



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössische Medienkommission EMEK
Commission fédérale des médias COFEM
Comissione federale dei media COFEM

Diskussionsbeitrag der EMEK zu den Service-public-Medien in der Schweiz

Eidgenössische Medienkommission (EMEK)
Prof. Dr. Otfried Jarren, Präsident EMEK

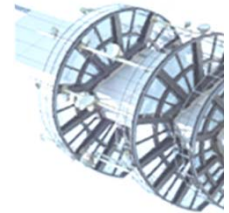
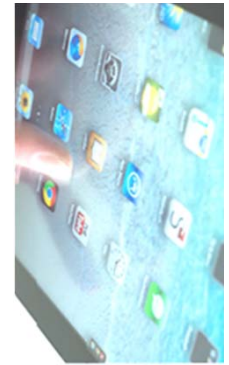
SRG Trägerschaft, 23. März 2016





Agenda: Service-public-Medien

- Auftrag, Arbeitsweise
- Ausgangslage
- Definition, rechtlicher Rahmen, Leitbild, Leistungsauftrag Service Public Medien
- Rahmenbedingungen Service-public-Medien
- Zwischenfazit: Problemanalyse Mediensektor
- Zwischenfazit: Herausforderungen Service public
- Ordnungspolitische Rundfunkmodelle
- Empfehlungen zur Governance der SRG
- Fazit und Anmerkungen zur aktuellen Debatte





Auftrag, Arbeitsweise

- Postulat Leutenegger: Definition des Service public
- Postulat der parl. Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen (KVF): Überprüfung Service-public-Leistungen der SRG unter Berücksichtigung der privaten Rundfunkanbieter

⇒ Auftrag an EMEK

- Anhörungen
- Interne Diskussionen
- Grundlagenarbeiten in Arbeitsgruppen
- Vergabe Forschungsaufträge

⇒ Diskussionspapier (Dez. 2015)

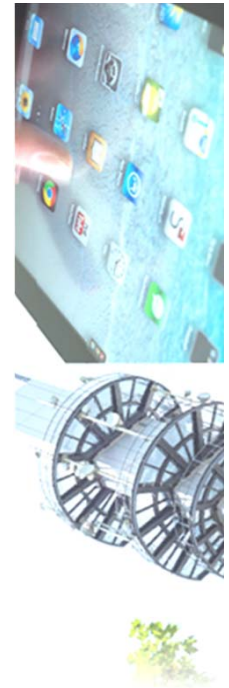


Anhörung Bern Käfigturm, Nov. 2014



Ausgangslage I

- **Marktprobleme** im Tagespressesektor: Verlags- wie Eigentümerkonzentration; Rückgang publizistischer Einheiten; keine Marktzutritte; Geschäftsmodell problematisch
- Öffentliche und privatwirtschaftlich organisierte Medien ergänzen sich:
 - Unterschiedliche publizistische Ziele
 - Unterschiedliche publizistische Ansprüche und Profile
 - Unterschiedliche strukturelle Abhängigkeiten
 - Publizistischer Wettbewerb als Ziel





Ausgangslage II

- Erhaltung und Stärkung eines unabhängigen, leistungsfähigen Journalismus
- Förderung publizistisch-journalistischer Innovationen (Stiftung)

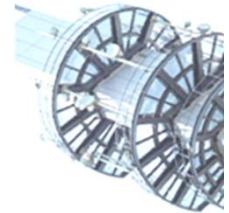
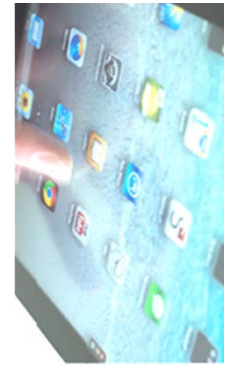


Definition und Leistungsauftrag Service-public-Medien

Öffentlich finanzierter Rundfunk:

- Staats- und gesellschaftspolitische Ziele
 - Information
 - Aufklärung
 - Bildung
 - Unterhaltung

