



## MEDIENMITTEILUNG

### **Geplantes Joint Venture von SRG, Swisscom und Ringier: Verband SCHWEIZER MEDIEN fordert Marschhalt und Prüfung alternativer Modelle**

Zürich, 26. Januar 2016 – **Das geplante Joint Venture von Swisscom, SRG und Ringier wirft grundsätzliche, medien- und ordnungspolitische Fragen auf, wie eine Studie des Forschungsinstituts Polynomics zeigt. Durch das Joint Venture besteht die Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen im Werbemarkt und einer Gefährdung der Schweizer Medienvielfalt. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) fordert deshalb einen Marschhalt und eine Diskussion über alternative Lösungen ohne Diskriminierung der privaten Medienunternehmen.**

Die gebührenfinanzierte SRG und die teilstaatliche Swisscom planen gemeinsam mit dem Medienkonzern Ringier ein Joint Venture. Darin soll der Werbemarkt in der Schweiz gebündelt werden. Bis heute wurden wesentliche Elemente des Joint Ventures, wie beispielsweise der Zugang zu den Nutzerdaten, nicht offen gelegt. Doch schon jetzt ist klar: der geplante Zusammenschluss wirft grundsätzliche, medien- und ordnungspolitische Fragen auf. Dies zeigt eine neue Studie des Forschungsinstituts Polynomics im Auftrag des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN. Der VSM sieht durch das Joint Venture eine akute Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen im Werbemarkt und eine Gefährdung der Schweizer Medienvielfalt. Die Mehrheit der für die Studie befragten Experten ist zudem klar der Meinung, dass das Joint Venture darauf abzielt, im schrumpfenden Werbemarkt im Wettbewerb mit anderen Schweizer Medienanbietern Anteile zu gewinnen und das Argument einer Allianz gegen Google und Facebook in erster Linie politisch motiviert ist.

#### **Prüfung von möglichen alternativen Modellen**

Der VSM ist überzeugt, dass alternative Modelle bestehen, welche den Interessen aller Medienunternehmen gerecht werden und die Vielfalt in der Schweizer Medienlandschaft sichern. Dazu zählen folgende Optionen:

- Alle werberelevanten Nutzer- und Nutzungsdaten des Joint Ventures werden kostendeckend und nicht-diskriminierend allen Medienanbietern zur Verfügung gestellt.
- Dieses Ziel kann direkt mittels Freigabe der Daten durch die Unternehmen, eine gemeinsame neutrale Stelle oder die Organisation des Werbemarkt-Joint-Ventures als Verein oder Genossenschaft, der alle Interessierten beitreten können, erreicht werden.
- Alternativ könnte Swisscom die geplanten Dienstleistungen des Joint Ventures stand-alone als Service für alle Medienanbieter anbieten.

Diese und weitere mögliche alternative Modelle gilt es nun zu prüfen. Entsprechende Gespräche zwischen der SRG, der Swisscom und den Verlagshäusern sind zwingend erforderlich.

**Marschhalt erforderlich**

Hanspeter Lebrument, Präsident des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN: „Die Schweizer Verleger sind bereit, konstruktive Gespräche über ein tragfähiges Konzept für den Schweizer Werbemarkt zu führen. Es braucht nun einen Marschhalt, bevor ein mit dem Werbevermarktungs-Joint-Venture Fakten geschaffen und die Medienvielfalt in der Schweiz gefährdet wird.“

Der VSM unterstützt den Service-Public-Auftrag der SRG. Die SRG soll sich jedoch auf ein demokratierelevantes Radio- und Fernsehangebot konzentrieren, das ohne sie fehlen würde und muss das vom Bundesrat beschlossene Online-Werbeverbot respektieren. Aus Sicht des Verbandes sollte darüber hinaus geprüft werden, ob das die Audio- und Video-Inhalte der SRG mittels Creative-Commons-Lizenz auch allen privaten Medienanbietern zur Weiternutzung zur Verfügung gestellt werden können. Diese Freigabe würde dem Grundsatz folgen, dass öffentlich finanzierte Daten und Inhalte der gesamten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden müssen und innovative Lösungen ermöglichen.

---

**Weitere Auskünfte:**

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