



Verband Schweizer Privatradios  
Association of Swiss Private Radios

Jürg Bachmann  
Präsident

Verband Schweizer Privatradios (VSP)  
Speichergasse 37  
CH-3011 Bern  
juerg.bachmann@privatradios.ch

## Stellungnahme zum BGeM vom 20. Juni 2018 – Beilage 1

### **Die Schweizer Privatradios und die SRG. Stellungnahme des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP)**

#### **1. Absicht**

Im vorliegenden Positionspapier beschreibt der Verband Schweizer Privatradios (VSP) die Aufteilung des Schweizer Radiomarkts zwischen der SRG und den privaten Anbietern, wie sie aus seiner Sicht wünschbar ist.

Das vorliegende Positionspapier entstand im Jahr 2010 im Hinblick auf die bevorstehende Teilrevision des RTVG, die am 14. Juni 2015 angenommen wurde. Im Zug des DigiMig-Prozesses und der Service Public-Diskussion von 2016 wird es auf den neuesten Stand gebracht. Dabei wird die Umsetzung der Branchenvereinbarung<sup>1</sup> zwischen den Privatradioverbänden und der SRG als gegeben angenommen. Das Papier behandelt nur Deutsch- und italienischsprachige Schweiz, und ist dem Verband der Radios Régionales Romandes (RRR) aber abgesprochen.

Zum besseren Verständnis der VSP-Position ist daran zu erinnern, dass sich Privatradios, insbesondere zu Zeiten von SRG-Generaldirektor Armin Walpen (1996 – 2010), aufgrund der extrem expansiven Radiostrategie der gebührenfinanzierten SRG, nicht so weiterentwickeln und entfalten konnten, wie das wünschbar gewesen wäre. In dieser Zeit hat sich die SRG in manche Gebiete ausgebreitet, die ebenso gut von den Privatradios hätten bedient werden können.

Der VSP ist überzeugt, dass die Schweiz eine SRG mit gut genutzten Service public-Programmen braucht. Mit der Marktaufteilung, die nachfolgend beschrieben wird, soll die SRG nicht einfach geschwächt werden. Der VSP ist vielmehr der Meinung, die SRG müsse sich wieder vermehrt auf ihre Kernaufgaben fokussieren und sich demzufolge aus einzelnen Bereichen zurückziehen, die sie jetzt besetzt. Damit würde neben einer besser fokussierten SRG auch ein erweiterter Entwicklungsraum für Privatradios geschaffen, was gesamthaft zu einer dynamischeren Angebotsvielfalt und gesteigerter wirtschaftlicher Effizienz führen wird.

Zu den Finanzen, die der SRG zur Verfügung stehen sollen, nimmt der VSP keine Stellung, weil er die Kostenstruktur der SRG nicht kennt.

Dieser Prozess, dem sich die SRG unterziehen muss, wird dadurch erschwert, dass scheinbar kein gesellschaftlicher Konsens darüber besteht, was Service public genau ist. Bei seiner Beschreibung lässt sich der VSP deshalb vom Gedanken leiten, **dass sich die SRG auf die Erfüllung eines Grundauftrages konzentrieren soll, der nicht am Markt refinanziert werden kann und wofür sie mit Gebührengeldern entschädigt wird.** Die privaten Veranstalter, die ihre Programme und

---

<sup>1</sup> Branchenvereinbarung vom 18. März 2015, revidiert 2016

Dienstleistungen zum überwiegenden Teil (betrifft die GBS-Radios) oder vollständig am Markt refinanzieren, sollen sich in allen anderen Feldern ausbreiten können.

## 2. Die Rolle der SRG im Schweizer Radiomarkt

- I. Der VSP vertritt die Ansicht, dass sich die SRG generell programmlich weg von den Privaten bewegen muss. Sie soll sich inhaltlich auf die nationale und sprachregionale Ebene konzentrieren.
- II. Die SRG finanziert sich grossmehrheitlich aus Gebühreneinnahmen. Das soll so bleiben. Sie soll demzufolge weiter keine Radiowerbung ausstrahlen dürfen und neu ebenso auf Sponsoring verzichten. Auch soll sie weiterhin keine Radio-Onlinewerbung ausstrahlen dürfen (auch nicht als pre-roll-Werbung).
- III. Die SRG darf ihre Radioprogramme weiter über Internet verbreiten (streamen), aber keine separaten Streaming-Programme und eigens produzierte Podcasts ausstrahlen.
- IV. Sie soll schliesslich weniger Events wie „jeder Rappen zählt“ durchführen. Solche Aktionen verursachen hohe Produktionskosten und schaden sozialen Werken, die auf solche Spenden angewiesen sind. Das Geld, das die SRG aus Gebühreneinnahmen erhält, soll für Radiojournalismus eingesetzt werden.

