierte, konnten sich die Zuschauerinnen und Zuschauer zuwenig an den von ihnen gewünschten Ablauf in geographischer Hinsicht gewöhnen.

Die nun durch die neue Gebietseinteilung auf die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen einerseits und auf die Kantone St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden andererseits mögliche Konzentration der Beiträge und Nachrichten dürfte sehr rasch zu einem beträchtlichen Anstieg der Zuschauerzahlen, der Nutzungsminuten und des Marktanteils von Tele Top (und von Tele Sântis) führen und damit eine gute Ausgangslage für den publizistischen und kommerziellen Wettbewerb mit anderen Regionalfernsehen bieten. Auch bei den Output-Faktoren ist Tele Top seinen Mitbewerbern in den Versorgungsgebieten 10 Zürich – Nordostschweiz und 11 Ostschweiz deutlich überlegen.

4. Finanzierung

4.1. Tele Züri

Ab S. 48 wird im Gesuch die Finanzierung behandelt. Der Satz auf S. 53 des Gesuches der Tamedia "Aufgrund der Tatsache, dass für Tele Züri innerhalb der Tamedia AG keine separaten Bilanzkonti geführt werden, sind die übrigen Kennzahlen nicht erhältlich", stellt ein zusätzliches Problem für die Erfüllung der Qualitätskriterien dar. Es fällt auf, dass die Tamedia auch weitere Angaben zu den Investitionen, den Abschreibungen und die Geldflussrechnung als vertraulich erklärt hat. Damit ist eine vertiefte Beurteilung der Aufwendungen, insbesondere für die Programmfenster, nicht möglich. Dies scheint aber nicht der Hauptgrund für die Vertraulichkeitsklärung der Finanzaufgaben zu sein. Aus den vorliegenden Zahlen der Erfolgsrechnung ist zu erkennen, dass in den Jahren 2008 bis 2012 für Tele Züri jedes Jahr ein Bruttogewinn zwischen Fr. 3.7 Mio. und Fr. 4.2 Mio. budgetiert wird. In den veröffentlichten Zahlen erscheinen dann im Konto "Produktions- und Programmaufwand von Dritten" jährliche Aufwendungen von über Fr. 2'800'000.00, welche von den Bruttoeinnahmen abgezogen werden. Aufgrund der Darstellung der Bruttoeinnahmen ohne Ausweis der Vermittlerkommission der Belcom AG ist offensichtlich, dass dieser Produktions- und Programmaufwand von Dritten die Entschädigung für die Akquisitionstätigkeit an die ebenfalls zu 100 % der Tamedia gehörende Belcom AG darstellt (vgl. Gesuch S. 8). Auf jeden Fall wird deren Lohn und die übrigen Aufwände der Belcom AG für Tele Züri sicher nur einen Teil der Erträge der Belcom AG brauchen, so dass zum sonst schon ausgewiesenen Gewinn von Tele Züri ein Gewinn der Belcom AG von je ca. Fr. 2.2 Mio. in den Jahren 2008 – 2012 dazugezählt werden müsste.

Die Tamedia muss sich die unangenehmen Fragen bezüglich der Höhe des Gewinnes von Tele Züri deshalb gefallen lassen, weil die Konti 4200 – 4260 im Gesuch nicht ausgefüllt wurden. Dort verlangt das BAKOM Transparenz in Bezug auf den Produktions- und Programmaufwand von Konzerngesellschaften. Hier müsste die Tamedia volle Transparenz bezüglich der Konzerngesellschaft Belcom AG herstellen. Ebenfalls nicht enthalten sind die Beiträge aus den Gebührenanteilen, welche im Konto 8000 aufgeführt sein sollten und gemäss der Ausschreibung Fr. 1'476'091.- betragen. Damit wird deutlich, dass die Tamedia entweder das Gesuch nicht mit der notwendigen Sorgfalt ausgefüllt hat oder versucht, durch die Vertraulichkeitsklärung von Zahlen und das Nichtausfüllen von verlangten Kontopositionen das ganze Ausmass der in ihrem Konzern (Tele Züri und Belcom AG) erzielten Gewinne zu vertuschen. Die transparente Gewinnrechnung würde für die Jahre 2008 – 2012 jeweils das von der Tamedia geplante Betriebsergebnis (Fr. 1'000'000.-), den Gewinn der Belcom (Fr. 2'200'000.-) und den Gebührenanteil (Fr. 1'476'091.-) umfassen.

