

## Medienvielfalt mit starken Privatradios

Haltung des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP) zum Gesetz über elektronische Medien (BGeM) gemäss Vorschlag des Bundesrates vom 20. Juni 2018. Vorstandsbeschluss vom 16. Juli 2018.

### 1. Präambel

Radio kommt im Gattungsvergleich der Medien eine Sonderstellung zu. Diese zeigt sich in seiner trotz digitaler Umwälzung unverändert hohen Beliebtheit und Nutzung. Radio unterliegt weit weniger ausländischen und globalen Einflüssen als andere Mediengattungen.

Zu dieser Stellung ist Sorge zu tragen, und dazu ist es wichtig, zu verstehen, was Radio einzigartig macht: Radio ist zunächst die kuratierte Abfolge von Musik, Information, Service und Moderation teils mit, teils ohne gesellschafts- und demokratiepolitische Relevanz für ein breites Zielpublikum in einem definierten Versorgungsgebiet.

Solche Radios senden rund um die Uhr, sind dank dem bisherigen Rundfunkprivileg in ihrem Kerngebiet weitgehend „free to air“ und unbeeinflusst von Internetintermediären empfangbar.

Radio war nie ein Medium, das sich primär nur über Journalismus definierte, sondern Hörerbindung schon immer über einen austarierten Mix aus Journalismus, Unterhaltung (Musik, Moderation), Service und Interaktion mit der Hörerschaft erzielte.

Konzessionen und Leistungsaufträge für Radios im BGeM müssen diesen Fakten Rechnung tragen.

### 2. Grundsatz

Das politische System der Schweiz setzt eine hohe Einbindung der Bevölkerung voraus. Neben periodisch stattfindenden Wahlen stimmen die Bürgerinnen und Bürger jedes Jahr vier Mal sowohl auf eidgenössischer, kantonaler und vor allem auch auf Gemeindeebene über Sachgeschäfte ab. Das erfordert einen hohen Grad an Information und Einordnung.

Auf allen Ebenen des Gemeinwesens sind informierte und sachkompetente Bürgerinnen und Bürger auf einen öffentlich-rechtlichen und auf einen privaten Service public angewiesen. Dieser wird auch in Zukunft von der SRG und privaten Medien mit und ohne Leistungsauftrag erbracht.

Der VSP anerkennt, dass solche programmlichen Leistungen, soweit sie nicht vom gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk erbracht werden, nicht mehr ausschliesslich aus Werbung finanziert werden können.

Für die publizistische Vielfalt ist es nicht zweckmässig, wenn einem einzigen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter über 90% der obligatorischen Abgabe (von Haushalten und Unternehmungen, nachfolgend „Abgabe“ genannt) zur Verfügung gestellt werden, zumal diesem auch eine bessere Aufgabenteilung mit den privaten Veranstaltern auferlegt wurde.

Aus Präambel und Grundsatz leitet der VSP folgende Modelle und 22 Postulate ab:

### 3. Konzessionen und Leistungsaufträge

- (1) Für die Privatradios empfiehlt der VSP schweizweit flächendeckende Konzessionen in den bisherigen Versorgungsgebieten oder mindestens Leistungsaufträge für die Produktion von regionalen demokratierelevanten Inhalten.
- (2) Für den VSP sind zwei alternative Varianten vorstellbar:
  - i. Konzessionen mit Service public-Leistungsaufträgen für Privatradios in allen Regionen der Schweiz. Die Konzessionen werden in einem Bewerbungsverfahren zugeteilt, wobei die bisherigen Leistungen der Bewerber berücksichtigt werden.
  - ii. Leistungsaufträge für Privatradios in allen Regionen der Schweiz für bestimmte demokratierelevante Leistungen (ohne umfassende Konzessionen). Auch diese Leistungsaufträge werden in einem Bewerbungsverfahren zugeteilt. Bisherige Leistungen der Bewerber werden berücksichtigt.
- (3) Für die Formulierung der Leistungsaufträge (für Var. 2.i. und 2.ii.) gelten die heutigen geografischen Versorgungsgebiete (der VSP erstellt die entsprechende Liste). Das sind die publizistischen Kerngebiete, in welchen die Leistungsaufträge zu erfüllen sind. Überreichweiten aus verbreitungstechnischen Gründen gehören nicht dazu.
- (4) Die Leistungsaufträge müssen vereinbar sein mit den individuellen Programmrastraster und -formen der jeweiligen Privatradios.
- (5) Die Einhaltung von Leistungsaufträgen wird über messbare und definierte Kriterien sichergestellt.
- (6) Distributoren, die über eine terrestrische oder leitungsgebundene Bundeskonzession verfügen, sind verpflichtet, Programme mit Konzession und/oder Leistungsauftrag zu verbreiten (must carry).
- (7) Der VSP ist daran, eine Musterkonzession für Schweizer Privatradios auszuformulieren.

### 4. Finanzierung

In einer Abstimmung hat das Volk im Jahr 2015 die bisherige Gebühr für Radio und Fernsehen in eine Abgabe umgewandelt, deren Bezahlung für alle Haushalte und Unternehmen mit einem Umsatz über 500'000 CHF obligatorisch ist.

- (8) Der VSP tritt dafür ein, dieses Obligatorium dafür zu nutzen, die Verteilung der Einnahmen aus der Abgabe neu zu regeln. Mit dem Betrag, der nicht der SRG zugeteilt wird, können demokratierelevante Medien und Dienste privater Anbieter finanziert werden.
- (9) Von den Gesamteinnahmen wird ein Anteil für die SRG ausgeschieden. Das können 60 oder maximal 70% sein.
- (10) Als nächstes werden die Beträge im Sinne des bisherigen Marktausgleiches für die Privatradios mit Gebührenanteilen abgezogen. Das sind 6% der Abgabe.
- (11) Der verbleibende Teil wird für die Finanzierung von demokratierelevanten Angeboten und Leistungen bereitgestellt. Dazu sind Leistungsaufträge zu erfüllen, die der Bund ausschreibt.

