

Bundesamt für Kommunikation  
Abteilung Medien  
Zukunftsstrasse 44  
Postfach 252  
2501 Biel

[rtvg@bakom.admin.ch](mailto:rtvg@bakom.admin.ch)

Bern, 1. Februar 2018

## **Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV): Vernehmlassungsverfahren**

Sehr geehrte Damen und Herren

Der Schweizerische Gewerkschaftsbund bedankt sich für die Einladung zur Vernehmlassung zur oben erwähnten Verordnung.

In der vorliegenden Revision der RTVV sollen die Grundlagen für die zielgruppenspezifische Werbung geschaffen werden und zwar für die SRG und die Privaten, die über eine Konzession verfügen. Diesen Veranstaltern ist es bisher untersagt, in ihren konzessionierten Programmen diese Art von Werbung zu platzieren. Bei der SRG muss dazu dann auch die Konzession abgeändert werden, wozu zu einem späteren Zeitpunkt eine Anhörung in Aussicht gestellt wird. Ebenfalls wird in dieser Revisionsvorlage die rechtliche Grundlage für eine direkte Unterstützung der SDA geschaffen.

### **Grundsätzliche Anmerkungen zu zielgruppenspezifischer Werbung**

Der Schweizerische Gewerkschaftsbund SGB steht zielgruppenspezifischer Werbung skeptisch gegenüber, da für diese, soll sie eben zielsicher sein, Nutzerdaten verwendet werden, die den Schutz der Privatsphäre immer stärker aufweichen. Es ist jedoch klar, dass mit der Akquirierungsplattform Admeira auf diese Form der Werbung gesetzt wird.

In Bezug auf die SRG und den Service public-Auftrag, der aus aktuellem Anlass sehr intensiv diskutiert wird, betrachten wir es als nicht wünschbar, dass in den Programmen der SRG mehr Werbung möglich wird. Es ist richtig, dass das Werbevolumen im TV zurückgeht, andererseits haben die Einnahmen aus den Gebühren stark zugenommen. Und gerade an der Werbung wird für das Publikum am deutlichsten sichtbar, wo sich ein öffentlicher Rundfunk von privaten Angeboten unterscheidet. Deshalb sollte «ein Weniger an Werbung» nicht als Handicap, sondern als Trumpf für die SRG aufgefasst werden und daran sollte sich das Programm- und Werbekonzept ausrichten.

Mit der Erlaubnis für die SRG, zielgruppenspezifische Werbung auszustrahlen, werden nun Ängste von privaten Anbietern geschürt, dass sich hier ein Wettbewerbsvorteil für die SRG auftut, da die SRG an sich aufgrund der landesweiten Abdeckung eine attraktive Plattform bietet. Auch das wäre falsch, künftig sollte mit Blick auf die Mediennutzung der Bevölkerung, und insbesondere jener der

Jungen und MigrantInnen, verstärkt auf ein Miteinander anstatt ein Gegeneinander abgestützt werden. Diesen Ängsten soll Rechnung getragen werden, indem der SRG untersagt wird, mit zielgruppenspezifischer Werbung in den regionalen Werbemarkt einzutreten.

Generell ist es wünschbar, dass das BAKOM diese hier anvisierten Änderungen eng begleitet und zu einem späteren Zeitpunkt auch auswertet und publik macht.

### **Zu den einzelnen Bestimmungen**

Art. 2 Abs. 1 Bst. *abis*

Der SGB unterstützt, dass meldepflichtige Veranstalter dem BAKOM die Angaben zu Änderungen von Programmen durch zielgruppenspezifische Werbung zu liefern haben.

Art. 7 Abs. 1

Der SGB betrachtet die Angebote für Menschen mit Sinnesbehinderung als Teil des Service public. Die SRG muss ihre Beiträge für alle zugänglich machen. Der SGB ist einverstanden damit, dass der Ausbau der untertitelten Beiträge schrittweise erfolgt, aber letztlich müssen sie alle und in allen Sprachregionen untertitelt sein. Der Absatz 1 ist bei der SRG entsprechend auf 100% abzuändern.

Art. 18 Abs. 3 *bis* und 7

Der SGB unterstützt entschieden das Verbot einer zielgruppenspezifischen Werbung vor, während und nach Sendungen, die sich an Kinder und Jugendliche bis zur Volljährigkeit richten.