## 3. Position des VSP zu den Programmen der SRG<sup>2</sup>

- **Deutschsprachige Schweiz**
- Die **ersten Programme** von Radio SRF sind unbestritten (inkl. Radio Rumantsch). Sie stellen die wesentlichen Pfeiler für die Erfüllung des Service Public dar. Jede Sprachregion muss ein eigenes, erstes Programm behalten. Dieses soll in seiner Region auf UKW und DAB+ verbreitet werden. Der Sprachaustausch über die ganze Schweiz hinweg darf hingegen ausschliesslich über DAB+ und Stream abgewickelt werden.
- Die **Regionaljournale** befassen sich mit dem Geschehen in den Regionen. Dort liegt die Kernkompetenz der privaten Radiostationen. Die SRG kann ihre Mittel deshalb künftig ganz auf die nationale/sprachregionale Ebene konzentrieren. Die regionale/lokale Berichterstattung kann sie den Privatradios überlassen.
- Die **zweiten Programme** von Radio SRF bzw. jene der anderen Sprachregionen können zusammengelegt werden. Auf diese Weise kann die SRG die kulturpolitische Klammerfunktion über die ganze Schweiz hinweg demonstrieren, die sie im Rahmen des Service public erfüllt. Dieses gesamtschweizerische zweite Programm soll exklusiv über DAB+ verbreitet werden und trägt dazu bei, DAB+ bei der Bevölkerung weiter zu stärken.

---

<sup>2</sup> Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf das Gebiet, in welchem der VSP tätig ist, also die deutsch-, romanisch- und italienischsprachige Schweiz. Soweit nötig gibt es Verweise auf die französischsprachige Schweiz.

- **SRF3** wurde als Jugendlradio konzipiert und just 1983 gegen die neuen Lokalradios eingeführt. Es hätte von Anfang an am Markt refinanziert werden können, ist also nicht spezifisch Service public. In den letzten 30 Jahren ist SRF3 ein Mainstreamprogramm geworden, das primär den Privatradios Konkurrenz macht. In Zukunft kann SRF3 mit Virus zusammengelegt werden. Sein Programm muss, wie ursprünglich angedacht wieder jung, alternativ und multikulturell sein.
- **SRF4** befasst sich mit dem nationalen und internationalen Geschehen und ist deshalb keine Konkurrenz für die Privatradios. Zudem ist SRF4 echter Service public.
- **Virus** ist heute das Programm, das DRS3 hätte sein sollen. Es kann – siehe oben bei SRF3 – mit diesem zusammengelegt werden.
- **Musikwelle** wurde analog SRF3 gegen eine private Initiative gestartet (Radio Eviva). Soweit die Musik typisch schweizerisch ist, kann sie wieder in SRF1 integriert werden. Auf Musikwelle kann die SRG verzichten, diesen Dienst leisten heute Privatradios.
- **Swiss Classic, Swiss Pop** und **Swiss Jazz** sind Relikte des alten Telefonrundspruchs der PTT und zielgruppenspezifische Programme, die von den Privatradios ebenso gut gemacht werden können (mittlerweile auch als Streamingprogramme). Sie erfüllen keinerlei inhaltlichen Service public-Dienst, die SRG kann sich davon trennen.
- **Webradios**: der VSP anerkennt das Bedürfnis der SRG, seine Programme auch im Internet zu streamen. Die SRG muss aber auf Web-only-Programme ganz verzichten, ebenso auf eigens für die Verbreitung im Internet konfektionierte Podcasts.
- **Italienischsprachige Schweiz**
- **ReteUno** ist das erste Programm für die italienischsprachigen Teile der Schweiz und muss in seinem Gebiet beibehalten und sowohl über UKW wie auch über DAB+ ausgestrahlt werden. Der Sprachaustausch in andere Regionen der Schweiz kann ausschliesslich über DAB+ erfolgen.
- **ReteDue** muss mit den anderen zweiten Programmen zusammengelegt und über DAB+ ausgestrahlt werden.
- Für **ReteTre** gelten die gleichen Überlegungen wie für DRS3. Die SRG kann darauf verzichten.

#### 4. Aussagen zur Radiowerbung

Die Schweizer Privatradios finanzieren sich über Werbeeinnahmen<sup>3</sup>. Für die Beibehaltung einer auch kommerziell leistungsstarken Privatradiobranche ist die Werbeordnung existenzbestimmend. Für die Zukunft setzt sich der VSP für folgendes Modell ein:

- Die SRG erfüllt eine reine Service Public-Funktion. Ihre Programme finanziert sie ausschliesslich aus Gebühreneinnahmen.
- Die SRG verzichtet in Zukunft auch ganz auf Einnahmen aus Sponsoring und Sonderwerbformen.
- Die Einführung von Radiowerbung darf für die SRG weiterhin kein Thema sein.

---

<sup>3</sup> Zum Ausgleich von Marktdefiziten erhalten einige Schweizer Privatradios Anteile aus den Gebühreneinnahmen.



- Die SRG verzichtet auf Online-Werbung in den Radio begleitenden Angeboten (sowohl in den gestreamten Programmen, wie auch auf der Website).

**Verband Schweizer Privatradios (VSP)**

Jürg Bachmann  
Präsident

Martin Muerner  
Vizepräsident

Bern, 16. Dezember 2010/rev. April 2016