

**Titre et préambule, art. 1, 2***Proposition de la commission*

Adhérer au projet du Conseil fédéral

*Adopté*

**Präsident** (Bischofberger Ivo, Präsident): Da Eintreten obligatorisch ist, findet gemäss Artikel 74 Absatz 3 des Parlamentsgesetzes keine Gesamtabstimmung statt.

16.3628

**Motion KVF-NR.****Keine Online-Werbung für die SRG****Motion CTT-CN.****SSR. Maintien de l'interdiction de diffuser de la publicité en ligne**

Nationalrat/Conseil national 14.12.16

Ständerat/Conseil des Etats 08.03.17

**Präsident** (Bischofberger Ivo, Präsident): Es liegt ein schriftlicher Bericht der Kommission vor. Die Kommission beantragt mit 7 zu 3 Stimmen bei 3 Enthaltungen, die Motion abzulehnen.

**Français** Olivier (RL, VD), pour la commission: La motion traite de la même thématique que l'initiative populaire dont nous venons de débattre.

Réunie le 20 février 2017, la Commission des transports et des télécommunications de notre conseil a procédé à l'examen préalable de la présente motion, qui charge le Conseil fédéral de maintenir, après 2018, l'interdiction faite à la SSR de diffuser de la publicité en ligne. Cette motion déposée par notre commission soeur, le 29 août 2016, a été adoptée par le Conseil national le 14 décembre 2016.

Dans son avis, le Conseil fédéral rappelle sa volonté de maintenir en l'état l'interdiction de la publicité en ligne. Il ajoute qu'il restera toutefois attentif à l'évolution des recettes publicitaires et aux recettes totales de la SSR. Il propose d'accepter la motion.

La commission relève que l'interdiction de diffuser de la publicité en ligne est déjà inscrite dans le cadre de la concession de la SSR. Elle prend note qu'il n'y a pas de volonté de la part du Conseil fédéral de changer les règles actuelles. Elle estime que le Conseil fédéral pourrait renouveler cette interdiction lors de la modification de la concession, qui devrait avoir lieu en 2019.

La commission rappelle que des changements législatifs dans le monde des médias sont prévus par le Conseil fédéral, quelle que soit la décision que le peuple prendra sur l'initiative "No Billag". Dans l'éventualité où cette initiative serait acceptée par le peuple, la question de la concession de la SSR devrait être réexaminée ainsi que celle de la diffusion de la publicité en ligne. La motion n'aurait ainsi plus de raison d'être.

Dès lors, il est prématuré, aux yeux de la commission, que le Parlement exprime sa volonté par voie de motion sur une décision qui doit être prise en 2019 et compte tenu des dispositions législatives prévues par rapport au monde des médias, et de la SSR en particulier, et du traitement de l'initiative "No Billag".

C'est pourquoi la commission propose, par 7 voix contre 3 et 3 abstentions, de rejeter la motion.

**Lombardi** Filippo (C, TI): Il relatore di commissione ha ragione, continuiamo con l'argomento che abbiamo discusso

finora. Ma questa mozione si occupa di un tema specifico, sul quale due parole devono essere spese.

Ich kann durchaus die Meinung der Kommission teilen, dass die Motion nicht zwingend nötig ist. Ich teile auch die Auffassung, gemäss welcher diese Diskussion in einer späteren Phase stattzufinden hat, nachdem die No-Billag-Initiative zur Abstimmung gelangt und das neue Mediengesetz vorgelegt worden ist.

Aber es ist halt so – ich bin auch Präsident von Kommunikation Schweiz, dem Dachverband der kommerziellen Kommunikation. Was wollen die Werber? Sie wollen werben, sie wollen keine Werbeverbote. Es stört sie natürlich, wenn sie nicht die Möglichkeit haben, im Online-Angebot der SRG Werbung zu platzieren.

