



### **3. Mai 2002: Ist mehr Markt im Radio- und Fernsbereich möglich (und wünschenswert)?**

**Referat von Marco de Stoppani,  
Verlagsdirektor Neue Zürcher Zeitung AG**

Sehr geehrter Herr Bundesrat, sehr geehrte Damen und Herren. Ich gratuliere dem BAKOM zu seinem zehnjährigen Bestehen und ich danke Herrn Marc Furrer für die mir gebotene Gelegenheit, zur Frage nach der Machbarkeit und Wünschbarkeit von mehr Markt im Radio- und Fernsehbereich Stellung nehmen zu dürfen.

In fünfzehn bis zwanzig Minuten, eine echte Herausforderung! Umso mehr, als ich zu entscheiden hatte, ob ich in meiner Funktion als Mitglied der Geschäftsleitung der Neuen Zürcher Zeitung, als Vertreter der zur NZZ-Gruppe gehörenden Radio- und Fernsehsender, aus Sicht des Verbandes Schweizer Presse oder als Präsident von Presse TV zu ihnen spreche. Je nachdem müsste ich die Akzente meiner Ausführungen leicht anders setzen.

Vor kurzem organisierte das Schweizer Forum für Kommunikationsrecht eine Debatte mit dem Titel "Privates Fernsehen in der Schweiz: ein Scherbenhaufen!". Das Ausrufezeichen am Ende dieses Satzes spricht Bände! Wenn ich mir die Diskussion der letzten anderthalb Jahre rund um die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes vergegenwärtige, könnte die gestellte Frage plakativ mit "Wünschbarkeit ja, Machbarkeit nein" beantwortet werden. So leicht will ich es mir nicht machen. Ich werde versuchen, diese Behauptungen zu begründen oder zu relativieren und ein Modell zur Verbesserung der Überlebenschancen der privaten Radio- und Fernsehveranstalter aufzuzeigen. Ich bitte um Verständnis dafür, dass ich mich dabei auf das Fernsehen in der deutschen Schweiz beschränke; hier ist der Bedarf an Lösungen besonders ausgeprägt.

Die Schweiz braucht eine eigenständige, wettbewerbsfähige, freiheitliche und auf die spezifischen Bedürfnisse unseres Landes ausgerichtete vielfältige Medienlandschaft. Das ist unbestritten; genauso wie die Kompetenz des Staates, die Rahmenbedingungen zu schaffen, um dieses Ziel zu erreichen. Mit den bisherigen gesetzlichen Grundlagen (1923, 1983 und 1994) wurden diese Absichten zwar wiederholt postuliert, jedoch nur bedingt verwirklicht. Heute besteht wieder einmal die Möglichkeit, eine ganzheitliche Medienpolitik zu formulieren die, die Fehler der Vergangenheit korrigiert und den künftigen Gegebenheiten gerecht wird.

Der Wille der Behörde, die schweizerische Radio- und Fernsehlandschaft zu liberalisieren und schrittweise in ein duales System zu überführen, ist zu begrüßen. Die Realisierung dieser Prinzipien ist aber staats- wie medienpolitisch, vor allem aber ökonomisch kaum möglich. Diese ernüchternde Aussage ist in den Besonderheiten unseres Landes und im aktuellen internationalen Medienangebot begründet. Ich denke hier nicht nur an die Föderativen Strukturen und die Mehrsprachigkeit unseres Bundesstaates, sondern auch an die beschränkten Nutzer- und Werbemärkte, an die starke ausländische Konkurrenz und an die überaus verzettelten Anbieterstrukturen.

Das sprachregionale Fernsehen ist eines der wichtigsten Medien der Schweiz. Aber nur 35% des Fernsehkonsums in der Schweiz entfallen auf die inländischen Anbieter, und dieser grösstenteils auf die Programme der SRG. Der multikulturelle und multiethnische Staat Schweiz braucht eine starke SRG, die imstande ist, ihren Leistungsauftrag zu erfüllen und in einem inhaltlich wie kommerziell starken, internationalen Wettbewerb erfolgreich zu bestehen. Kein Zweifel! In einem föderalistisch strukturierten, durch kleine lokale Einheiten geprägten Land kann ein grosser, breit diversifizierter Fernsehveranstalter wie die SRG aber nicht in genügendem Masse auf regionale Bedürfnisse eingehen. Das dürfte ebenfalls unbestritten sein.

