

# Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage	<b>23.04.2024</b>
Thema	<b>Keine Einschränkung</b>
Schlagnworte	<b>Service public</b>
Akteure	<b>Keine Einschränkung</b>
Prozesstypen	<b>Anderes</b>
Datum	<b>01.01.1965 - 01.01.2021</b>

# Impressum

## Herausgeber

Année Politique Suisse  
Institut für Politikwissenschaft  
Universität Bern  
Fabrikstrasse 8  
CH-3012 Bern  
[www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss)

## Beiträge von

Bieri, Niklaus  
Ehrensperger, Elisabeth  
Gerber, Marlène  
Petra, Mäder

## Bevorzugte Zitierweise

Bieri, Niklaus; Ehrensperger, Elisabeth; Gerber, Marlène; Petra, Mäder 2024.  
*Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Service public, Anderes, 2003 - 2020.*  
Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern.  
[www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss), abgerufen am 23.04.2024.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Allgemeine Chronik</b>	1
<b>Infrastruktur und Lebensraum</b>	1
Verkehr und Kommunikation	1
Agglomerationsverkehr, öffentlicher Verkehr	1
Post und Telekommunikation	2
<b>Bildung, Kultur und Medien</b>	2
Medien	2
Radio und Fernsehen	2

## Abkürzungsverzeichnis

<b>KVF-NR</b>	Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrates
<b>BAKOM</b>	Bundesamt für Kommunikation
<b>BAV</b>	Bundesamt für Verkehr
<b>SRG</b>	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
<b>ComCom</b>	Eidgenössische Kommunikationskommission
<b>Fedpol</b>	Bundesamt für Polizei

---

<b>CTT-CN</b>	Commission des transports et des télécommunications du Conseil national
<b>OFCOM</b>	Office fédéral de la communication
<b>OFT</b>	Office fédéral des transports
<b>SSR</b>	Société suisse de radiodiffusion
<b>ComCom</b>	Commission fédérale de la communication
<b>Fedpol</b>	Office fédéral de la police

# Allgemeine Chronik

## Infrastruktur und Lebensraum

### Verkehr und Kommunikation

#### Agglomerationsverkehr, öffentlicher Verkehr

ANDERES  
DATUM: 22.11.2018  
NIKLAUS BIERI

Als Nachfolger der im Zuge des **Postauto-Skandals** zurückgetretenen Post-Chefin Susanne Ruoff und dem interimistisch führenden Ulrich Hurni gab die Post im November 2018 Roberto Cirillo bekannt. Der schweizerisch-italienische Doppelbürger, der schon in verschiedenen Ländern Führungspositionen bekleidet hatte, in der Schweiz aber noch weitgehend unbekannt war, werde per April 2019 die **Führung der Post AG** übernehmen.

Bereits Ende Juni 2018 hatte die Post bekanntgegeben, dass Christian Plüss per 1.1.2019 die Leitung der von Thomas Baur interimistisch geführten PostAuto übernehmen wird.<sup>1</sup>

ANDERES  
DATUM: 18.12.2018  
NIKLAUS BIERI

Im September 2018 gaben das BAV, die Post und die Konferenz der kantonalen Direktoren des öffentlichen Verkehrs bekannt, eine **Rahmenvereinbarung** zur Zurückzahlung der von PostAuto unrechtmässig erhaltenen Subventionsgelder («**Postauto-Skandal**») ausgearbeitet zu haben. Die Summe belief sich auf CHF 188.1 Mio.: CHF 90.5 Mio. musste die Post für die Zeit von 2007 bis 2015 CHF für die Sparte Regionalverkehr zurückzahlen, CHF 16.6 Mio. für die gleiche Periode für Rückleistungen für ungerechtfertigte Umbuchungen im Orts- und Auftragsverkehr und CHF 26.8 Mio. für Strafzinsen. Für die ab 2016 mit einer eigens eingeführten Holdingstruktur und durch überhöhte Transferpreise erlangten unrechtmässigen Subventionsbezüge muss die Post weitere CHF 54.3 Mio. an Bund und Kantone zurückzahlen.