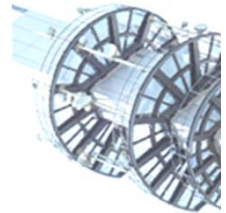
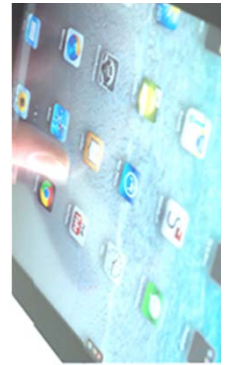
⇒ soziale Kohäsion, Integration
- Rechtliche Rahmenbedingungen:
 - BV Artikel 93, RTVG, RTVV
 - Konzessionen
 - Medienfreiheit: BV Artikel 17





Citizenship / Citoyenneté als Leitbild für Service-public-Medien

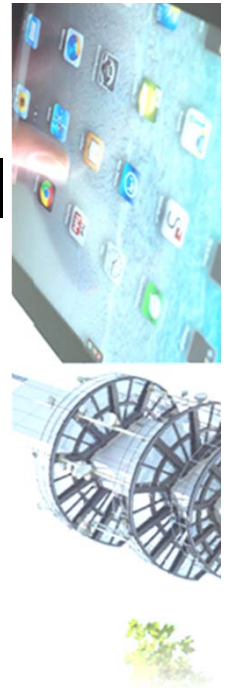
- Offene, pluralistische Konzeption von Gesellschaft
- Empathische Zugehörigkeit zur Gesellschaft
- Ermöglichung zur Teilhabe und Teilnahme am öffentlichen Leben
 - Political Citizenship
 - politische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse
 - Cultural Citizenship
 - kulturelle Innovation und kulturelles Erbe
 - Social Citizenship
 - Sozialisation, gesamtgesellschaftliche Orientierung





Rahmenbedingungen Service public I

- Technische Rahmenbedingungen
 - Neue Verbreitungswege: Internet, Social Media
 - Neue Rolle der Infrastrukturbetreiber
- Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen
 - Legitimationsgrundlagen, auch Institution (Verein/Trägerschaft; öffentlich-rechtliche Anstalt)
 - Ansatz Kommunikationspolitik
 - Konvergenzregulierung: Staatsunabhängige Regulierungsbehörde





Rahmenbedingungen Service public II

- Finanzierungsbedingungen der Medien
 - Mischfinanzierung: Gebühren, Werbung
 - Schweiz: kleiner Markt, vier Sprach- und Kulturräume
 - Herausforderungen durch neue (internationale) Plattformen
- Medienangebote, Mediennutzung:
 - SRG SSR als Marktleader, insb. Sektor Radio
 - TV: Konkurrenz aus dem Ausland, ins. «Private»
 - Zunehmende online und mobile (TV-)Nutzung

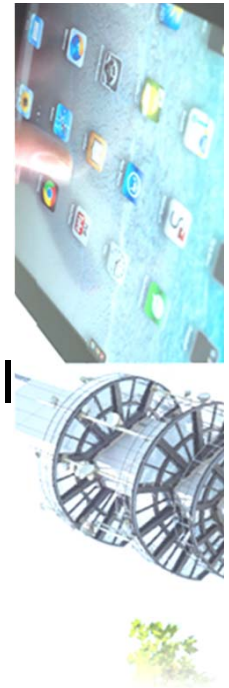




Zwischenfazit: Problemanalyse Mediensektor

Herausforderungen durch Gesellschafts- und Medienwandel

- Beschleunigter gesellschaftlicher Wandel (Differenzierung)
- Veränderung der nationalstaatlichen intermediären gesellschaftlichen Strukturen
- Digitalisierung
- Globalisierung auch im Kultur-/Kommunikationssektor
- Infragestellung der Geschäftsmodelle der traditionellen Massenmedien
- Relativer Bedeutungsverlust des traditionellen Journalismus
- Verändertes Nutzungs- und Bewertungsverhalten
- Neue Bewertungsmodelle (Media-Forschung; Währungen)

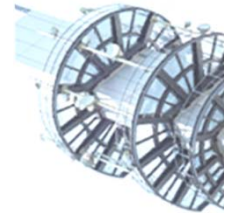
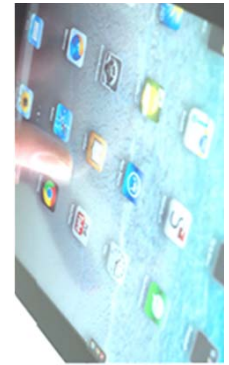




