

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	24.04.2024
Thema	Medien
Schlagworte	Wettbewerbskommission
Akteure	Keine Einschränkung
Prozesstypen	Keine Einschränkung
Datum	01.01.1965 - 01.01.2021

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Clivaz, Romain
Ehrensperger, Elisabeth
Gerber, Marlène
Heidelberger, Anja
Hirter, Hans
Rinderknecht, Matthias
Schubiger, Maximilian

Bevorzugte Zitierweise

Clivaz, Romain; Ehrensperger, Elisabeth; Gerber, Marlène; Heidelberger, Anja; Hirter, Hans; Rinderknecht, Matthias; Schubiger, Maximilian 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Medien, Wettbewerbskommission, 1991 - 2019*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 24.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1
Presse	1
Medienpolitische Grundfragen	4

Abkürzungsverzeichnis

UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
WAK-SR	Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Ständerates
KVF-SR	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerates
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
RTVG	Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
WAK-NR	Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrats
WEKO	Wettbewerbskommission

DETEC	Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication
CER-CE	Commission de l'économie et des redevances du Conseil des Etats
CTT-CE	Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats
OFCOM	Office fédéral de la communication
SSR	Société suisse de radiodiffusion
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision
CER-CN	Commission de l'économie et des redevances du Conseil national
COMCO	Commission de la concurrence

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Presse

INTERPELLATION / ANFRAGE
DATUM: 04.10.1991
MATTHIAS RINDERKNECHT

Der Konjunkturreinbruch und eine damit verbundene Verminderung des Inseratevolumens bei verschiedenen Presseerzeugnissen verstärkten den ohnehin schon bestehenden Konkurrenzdruck im Zeitungswesen; Fusionen und Monopolisierung im Medienbereich kennzeichneten das Berichtsjahr. Die **Konzentration im schweizerischen Pressewesen** war auch Gegenstand einer Interpellation von Nationalrat Zbinden (sp, AG), der vom Bundesrat wissen wollte, wie er diesen Prozess aus staatspolitischer Sicht beurteile und wann seiner Ansicht nach staatliche Massnahmen ergriffen werden müssten. In seiner Antwort gab der Bundesrat zu bedenken, dass er mangels verfassungsmässiger und gesetzlicher Grundlagen nur marginal auf diesen Prozess einwirken könne, dass es aber Sache der Kartellkommission sei, wettbewerbspolitische Aspekte zu prüfen. Diese beschloss, im Jahre 1992 eine Untersuchung der Pressekonzentration durchzuführen und dabei auch eventuelle Interventionen zur Förderung des Pressewesens zu beurteilen.¹

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 24.08.2000
ELISABETH EHRENSPERGER

Aufgrund des **Fusionsvorhabens** zwischen der Berner Tagblatt Medien AG (BTM) und der neu gegründeten Berner Oberland Medien AG verschwanden im **Berner Oberland** die Regionalausgabe Thun und Oberland der „Berner Zeitung“ (BZ) sowie das bisherige Kopfblatt des „Berner Oberländers“, das „Oberländische Volksblatt“ in Interlaken. Das „Thuner Tagblatt“ und der „Berner Oberländer“ wurden demgegenüber mit integriertem „Oberländischen Volksblatt“ zu BZ-Kopfblättern. Der Mantel mit Ausland-, Inland-, Wirtschafts- und Sportinformationen sowie Unterhaltung wird von der BZ geliefert – ebenso wie die Akquisition nationaler Inserate. Die **Wettbewerbskommission** (Weko) prüfte Mitte des Jahres, ob die Fusion verboten oder nur unter Auflagen zugelassen werden sollte. Sie befand, dass das Fusionsprojekt wirksamen Wettbewerb nicht verhindere. Hatte die Weko 1998 gegen ein Projekt der BTM zur Übernahme des „Thuner Tagblatts“ noch Einspruch erhoben, verwies sie nun auf die Veränderungen in der Berner Medienlandschaft: Aufgrund einer erhöhten Beteiligung der NZZ-Gruppe an der Berner Zeitung „Der Bund“ von 45 auf 90 % sei dessen Position gestärkt und ein ausgeglichenerer Wettbewerb ermöglicht worden.²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 29.05.2002
ROMAIN CLIVAZ

Le **groupe NZZ**, déjà actionnaire majoritaire du « Bund » (Berne) et du « St. Galler Tagblatt », a poursuivi sa stratégie d'investissements dans la presse régionale en reprenant la participation minoritaire de Ringier dans la « Neue Luzerner Zeitung ». Le repreneur a démontré sa volonté de garantir l'indépendance de sa presse régionale, ce qui a rassuré la rédaction, les observateurs et la Comco qui a renoncé à un examen des faits.³