Im Parlament aber haben wir eine andere Aufgabe wahrzunehmen, nämlich eine medienpolitische Aufgabe. Das ist unsere Verantwortung in diesem Bereich. In dem Sinne bin ich mit dem Bundesrat schon einverstanden, wenn er sagt, es sei nun nicht die Zeit, diesen Bereich zu liberalisieren, sondern wir müssten uns erst die Folgen gut überlegen. Nur befinden wir uns natürlich in einer rasanten Entwicklung, was die Digitalisierung und alle Online-Bereiche betrifft. Es kann sich die Frage stellen, ob wir zwei, drei Jahre warten können, bevor wir eine bessere Lösung finden als die heutige. Wie ich vorhin gesagt habe, rechtfertigt sich die heutige Lösung aus folgendem Grund: Solange die SRG und Privatanbieter keinen konstruktiven Dialog aufgebaut und keine gemeinsamen Lösungen gefunden haben, handelt es sich irgendwie um einen Schutz der privaten Medien. Das ist ein protektionistischer Schutz, wie jeder Schutz. Das ist nicht unbedingt zukunftsgerichtet.

Die Einladung an den Bundesrat soll also einmal mehr sein: Behalten wir diese Linie, solange wir nichts Besseres gefunden haben. Die Einladung an die Akteure und insbesondere an die SRG soll aber lauten: Erarbeiten Sie mit den Verlegern zusammen ein Schweizer Modell, um in der Online-Werbung vernünftig einen Werbeplatz Schweiz und nicht nur einige Akteure und Player zu schützen, jeder für sich und gegen die anderen.

Wir müssen, glaube ich, idealerweise etwas wie Google Schweiz oder Amazon Schweiz oder etwas Ähnliches, jedenfalls eine Plattform anbieten, bei der alle Schweizer Akteure am gleichen Strick ziehen können, damit dem Werbemarkt eine zusätzliche Möglichkeit geboten werden kann, sich in der Schweiz zu behaupten. Ansonsten werden wir ohne Wenn und Aber von ausländischen Anbietern überflutet. Solche Überlegungen sind also weiterzuführen.

**Grabner** Konrad (C, LU): Wir haben uns diesen Entscheid in der Kommission, wie der Berichterstatter das ausgeführt hat, nicht leicht gemacht und haben uns überlegt, was die Motion eigentlich will. Da muss man sich am Text orientieren. Im Text steht: "Der Bundesrat wird beauftragt, Online-Werbung für die SRG auch nach 2018 nicht zuzulassen."

Da gab es zwei Vorschläge: einerseits diesen Motionstext und andererseits auch den Vorschlag einer Änderung des Motionstextes, mit der man den Bundesrat beauftragen wollte, Online-Werbung für die SRG zuzulassen. Das wäre dann in eine Modifikation des Motionstextes eingeflossen – vorausgesetzt, die Einnahmen würden zum Beispiel für die Reduktion der Empfangsgebühren, für Angebote zugunsten privater Medien im Bereich der neuen Medien, insbesondere zur Erreichbarkeit des jungen Publikums, für Angebote in der Medienausbildung und so weiter verwendet. Der Bundesrat erlässt die Ausführungsbestimmungen in der Verordnung. Dieser Modifikationsantrag wurde dann in der Kommission mit Stichtenscheid des Präsidenten abgelehnt. Der Präsident hat ausgeführt, dass wir uns anschliessend gegen die Motion ausgesprochen haben.

Wir haben auch in der Kommission gefragt: Was geschieht, wenn diese Motion angenommen wird? Kommt dann der Bundesrat mit einer Gesetzesvorlage? Was unternimmt er? Der Vertreter der Verwaltung, der anwesend war, hat ausgeführt, dass nichts geschehen würde. Es geschieht also nichts. Da haben wir gefragt, weshalb wir dann eine Motion annehmen sollten, wenn nichts geschehe. Das war die Aus-

sage in der Kommission, und ich bitte Sie, sich nochmals am Text zu orientieren.

Ich glaube, man muss den Blick in die Zukunft werfen. Es ist ja interessant, dass ausgerechnet diejenigen, die die Initiative unterstützt haben, welche wir vorhin ohne Abstimmung zur Ablehnung empfohlen haben, hier für eine einengende Praxis werben. Sie wollen keine zusätzliche Werbung. Die Initiative verlangt gerade das Umgekehrte: Die Initiative verlangt die Abschaffung der Gebühren, und logischerweise müsste dies ja dann durch mehr Werbung ersetzt werden. Das ist ein grosser Widerspruch. Mir scheint schon, dass man hier jetzt nicht auf Vorrat regulieren sollte. Es ist eine typische Regulierungsmassnahme, wenn man dem Bundesrat einen Auftrag gibt, hier ein zusätzliches Gesetz oder was auch immer zu verabschieden.

