



Position zum Service public **Verband SCHWEIZER MEDIEN**

Zürich, 16. Juni 2015

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) befürwortet einen von der Allgemeinheit finanzierten Service public, der insbesondere für gleichwertige Angebote in allen drei Sprachen sorgt. Allerdings hat sich die Ausgangslage seit der Gründung der SRG verändert, herrscht heute doch ein mediales Überangebot. Das Angebot der SRG, das sich gemäss Verfassung auf Radio und Fernsehen zu beschränken hat, muss dort seine Grenzen haben, wo die Leistungen von Privaten erbracht werden können. Die privaten Verlage dürfen durch die SRG nicht konkurrenziert werden.

Die SRG hat einen wichtigen Service-public-Auftrag in der Schweiz. Das knappe Ja zur Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) vom 14. Juni 2015 zeigt jedoch klar, dass ihre Rolle und ihr Auftrag neu definiert werden müssen. So gestaltet die SRG ihre Onlineangebote praktisch identisch mit den privaten Newsportalen und baut ihr digitales Angebot laufend aus. Dies führt zu einer Wettbewerbsverzerrung und Marktverdrängung: Im Kampf um die Nutzer konkurrenziert die SRG mit Gratis-Newsplattformen die Angebote der Privaten, die ihre Plattformen mit Onlineabos und mit Werbung finanzieren und die Transformation der traditionellen Zeitungs-Modelle in Onlineangebote realisieren müssen. Gerade weil die globalen Herausforderer wie Google und Facebook einen wachsenden Anteil am Werbemarkt abschöpfen, ist es elementar, dass die SRG nicht ihrerseits die Existenzgrundlage der privaten Medien schwächt.

Die Gebühreneinnahmen der SRG werden wegen des Bevölkerungswachstums in der Schweiz jährlich weiter steigen, während die Erträge der Privaten ständig und markant sinken. Ohne der verfassungsmässig geforderten Rücksichtnahme auf die privaten Medien nachzuleben (BV Art. 93), dringt die SRG weiter in Domänen von Privaten ein.

Anliegen Verband SCHWEIZER MEDIEN

1. Der VSM befürwortet eine SRG, die sich auf ein demokratierelevanten Medienangebot konzentriert, das ohne sie fehlen würde. Werbeeinnahmen sind für dieses Angebot nicht notwendig. Die SRG kann sich auf die Service-public-relevanten Inhalte konzentrieren und muss nicht länger das Programm an die Bedürfnisse der Werbewirtschaft anpassen. Die Kommerzialisierung des Digitalangebots ist der SRG nicht erlaubt.
2. Die SRG beschränkt sich auf ihr Kerngeschäft, das heisst auf Radio und Fernsehen. Diese Programminhalte verbreitet sie auch über das Internet, verzichtet auf weitergehende Angebote. Heute produziert sie entgegen eigenen Angaben de facto Onlinezeitungen und bringt permanent neue Produkte wie Apps auf den Markt, die nicht zum Service-public-Auftrag gehören und keinen Bezug zu einer Sendung haben.
3. Öffentlich finanzierte Service-public-Inhalte sollen allen traditionellen und neuen Medienanbietern, die sie weiterverbreiten wollen, zur Verfügung stehen.

Verband SCHWEIZER MEDIEN

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Online. Er vereinigt über 100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA, setzt sich der VSM für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein.

Weitere Informationen:

Hanspeter Lebrument, Präsident, Verband SCHWEIZER MEDIEN, 044 318 64 64
Verena Vonarburg, Direktorin, Verband SCHWEIZER MEDIEN; 044 318 64 64