4.2. Tele Top

Nach unserer Beurteilung hat Tele Top in den 33 Seiten Finanzpläne 2008 – 2012 die notwendige vollständige Transparenz hergestellt. Die jährlichen Gebührenanteile für die beiden Programmfenster von Fr. 1'476'091.- sind ausgewiesen. Die bis zum Jahr 2012 jährlich bis auf Fr. 7'000'000.- steigenden Erträge aus Werbung und Sponsoring liegen bei knapp unter 50 % der auf Fr. 15'000'000.- budgetierten Erträge von Tele Züri. Durch die Konzentration von Tele Top auf das Sendegebiet Zürich – Nordostschweiz scheinen diese Zahlen aufgrund der zu erwartenden höheren Zuschauerzahlen realistisch. Sie sind aber auch nicht übertrieben, da ja aufgrund der soeben beschriebenen ausgezeichneten Finanzsituation von Tele Züri weiterhin eine Konkurrenzsituation auf dem Zuschauer- und Werbemarkt bestehen wird. Wir begrüßen auch die am Schluss der Finanzpläne 2008 – 2012 von Tele Top gemachten Bemerkungen zur Darstellung. Sie machen die Grundüberlegungen des ganzen Finanzkonzeptes transparent und nachvollziehbar.

5. Zusammenfassung

Die Städte und Gemeinden Winterthur, Uster, Kloten, Frauenfeld, Weinfelden und Wil – unterstützt durch verschiedene Organisationen, darunter auch der Thurgauer Gewerbeverband – haben in ihren früheren Stellungnahmen mit unterschiedlichen Argumentationsschwerpunkten sich alle sehr dezidiert zugunsten einer Ausdehnung des TV-Versorgungsgebietes 10 Zürich - Nordostschweiz in den ganzen Kanton Zürich ausgesprochen. Medienpolitische und wettbewerbpolitische Gründe (kein Überschwappen der Medienkonzentration bei den Tageszeitungen auf den Fernsehbereich) sprachen dafür. In den verschiedenen Stellungnahmen wurden zusätzlich qualitative Unterschiede zwischen den bestehenden Regionalfernsehen Tele Züri und Tele Top angeführt. Wir stellen nach eingehendem Studium der vorliegenden Konzessionsgesuche zum Teil deutliche Unterschiede in der Erfüllung der Selektionskriterien Input und Output zwischen Tele Züri (aber auch Tele Ostschweiz) und Tele Top fest. Die qualitativen Voraussetzungen im Input (organisatorische Strukturen der Qualitätssicherung, nach professionellen Standards handelnde Medienschaffende) werden von Tele Top besser erfüllt. Im Output sprechen die inhaltliche Prioritätensetzung (Service public régional und Vielfalt der Akteure) ebenso für Tele Top wie das zeitlich und personell deutlich stärkere Konzept für die Programmfenster. Im Finanzbereich erscheint uns das Konzept von Tele Top transparent und nachvollziehbar. In diesem Punkt ist das Gesuch von Tele Züri lückenhaft und lässt Fragen über die Höhe der versuchten Abführung von Gewinnen offen, die ein unvorteilhaftes Licht auf die Gesuchstellerin Tamedia werfen.

Gerade aus den rudimentären Angaben der Tamedia im Finanzteil, kann man schliessen, dass die in der 2. Anhörung zu den Versorgungsgebieten im Raum Zürich - Ostschweiz vom 11. April 2007 gemachten Ausführungen des UVEK, dass Tele Züri in der Region Zürich angesichts des Wirtschaftspotentials eine starke Marktposition erreicht habe, welche keine Gebührenunterstützung benötige, nachvollziehbar waren und sich dank des Ausschreibungsverfahrens noch verstärkt haben. Die Aussage der Tamedia, dass im Falle der Konzessionierung eines Konkurrenzunternehmens der heutige Sendebetrieb von Tele Züri in Frage gestellt sei, dient einzig der Verhinderung einer gesunden Konkurrenz. Tele Züri wird als meldepflichtiges Programm seine kommerziellen Strategien für den Metropolitanraum und die Greater Zurich Area, trotz der Konzessionierung eines Veranstalters mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil in einem wesentlich kleineren Raum, verfolgen können. Zur langfristigen Stärkung der Medienvielfalt braucht aber der Raum Zürich – Ostschweiz zwei von der Tamedia und den NZZ/Tagblatt-Medien unabhängige Veranstalter. Tele Top für das Versorgungsgebiet 10 Zürich – Nordostschweiz und Tele Sántis für das Versorgungsgebiet bieten gemäss den Qualifikations- und Selektionskriterien uneingeschränkt die beste Gewähr für die Erfüllung der Leistungsaufträge.

Wir danken Ihnen für den Einbezug unserer Anliegen und Bedenken in den Vergabeprozess der Konzessionen zugunsten des Kantons Thurgau.
Wir sind davon überzeugt, dass auch Ihnen die Medienvielfalt und die Medienunabhängigkeit des Kantons Thurgau so am Herzen liegt wie den Wirtschaftsverbänden des Kantons.

THURGAUER GEWERBEVERBAND

The image shows two handwritten signatures in blue ink. The signature on the left is 'Peter Schütz' and the one on the right is 'RA Matthias Hotz'. Both are written in a cursive, somewhat stylized script.

Peter Schütz
Präsident

RA Matthias Hotz
Vorstandsmitglied

Kopie an:

- Regierungsrat des Kantons Thurgau
- Nationalräte TG
- Ständeräte TG