Zudem bezahlt die Post freiwillig zusätzliche CHF 17.2 Mio., um unrechtmässige Bezüge vor 2007 abzugelten. Diese wären rechtlich verjährt, doch die Post wolle guten Willen zeigen und «Vertrauen schaffen für einen Neuanfang», so Verwaltungsratspräsident Schwaller. Der Gesamtbetrag der Rückzahlungen beläuft sich damit auf CHF 205.1 Mio. Die Post gab am 18. Dezember 2018 bekannt, dass alle Kantone und der Bund die Vereinbarung unterschrieben hätten und die Post die Beträge innerhalb von 30 Tagen zurückzahlen werde.<sup>2</sup>

ANDERES  
DATUM: 17.02.2019  
NIKLAUS BIERI

Im Februar 2019 wurde bekannt, dass die Bundespolizei Fedpol ein **Verfahren gegen den früheren PostAuto-Direktor** Daniel Landolf und gegen den ehemaligen Finanzchef von PostAuto, Pascal Koradi, eröffnet hat. Landolf hatte sich rund ein Jahr vor dem Auffliegen des sogenannten «Postauto-Skandals» pensionieren lassen. Noch offen ist, ob das Verfahren auf weitere Mitglieder der ehemaligen Führung von Post und PostAuto ausgedehnt wird.<sup>3</sup>

ANDERES  
DATUM: 18.05.2020  
NIKLAUS BIERI

Schon Ende 2018 hatte das Fedpol im Rahmen der Untersuchungen zum Postauto-Skandal Verfahren gegen den ehemaligen CEO und gegen den ehemaligen Finanzchef der PostAuto AG eröffnet. Im März 2019 eröffnete sie zudem ein Verfahren gegen den ehemaligen Finanzchef der Post und im August 2019 weitere **Verfahren gegen drei ehemalige Geschäftsleitungsmitglieder der PostAuto AG**. Mitte Mai 2020 erschienen Medienberichte, wonach auch Mitarbeitende des BAV in den Fokus der Ermittlungen gerückt seien. «Blick» schrieb von Einladungen an das Filmfestival von Locarno, die BAV-Mitarbeitenden von der PostAuto AG offeriert worden seien. Die Bundesanwaltschaft bestätigte, dass das Fedpol bereits im März 2019 diesbezüglich bei der Bundesanwaltschaft Strafanzeige gegen unbekannt eingereicht habe und dass die Untersuchungen noch laufen. Das Fedpol gab in einer Mitteilung vom 18. Mai 2020 bekannt, dass sich die Verfahren gegen die sechs ehemaligen Mitglieder der Führungsriege von Post und PostAuto in der «finalen Phase» befänden.<sup>4</sup>

## Post und Telekommunikation

ANDERES  
DATUM: 09.03.2019  
NIKLAUS BIERI

2018 stiegen die **Boni für die ehemalige Post-Führung** trotz des «Postauto-Skandals» an. Die im Juni 2018 in der Folge des Skandals um unrechtmässige Umbuchungen und erschlichene Subventionen zurückgetretene Post-Chefin Susanne Ruoff soll für 2018 über CHF 1 Mio. Lohn erhalten. Parlamentsmitglieder aller politischen Lager äusserten medial ihr Unverständnis über diese Vergütungen. Die Vergütungen werden allerdings zurückbehalten, bis die Untersuchungen der Fedpol abgeschlossen sind.<sup>5</sup>

ANDERES  
DATUM: 14.05.2020  
NIKLAUS BIERI

Mitte Mai 2020 trat Post-CEO Roberto Cirillo mit der **Strategie 2021-2024** an die Öffentlichkeit. Er kündete einen massiven Umbau der Post an: Rund CHF 3 Mrd. will die Post in den kommenden Jahren in ihren Umbau investieren. Brief- und Paketpost sollen zusammengelegt und die Briefverteilzentren so ausgebaut werden, dass sie auch Pakete abfertigen können. Hintergrund dieser neuen Strategie sei der Umstand, dass die Briefpost weiterhin schrumpfe und die Paketpost immer noch stark wachse, erklärte Cirillo. Beim Filialnetz schien der stete Druck aus dem Parlament gegen einen Abbau Wirkung zu zeigen: Die Zahl der Poststellen soll bei rund 800 stabilisiert werden. Damit die defizitären Poststellen wirtschaftlicher werden, sollen sie für weitere Dienstleister geöffnet werden: Cirillo erwähnte beispielsweise Banken und Versicherungen, die ihre Dienste in den Räumlichkeiten von Poststellen anbieten könnten. Die Mittel für die Umstrukturierung sollen aus eigenen Reserven und aus dem Verkauf nicht mehr benötigter Immobilien stammen.<sup>6</sup>