Zwischenfazit: Überlegungen zur Neugestaltung Mediensektor

Ordnungspolitischer Grundsatzentscheid

- Regulierung unter globalen Konvergenzbedingungen
- Entwicklung eines neuen Leitbildes
 - Medien- und Kommunikationssystem
- Unabhängige Regulierungsbehörde
- Gestaltungsziele:
 - Erhaltung und Stärkung unabhängiger publizistischer Organisationen und Anbieter
 - Erhaltung des publizistischen Wettbewerbs, auch durch Marktzutritte





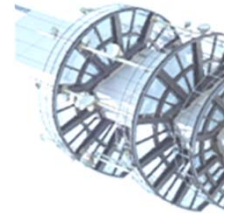
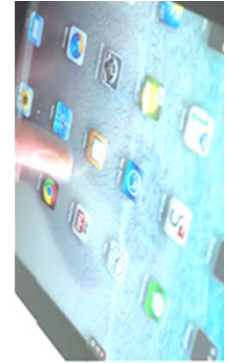
Zwischenfazit: Herausforderung für den Service Public

- Legitimationskritische Anfragen
 - Begründung für Monopolpositionen
 - Abgabe-Problematik
 - Rückgang bei der Nutzung
 - Folgen der anhaltenden Printmedienkrise
- Staatliche Verfahren
 - Festsetzung der Haushaltsabgaben
 - Konzessionserteilung
 - Personalentscheidungen u. a. m.: „politisierte“ Prozesse
- Trägerschaft als schwacher Miliz-Akteur
- Finanzierungsfragen innerhalb des Service public: Ausgleich



Diskussion: Ordnungspolitische Rundfunkmodelle I

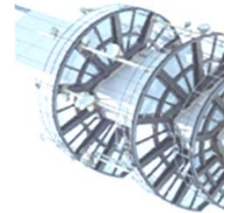
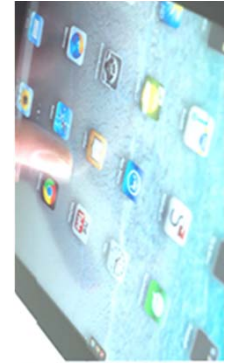
- **Reines duales Rundfunkmodell**
 - Service-public-Anbieter ohne Werbefinanzierung und private Anbieter ohne Gebühren
 - (+) Distanzierung vom Werbemarkt
 - (+) Fokus auf Service-public-Leistungsauftrag
 - (-) ungenügende Finanzierung des privaten Regionalrundfunks
 - (-) finanzielle Folgen für SRG SSR
 - (-) Abfluss von Werberessourcen
 - (-) Folgen für Gesamtschweizerischen Werbemarkt





Diskussion: Ordnungspolitische Rundfunkmodelle II

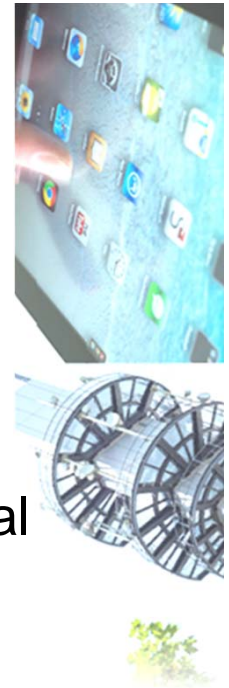
- **Duales Rundfunkmodell mit Mischfinanzierung**
 - Service-public-Anbieter mit Werbefinanzierungsanteil und private Anbieter mit Gebührenanteil
 - (+) SP-Anbieter angebots- und nachfrageorientiert
 - (+) Entlastung der Gebühren
 - (+) politische Abhängigkeit durch kommerzielle Finanzierung entschärft
 - (+) private Anbieter haben Mittel für defizitäre Programme
 - (-) starke Stellung des Service-public-Anbieters SRG SSR
 - (-) wenig Reichweiten für Privatanbieter – insb. Regional-TV





Diskussion: Ordnungspolitische Rundfunkmodelle III

- **Public Content Provider-Modell**
 - SP-Anbieter als Inhaltsproduzent ohne eigenen Vertriebskanal
 - Mit öffentlichen Mitteln produzierten Inhalten stehen allen zur Verfügung
 - (+) entspricht den Möglichkeiten der Digitalisierung
 - (+) grosse Reichweite für produzierte Beiträge
 - (-) Abnahme der Vielfalt möglich durch Übernahmen (Abbau von journalistischen Ressourcen)
 - (-) Vernachlässigung des regionalen und lokalen Raums
 - (-) präferierte Übernahme von unterhaltenden Beiträgen