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 17.12.2002
ROMAIN CLIVAZ

Le **groupe Edipresse** n'est pas resté inactif durant cette année. En Suisse romande, il a aussi renforcé sa position sur le marché vaudois et, dans un premier temps, repris le bihebdomadaire « Journal de Morges ». Mais c'est avec le rachat du groupe Corbaz, éditeur des quotidiens « La Presse / Riviera Chablais » et de « La Presse / Nord Vaudois », qu'il s'est véritablement renforcé. La Commission de la concurrence, après un examen approfondi de la situation et quelques concessions exigées, a autorisé la transaction. Elle a estimé que l'opération de concentration n'était pas susceptible de supprimer la concurrence efficace sur le marché romand. La présence d'Hersant et les nouvelles coopérations entre les quotidiens romands devraient permettre d'assurer « un effet de discipline durable sur Edipresse ». Cette décision a été perçue comme politique par certains commentateurs. Le représentant du groupe français, qui avait également soumis une offre, a même parlé de « cadeau ».⁴

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 11.10.2003
ELISABETH EHRENSPERGER

Das Ansinnen der beiden Medienunternehmen **Tamedia** und **Berner Zeitung** AG, sämtliche Rechte an der Pendlerzeitung „**20 Minuten**“ zu erwerben, verzögerte sich aufgrund eines Monopolverdachts der Weko. Diese sah Anhaltspunkte für die Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung bei den regionalen Werbemärkten in Bern und Zürich sowie im nationalen Markt für Pendlerzeitungen. Die von der Weko eingeleitete Prüfung sollte zeigen, ob sich die beiden Verlage bei der Festsetzung von Preisen und Bedingungen vom Markt unabhängig verhalten können. Im Oktober konnte die Beteiligung der Tamedia an „20 Minuten“ vollzogen werden, nachdem die Weko hierzu ihr grünes Licht gegeben hatte, eine Beteiligung der Berner Zeitung AG wurde demgegenüber einer erneuten Prüfung unterzogen. Mit diesem Kauf wurde dem Zürcher Gratiszeitungskrieg ein Ende gesetzt. Die Tamedia hatte nämlich ganz unvermittelt auf die ursprünglich für Ende März vorgesehene Lancierung der Gratiszeitung „**Express**“ als Konkurrenzblatt zu „20 Minuten“ zugunsten des Zusammenschlusses von Tamedia, „Berner Zeitung“ und „20 Minuten AG“ verzichtet.⁵

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 31.12.2003
ELISABETH EHRENSPERGER

Die endgültige Genehmigung der Weko für den Aktientransfer zur Umsetzung des so genannten **Berner Modells** – einer Kooperation zwischen den Tageszeitungen „Bund“ und „Berner Zeitung“ – stand Ende des Berichtsjahres noch aus. Im Berner Modell soll der „Bund“ seine Redaktion behalten, aber neu von der Espace Media Groupe, Besitzerin der „Berner Zeitung“, vermarktet, produziert und vertrieben werden. Zu diesem Zweck war ein Verkauf der Hälfte des Aktienpakets der Neuen Zürcher Zeitung, welche 80% des Aktienkapitals an der Bund Verlags AG innehatte, an die Espace Media Groupe geplant. Damit stünden die drei künftigen Aktionäre in einem Verhältnis von 40% (NZZ) zu 40% (Espace Media Groupe) zu 20% (Anzeigevermarkterin Publigroupe) zueinander. Die Weko hatte anfangs November mit einem Zwischenentscheid die Anzeigenkombination als wesentliche Voraussetzung für den kommerziellen Erfolg der Zusammenarbeit schon auf den 1. Januar 2004 provisorisch bewilligt.⁶

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 29.02.2004
HANS HIRTER

In Bern startete zu Jahresbeginn das so genannte **Berner Modell**, das für die zwei Tageszeitungen Berner Zeitung und Bund zwei weiterhin unabhängige Redaktionen, aber ein gemeinsames Verlagsdach (Espace Media Groupe) und einen gemeinsamen Inseratepool (Inserate können nur noch für beide Zeitungen gemeinsam gebucht werden) beinhaltet. Die Wettbewerbskommission hatte diesen Zusammenschluss 2003 provisorisch und im Berichtsjahr nach einer vertieften Prüfung auch definitiv gutgeheissen; verbunden war damit die Auflage, sich nicht an der Gratiszeitung „20 Minuten“ zu beteiligen, da sonst die Espace Media Groupe über eine zu dominante Vormachtstellung auf dem bernischen Werbemarkt verfügen würde.⁷

