



18.3115 Motion

Erster Schritt zur Reduktion der Werbung bei der SRG

Eingereicht von: Grüne Fraktion
Sprecher/in: Rytz Regula
Grüne Fraktion
Grüne Partei der Schweiz
Einreichungsdatum: 08.03.2018
Eingereicht im: Nationalrat
Stand der Beratung: Erledigt

Eingereichter Text

Der Bundesrat wird aufgefordert, im Rahmen der geplanten Erneuerung der SRG-Konzession einen ersten Schritt zum Abbau der Abhängigkeit von Werbung einzuleiten. Konkret sollen folgende Anpassungen umgesetzt werden:

1. Auf Unterbrecherwerbung soll verzichtet werden (Anpassung von Art. 18 und Art. 22 RTVV).
2. Auf Sponsoring am Radio soll generell verzichtet werden. Da man Radio in der Regel nicht zeitversetzt übers Internet hört, kann dem zunehmend an Werbung erinnernden Sponsoring in den SRG-Programmen kaum ausgewichen werden. Dies untergräbt den Service-public-Charakter der gebührenfinanzierten Radios.
3. Die Finanzierung der viersprachigen SRG-Programme im heutigen Rahmen soll mit einer ausreichenden Gebührenfinanzierung und neuen Einnahmemöglichkeiten (z. B. Revenue Sharing bei Shared Content) garantiert werden.

Begründung

Die schrittweise Reduktion von Werbung fördert die Unterscheidbarkeit von gebührenfinanziertem Service public und den privaten Angeboten ohne Leistungsauftrag. Sie liegt auch im Interesse des Publikums.

Gemäss Bundesamt für Statistik nahm die Zahl der Werbestunden der SRG-Fernsehsender zwischen 2000 und 2014 um 66,5 Prozent auf 2848 Stunden zu. Die zunehmende Kommerzialisierung der SRG ist weder sinnvoll noch nachhaltig.

Der Bericht "Auswirkungen von Werbebeschränkungen bei der SRG" des Bundesamtes für Kommunikation vom 22. Januar 2018 zeigt auf, dass bis 2023 ein leichtes Wachstum der TV-Werbung prognostiziert wird, danach "würden die Einnahmen der gesamten TV-Branche längerfristig in ähnlichem Ausmass sinken wie jene der Presse in den letzten Jahren". Diese Entwicklung verlangt nach einer klaren Strategie. Auf der einen Seite darf die Abhängigkeit der SRG-Programme von Werbung nicht weiter ansteigen. Auf der anderen Seite muss ein schrittweiser Abbau von Werbung gezielt eingeleitet und in die Finanzplanung der SRG eingebaut werden.

Eine Reduktion der Werbung in den gebührenfinanzierten Service-public-Medien kann allerdings nur verantwortet werden, wenn die heutige Gebührenfinanzierung insbesondere für die SRG ungeschmälert weitergeführt wird und neue Einnahmemöglichkeiten geprüft werden. Verzichtet die SRG zum Nutzen von Publikum und Privaten auf Werbung und Sponsoring, dann ist eine ausreichende Gebührenfinanzierung zwingend. Ansonsten kann der in der Bundesverfassung angelegte Leistungsauftrag nicht mehr umgesetzt werden.

Stellungnahme des Bundesrates vom 25.04.2018

Die Konzession SRG SSR vom 28. November 2007 (SRG-Konzession; BBI 2011 7969, 2012 9073, 2013 3291, 2016 59, 2016 4645) wird ebenso wie die Radio- und Fernsehverordnung (RTVV; SR 784.401), welche Werbe- und Sponsoring-Aspekte regelt, zurzeit revidiert. Parteien und interessierte Kreise haben Gelegenheit gehabt, sich im Rahmen öffentlicher Vernehmlassungen dazu zu äussern. Der Bundesrat wird voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte über beide Vorlagen entscheiden.