Grundmodell Service Public Medien

- Kurz- und mittelfristig: Erhaltung status quo
- Ein nationaler, wettbewerbsstarker Service-Public-Anbieter:
 - breites publizistisches Angebot (linear wie mittels Plattformen) für Gesamtbevölkerung und Zielgruppen in allen Sprachräumen
 - hauptsächliche Finanzierung durch Haushaltsabgabe
 - Entwicklung als Non Profit Organisation
- Lokale und regionale private Radio- und Fernsehanbieter mit Gebührengelder:
 - Erfüllung Leistungsauftrag





Entwicklung Auftrag SRG SSR

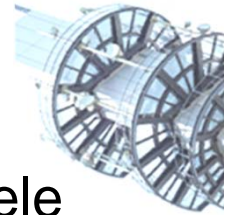
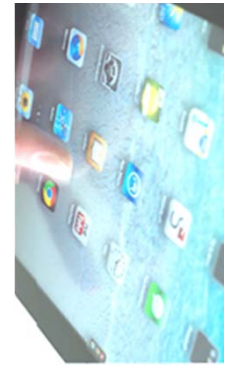
- Entwicklung der Bereitstellung von Service-public-Inhalten
 - lineare Verbreitung
 - Plattformstrategien
 - Bereitstellung auf Plattformen
 - Kooperative Produktion und Distribution
- Service public als „Media Commons“?



Vorschläge zur Governance SRG I

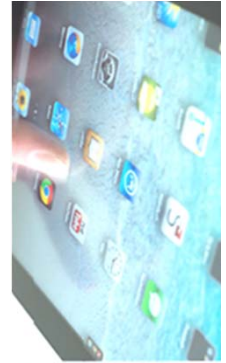
Definition, Kommunikation publizistischer Ziele und Massnahmen der Qualitätssicherung

- Entwicklung, Definition und Kommunikation publizistischer Ziele intern und extern
- Unabhängige Evaluation bezüglich Zielerreichung
- Transparenz über Ziele und publizistische Leistungen (Angebote, Nutzung, Kosten)
- Etablierung eines Qualitätssicherungssystems (mit Peer-Begleitung)
- Systematischer Austausch mit dem Publikum




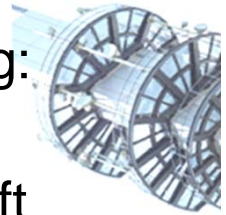


Vorschläge zur Governance SRG II



Kern: Etablierung zweistufiges Audit-System

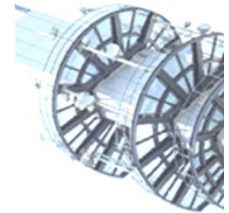
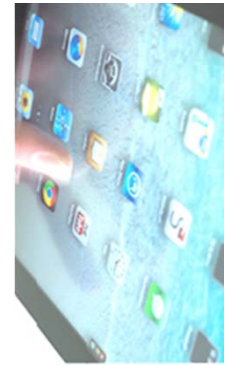
- Interne und externe Evaluation der publizistischen Zielerreichung:
 - Intern: regelmässige Erhebung von Programmleistung und Zielerreichung: Bericht an Führungsgremien und Trägerschaft
 - Extern: Unabhängige Stelle legt öffentliche Evaluationsbericht vor 
 - Audit-Reports: Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit und Medienfreiheit sowie Schutz vor Wettbewerbern
 - Audits stellen vor allem systematisch gewonnene Daten über kommunizierte Programmziele wie -leistungen bereit
- Analoge, angepasste Regelungen für alle konzessionierten Medien

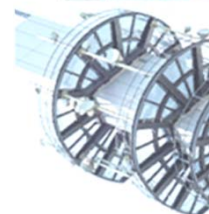




Diskussionsfragen

- Aufgaben und Funktionen der Trägerschaft?
- Einbezug von Personen, Gruppen und Organisationen in die Service-public-Medienentwicklung?
- Kooperationsstrategien für SRG SSR: Chancen und Risiken?
- Erhaltung und Entwicklung medienkritischer Diskurse (auch Qualitätsdiskurs)?





Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.