Normalerweise könnte man das im Konzessionsvertrag oder dann im Mediengesetz regeln. Aber hier zum Voraus zu legitimieren, in welche Richtung es gehen müsse, scheint mir absolut falsch zu sein. Persönlich bin ich hinsichtlich neuer Einnahmequellen für die SRG absolut offen, wenn dann die Mehreinnahmen, die irgendwo plafoniert wären, eben auch für einen qualitativ hochstehenden Medienplatz eingesetzt werden. Solche Überlegungen werden wir noch anstellen müssen.

Überlegen Sie sich, was in einer späteren Phase geschieht, wenn Sie diese Motion annehmen! Die Medienlandschaft entwickelt sich. Sie mögen hier vielleicht ein Tor öffnen, damit Sie anderswo auch eine Finanzierungsquelle für die Entwicklung der Medien oder für die Ausbildung der Medienschaffenden usw. haben. Die junge Generation, der Aspekt der Jugend – das ist sehr wichtig, das braucht zusätzliche Investitionen. Mit der Motion blockieren Sie eine solche Entwicklung, und das wahrscheinlich noch mit einer Gesetzesvorlage. Ich kann mir nicht vorstellen, dass wir eine Motion annehmen, ohne dass damit hier eine Botschaft platziert würde.

Wenn wir das dann nicht wollen, wenn wir sehen, dass man mit dieser Online-Werbung etwas abdecken kann, das wir sogar wünschen, dann müssen wir uns von einem Beschluss, den wir heute treffen, wieder verabschieden. Das kann ja nicht der Stil des Ständerates sein! Wir können nicht einen Auftrag erteilen, zu dem uns die Verwaltung sagt: Wir tun nichts, wenn diese Motion angenommen wird. Gleichzeitig haben wir die Erwartung, dass der Bundesrat etwas unternimmt, wahrscheinlich eine Gesetzesänderung bringt oder eine Verankerung im Mediengesetz, was eine sehr starke Regulierung wäre, die es überhaupt nicht braucht. Ich bitte Sie, diese Motion abzulehnen.

**Germann Hannes (V, SH):** Ich wundere mich jetzt etwas über die Haltung der Kommission. Natürlich ist es nicht ganz einfach, hier zu entscheiden. Aber die Vorgabe ist ja klar: Bei der SRG soll auch nach 2018 keine Online-Werbung erlaubt sein. Gerade mit diesem Verbot der Online-Werbung sind in der Vergangenheit umgekehrt, Herr Graber, natürlich auch die Gebühren gerechtfertigt worden. Da teile ich Ihre Einschätzung. Ob es nun richtig ist oder nicht, ist die eine Frage. Hier sorgen Sie aber natürlich schon für ungleich lange Spiesse der Anbieter, und Sie müssen daran denken, dass es in der Schweiz auch noch Privatwirtschaft gibt, auch im Medienbereich. Dort hätten einige dann wirklich kürzere Spiesse, wenn man der SRG diese Werbung auch noch freigeben würde, wie Sie es ausgeführt haben, Herr Graber.

In diesem Sinne begrüsse ich eigentlich die Haltung des Bundesrates, der ja die Annahme der Motion empfiehlt. Wenn die Frau Bundesrätin daran festhält, werde ich diesem Antrag auch zustimmen. Ich bitte Sie, das auch zu tun. Das Resultat in der Kommission war 7 zu 3 Stimmen bei 3 Enthaltungen. Das heisst, es besteht fast eine Pattsituation. Immerhin handelt es sich hier um eine Motion der Schwesterkommission, der KVF-NR. Es ist also nicht ein Einzelvorstoss, der da mal zufällig durchgeschlüpft ist.