## Bildung, Kultur und Medien

### Medien

#### Radio und Fernsehen

ANDERES  
DATUM: 06.08.2003  
ELISABETH EHRENSPERGER

In der 2. Lesung des Gesetzes schwächte die KVF entgegen der 1. Lesung die Bestimmungen gegen die **Medienkonzentration** ab – das heisst marktbeherrschenden Medienunternehmen sollte eine Konzession erteilt werden, wenn sie nicht Meinungs- und Angebotsvielfalt bedrohten – und sprach sich ebenfalls entgegen einer ihrer früheren Entscheide für die Möglichkeit aus, dass nichtkommerzielle Privatradios **SRG-Gebührengelder** erhielten und dass die SRG Spartenprogramme uneingeschränkt anbieten könne, solange sich keine privaten Stationen darum bewerben. Betreffend der Fernsehwerbung dehnte die KVF das **Werbeverbot** auf alle alkoholische Getränke und auf alle Medikamente aus, ging zu strengeren Auflagen als der Bundesrat über, indem sie für die Radioprogramme der SRG ein generelles Werbe- und Sponsoringverbot verhängte, und verlangte vom Bundesrat die Ausarbeitung einer Verordnung zur Regelung der Unterbrecherwerbung und der maximalen Werbedauer bei konzessionierten Privatstationen. Die Konzeption des Bundesrates, einen **starken Service public** durch die SRG zu sichern und die **Chancen der privaten Sender** zu erhöhen, unterstützte die KVF im Grundsatz. Die KVF sprach sich gegen die Schaffung einer „Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien“ aus, in welche die ComCom, die UBI sowie zu grossen Teilen auch das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) aufgegangen wären. Ebenfalls ablehnend stand die KVF der vom Bundesrat vorgesehenen Schaffung eines Beirats zur qualitativen Kontrolle der SRG gegenüber; vielmehr strebte sie eine Abschwächung und gleichzeitige Erweiterung dieses Ratskonzepts an und votierte für die **Einrichtung eines Publikumsrats**, der die Einhaltung der Leistungs- und Programmaufträge von SRG und Privatsendern überwachen solle.<sup>7</sup>

ANDERES  
DATUM: 14.09.2012  
MÄDER PETRA

Der im vorangegangenen Jahr entflammte Streit um die Online-Werbung durch die SRG SSR fand im Berichtsjahr ein vorläufiges Ende. Aufgrund des Ausbaus der **SRG Online-Tätigkeit** in den letzten Jahren hatten die Verleger ihre eigenen, nicht-gebührenfinanzierten Onlineangebote gefährdet gesehen und ein Verbot von Online-Werbung durch die SRG gefordert. Nachdem die Verleger und die SRG keine gemeinsame Lösung finden konnten, schaltete sich der Bundesrat ein und verbot der SRG die Online-Werbung. Im Gegenzug sollen ihr jedoch mehr publizistische Möglichkeiten im Internet eingeräumt werden. Ende Dezember legte das BAKOM deshalb den interessierten Kreisen einen Entwurf für Änderungen der SRG-Konzession zur Stellungnahme vor.<sup>8</sup>

