



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Stellungnahme des Schweizer Werbe-Auftraggeberverband zu den Fragen der EMEK anlässlich der Anhörungen und Abklärungen im Sommer 2015:

1. Welche zukünftigen Anforderungen an Service public Angebote und Leistungen werden erwartet?

Diese Frage setzt voraus, dass ein Service public Angebot bereits definiert ist und von allen Parteien gleichermaßen verstanden. Dem ist aus unserer Sicht leider nicht mehr so. Der Artikel 93 Abs. 2 in der Bundesverfassung ist in die Jahre gekommen. Basierend auf einem einheitlichen Verständnis kann geklärt werden, was sich die Bevölkerung, die Wirtschaft und der Staat bisher vom Service public wünschten und welche künftigen Anforderungen gestellt werden.

Es ist zum Beispiel nicht mehr zeitgemäss, dass nur Radio und Fernsehen einen Service public Auftrag haben und andere Medien nicht. Ob diese „Grundversorgung“ der Bevölkerung zur Bildung, kulturellen Entfaltung, freien Meinungsäusserung und zur Unterhaltung noch nötig ist, muss Teil einer breiten Diskussion sein. Erst dann können wir uns mit zukünftigen Anforderungen an Service public Angebote befassen.

Es ist jedoch ein Fakt, dass in den letzten Jahren die Globalisierung und das Internet die heutige Mediennutzung fundamental verändert haben. Unsere Eltern sind noch mit der SRG und ihren Programmen im TV und Radio gross geworden. Benötigen unsere Kinder weiterhin so viele TV-Sender und Programmangebote von der SRG und neu auch noch von lokalen - ebenfalls subventionierten - privaten Medien?

Der Staat auf seine wichtigsten staatspolitischen Aufgaben besinnen und kein „unnötiges“ Staatsfernsehen oder ein „Überangebot“ finanzieren. Als Wirtschaftsverband in der kommerziellen Kommunikation bevorzugen wir liberale Lösungen mit marktwirtschaftlichen Medienangeboten. Das heutige Flickwerk RTVG, mit immer mehr Subventionen von Privat-TV und -Radios, geht für uns in die falsche Richtung.

Als Interessenvertreter der Werbe-Auftraggeber ist es uns wichtig, dass wir in der Schweiz in der kommerziellen Kommunikation a) wettbewerbsfähig sind was die Kosten anbelangt und b) ein verlässliches Mess-System für Medienleistungen und Preisfindungen haben.

Das Service public Angebot ist aus unserer Sicht heute zu kostenintensiv. Einen beträchtlichen Teil dieser Kosten bezahlen die Werbe-Auftraggeber über international vergleichsweise extrem hohe Werbekosten. Wir tendieren deshalb zu einem reduzierten und kostengünstigen Angebot und klarer Fokussierung auf dieses Kern-Angebot. Leistungen, die heute im internationalen Medien-Markt gängig von unabhängigen Unternehmungen angeboten werden, sollen auch in der Schweiz so angeboten werden.

Zudem darf ein künftiger Auftrag an im Sinne des Service public nicht mehr an einzelne Medien geknüpft sein (TV bzw. Radio). Alle heutigen und zukünftigen Verbreitungstechnologien müssten im Rahmen des Auftrages dafür beispielbar sein. Zudem sollten alle diese Vektoren grundsätzlich auch für Werbung nutzbar sein (z.B. Internet).

2. Wie können diese umgesetzt werden?

Eine Anpassung der Bundesverfassung zu einem zeitgemässen Service public und ein komplett neues RTVG. Dieses müsste dann „MG“ heissen: **Mediengesetz**. Darin sollte z.B. auch die indirekte Presseförderung geregelt werden.

3. Wie wird und wie kann man die Qualität von Service public Angeboten und Leistungen definieren, erreichen und überprüfen?

Nachdem klar wird, welche Ansprüche die Anspruchsgruppen an den heutigen und künftigen Service public haben, kann dieses Angebot definiert und später überprüft werden. Dazu würde sich die empirische Marktforschung eignen (z.B. Zufriedenheitsanalysen), wie dies in der Marktwirtschaft und den Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden üblich ist. Diese müssen regelmässig (mindestens jährlich) durchgeführt werden. Die Abstimmung zum RTVG im Juni 2015 zeigt, dass die Schweizer Bevölkerung viel zu lange hier nicht mitreden durfte und Handlungsbedarf besteht.

4. Wie wird der bestehende regulatorische Rahmen bez. der Regelung von Service public Angeboten und Leistungen bewertet? Genügen die bestehenden Regelungen? Braucht es weitere?

Die Globalisierung und neue Technologien führen dazu, dass gerade ein RTVG rasch veraltet. Wie bereits erwähnt, muss zuerst eine breite Service public Diskussion geführt werden, um sich über die Angebote und Leistungen politisch einig zu werden. Service public ist in den letzten Jahren ein Spielball und Zauberwort für viele geworden. So begründet die SRG damit weiterhin viele Gebührengelder zu erhalten oder die privaten Lokal-TV und –Radios holen sich hier einen finanziellen Zustupf vom Staat ab. Das ist keine gesunde marktwirtschaftliche Entwicklung. Private Medien sollten grundsätzlich keine Subventionen vom Staat erhalten und sich ausschliesslich am Markt refinanzieren. Eine neue SRG schliesslich, muss viel genauer als heute wissen, was ihr Auftrag und ihre Grenzen sind und darf dann zu Recht dafür auch Gebühren und Werbegelder erhalten. Forderungen von Kreisen wie zum Beispiel dem Verband Schweizer Medienhäuser, welcher verlangt, der SRG die Werbung ganz zu verbieten, sind taktische Manöver um am Ende eigene Interessen zu schützen bzw. durchzusetzen.

Der SWA wünscht sich grundsätzlich mehr Marktwirtschaft in den Medien! Jetzt ist es an der Zeit diese neu zu diskutieren und zu definieren. Gerne beteiligt sich der SWA konstruktiv in diesem Prozess.

Zürich, 17. August 2015