Ich bitte Sie schon zu bedenken, was Sie hier tun: Das muss ja Konsequenzen haben. Wenn dieses Verbot fällt, dann müssen eben auch die Gebühren runtergehen. Herr Graber, Sie haben zu Recht gesagt, die SRG-Gebühren seien, wie es bei der Abstimmung zur Revision des RTVG verspro-

chen worden ist, gesunken – ja, natürlich, weil die Basis der Zahlenden verbreitert worden ist. Man zahlt jetzt auch noch in allen Geschäften Gebühren. Das ist ein anderes System, das hat das Volk so angenommen, das ist nicht zu hinterfragen. Aber ich wäre eigentlich froh, wenn Sie Ausführungen dazu machen könnten, Frau Bundesrätin, was da ab 2019 mit der vorgesehenen Konzessionsänderung beabsichtigt ist. Die SRG muss doch auch wissen, ob ihr ab 2019 Online-Werbung erlaubt ist oder weiterhin nicht. Ich meine, das wäre hier zu klären. Das wäre auch ein verantwortungsvolles Verhalten des Ständerates. Wir würden dann sagen, dass wir das auch so sehen, oder wir würden sagen, dass wir es nicht so sehen. Sie sind ja frei, wie Sie hier drin entscheiden. In diesem Sinne hätte ich es gar nicht so schlecht gefunden, Herr Graber, wenn dieser Entscheid hätte gefällt werden können.

Ich glaube nicht, dass deswegen eine Gesetzesvorlage kommen muss, damit wird aber Klarheit geschaffen. Ob nun die Motion der richtige Weg ist oder nicht, darüber kann man sich mit Fug und Recht streiten.

Ich bin gespannt auf die Antwort des Bundesrates und werde mir je nachdem vorbehalten, diese Motion der KVF-NR respektive des Nationalrates anzunehmen.

**Noser Ruedi (RL, ZH):** Ich bitte Sie, die Motion zusammen mit der Kommission abzulehnen. "Online" ist ein Begriff aus den Neunzigerjahren, als man noch unterscheiden konnte, ob etwas Online-Anschluss hatte und dazu eingesteckt war oder nicht. Heute ist alles online, und so eine Dummheit wie das Anliegen der Motion kann man gar nicht unterstützen.

Ich habe mich aber nicht deswegen zu Wort gemeldet, sondern weil mich Herr Lombardi herausgefordert hat. Ich bin der Erste, der der Ansicht ist, wir bräuchten eine digitale Initiative in diesem Land – der Erste, und ich hoffe, die Bundesrätin teilt meine Meinung. Aber bitte machen Sie dann die Hausaufgaben! Sie können hier drin nicht alles, was die Digitalität verändert, zuerst bekämpfen. Wir hatten hier über die Vermarktungsfirma Admeira diskutiert; das ist das, was Sie wollen, nämlich eine elektronische Konkurrenz zu Google und Facebook. Das haben gewisse Initianten gemacht. Man kann natürlich sagen, das seien die falschen Initianten – über solche Dinge kann man reden –, aber bitte entmutigen Sie sie nicht! Ermutigen wir sie vielmehr, dass sie das machen. Bitte ermutigen wir dazu, dass die SBB die Verkehrsdaten auswerten und daraus das nächste Google bauen können. Bitte ermutigen wir die SBB, das zu tun, und warten wir nicht, bis Google und Facebook es machen.

Bitte denken Sie daran: Wir haben hier letzte Woche beschlossen, dass wir mit Booking.com wieder einen internationalen Anbieter einschränken; wir bekämpfen Uber. Denken Sie nur einmal daran: Uber und Booking können sich diesen Kampf leisten. Aber kleine Start-ups, die in der Schweiz gegründet werden, die werden bei solchen Kämpfen einfach an die Wand gespielt. Wenn wir wollen, dass das in diesem Land passiert, dann ermutigen wir sie! Bitte machen Sie es nicht so, dass Sie jede Initiative töten, damit wir sie dann, wenn sie tot ist, wieder fördern können. Ermutigen wir diesen Wandel, um hier vorwärtzumachen, dann wird es auch passieren. Hier sind wir verpflichtet: Lassen wir es zu, dann müssen wir es nicht fördern. Geben wir nicht bei jeder Veränderung, mit der die Verlierer hierherkommen, den Verlierern Recht! Dies nicht zu tun wäre unsere Aufgabe – und dann wird das passieren, was Sie sich wünschen, Herr Lombardi.

**Janiak Claude (S, BL):** Herr Germann hat mich jetzt doch noch auch herausgefordert, in zweierlei Hinsicht. Einerseits geht es darum, aus welcher Küche diese Motion kommt. So objektiv ist es jetzt auch wieder nicht, wie er das geschildert hat. Es ist klar, und Herr Graber hat zu Recht darauf hingewiesen, dass man nicht auf der einen Seite mit dieser No-Billag-Initiative, die wir vorhin behandelt haben, kommen und gleichzeitig denjenigen, die dann auf die Werbung angewiesen wären, diese Werbung verbieten kann.