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 11.09.2017
MARLÈNE GERBER

Gemäss Nationalrat de Buman (cvp, FR) sind die Zeitschriftenpreise in der Schweiz im Vergleich zum Ausland stark überhöht. Um **angemessene Zeitschriftenpreise in der Schweiz** zu ermöglichen, forderte er mittels parlamentarischer Initiative eine Ausnahmeregelung zum Verbot von Kartellabsprachen. Eine solche Regelung habe die WAK-NR bereits im Rahmen der Arbeiten zur Revision des Kartellrechts diskutiert, die 2014 im Nationalrat gescheitert war. Nach Anhörung des Preisüberwachers und der Wettbewerbskommission (WEKO) ortete die für die Initiative zuständige WAK-NR Handlungsbedarf, war aber nicht einverstanden mit dem Lösungsweg. Da die Preise von ausländischen Verlagen festgelegt werden, wäre eine Regelung im Kartellgesetz formell nicht korrekt, wenig effektiv und schwer durchsetzbar. Aus diesem Grund beschloss sie die Lancierung einer Kommissionsmotion, bei deren Annahme der Bundesrat in der Pflicht wäre, mit dem Preisüberwacher und der WEKO eine «unbürokratische und effiziente Lösung» zu finden. Mit 12 zu 10 Stimmen bei 2 Enthaltungen beschloss die Kommission, der parlamentarischen Initiative keine Folge zu geben. Eine starke Minderheit erachtete den Weg der parlamentarischen Initiative als effizienter in Bezug auf die Ausarbeitung einer Gesetzesänderung als eine Motion. Ferner lasse die Initiative genügend Spielraum, um auch nach alternativen Lösungen ausserhalb des Kartellgesetzes zu suchen. In der Herbstsession 2017 folgte der Nationalrat der Kommissionsmehrheit und gab der Initiative mit 108 zu 82 Stimmen keine Folge.⁸

MOTION
DATUM: 05.03.2018
MARLÈNE GERBER

Im März 2018 sprach sich der Nationalrat als Erstrat entgegen dem Antrag des Bundesrats für eine von der WAK-NR ausgearbeitete Motion aus, die eine **Preissenkung bei ausländischen Zeitschriften in der Schweiz** bezweckt. Dabei stellten sich 102 Stimmen aus dem linken und dem Mitte-Lager hinter die Kommissionsmehrheit, die den Vorstoss mit 15 zu 8 Stimmen bei 2 Enthaltungen befürwortet hatte. Die grosse Kammer forderte damit den Bundesrat auf, zusammen mit der Wettbewerbskommission (WEKO) und dem Preisüberwacher nach „effizienten und unbürokratischen“ Lösungen zur Angleichung der ausländischen und inländischen Zeitschriftenpreise zu suchen. Die opponierende rechtsbürgerliche Kommissionsminderheit kritisierte – flankiert von 82 Nationalrätinnen und Nationalräten – den unspezifischen Motionstext bezüglich möglicher Lösungen und ebenso die fehlende Umsetzbarkeit des Unterfangens. In seiner ablehnenden Antwort hatte der Bundesrat betont, dass die WEKO und der Preisüberwacher bisher keinen Verstoss festgestellt hätten und bereits unternommene Abklärungen darauf haben schliessen lassen, dass eine Lösung im Sinne der Motionäre nicht erzielt werden könne.⁹

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 16.08.2018
MARLÈNE GERBER

Am 16. August 2018 fällte die Wettbewerbskommission (WEKO) nach vertiefter Prüfung zwei zentrale Entscheide in Bezug auf Zusammenschlüsse bei den Medien. Gemäss Aussagen der Medien waren die Fusionsvorhaben als Folge der – insbesondere im Printbereich anfallenden – hohen Verluste bei den Werbeeinnahmen angedacht worden. Zum einen genehmigte die WEKO die Übernahme von Goldbach durch Tamedia, zum anderen stimmte sie dem **Joint Venture von AZ Medien und den NZZ-Regionalmedien** zu. In Bezug auf letzteren Zusammenschluss hielt die WEKO fest, es bestünden zwar Anhaltspunkte, dass mit dem neuen Gemeinschaftsunternehmen, insbesondere in den Regionen Solothurn und Aargau sowie im Bereich Gebäudetechnik, eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt werden könnte, es sei jedoch nicht damit zu rechnen, dass der wirksame Wettbewerb im relevanten Marktsegment beseitigt werde; insbesondere mit Ringier und Tamedia stünden dem neuen Unternehmen nach wie vor starke Konkurrenten gegenüber. Die WEKO hielt in ihrer Medienmitteilung ferner fest, dass es ihr nur zustehe, «nach Kartellgesetz rein wettbewerbliche und keine medienpolitischen Aspekte, wie etwa die Medienvielfalt, zu prüfen».

Das neu geschaffene Unternehmen mit dem Namen **CH Media**, das am 1. Oktober 2018 in Betrieb ging, sieht sich stark regional verankert. Neben den Regionalzeitungen gehören auch diverse Onlineportale – davon ausgenommen als Einheit der AZ Medien ist das Onlineportal Watson –, Zeitschriften sowie Radio- und Fernsehstationen in der Deutschschweiz zum Joint Venture. Wie bereits bei Bekanntmachung der Pläne im Vorjahr publik gemacht, wurde Peter Wanner, langjähriger Verleger der Aargauer Zeitung, Präsident des Verwaltungsrats. Axel Wüstmann, CEO der AZ Medien, wurde auch CEO von CH Media. Die publizistische Leitung fiel Pascal Hollenstein zu, der seit 2016 als Leiter Publizistik der NZZ-Regionalmedien amtiert. Patrik Müller, Chefredaktor der «Schweiz am Wochenende» und der «AZ Nordwestschweiz», wurde zum Chefredaktor Zentralredaktion ernannt; er erhielt ebenfalls das Amt des stellvertretenden publizistischen Leiters.

