



## MEDIENMITTEILUNG

### VSM fordert trennscharfe Definition des Service-Public-Auftrages der SRG

Zürich, 4. März 2018 – **Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) begrüsst den Entscheid der Stimmbevölkerung, die No-Billag-Initiative abzulehnen. Das klare Nein zu einer Radikallösung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass grosser Handlungsbedarf besteht. Die Rolle und der Auftrag der SRG müssen neu definiert werden. Beim Expansionskurs der SRG ist ein Marschhalt angezeigt. Die Politik muss sehr schnell und vertieft eine RTVG-Revision angehen.**

Das Abstimmungsergebnis und die im Vorfeld veröffentlichten Umfrageresultate zeigen, dass grosser Handlungsbedarf besteht. Die Umfrageresultate des gfs.bern vom Februar zeigen unter anderem, dass 60% der Befragten der SRG einen Sparauftrag erteilen wollen.

Der Verlegerverband fordert vom UVEK einen Verzicht auf die geplante RTVV-Anpassung zur Einführung von zielgruppengerichteter Werbung für die SRG und eine Sistierung der in der Vernehmlassung befindlichen Konzession, die eine zügellose Expansion der SRG auf den digitalen Kanälen ermöglichen würde.

Es ist nun an der Politik und der SRG, die Bedürfnisse der Bevölkerung ernst zu nehmen und den Service Public neu zu definieren. Aus Sicht des VSM ist dafür kein neues Gesetz über elektronische Medien nötig. Dafür fehlt die Verfassungsgrundlage. Eine rasch an die Hand genommene RTVG-Revision ist ausreichend.

Der VSM befürwortet ein durch Gebühren finanziertes, starkes, demokratierelevantes Service-Public-Angebot durch die SRG mit klarem Fokus auf Information. Er erwartet jedoch, dass das Gebührenprivileg für einen echten Service Public und nicht zur Konkurrenzierung des privaten Medienangebots genutzt wird. Die Rücksichtnahme auf die privaten Medienanbieter muss von der SRG, der Verwaltung und der Politik endlich wieder ernst genommen werden.

Der VSM fordert medienpolitisch Folgendes: Die SRG beschränkt sich auch zukünftig auf Radio und Fernsehen mit nationaler Klammerfunktion. Nur was sie in ihren linearen Sendungen ausstrahlt, bietet sie auch online an. Die SRG lanciert keine presseähnlichen Digitalangebote und keine ausschliesslich für das Web produzierte audio-visuelle Formate. Die SRG verzichtet auf neue Formen der Kommerzialisierung, namentlich auf Onlinewerbung (einschliesslich Targeted Advertising im TV). Beim Eingehen von Kooperationen vermeidet sie Marktverzerrungen und hält sich an das Gebot der Gleichbehandlung, der Fairness und der Transparenz. Aus der marktverzerrenden Werbeallianz Admeira zieht sie sich bedingungslos und schnellstmöglich zurück.

---

#### Weitere Auskünfte

Andreas Häuptli, Geschäftsführer VSM, [andreas.haeuptli@schweizermedien.ch](mailto:andreas.haeuptli@schweizermedien.ch), 079 445 08 93

#### Verband SCHWEIZER MEDIEN

*Der Verband SCHWEIZER MEDIEN ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Online. Er vereinigt rund 100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen gegen 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene Newsplattformen und elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA, setzt sich der Verband SCHWEIZER MEDIEN für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.*