Nach mehrjährigem Streit zwischen der öffentlich-rechtlichen Institution und privaten Anbietern legte der Bundesrat im Mai eine Revision der Konzession der SRG SSR vor, welche eine **Erweiterung des Online-Angebots** des Schweizer Radios und Fernsehens ermöglicht. Nachdem der Bundesrat der SRG bereits im Vorjahr die Online-Werbung untersagt hatte, beschränkte sich die Anpassung der Konzession auf die Bestimmungen zu den Online-Inhalten der SRG. Diese sollen in erster Linie von audiovisuellen Beiträgen geprägt sein. Die inhaltlichen Vorgaben für einen Beitrag, der mit einer im Schweizer Radio oder Fernsehen ausgestrahlten Sendung in Bezug steht, wurden durch die Konzessionsänderung gelockert. Neu ermöglicht wird der SRG die Publikation von Online-Inhalten ohne Sendungsbezug, jedoch dürfen solche Beiträge nicht mehr als einen Viertel der im Web publizierten Inhalte betragen. Für Berichterstattungen in den Rubriken News, Sport und Lokales/Regionales, die keinen Sendungsbezug aufweisen, gilt darüber hinaus eine Umfangbeschränkung von maximal 1000 Zeichen. Weiter erhält die SRG das Recht, bedeutende politische, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Ereignisse von überregionalem Interesse ohne gleichzeitige Fernsehausstrahlung und ohne vorgängige Bewilligung im Internet live zu übertragen. Diese Anpassung erfolgte in Erfüllung der im Vorjahr überwiesenen Motion Allemann (sp, BE). Die Änderungen traten Anfang Juni in Kraft. Der Verband Schweizer Medien gab bekannt, mit diesem Kompromiss leben zu können, hatte er doch im Vorfeld einen minimalen Grenzwert von 80% für die Publikation von Texten mit Sendebezug sowie eine Maximallänge von 800 Zeichen für Inhalte ohne Sendebezug gefordert. Gleichwohl monierten die Verleger, dass die SRG neben wirtschaftlichen und politischen Themen auch Sport- und Kulturanlässe im Internet live übertragen darf. Dies führe zur Konkurrenzierung privater Anbieter. An den neuen Möglichkeiten der Live-Übertragung störte sich ebenfalls der Verband der Regionalfernsehen (Telesuisse). Missbilligend äusserten sich zudem FDP, SVP und der Schweizerische Gewerbeverband (SGV), die eine Debatte über den Service public im Medienbereich forderten.<sup>9</sup>

Drei Monate nach der äusserst knapp verlorenen RTVG-Abstimmung präsentierte der Schweizerische Gewerbeverband (SGV) seine Vision des zukünftigen Service public, die mit starken **Einsparungen bei der SRG** verbunden ist und welche von der Grundidee ausgeht, dass die SRG nur noch Leistungen anbieten solle, welche von privaten Medien nicht erbracht werden können. Zeitgleich gab die SRG bekannt, dass ihr Budget im kommenden Jahr um CHF 40 Mio. tiefer ausfalle. Dies war hauptsächlich auf das im Mai gefällte Bundesgerichtsurteil zurückzuführen, wonach die Empfangsgebühren nicht der Mehrwertsteuer unterliegen dürfen, sowie in einem geringeren Umfang ebenfalls auf den im Rahmen der Beratungen zum RTVG gefällten Entscheid zur leichten Erhöhung der Gebührenanteile für die lokalen Radio- und Fernsehstationen. Auch im aktuellen Jahr musste die SRG aufgrund abnehmender Werbeausgaben ihr Budget bereits um CHF 20 Mio. kürzen. Als Konsequenz sah sich die SRG zum Abbau von rund 250 Stellen gezwungen, wovon 102 Stellen beim SRF, 74 bei RTS und 49 bei RSI betroffen waren. Weitere 20 Stellen sollen bei der Generaldirektion gestrichen werden. Auch wenn die Abstriche hauptsächlich bei Verwaltung, Produktion und Informatik angedacht seien, komme es gezwungenermassen auch zu Abstrichen bei den Programmen. Nach Möglichkeit soll der Stellenabbau über natürliche Fluktuationen wie die Frühpensionierung oder den Verzicht auf die Neubesetzung vakanter Stellen erfolgen. Bevor die SRG ihren definitiven Entscheid fällte, hatten die Mitarbeitenden einen Monat Zeit, um über eine Hotline der SRG alternative Sparvarianten einzureichen, so etwa stärkere Abstriche bei den Programmen, tiefere Spesen oder eine Reduktion des Beschäftigungsgrads. Bei der Gewerkschaft Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) gab man sich enttäuscht, dass die SRG trotz 400 deponierter Alternativvorschläge auf ihrem Entscheid beharre. Die SRG rechtfertigte ihren Beschluss damit, dass laufende Verträge die Umsetzung gewisser Vorschläge nicht möglich machten, einzelne Vorschläge mit einem grossen Umsetzungsaufwand verbunden wären oder gar Mehrkosten nach sich gezogen hätten. Ende Oktober 2015 ging die SRG auch auf die stets lauter gewordenen Forderungen nach Kostentransparenz ein und wies den finanziellen Aufwand für ihre deutschsprachigen Sendungen aus.<sup>10</sup>