Seit Jahren versuchen private, lokal-regional wirkende Fernsehveranstalter dieser Rolle im Sinne eines "service-public" gerecht zu werden, mit zum Teil bemerkenswerten publizistischen Leistungen, aber völlig ernüchterndem wirtschaftlichem Erfolg. Praktisch alle privaten Fernsehveranstalter stecken meines Wissens in den roten Zahlen. Warum ist es so schwierig, in der Schweiz privates Fernsehen zu machen? Die Antwort darauf ist recht einfach: Fernsehmachen ist teuer, und Fernsehen braucht eine Publikumsgrösse, die in der Schweiz nicht gegeben ist. Wir vergessen allzu oft, dass die gesamte Deutschschweiz nur so gross ist wie die Agglomeration München und dass Medien nicht billiger werden, wenn nur wenige sie nützen. Die Regionalsender strahlen ihre Programme in stark segmentierten, wirtschaftlich begrenzten und zum Teil schwer zu erreichenden Märkten aus, in denen sich regionales Fernsehen kaum auch nur annähernd kostendeckend tragen kann.

Dass in der Schweiz heute trotzdem eine Reihe von privaten, regionalen Fernsehveranstaltern aktiv sind, verdankt das Land mehrheitlich den Presseverlagen, die aus publizistischer und verlegerischer Überzeugung bereit waren, und immer noch sind, die einzelnen Sender trotz erheblichen Verlusten zu tragen. Das sollte man nicht vergessen, wenn man die vermeintliche Monopolstellung der Fernsehveranstalter bzw. ihre Trägerschaften an den Pranger stellt, die angeblich verschwindende Medienvielfalt als Verlust des Bannwaldes der Demokratie beklagt und staatliche Investitionen fordert.

Verschiedene Formen der Zusammenarbeit unter den privaten Fernsehanbietern auf inhaltlicher, werbewirtschaftlicher, produktions- und distributionstechnischer Ebene wurden wiederholt versucht und zum Teil realisiert, aber bisher ohne durchschlagenden Erfolg. Diese stichwortartige Zusammenfassung der Ausgangslage zeigt den Widerspruch, in dem wir heute stecken: wir wollen eine regionale, auf privater Grundlage handelnde, überlebensfähige Fernsehlandschaft, die sich aber, soweit man heute sieht, privatwirtschaftlich kaum je finanzieren lässt. In solchen Fällen wird meistens der Staat zu Hilfe gerufen. Eine Korrektur der herrschenden Wettbewerbsverzerrungen, eine Redimensionierung der SRG, eine Umverteilung ihrer Einnahmen und Ähnliches mehr werden verlangt, und dies nicht nur von den direkt Betroffenen.

Das heute durchaus vertretbare Modell eines Gebührensplittings ist auf diesem Hintergrund zu sehen. Das Prinzip ist einfach zu postulieren, dessen Realisierung aber schwieriger. Wer soll davon profitieren, wie hoch soll die Abgeltung sein, welche Leistungen sollen dafür erbracht werden, und wie soll die Aufsicht erfolgen? Die Beantwortung dieser Fragen bleibt eine grosse staatspolitische Herausforderung, und deren Wirkung dürfte, wenn überhaupt, frühestens in zwei bis

drei Jahren Realität werden. Ein akuter Handlungsbedarf besteht aber bereits heute. Was also ist zu tun?

Mit dem Ziel, die gegenwärtige Diskussion über die Zukunft der regionalen Fernsehsender zu erweitern und zu beleben, gestatte ich mir, eine Idee in den Raum zu stellen, die nicht ganz neu ist, die aber bis jetzt nie ernsthaft zu Ende gedacht wurde. Diese Idee geht aus von einer Kooperation statt einer Konfrontation mit der SRG und stützt sich auf das von PresseTV seit 1994 mit Erfolg praktizierte Modell einer "Fensterlösung" für private, regionale Fernsehveranstalter auf SF2. Das in der Folge skizzierte Modell geht davon aus, dass die privaten regionalen Fernsehveranstalter ihre unternehmerische, publizistische und verlegerische Eigenständigkeit behalten wollen, ihre Programmstruktur aber derart gestalten, dass eine punktuelle Kooperation mit der SRG in der Zeit kurz vor der abendlichen Tagesschau möglich wäre.

Unter dem Arbeitstitel "TV Regio" gründen regionale Fernsehveranstalter eine Aktiengesellschaft, deren Zweck die Bereitstellung und Ausstrahlung von Fernseh-Informationssendungen mit lokalem bzw. regionalem Charakter ist. Die "TV Regio AG" verfügt über eine eigene Konzession, in der unter anderem deren Leistungsauftrag definiert wird. Ein Zusammenarbeitsvertrag zwischen der "TV Regio AG" und der SRG regelt die technischen und finanziellen Modalitäten des Sendebetriebs.