Das Unternehmen generierte zum Zeitpunkt der Übernahme einen Umsatz von CHF 480 Mio. und beschäftigte 2'200 Mitarbeitende in 1'900 Vollzeitstellen. Bereits im November 2018 kündigte CH Media einen Stellenabbau von 200 Vollzeitstellen in den nächsten beiden Jahren an.¹⁰

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 11.10.2018
MARLÈNE GERBER

Nachdem die Medien im Jahr 2017 über Gerüchte zur **Übernahme der Basler Zeitung (BaZ)** durch Ringier sowie über mögliche Kooperationen der BaZ mit der «Südostschweiz» berichtet hatten, war es im Frühjahr 2018 **Tamedia**, die ihre Absicht zum Kauf der Basler Zeitung bestätigte. In einem Interview mit der BaZ gestand Tamedia-Verleger Pietro Supino, dass der Besitz der BaZ schon immer auf seiner Wunschliste gestanden und Tamedia vom «publizistische[n] Dreieck Basel – Bern – Zürich» geträumt habe. Nach den im selben Jahr bereits erfolgten Zustimmungen der WEKO zum Joint-Venture der AZ Medien mit der NZZ-Regionalgruppe sowie zur Übernahme von Goldbach durch Tamedia wurde die Genehmigung der BaZ-Übernahme durch die WEKO im Oktober 2018 nicht als grosse Überraschung aufgefasst. Ähnlich wie bei ihrem Entscheid zum Joint-Venture «CH Media» führte die WEKO aus, es bestünden zwar Anhaltspunkte, dass die vorgesehene Übernahme eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken könnte, dies ändere die Marktverhältnisse aber kaum und der wirksame Wettbewerb werde damit nicht

beseitigt. Während Tamedia somit von der durch Christoph Blochers Tochter präsidierten Zeitungshaus AG die BaZ übernahm, gab sie im Gegenzug mit dem «Rümlanger», dem «Furttaler» und dem Tagblatt der Stadt Zürich drei Gratisblätter an die Zeitungshaus AG ab. Letztere Übergabe sorgte – ähnlich wie damals bei der Einbindung von Christoph Blocher bei der BaZ – für Empörung, da die SVP und ihre Positionen in der Stadt Zürich nicht prominent vertreten sind. Die Integration der Basler Zeitung in das Netzwerk von Tamedia soll im Sommer 2019 abgeschlossen werden. Bis zu 16 Vollzeitstellen in den Bereichen Verlag, Corporate Services und Redaktionsservices müssen dabei in Basel abgebaut werden. Die Redaktion in Basel wird weiterhin mit der Berichterstattung zur Lokal- und Regionalpolitik betraut sein, sowie über Kultur, Sport und Wirtschaft berichten. Marcel Rohr ersetzt den abtretenden Markus Somm als Chefredaktor der BaZ. Rohr war seit 2005 Sportchef bei der BaZ, davor hatte er für den «Blick» und den «Sonntagsblick» geschrieben. Somm wird künftig als Autor für Tamedia tätig sein.¹¹

MOTION

DATUM: 11.03.2019
MAXIMILIAN SCHUBIGER

Im März 2019 behandelte der Ständerat als Zweitrat die Motion der WAK-NR, mit der der Bundesrat beauftragt werden sollte, für **Preissenkungen bei ausländischen Zeitschriften in der Schweiz** zu sorgen. Mit dem mit 10 zu 3 Stimmen gefassten Entscheid schloss sich die WAK-SR dem Bundesrat an, der sich bereits nach der Einreichung des Vorstosses gegen diesen ausgesprochen hatte. Auch argumentativ blieb die ablehnende Kommissionsmehrheit auf der Linie des Bundesrates und teilte die Meinung, dass regulierende Eingriffe bei den Zeitschriftenpreisen nicht mit der Wirtschaftsfreiheit vereinbar seien. Zudem müsse beachtet werden, dass die Verlage auch Risiken zu tragen hätten, beispielsweise für nicht verkaufte Magazine. Letztlich fehle auch die verfassungsrechtliche Grundlage, so einen Mechanismus überhaupt einführen zu können. Eine Kommissionsminderheit war hingegen der Ansicht, dass die Preisunterschiede gegenüber dem Ausland zu hoch seien, um lediglich durch unterschiedliche Kosten gerechtfertigt werden zu können, und dass mit den Aufschlägen die inländische Kaufkraft missbräuchlich ausgenutzt werde. Sie empfahl deswegen, den Vorstoss zu überweisen.