Aber das Zweite hat mich eigentlich noch mehr erstaunt. Sie haben gesagt, Herr Germann, dass wir keine Gesetzesänderung brauchen. Ja, wofür machen wir dann Motionen? Wenn

wir eine Motion annehmen, verlangen wir eine Änderung der Gesetzgebung. Sonst lassen wir es bitte bleiben. Nur um ein Signal auszusenden, ist eine Motion sicher das falsche Mittel.

**Français** Olivier (RL, VD), pour la commission: Je souhaite d'abord présenter mes excuses à Monsieur Graber, il est vrai que je n'ai pas refait tout l'historique de la discussion de cette motion en commission ni évoqué la question de savoir si on pouvait la faire évoluer. Il est vrai que j'ai plutôt parlé en tant que président parce que, si je suis la stratégie du Conseil fédéral, puisqu'il en est en question, il faut qu'on traite de l'initiative "No Billag" et qu'on trouve ensuite des solutions tous ensemble, s'il y en a. D'ailleurs, la proposition que Monsieur Comte défendra dans le débat va dans ce sens, et je trouve que c'est une bonne solution.

Notre conseil est une chambre de réflexion, une chambre de propositions. Les motions, il faut le rappeler, sont contraignantes pour le Conseil fédéral et cela peut avoir des conséquences. Plusieurs d'entre nous ont siégé dans un exécutif et connaissent la conséquence que peut avoir une motion, dans son application du moins, ils savent que cela peut être contraignant.

Nous regrettons que le Conseil fédéral ait recommandé l'acceptation de la motion et soit prêt à prendre en considération les conséquences. Le Conseil fédéral pourra décider lors de la modification de la concession de la SSR – qui devrait avoir lieu en 2019 – si, entre autres, il autorise ou n'autorise pas la diffusion de la publicité en ligne. A la fin 2018, tout cela va changer! Si le Conseil fédéral fait une proposition qui ne nous convient pas, nous avons tout loisir, dans cette chambre, de dire tout le mal que nous en pensons, puisque de toute façon il faut un certain temps pour que la concession soit modifiée. Je vois mal le Conseil fédéral dire le contraire de ce qu'il a dit il n'y a pas si longtemps dans le rapport sur le service public, à savoir qu'il voulait prolonger l'interdiction de la publicité en ligne si on est toujours dans la situation actuelle, c'est-à-dire que la SSR existe toujours, même si c'est avec d'autres moyens.

Aujourd'hui, il n'y a pas besoin de s'énervier. Cette motion est très sympathique, elle a été déposée par la commission du Conseil national, et on connaît la pression qu'elle exerce, Monsieur Comte l'a dit très clairement et je partage ses propos à 200 pour cent. Elle est durement orientée par certains, j'en prends acte, mais nous sommes là aussi pour assumer nos responsabilités, et pour dire au Conseil fédéral qu'il a pris une mauvaise voie en recommandant au Conseil national d'adopter la motion; il l'a peut-être aussi fait pour se montrer gentil, par stratégie. Au sein de notre commission, à une très forte majorité, nous maintenons que c'est une mauvaise stratégie et sommes d'avis qu'il faudra discuter de cela plus tard, quand le terrain sera un peu déblayé.

Je vous remercie de suivre la commission et de rejeter cette motion.