Die in dieser Gesellschaft vertretenen Fernsehveranstalter produzieren täglich 25minütige Regionalmagazine, die von Montag bis Freitag kurz vor der abendlichen Tagesschau in einem Fenster auf SF2, regional gesplittet über das Kabel ausgestrahlt werden. Diese Magazine werden zeitgleich auf den Frequenzen der einzelnen regionalen Fernsehveranstalter in den jeweiligen Konzessionsgebieten ausgestrahlt. Die genaue Abgrenzung der Empfangsgebiete der einzelnen Regionalmagazine auf SF2 ist unter den direkt Beteiligten zu verhandeln. Die Regionalmagazine informieren aktuell über wichtige Ereignisse und über Land und Leute in den jeweiligen Regionen. Nach dem Herausgeberprinzip tragen die genannten Fernsehveranstalter die publizistische Verantwortung für die eigenen Magazine.

Die regionalen Trägerschaften der SRG werden mit ihren pluralistisch zusammengesetzten Programm-Kommissionen mit der Aufsicht über die Einhaltung des Leistungsauftrages betraut. Die Leistungen der regionalen Fernsehveranstalter werden durch die SRG mit einem vertraglich festgelegten Betrag pro Sendeminute entschädigt. Dieser umfasst einen Anteil Gebühren und einen Anteil Werbegelder. Die Werbeeinnahmen im Umfeld der Sendungen der "Presse TV Regio AG" fallen im Sinne einer Pacht der SRG zu.

Geht man von sieben bis zehn regionalen Fernsehveranstaltern, 25 Sendeminuten pro Tag und Region, 220 Sendetagen pro Jahr und, Fr. 500.- Abgeltung pro Minute aus, so würde ein solches Modell die SRG in der deutschen Schweiz rund 25 Millionen Franken kosten. Davon abzuziehen sind die durch die SRG generierten Werbegelder im Umfeld der Regionalmagazine, die zwischen 2 und 3 Millionen Franken betragen dürften sowie die Kosten der bei SF2 heute produzierten bzw. eingekauften und dann ausfallenden Sendungen. Den an einer solchen Kooperation beteiligten regionalen Fernsehveranstaltern würden pro Jahr nach Abzug der gemeinsamen Aufwendungen zwischen 2.5 und 2.7 Millionen Franken zufließen, und dies unabhängig von der Grösse des Sendegebietes.

Meine Damen und Herren, betrachten Sie bitte meine Ausführungen als Eckpfeiler eines Modells, das noch im Detail ausgearbeitet werden muss. Ich möchte Sie dazu bewegen, dieses Konzept in Ihre Überlegungen zur weiteren Ausgestaltung der Schweizer Medienordnung einzubeziehen. Ich bin überzeugt, dass von einer solchen Zusammenarbeit nicht nur die direkt betroffenen Fernsehveranstalter, sondern auch die SRG, die Werbewirtschaft und vor allem die Fernsehzuschauer profitieren können.

Die dazu notwendigen Rechtsgrundlagen sind vorhanden, und die bald achtjährige Erfahrung mit PresseTV zeigt, dass ein solches Modell praktikabel ist. Es eröffnet Möglichkeiten:

- wie die privaten Fernsehveranstalter an der nationalen Werbung partizipieren können;
- wie Gebühren indirekt privaten Veranstaltern zugeteilt werden können;
- wie eine Kontrolle über die Einhaltung des Leistungsauftrages gewährleistet werden kann;
- wie die knappen Ressourcen für die Gestaltung eines attraktiven Programms gebündelt werden können;
- wie die angespannte Finanzlage der privaten Fernsehveranstalter bereits ab 1. Januar 2003 wesentlich erleichtert und dadurch eine vielfältige Fernsehlandschaft nachhaltig erhalten werden kann.

Meine Damen und Herren, die Zeit für selbst tragendes, regionales Privatfernsehen im Alleingang dürfte in der Schweiz wohl vorbei sein. Die Knappheitsproblematik hat uns eingeholt: zu kleine Märkte, zu wenig Zuschauer und zu wenig Werbung. Ich plädiere für ein Modell der Kooperation - nicht nur der Not gehorchend - sondern aus Überzeugung und Erfahrung. Ich danke für die Aufmerksamkeit und freue mich auf eine angeregte öffentliche Diskussion.