Die eidgenössische Medienkommission hatte die SRG in ihrem im Dezember 2015 veröffentlichten EMEK-Bericht zu den Service-public-Medien bereits dazu angehalten, vermehrt Kooperationen mit privaten Medienanbietern einzugehen. In einem Schreiben unterbreitete SRG-Direktor Roger de Weck den Verlegern kurz darauf **11 Kooperationsvorschläge der SRG**. Diese umfassten Vorschläge zur technologischen und journalistischen Zusammenarbeit. So etwa könnten Produktionen der SRG in gewissen Fällen von Privaten weiter verwertet werden. Gegen ein „sehr erschwingliches Entgelt“ könnten Privatradios, die sich auf die Regionalberichterstattung konzentrieren, täglich zwei Dutzend Nachrichtenbulletins der SRG in voller Länge und zeitgleich ausstrahlen. Ferner bestünde die Möglichkeit, dass Verlage aktuelle SRG-Videos in ihre Webseiten einbetten könnten. Im Gegenzug hätte die SRG Anrecht auf die durch das Video generierten Werbeeinnahmen. Zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Programmen der privaten Medien könnten zum einen ausgewählte Inhalte via Web-Player der SRG verbreitet werden und zum anderen auf SRG-Fernsehsendern im Rahmen von sogenannten Public Private Partnerships überregionale Beiträge von konzessionierten regionalen Fernsehsendern ausgestrahlt werden – ähnlich wie dies auf SRF bereits mit PresseTV geschieht, woran die NZZ, die Basler Zeitung, die Handelszeitung und Bilanz beteiligt sind. Weitere Vorschläge betrafen die Erleichterung zum Erwerb von Sportrechten und den Zugang zu SRG-Fortbildungsprogrammen für Journalistinnen und Journalisten, die Schaffung oder Weiterentwicklung von gemeinsamen Kanälen, namentlich in Form von Apps oder eines gemeinsamen Youtube-Kanals, und die technologische Zusammenarbeit via SwissTXT, das zur Verfügung stellen von HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) oder die erleichterte Umstellung auf DAB+. Darüber hinaus betonte der SRG-Direktor, dass die sich mit Swisscom und Ringier in Entwicklung befindende Werbepattform allen Interessierten diskriminierungsfrei offen stehe und reagierte damit auf die ablehnende Haltung der privaten Medien gegenüber dem geplanten Joint Venture.

Beim Verband Schweizer Medien (VSM) führte das Angebot hingegen nicht zur erhofften Reaktion. Dies unter anderem, weil es ohne vorgängige Abstimmung mit dem VSM und nur wenige Tage vor dessen Dreikönigstagung ins Haus flatterte und sogleich auch der NZZ zugespielt wurde, wo de Weck für seine Ausführungen beinahe eine ganze Seite eingeräumt wurde. Dies bot VSM-Präsident Hanspeter Lebrument Grund, an der Aufrichtigkeit des Angebots zu zweifeln, was er in der Sonntagszeitung (auf einer guten halben Seite) denn auch tat. Kritisch beurteilte er auch die Inhalte der Kooperationsmodelle. Die vorgeschlagenen Massnahmen würden die Abhängigkeit der privaten Medien von der SRG nur zusätzlich erhöhen. Ob Erstere tatsächlich von solchen Kooperationen profitieren würden, sei dahingestellt. Die SRG wirke gegen aussen wie „ein Fürstenhaus, das den privaten Medien einige Brotsamen zuwirft.“ Der stärkste Groll, den der Verband gegen die SRG hegte, bezog sich indes auf die von der Radio- und Fernsehgesellschaft zusammen mit Ringier und Swisscom gegründete Werbeallianz Admeira, die nicht Teil der Kooperationsvorschläge war und von de Weck in seinem Schreiben nur am Rande thematisiert wurde. Am 22. Januar forderte der VSM in einem Brief an das BAKOM denn auch, die Werbemöglichkeiten der SRG zu beschränken, und koppelte die Bereitschaft zur Diskussion von Kooperationsmöglichkeiten an den Marschhalt der Werbeallianz bis zum Ende dieser Gespräche. In einem Schreiben an den SRG-Direktor listete der Verband wenig später seinerseits einige Kooperationsvorschläge auf. Diese umfassten unter anderem die Bereitstellung audiovisueller SRG-Angebote für die Webseiten privater Medienanbieter. Im Unterschied zum Kooperationsangebot der SRG, das die Beteiligung der Gesellschaft an den mit den Videos generierten Werbeeinnahmen bedingen würde, verlangten die Verleger die kostenlose Zurverfügungstellung dieser Inhalte und dies aus zwei Gründen: Erstens seien die SRG-Inhalte durch öffentliche Mittel finanziert und zweitens sei es der SRG untersagt, Online-Werbung zu betreiben. Der Vorschlag der SRG umgehe dieses Verbot.