Die Mehrheit der Ständerätinnen und Ständeräte teilte letztere Meinung nicht. Mit 28 zu 13 Stimmen und einer Enthaltung verwehrt sie dem Anliegen ihre Unterstützung. Als vehemente Befürworterin zeigte sich Anita Fetz (sp, BS), die von einem Missstand sprach, der zu beheben sei; die Preispolitik sei «schlicht unanständig». Gleichzeitig beklagte sie die passive Haltung der WEKO und des Preisüberwachers, jedoch auch des Bundesrates, der sich – trotz wiederholter Vorstösse zum gleichen Thema – gegen eine Lösungssuche sperre. Dass man nichts unternehme, liess Bundesrat Parmelin nicht gelten. Dass die WEKO bis anhin nicht interveniert habe, hänge mit der Tatsache zusammen, dass keine Gesetzesverstösse eingetreten seien. Weder die WEKO noch der Preisüberwacher hätten daher die Kompetenz gehabt, in diesem Bereich aktiv zu werden. Im Übrigen spielte er den Ball dem Parlament zurück, das seinerseits entsprechende frühere Geschäfte abgelehnt habe.¹²

Medienpolitische Grundfragen

VERWALTUNGSAKT
DATUM: 01.01.2016
ANJA HEIDELBERGER

Noch bevor das UVEK und das BAKOM ihre Entscheide zum **Joint Venture** von SRG, Swisscom und Ringier fällen konnten, ging SRG-Generaldirektor Roger de Weck in die Offensive. In einem Artikel in der NZZ wies er darauf hin, dass eine Schwächung der SRG die Verleger nicht stärke und dass Kooperationen die einzige zukunftsweisende Alternative im Kampf gegen ausländische Konkurrenten wie Google oder Facebook darstellten. Entsprechend unterbreitete er den anderen Schweizer Medienunternehmen mehrere Angebote für eine verstärkte Zusammenarbeit. Der Verband Schweizer Medien zeigte sich in der Folge bereit zu entsprechenden Gesprächen, jedoch nur, wenn die SRG während dieser Gespräche auf die Umsetzung des Joint Ventures verzichte. Der Verband reichte zudem eine Klage beim Bundesverwaltungsgericht ein, um Einblick in die Verträge der Werbeallianz zu erhalten. Überdies bildeten Zeitungen, Privatsender und Netzanbieter kurze Zeit später ein loses Bündnis, das sich für eine wettbewerbsfreundliche, föderalistische Medienpolitik einsetzen sollte und folglich eine Beschränkung der Werbemöglichkeit der SRG zum Schutz der privaten und lokalen Medien forderte.

Dennoch erteilte Bundesrätin Leuthard in einer Verfügung des UVEK der SRG die Erlaubnis, sich am Joint Venture zu beteiligen. Zielgruppengenaue Werbespots bleiben

der SRG gemäss einer zweiten Verfügung des BAKOM jedoch verboten, da dies eine Vermehrung der SRG-Programme darstelle und somit konzessionspflichtig sei. Die SRG müsse daher einen Antrag auf Änderung der Konzession einreichen. Die Medienministerin wies zudem auf die geschäftlichen Risiken hin, welche durch diese Werbeplattform auf die SRG zukommen könnten. Durch die Verbreitung der Werbung über Leitungen von Dritten könnten diese womöglich zusätzliche Kosten geltend machen. Des Weiteren hielt das UVEK die Verbote für die SRG, regionale Werbung oder Online-Werbung zu machen, aufrecht. Schliesslich muss die SRG das UVEK halbjährlich über ihre Tätigkeiten informieren, so dass Letzteres bei allfälligen Einschränkungen des Spielraums der privaten Anbieter reagieren könnte. Der Entscheid stiess auf grossen Unmut, vor allem beim Verband Schweizer Medien. Doch auch politische Kritik folgte umgehend: So forderte zum Beispiel Gregor Rutz (svp, ZH), dass der Bundesrat bezüglich der Konzession keine Tatsachen schaffen solle, bevor das Parlament die entsprechenden Diskussionen geführt habe. Im Parlament folgten verschiedene Vorstösse, mit denen neue Regeln für Kooperationen der SRG geschaffen werden sollen (Pa.lv. Vonlanthen (cvp, FR, 16.410), pa.lv. Hiltbold (fdp, GE)).

Auf diese Kritik reagierten die SRG, Swisscom und Ringier mit der Veröffentlichung einer Selbstverpflichtung, deren zehn Grundsätze mindestens bis fünf Jahre nach Markteintritt gültig sein sollen. So sei die Werbeallianz offen für alle; alle Anbieter journalistischer Produkte könnten sich als Kunden, jedoch nicht als Aktionäre, an der Werbeplattform beteiligen. Dadurch soll die Gleichbehandlung aller Anbieter von Werbeleistungen gewährleistet werden. In der Werbeallianz sei der Datenschutz sehr wichtig, die Betroffenen sollen selbst über ihre Daten bestimmen können. Die SRG werde keine regionale Werbung ausstrahlen und sich selbst beim UVEK melden, wenn die Einnahmen aus der zielgerichteten Werbung einen Betrag von CHF 30 Mio. überstiegen. Ein Branchenanlass soll zudem zum Wissenstransfer beitragen. Dennoch gelangte der Verband Schweizer Medien zusammen mit verschiedenen anderen Unternehmen mit einer Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht. Einerseits wurde beanstandet, dass beim Entscheid des UVEK Artikel 29 des RTVG, wonach nicht konzessionierte Tätigkeiten der SRG den Entfaltungsspielraum anderer Medienunternehmen nicht einschränken dürfen, durch die Werbeallianz verletzt werde. Andererseits seien die privaten Medien im Verfahren nicht als Partei zugelassen worden, wodurch ihnen auch die Akteneinsicht verwehrt blieb. Da sie direkt betroffene Konkurrenzbetriebe seien, müssten sie aber als Partei anerkannt werden. Auch am Entscheid der WEKO wurde Kritik laut, da die Beurteilung des Joint Ventures unüblich verlaufen sei. Das Sekretariat der WEKO hatte der entscheidenden Kommission beantragt, das Projekt zu untersagen oder unter Auflagen zu bewilligen. Die Kommission entschied sich jedoch gegen beide Vorschläge und genehmigte das Projekt ohne Auflagen. Dieses unübliche Vorgehen zusammen mit einer ebenfalls nicht üblichen Definition des relevanten Marktes liessen den Verdacht aufkommen, dass verschiedene Kreise Einfluss auf die Entscheidung der WEKO genommen haben könnten. Im Gegenzug erstattete die WEKO Anzeige wegen Amtsgeheimnisverletzung bei der Bundesanwaltschaft, da Details aus geheimen Entscheidungsdiskussionen an die Öffentlichkeit gelangt waren.