Bereits am 18. Oktober 2017 hat er den Betrag der neuen Abgabe für Haushalte und Unternehmen ab 2019 festgelegt und die Zuteilung an die SRG zur Finanzierung ihres viersprachigen Service-public-Auftrages auf 1,2 Milliarden Franken plafoniert. Er ist bei diesem Entscheid davon ausgegangen, dass die SRG ihre



Leistungen auch künftig aus kommerziellen Einnahmen mitfinanziert. Gleichzeitig hat der Bundesrat beschlossen, die Höhe der Radio- und Fernsehabgabe bereits im Jahr 2020 und danach alle zwei Jahre zu überprüfen mit dem Ziel, sie weiter zu senken.

Die Diskussionen rund um den Service-public-Bericht und auch zur No-Billag-Initiative haben die hohen Erwartungen an die SRG manifestiert. Demgegenüber wird das Unternehmen in den nächsten Jahren wegen der Plafonierung ihres Abgabanteils, den tendenziell rückläufigen Werbeeinnahmen und den erhöhten Anforderungen an den Service public einem beträchtlichen Spardruck ausgesetzt sein. Eine weitere Schmälerung der kommerziellen Finanzierungsmöglichkeiten könnte die Situation der SRG verschärfen und letztlich zu einem Leistungsabbau führen.

Sollten Werbemöglichkeiten in den Programmen der SRG in grösserer Umfang wegfallen, würde dies gemäss Experteneinschätzungen den TV-Werbemarkt in der Schweiz schwächen und zu einem Verlust von Wirtschaftspotenzial führen. Die Gelder würden grösstenteils in Medienprodukte fliessen, die keine journalistischen Leistungen für die Schweiz erbringen, namentlich in ausländische TV-Werbefenster oder Social Media wie Google, Facebook usw. (Bericht des Bakom an die KVF-NR vom 22. Januar 2018: "Auswirkungen von Werbebeschränkungen bei der SRG"; <https://www.parlament.ch/centers/documents/de/mm-kvf-n-2018-03-20-beilage-d.PDF>). Unter Umständen führen Werbeeinschränkungen für die Konsumenten auch zu höheren Preisen und einer erhöhten Werbemenge auf anderen Kanälen.

Angesichts der angespannten finanziellen Situation hat die SRG einen Effizienzsteigerungs- und Reinvestitionsplan von 100 Millionen Franken auf 2019 angekündigt. Dieser Plan beinhaltet auch einen freiwilligen Verzicht auf die Unterbrecherwerbung bei Spielfilmen. Es ist der SRG anheimgestellt, auf diese Einnahmequelle ganz oder teilweise zu verzichten und den erwarteten Ertragsausfall von rund 5 bis 10 Millionen Franken mit Sparmassnahmen zu kompensieren. Ein allgemeines Verbot der Unterbrecherwerbung würde zu einem jährlichen Ertragsausfall von 10 bis 15 Millionen Franken führen, ein Verbot des Radiosponsorings zu einem Ausfall von rund 6 Millionen Franken.

Der Bundesrat wird bei seinem Entscheid über die neue SRG-Konzession auch über Vorgaben zum Shared Content befinden. Der Entwurf für ein neues Bundesgesetz über elektronische Medien wird zudem eine mögliche Kommerzialisierung von Shared Content aufnehmen. Angesichts der ersten Erfahrungen dürften aber selbst bei optimistischen Annahmen Einnahmen aus dem Shared Content die Ertragsausfälle aus der Werbung mittel- und längerfristig nicht annähernd kompensieren können. Präjudizierende Entscheide sollen aber nicht jetzt gefällt, sondern im Rahmen der Erarbeitung des neuen Gesetzes diskutiert werden. In diesem Sinne werden die Anliegen der Motion zu gegebener Zeit geprüft. Sie sind im jetzigen Zeitpunkt aber abzulehnen.

Antrag des Bundesrates vom 25.04.2018

Der Bundesrat beantragt die Ablehnung der Motion.

Chronologie

19.06.2020 Abgeschrieben, weil nicht innert zwei Jahren abschliessend im Rat behandelt

Zuständigkeiten

Zuständige Behörde

Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK)

Weitere Informationen

Erstbehandelnder Rat

Nationalrat



Links