Art. 22 Abs. 1 *ter* und Abs. 2 Bst. B und c

Wir beziehen uns auf unsere Bemerkungen zu Beginn dieser Stellungnahme und verlangen, dass der Werbemarkt der regionalen Veranstalter zu respektieren ist. Mit der vorliegenden Formulierung in Abs. 1 *ter* ist dies nicht gewährleistet. Präzisiert wird weiter in Abs. 2, wieviel der bereits heute zulässigen Werbung von 12 Minuten innerhalb einer vollen Stunde, nämlich 4 Minuten oder 1/3, zielgruppenspezifisch sein darf. Der SGB steht, wie eingangs erwähnt, zielgruppenspezifischer Werbung kritisch gegenüber.

Art. 27 Abs. 2 Bst. *fbis* und Art. 35a

Der SGB unterstützt die Informationspflicht für konzessionierte Veranstalter zu zielgruppenspezifischer Werbung, wie sie in diesen beiden ergänzten Artikeln aufgeführt ist. Nur so kann gewährleistet werden, dass zu dieser Form der Werbung eine Auswertung seitens BAKOM passieren kann.

Art. 40 Verwaltung der Abgabenanteile durch den Bund

Der SGB unterstützt die von der eidgenössischen Medienkommission vorgeschlagene Anregung, durch die Gebühr neu auch den schweizerischen Presserat zu finanzieren. Der Presserat ist ein wichtiges Gremium zur Qualitätssicherung des Service public in den Medien. Die Konvergenz der Medien, die Verwischung der Grenzen zwischen Print- und elektronischen Medien ist heute eine Tatsache und verlangt nach einer Qualitätskontrolle, die nicht mehr nach Art der Verbreitung unterscheidet. Der Presserat müsste eigentlich schon längstens Medienrat heissen. Seine Finanzierung über die RTVV wäre zielführend lässt sich problemlos rechtfertigen.

Art 44a, Leistungsvereinbarung mit der Schweizerischen Depeschenagentur AG

Der Bundesrat hat bereits im letzten Herbst seine Absicht bekanntgegeben, mit der SDA eine weitere Leistungsvereinbarung abzuschliessen. Der SGB steht aufgrund der neusten Ereignisse bei der SDA dieser Absicht sehr kritisch gegenüber:

Zum einen soll die SDA nach Willen ihrer Eigner mit Keystone fusioniert werden, welche heute zur Hälfte der österreichischen APA gehört, die an der fusionierten Gesellschaft dann noch 30% halten würde. Während die SDA bisher als nicht gewinnorientiertes Service public Unternehmen konzipiert und gezielt eine unternehmensinterne Querfinanzierung der französischsprachigen und italienischsprachigen Dienstleistungen vornimmt, schüttet Keystone jährlich Dividenden an die Eigner aus. Es geht nicht an, dass mit Bundesgelder private Aktionäre bedient werden. Das fusionierte Unternehmen dürfte keine Dividenden ausschütten.

Zum anderen hat die SDA-Führung einen massiven Stellenabbau beschlossen, der die SDA in ihrer heutigen Form mit den essenziellen Dienstleistungen für Redaktionen in allen Sprachregionen der Schweiz in Frage stellt. Eine Leistungsvereinbarung des Bundes mit der SDA müsste sicherstellen, dass die neue Subvention der öffentlichen Hand unmittelbar und nachweislich für den Erhalt und Ausbau der bisherigen Dienstleistungen aufgewendet würde.

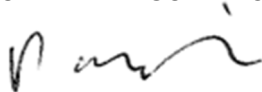
Erhebung der Abgabe (Art. 58 RTVV)

Dies ist nicht Gegenstand der vorliegenden Revision, dennoch regt der SGB an, dass die Erhebung der Gebühr standardmässig gestaffelt alle drei Monate erfolgt. Vorgesehen ist, dass dies explizit verlangt werden müsste. Es gibt vermutlich eine erhebliche Zahl von Haushalten, für die die Bezahlung der ganzen Gebühr in einem Monat nebst anderen Verpflichtungen eine echte Belastung bedeutet.

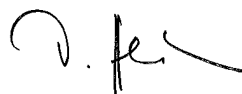
Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

**SCHWEIZERISCHER GEWERKSCHAFTSBUND**



Paul Rechsteiner  
Präsident



Dore Heim  
Geschäftsführende Sekretärin