



MEDIENMITTEILUNG

Joint Venture verzerrt Wettbewerb in der Medienbranche zusätzlich

Zürich, 20. August 2015 – Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) hält es für medienpolitisch höchst bedenklich und ist enttäuscht, dass die öffentliche SRG mit ihrem Service-public-Auftrag und die Swisscom, die zu 51 Prozent im Besitz des Bundes ist, zusammen mit Ringier die Vermarktung ihrer Werbung in eine gemeinsame Firma zusammen legen wollen. Folgerichtig hat Ringier den Austritt aus dem Verband SCHWEIZER MEDIEN erklärt.

Es geht nicht an, dass der Bund über die mit der Mediensteuer finanzierte SRG und die mehrheitlich von der Eidgenossenschaft gehaltene Swisscom mit dieser neuen Vermarktungsfirma dazu beiträgt, in den bereits verzerrten Wettbewerb im Medienbereich einzugreifen. Und es ist bedauerlich, dass dies zusammen mit einem der grössten privaten Medienhäuser der Schweiz erfolgt. Gerade weil die globalen Herausforderer wie Google und Facebook einen wachsenden Anteil am Werbemarkt abschöpfen, ist es elementar, dass der Bund über die SRG und die Swisscom nicht die Existenzgrundlage der privaten Medien schwächt.

Für den Verband SCHWEIZER MEDIEN ist die laufende Diskussion zum Service public, zur Aufgabe und den Grenzen der SRG von grosser Bedeutung. Für den Verband SCHWEIZER MEDIEN sind insbesondere folgende **drei Anliegen zentral**:

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, weder direkt durch Online-Werbung noch durch die Hintertüre mittels Einbringung des SRG-Digitalangebots in Werbe- oder Datennetze.
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.

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN bedauert den Austritt von Ringier, hält ihn aber für folgerichtig.

Weitere Auskünfte:

Hanspeter Lebrument, Präsident Verband SCHWEIZER MEDIEN, 081 255 50 50