Am 4. April 2016 nahm die Werbeplattform, die unterdessen den Namen „**Admeira**“ erhalten hatte, ihren Betrieb auf. Sie umfasst 280 Mitarbeitende und vereinigt die Werbeplätzte der SRG-Sender, der Medienerzeugnisse von Ringier und von Axel Springer Schweiz sowie der Swisscom-Plattformen. Mit ihrem Betriebsstart trotz hängiger Beschwerde ging die Admeira jedoch ein rechtliches Risiko ein, zumal die Beschwerdeführer eine aufschiebende Wirkung des Prozesses verlangt hatten. Obwohl das Bundesverwaltungsgericht diesen Antrag abgelehnt hatte, blieb unklar, ob die Admeira im Anschluss an den inhaltlichen Entscheid des Gerichts ihre Tätigkeit würde sistieren müssen. Im Oktober 2016 hiess das Bundesverwaltungsgericht die Beschwerde des Verbandes Schweizer Medien, der Tamedia, der AZ Medien, von 3+ und Pro Sieben gut, weil sie vom UVEK nicht als Partei anerkannt worden waren. Lediglich die Beschwerde von Goldbach Medien wurde abgelehnt, da die Unternehmung nicht publizistisch tätig sei. Somit muss das UVEK erneut prüfen, ob die Teilnahme der SRG an Admeira gesetzeskonform ist. Zwar könnte es das Urteil ans Bundesgericht weiterziehen, dies würde jedoch das Verfahren weiter in die Länge ziehen und somit die Rechtssicherheit für Admeira weiter verzögern. Von einer solchen würde aber die SRG profitieren, zumal sie für eine zielgruppenspezifische Werbung eine Konzessionsänderung beantragen müsste.¹⁵

Auch im Jahr 2017 riss die **Kritik** an der **Admeira** nicht ab. Im April 2017 begann die Swisscom, anonymisierte Werbedaten für zielgruppenbasierte Werbung an die Admeira weiterzuleiten. Zuvor hatte sie ihre Festnetzkunden auf eine aktualisierte Datenschutzerklärung hingewiesen, die unter anderem beinhaltete, dass die Kunden bei der Datenweitergabe Widerspruch einlegen können. Das Ausbleiben einer expliziten Reaktion durch den Kunden verstand die Swisscom dabei als implizite Zustimmung zu den aktualisierten Bestimmungen (Opt-Out). Dieses Vorgehen stiess jedoch im Parlament auf Widerstand: Im Mai 2017 reichten Manfred Bühler (svp, BE, Ip. 17.3185), Fabio Regazzi (cvp, TI, Ip. 17.3190) und Kathy Riklin (cvp, ZH, A. 17.1013) Interpellationen und Anfragen ein, mit denen sie vom Bundesrat Erklärungen zum Vorgehen der Swisscom forderten. Darin kritisierten sie insbesondere, dass bei einer stillschweigenden Annahme der Datenschutzerklärung die Gefahr bestehe, dass Personen unbewusst zustimmten, zum Beispiel weil sie das Kleingedruckte nicht gelesen hätten. Der Bundesrat lehnte aber eine Deutungshoheit über die Zulässigkeit dieses Opt-Out-Prinzips ab und verwies auf die Zuständigkeit der Zivilgerichte sowie auf die unternehmerische Autonomie der Swisscom.