(12) Beispiele:

- Direkte Förderung von demokratierelevanten Inhalten (Audio, Video, Text über alle Verbreitungsvektoren);
- Indirekte Distributionsförderung (inkl. Technologieförderung);
- Mitfinanzierung der Nutzungsforschung;
- Mitfinanzierung von Umfragen, Studien und Projektmanagement;
- Mitfinanzierung von Ausbildungsangeboten;
- Mitfinanzierung von Nachrichtenagenturen;
- Ev. weitere Leistungen.

(13) Privatradios in Berg- und Randregionen sowie zweisprachige Radios, welche bereits heute direkte Fördermittel bekommen, sollen auch in Zukunft Fördermittel in gleicher Höhe erhalten (6% ab 1.1.2019). Radios, die in Zukunft dieser Kategorie zugeordnet werden, sollen ebenfalls davon profitieren.

(14) Auf der Basis von eigenen Schätzungen empfiehlt der VSP, für die Bedürfnisse der Schweizer Privatradios einen Betrag von 100 Mio. CHF zur Verfügung zu stellen. In seiner Stellungnahme im Vernehmlassungsverfahren wird der VSP die detaillierten Zahlen darlegen.

(15) Diese Beiträge sollen, wie jene der SRG, nicht mehr dem Subventionsgesetz unterstehen.

(16) Aus der Erfüllung von Leistungsaufträgen, für welche Privatradios Mittel aus der Abgabe erhalten, dürfen nur Gewinne erwirtschaftet werden, die für die Bildung von Rückstellungen in gleiche Dienste und einer Kapitalverzinsung von max. 10% dienen. Die Privatradios sind diesbezüglich gegenüber dem Bund rechenschaftspflichtig.

## 5. SRG

(17) Für das Radioprogrammangebot der SRG gelten der VSP-Vorschlag vom 16. Dezember 2010 (rev. 2016) und die Stellungnahme zur neuen SRG-Konzession vom 04. März 2018.

(18) Zusammengefasst fordert der VSP eine Reduktion der SRG-Programme von 17 auf max. 9:

- je ein erstes Programm für die Sprachregionen D, F, I, R;
- ein gesamtschweizerisches zweites Programm in D, F, I (nationale Klammerfunktion über Kultur);
- je ein drittes Programm für die Sprachregionen D, F, I mit explizit alternativem Musiksound;
- in der deutschsprachigen Schweiz ein viertes Programm, das ausschliesslich Information verbreitet.

(19) Auf alle anderen nationalen, sprachregionalen und regionalen Programme, die keine Service public-Funktion erfüllen sowie auf Regionaljournale verzichtet die SRG zum Schutz der kommerziellen Marktpartner.

(20) Für die genannten Radioprogramme erhält die SRG präzise Leistungsaufträge. Dann kann sie ihre Programme über alle Vektoren verbreiten.

(21) Radiowerbung bleibt der SRG verboten; dazu gehört auch Sponsoring.

## 6. Nutzungsforschung

Für den wirtschaftlichen Erfolg der Privatradios ist eine aussagekräftige Nutzungsforschung Voraussetzung. Nach geltendem Recht und Praxis bezahlt der Bund der Mediapulse einen Anteil an die Infrastruktur der Radioforschung. Die SRG bezahlt ihrerseits 80% der Radioforschung, die Privatradios 20%. Dieses Modell hat den Privatradios eine allseits akzeptierte Nutzungsforschung ermöglicht.

Im Entwurf zum BGeM ist keine Unterstützung des Bundes für die Radioforschung mehr vorgesehen. Damit werden die Privatradios gegenüber der SRG massgeblich benachteiligt, weil diese ihren Anteil an der Nutzungsforschung aus der Abgabe finanzieren kann.

(22) Wegen der Kleinheit der Märkte fordert der VSP, dass aus der Abgabe weiterhin Beiträge in die Radionutzungsforschung fliessen und wird in Absprache mit der Stiftung Mediapulse bzw. der Mediapulse AG entsprechende Anträge in seine Vernehmlassung zum BGeM schreiben.

## 7. Vorkommerzielle Marktgestaltung

Im Zeitalter analoger Verbreitung von Radioprogrammen bestimmten das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) zusammen mit dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) aufgrund geltender Gesetze die Rahmenbedingungen für die Privatradios allein. Heute, und in Zukunft noch viel mehr, sind für die Gestaltung von Märkten vorkommerzielle Vereinbarungen zwischen den Marktpartnern notwendig, die auch das Gatekeeping auf technologischen Plattformen und Vektoren durch die Branche sicherstellen. Diese Branchenlösungen sind Voraussetzung für Wettbewerb zwischen den Programmen. Zweckmässige Strukturen tragen dazu bei, die schweizerischen Angebote gegenüber solchen von internationalen Konzernen zu priorisieren.

In diesem Bereich arbeiten SRG und Privatradioverbände schon heute gut zusammen.

In Ergänzung zu diesen Feststellungen und Postulaten wird sich der VSP im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens zu den einzelnen Artikeln äussern und seine Stellungnahme zeitnah interessierten Kreisen zur Verfügung stellen.

Bern, 16. Juli 2018

**Verband Schweizer Privatradios (VSP)**

Jürg Bachmann  
Präsident

Martin Muerner  
Vizepräsident