**Leuthard** Doris, Bundespräsidentin: Die Überlegungen der Kommission sind ja vor allem formaler Natur, und denen kann ich natürlich zustimmen, wie das Bakom in der Kommission zu Recht gesagt hat. Auch wenn Sie diese Motion annehmen, passiert nichts: Wir haben seit 2012 in der Konzession ein Online-Werbeverbot – nicht im Gesetz, sondern in der Konzession. Wir haben immer gesagt: Wir haben im Moment gar keine Intention, das zu ändern. So hat sich der Bundesrat auch in der Stellungnahme positioniert. Wenn Sie erwarten würden, dass wir jetzt mit einem Gesetz kämen, so wäre das falsch. Dann müssten Sie die Motion ablehnen, weil es wirklich widersinnig wäre, so etwas im Gesetz festzuschreiben; da hat Herr Noser Recht. Aber nochmals: Es ist ja ein jahrelanger Kampf, und ich verstehe, dass die Verleger grossen Wert auf das Online-Verbot legen, weil die SRG mit der Gebührenfinanzierung ein Privileg hat, das seinen Ausgleich bei Werberestriktionen findet. Die sind aber zeitlicher Natur, inhaltlicher Natur und gelten auch im Internet. An dem rütteln wir nicht, das haben wir immer gesagt. Man kann das glauben oder nicht. Aber ich betone es hier zum hundertsten Mal: Das gilt seit der Konzession von 2012, und wir haben nicht vor, das in der neuen Konzession zu ändern.

Aber die Welt wird sich schon verändern. Sie konsumieren heute sehr viele TV-Programme über Ihr Smartphone, und diese Konvergenz wird weitergehen. Im Moment gehen die Werbeeinnahmen vom Print- in den Online-Bereich, ins Internet – das ist so. Deshalb leidet der Printbereich so massiv. Davon sprechen die Verleger dann nicht so gerne. Die TV-Werbeinnahmen liegen heute noch bei rund 770 Millionen Franken total; davon hat die SRG etwa 360 Millionen. Online- und Internetwerbung erzielen einen Umsatz von über 1 Milliarde Franken. Dieser Umsatz ist vollständig in der Privatwirtschaft, das ist auch okay so. Aber die Bewegung geht immer mehr dorthin. Wenn wir jetzt sehen würden, dass die Werbeeinnahmen noch mehr einbrechen würden, dann müssten wir das schon anschauen; sonst müssten wir die Gebühren wieder erhöhen.

Deshalb stellt sich die Frage der Online-Werbung dann schon einmal, aber nicht jetzt, nicht mit der Konzession. Vielmehr werden Sie die Diskussion der Situation der Werbung und des Links zu den Gebühren selbstverständlich beim Mediengesetz dann wieder aufnehmen. Insofern kann ich auch dem Antrag der Kommission zustimmen. Denn für mich besteht null Handlungsbedarf. Wir werden nichts anderes tun, als einfach die Konzession so fortzuschreiben, wie wir das seit 2012 getan haben. Da besteht grosse Übereinstimmung, auch mit den Privaten.

**Präsident** (Bischofberger Ivo, Präsident): Ich stelle fest, dass sich der Bundesrat dem Antrag der Kommission anschliesst.

*Abgelehnt – Rejeté*

16.080

## Regionaler Personenverkehr 2018–2021. Verpflichtungskredit

### Transport régional de voyageurs 2018–2021. Crédit d'engagement

*Erstrat – Premier Conseil*

Ständerat/Conseil des Etats 08.03.17 (Erstrat – Premier Conseil)

**Präsident** (Bischofberger Ivo, Präsident): Wir führen eine gemeinsame Eintretensdebatte zu den Vorlagen 1 und 2 durch.

**Français** Olivier (RL, VD), pour la commission: Nous changeons de sujet pour aborder le thème du transport régional de voyageurs 2018 à 2021 et du crédit d'engagement prévu à cet effet, qui fait l'objet du message du 23 novembre 2016 concernant l'instauration d'un crédit d'engagement destiné à l'indemnisation des prestations de transport régional de voyageurs pour les années 2018 à 2021. Le Conseil fédéral nous présente un projet de modification des articles 30a et 66 de la loi du 20 mars 2009 sur le transport de voyageurs (projet 1). Le projet prévoit la transformation du plafond de dépenses en un crédit d'engagement valable pour une durée de quatre ans. Sous réserve de notre décision, le Conseil fédéral propose, dans l'arrêté fédéral portant allocation d'un crédit d'engagement destiné à l'indemnisation des prestations de transport régional de voyageurs pour les années 2018 à 2021 (projet 2), un crédit d'engagement de 3,959 milliards de francs pour les années 2018 à 2021.

Il est important de rappeler que ce projet présente pour la première fois la mise en œuvre de la modification du 1er juillet 2013 de la loi sur le transport de voyageurs. La modification est issue de l'adoption du projet "Financement et aménagement de l'infrastructure ferroviaire (FAIF)" par