Sorgen machten sich die Parlamentarierinnen und Parlamentarier insbesondere auch wegen der starken Marktposition der SRG, die sich durch ihre Beteiligung an der Admeira noch zu verstärken drohe. Die KVF-SR forderte vom Bundesrat in einer Motion (Mo. 17.3355), sicherzustellen, dass die Kooperationen der SRG der Angebots- und Meinungsvielfalt zugute kämen und interessierte Partner diskriminierungslos in die Reihen der Aktionäre aufgenommen würden. Die KVF-SR hatte die Motion ausgearbeitet, nachdem der Nationalrat im Juni 2017 eine parlamentarische Initiative von Gregor Rutz (svp, ZH, Pa.lv. 15.495) angenommen hatte, welche eine Beschränkung der nichtkonzessionierten Tätigkeiten der SRG auf volkswirtschaftlich zwingende und nicht bereits durch private Anbieter abgedeckte Bereiche forderte. Ähnliche Anliegen hatten 2016 bereits Hugues Hiltbold (fdp, GE, pa.lv. 16.422) und Beat Vonlanthen (cvp, FR, pa. IV. 16.410) mittels parlamentarischer Initiativen vertreten. Auch Corina Eichenberger-Walther (fdp, AG) forderte in einer Interpellation (Ip. 17.3807) Auskunft darüber, welche rechtlichen Möglichkeiten bestünden, die SRG zu einem diskriminierungsfreien Zugang für die privaten Medien zu verpflichten. In ihrer Interpellation fragte sie auch nach den durch ihre Teilnahme an der Admeira entstehenden finanziellen Risiken für die SRG – ein Thema, das auch eine Anfrage von Daniela Schneeberger (fdp, BL) aufnahm (A. 17.5300).

Die Verlage teilten die Sorgen der Parlamentarierinnen und Parlamentarier bezüglich der Stellung der SRG aufgrund von Admeira. Im September 2017 forderten Pietro Supino und Peter Wanner als Verleger der Tamedia, respektive der AZ-Medien, eine Aufspaltung der Admeira in zwei separate Gesellschaften: in ein Unternehmen für Datenmanagement und eines für den Verkauf von Werbung. Die Vermischung der beiden Bereiche sei „keine saubere Lösung“, weil ein Grossteil der Daten – gemäss Wanner „das Gold von heute“ – von der staatlich kontrollierten Swisscom stamme. Nötig sei stattdessen eine offene, diskriminierungsfreie Branchenlösung, erklärte Tamedia-Sprecher Christoph Zimmer. Eine für alle vollständig offene Datenplattform sei aus Datenschutzgründen nicht möglich, konterte Admeira-Sprecherin Romi Hofer. Da alle Verlage ihre Inserate über Admeira verkaufen und Aktionäre werden könnten, verfügten Swisscom, Ringier und die SRG auch nicht über einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteil.

Ende August 2017 gab Admeira bekannt, dass sie ein Tochterunternehmen mit dem Namen Adtelier gegründet habe. Dieses soll Sonderwerbformen wie Native Advertising, Storytelling und Content Marketing, also ähnliche Werbformen wie Publireportagen, die wie redaktionelle Produkte aussehen, produzieren. Diesbezüglich wollte Karl Vogler (csp, OW, Ip. 17.3899) mittels einer Interpellation vom Bundesrat wissen, ob die Nutzung solcher Sonderwerbformen wirklich noch dem Service Public-Auftrag der SRG entspreche. Dieser erwiderte, dass die Beteiligung an Admeira ausserhalb des Service Public-Auftrags liege, die SRG keine Gebührgelder dafür nutze und dies entsprechend ein unternehmerischer Entscheid der SRG sei.

Ende Oktober 2017 schickte das UVEK schliesslich einen Revisionsentwurf der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) in die Vernehmlassung, gemäss dem der SRG und den privaten Anbietern mit Konzession zielgruppenspezifische Werbung in ihren konzessionierten Programmen unter Auflagen erlaubt sein soll. Dies stiess beim Verlegerverband auf Unverständnis. Durch diese Stärkung der Admeira werde das Gebot auf Rücksichtnahme auf die privaten Medien ausgehöhlt, erklärte der Geschäftsführer des Verbands Schweizer Medien, Andreas Häuptli.¹⁴

Im Januar 2018, mitten im Abstimmungskampf zur No-Billag-Initiative, liess die Spitze der **SRG** verlauten, dass die Radio- und Fernsehgesellschaft aus der zwei Jahre zuvor mit der Swisscom und Ringier gegründeten **Werbeallianz Admeira auszusteigen** plane. Der Werbeallianz war von Beginn weg heftiger Gegenwind vom Verband Schweizer Medien, von verschiedenen Medienhäusern und von politischer Seite entgegengeschlagen und sie hatte auch mit operativen Schwierigkeiten zu kämpfen.

Im Februar 2018 unterlag die SRG zudem vor Bundesgericht, wo sie Beschwerde gegen einen Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts eingelegt hatte. Das Bundesverwaltungsgericht war im Herbst 2016 – entgegen der Meinung des UVEK – zum Schluss gekommen, dass die beschwerdeführenden Medien im Verfahren betreffend die Beteiligung der SRG an Admeira als Partei anzuerkennen seien und aufgrunddessen in der Frage um die Teilhabe der SRG an Admeira von der Verwaltung hätten angehört werden müssen. Stattdessen hatte das UVEK zuvor lediglich von der Beteiligung der SRG an der Werbeallianz Kenntnis genommen und diese auch nicht an Auflagen geknüpft. Das Bundesgericht stützte den Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts. Sofern Tätigkeiten der SRG, die ausserhalb ihres Konzessionsbereichs liegen, den Entfaltungsspielraum anderer Medienunternehmen erheblich beschneiden, seien diese zur Teilnahme am Verfahren berechtigt. Die beschwerdeführenden Akteure, der Verband Schweizer Medien und neun private Medienunternehmen, hätten gegenüber dem Bundesverwaltungsgericht glaubhaft vorbringen können, dass ihnen eine erhebliche Einschränkung des Entfaltungsspielraums drohe, weswegen der Entscheid des UVEK aufzuheben und unter Anhörung der beschwerdeführenden Medien neu zu fassen sei.