Ende April publizierte der Verlegerverband eine von ihm bereits im Sommer 2015 in Auftrag gegebene explorative Studie, die sich auf 36 Leitfadeninterviews mit Schweizer Branchenvertretern und Medienexpertinnen sowie 20 Befragungen ausländischer Expertinnen und Experten stützt. SRG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern war die Teilnahme an der Studie im Hinblick auf die umstrittene Werbeallianz untersagt worden. Die Studie ergab, dass das Interesse Privater an Zusammenarbeitsformen mit der SRG, so etwa im Rahmen von Public Private Partnerships, grösser ist als erwartet. Das Zustandekommen von Kooperationen werde jedoch stark von der tatsächlichen Ausgestaltung abhängen und verlange diesbezüglich von beiden Parteien einen „Change of Mindset“, so die Autoren der Università della Svizzera italiana. Nicht zuletzt bezeichneten sie es als „Geburtsfehler“, dass die Beteiligung der SRG an der Studie



sowohl in finanzieller als auch personeller Hinsicht ausgeblieben war. Dies basiere zum einen darauf, dass die SRG nur wenige Tage nachdem der VSM die Studie zum Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten in Auftrag gegeben habe, die Werbeallianz ausgerufen hatte. Zum anderen habe de Weck der Studie im September 2015 eine Absage erteilt. Im Zusammenhang mit der Bekanntmachung der VSM-Studie erinnerte somit Vieles an die Situation bei der Präsentation der SRG-Kooperationsvorschläge, nur dass die Spiesse dieses Mal umgedreht wurden. Nun war es der Verlegerverband, dem zur Präsentation seiner Auftragsstudie beinahe eine ganze Seite in der NZZ eingestanden wurde (resp. der Studienautorin und dem Studienautor) und nun kritisierte die SRG den Alleingang des VSM. Dieser habe die Studie eigenmächtig in Angriff genommen. Man sei vor vollendete Tatsachen gestellt und erst hinterher zur Teilnahme und Mitfinanzierung aufgefordert worden. Eine Beteiligung an einer weiteren Studie, die von beiden Seiten gemeinsam geplant würde, könne man sich aber vorstellen.<sup>11</sup>

---

1) AZ, TA, 23.11.18

2) LT, NZZ, TG, 22.9.18; NZZ, 19.12.18

3) NZZ Online, 8.3.19; SoZ, 17.2.19; TA, 18.2.19

4) Blick, 11.5.20; NZZ, 12.5.20

5) NZZ, 9.3.19

6) Medienmitteilung Post vom 14. Mai 2020; AZ, LT, NZZ, TA, 15.5.20

7) Presse vom 16.4., 13.8. und 12.11.03.; Zur 1. Lesung in der KVF vgl. Presse vom 3.7. und 5.7.03.

8) Medienmitteilung BAKOM vom 14.9. und 20.12.12; Presse vom 15.9.12.

9) Medienmitteilung BAKOM vom 1.5.13; LT, 29.1.13; NZZ und SGT, 2.5. und 3.5.13

10) Lib, NZZ, TA, 8.9.15; AZ, Lib, NZZ, TA, 7.10.15; NZZ, SGT, TA, 22.10.15; BaZ, NZZ, 18.11.15; NZZ, 20.11.15

11) Russ-Mohl und Grubenmann (2016). Zusammenarbeit statt Konkurrenz; NZZ, 9.1.16; SoZ, 10.1.16; AZ, NZZ, 12.1.16; TA, 13.1.16; NZZ, 22.1., 27.2., 23.4.16