

**KVF 09-36: Revision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)****Position von SCHWEIZER PRESSE****Keine Online-Werbung für die SRG SSR idée suisse****Keine Änderung von Art. 23 RTVV und der Konzession der SRG**

Online-Werbung für die Internet-Portale der SRG soll weiterhin strikte untersagt bleiben. Dieses Werbeverbot darf in keiner Weise, auch nicht teilweise, aufgehoben werden, auch und insbesondere nicht für die kommerziell interessanten Bereiche der Unterhaltung und des Sports. Die SRG erhält jährlich über 1 Milliarde Franken an Gebührengeldern und verfügt über nahezu unbeschränkte Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten.

**Keine zusätzliche Marktverzerrung**

Eine Ausdehnung der Aktivitäten der gebührenfinanzierten SRG-Sender auf kommerzielle Bereiche im Online-Bereich würde eine zusätzliche Marktverzerrung und Benachteiligung der privaten Anbieter bewirken. Die SRG-Sender könnten von ihrer öffentlich finanzierten Marktstärke, ihrer Markenbekanntheit sowie von den vorhandenen Inhalten und schlecht kontrollierbaren Quernutzungen aus den gebührenfinanzierten Bereichen profitieren, welche die Marktchancen privater Anbieter verschlechtern. Eine Ausweitung der starken Marktposition der SRG im Online-Bereich, als dem verbliebenen Werbe-Wachstumsmarkt, würde insbesondere die mit privaten Mitteln finanzierten Online-Nachrichtenportale frontal wirtschaftlich angreifen.

**Konvergenz ja – umfassende Multimediaversorgung nein**

Der Service Public Auftrag der SRG besteht grundsätzlich in der Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunkprogrammen. Dies gilt auch im digitalen Zeitalter. Es ist unbestritten, dass die Medienkonvergenz auch für die SRG ein Thema sein muss, sie soll sich auf neue Verbreitungswege und Nutzungsformen einstellen dürfen, so etwa mittels linearem und zeitunabhängigem Abruf via Internet und programmbezogenen Informationen. Ein Service Public Auftrag im Online Bereich und zur möglichst umfassenden multimedialen Medienversorgung besteht nicht.

**Finanzielle Situation rechtfertigt keine Ausdehnung der Werbemöglichkeiten für die SRG**

Die privaten Medienhäuser waren in jüngster Zeit aufgrund der Wirtschaftslage und struktureller Anpassungen zu teilweise drastischen Sparmassnahmen gezwungen, welche sich wohl fortsetzen werden. Im Vergleich dazu sehen die finanziellen Ressourcen der SRG noch sehr komfortabel aus, sind gesichert und das Sparpotenzial ist nicht ausgeschöpft. Es wäre nicht nachvollziehbar, wenn die privaten Anbieter, Rundfunkanbieter wie auch reine Presseverlage, mit ihren Webseiten durch eine Besserstellung der SRG längerfristig in Ihrer Existenz gefährdet würden.

**Ausländische Bestrebungen zur Begrenzung des Online-Auftrags**

Im europäischen Ausland sind Bestrebungen im Gange, die Angebote öffentlich-rechtlicher Sender klarer einzuschränken. Mit dem Verweis auf unzulässige staatliche Beihilfen sehen sich diese einer deutlichen Beschränkung sowohl in inhaltlicher wie auch in kommerzieller Sicht ausgesetzt. Der medienpolitisch nicht gebotenen Ausbreitung in den privaten Markt sollen klare Grenzen gesetzt werden.

### **Argument der gemeinsamen grossen Konkurrenz aus dem Ausland greift nicht**

Es ist eine Tatsache, dass es im Onlinebereich grössere Konkurrenten als die SRG gibt (Google etc.). Damit kann jedoch eine Ausdehnung der Online Angebote der SRG im kommerziellen Bereich gegenüber den Privaten nicht begründet werden. Im Internet gilt ausserdem das Prinzip des «long tails». In diesem fragmentierten Medienmarkt ist für jeden Anbieter auch die Summe relativ reichweitchenschwacher Konkurrenz-Angebote relevant. Im Rundfunk wird das Argument der ausländischen Konkurrenz bereits stark strapaziert und damit die SRG zulasten der inländischen privaten Anbieter gestärkt, und unter dem Aspekt der integrativen Klammer des Service Public in Grenzen auch akzeptiert, nicht so jedoch im kommerziellen Online Angebot.

### **Beibehaltung des Status Quo für die Internetangebote der SRG**

Die heutige Regelung in der Rundfunkgesetzgebung ist ausgewogen und beschränkt die Zukunftsfähigkeit der SRG-Angebote in keiner Weise, weshalb es keinen Grund gibt, davon abzuweichen. Die angestrebte Expansionsstrategie der SRG in den Bereich der Online-Werbung ist rein kommerziell begründet, sie wäre medienpolitisch nicht begründbar und wettbewerbspolitisch nicht akzeptierbar. Die privaten Medienanbieter der Schweiz können einer Öffnung in dieser Frage keinerlei Verständnis entgegenbringen und diese würde auch dem gegenwärtigen europäischen Trend entgegenlaufen.

### **Antrag:**

**Art. 23 RTVV ist in seiner bisher gültigen Version unverändert zu belassen:**

**Online-Werbung für die Internet-Portale der SRG ist nicht gestattet, auf eine Änderung in der Konzession der SRG ist zu verzichten.**