Neben diversen Umbau- und Abbauplänen kommunizierte die SRG Ende Juni ihren definitiven Ausstieg aus der Werbeallianz. Man habe den Aktienanteil von 33.3 Prozent je hälftig an die beiden verbleibenden Aktionäre Ringier und Swisscom verkauft. Der Verband Schweizer Medien verlangte sogleich vom UVEK, dass die Neubeurteilung der Zulässigkeit der Teilhabe von SRG an Admeira deswegen nicht ausgesetzt werden solle. Zum einen sei der Verkauf noch nicht vollzogen, zum anderen bleibe die Gefahr von Marktverzerrungen intakt, da die SRG nach wie vor plane, die Vermarktung ihrer Werbezeiten über Admeira laufen zu lassen. Nachdem die SRG dem BAKOM den Vollzug des Verkaufs vom 29. Juni 2018 mitgeteilt hatte, verfügte das Bundesamt jedoch die Abschreibung des Verfahrens.¹⁵

1) Amt. Bull. NR, 1991, S.2003f.; NZZ, 18.12.91 (Kartellkommission). Vgl. auch Bilanz, 1991, Nr. 11, S. 268 ff.

2) BBl, 2000, S. 3354; Presse vom 30.3. und 23.8.00; TA, 31.3.00; Ww, 6.4.00; BaZ, 14.6.00; NZZ, 24.8.00.

3) Presse du 26.4.02; AZ, 2.5.02; NZZ, 29.5.02.

4) Communiqués de presse de la Commission de la concurrence des 21.6., 15.10 et 17.12.02.; NF, 13.3.02; Bund, 14.3.02.; Presse du 17.4.02.; Presse du 18.12.02; LT, 10.5 et 22.6.02.

5) BBl 2003, S. 4608; AZ, 72.2. und 18.9.03; Presse vom 22.3.03; WoZ, 27.3.03; BaZ, 29.3.03; NZZ 11.10.03; TA, 11.6.03.

6) BaZ, 4.4.03; Presse vom 28.5. und 26.7.03; AZ, 12.7., 23.10. und 17.11.03; WoZ, 31.7.03; NZZ, 5.11.03; BZ, 5.11. und 17.11.03; Bund, 31.12.03.

7) Bund und BZ, 3.1.04; BaZ, 28.1.04, BZ, 29.1.04.

8) AB NR, 2017, S. 1255 ff.; Bericht WAK-NR vom 20.7.17

9) AB NR, 2018, S. 193 f.

10) Medienmitteilung WEKO vom 16.8.18; Medienmitteilung WEKO vom 26.6.18; AZ, NZZ, 17.8.18; AZ, SGT, 11.10.18; SGT, 16.11.18; NZZ, 19.11.18

11) Medienmitteilung WEKO vom 11.10.18; BLZ, 14.3.18; AZ, WoZ, 15.3.18; BaZ, 19.4.18; BaZ, NZZ, 12.10.18; BLZ, 13.10.18; BaZ, NZZ, 30.10.18; AZ, 1.11.18; BaZ, 22.12.18

12) AB SR, 2019, S. 103 ff.; Bericht WAK-SR vom 14.1.19

13) Medienmitteilung BAKOM vom 29.2.16; Medienmitteilung BVGer vom 06.10.2016; Medienmitteilung des UVEK vom 06.10.2016; Verfügung BAKOM vom 29.02.2016; Verfügung UVEK vom 29.02.2016; NZZ, 9.1.16; SoZ, 10.1.16; WW, 14.1.16; NZZ, 22.1., 23.1.16; AZ, NZZ, TA, 27.1.16; WW, 28.1.16; BaZ, NZZ, 3.2.16; Lib, 25.2.16; Exp, 26.2.16; NZZ, 27.2.16; AZ, Lib, NZZ, SGT, TA, 1.3.16; NZZ, 2.3.16; WW, 3.3.16; NZZ, TA, 4.3.16; AZ, 5.3.16; SO, 13.3.16; NZZ, 17.3.16; NZZ, TA, 18.3.16; NZZ, 2.4.16; BaZ, LT, 5.4.16; AZ, 30.5.16; TA, 6.9.16; AZ, NZZ, TA, 7.10.16; NZZ, 8.10.16; TA, 1.12.16

14) Medienmitteilung UVEK vom 30.10.17; NZZ, 9.3.17; TA, 13.5., 8.6.17; NZZ, 31.8.17; AZ, 15.9., 16.9.17

15) Medienmitteilung BGer vom 14.3.18; Verfügung BAKOM vom 3.7.18; AZ, BaZ, NZZ, 31.1.18; Lib, NZZ, TA, 15.3.18; TA, 17.3.18; Blick, 12.4.18; LT, NZZ, TA, 29.6.18