

**16.043 Bericht zum Service public**

Beschlüsse der Kommission vom 13. Februar 2017

**Auftrag an die Verwaltung (1)**

**Titel: Doppelspurigkeiten zwischen SRG-Regionaljournalen und privaten Radiosendern**

**Text:** Die Verwaltung wird beauftragt, bis zur nächstmöglichen Sitzung der KVF-N in einem Bericht die Doppelspurigkeiten zwischen den SRG-Regionaljournalen und den Nachrichten der privaten Radiosender aufzuzeigen. Es ist zu prüfen, ob die Privatsender diesen regionalen Leistungsauftrag alleine erfüllen können.

**Begründung:**

Der Bund erteilt den privaten Radiostationen – mit und ohne Gebühren – einen Leistungsauftrag. Die Regionaljournale der SRG bieten – allerdings gebührenfinanziert – ähnliche Leistungen an. Die Situation in der Suisse Romande zeigt, dass eine gute regionale Berichterstattung problemlos ohne Regionaljournale der SRG möglich ist.

## **Auftrag an die Verwaltung (2)**

### **Titel: Prüfen der Auswirkung einer Werbeeinschränkung bei der SRG**

#### **Text:**

Die Verwaltung wird deshalb aufgefordert, in einem Bericht aufzuzeigen, wie sich zusätzliche partielle Werbebeschränkungen auf die Finanzierung der SRG und auf die Verbesserung der finanziellen Rahmenbedingungen der privaten Medien auswirken würden. Konkret soll folgendes geprüft werden:

- Wie würde sich ein Werbeverbot in den RTS 1 und SRF 1 ab 20 Uhr bzw. ab 22 Uhr auf die Einnahmen der SRG auswirken?
- Wie gross ist die Wahrscheinlichkeit, dass die nicht mehr in der SRG platzierte Werbung auf private Medienprodukte innerhalb der Schweiz ausweichen würde?
- Wie gross ist die Wahrscheinlichkeit, dass die nicht mehr in der SRG platzierte Werbung auf Werbefenster von ausländischen Programmen ausweichen würde?
- Wie gross ist die Wahrscheinlichkeit, dass die nicht mehr in der SRG platzierte Werbung auf Werbefenster von internationalen Plattformen wie facebook oder Google oder auf reichweitenstarke Anbieter wie Swisscom/Teleclub oder UPC/Horizon/Mysports ausweichen würde?

#### **Begründung:**

Die SRG wird heute durch Gebühren und Werbung finanziert. Obwohl die Werbeeinnahmen in den letzten 20 Jahren stabil blieben oder sanken, hat die Werbezeit parallel zum Ausbau der Programme erheblich zugenommen. Es stellt sich deshalb die Frage, ob die Werbung nicht zurückgefahren werden kann, um den Service-public-Charakter und die Unverwechselbarkeit der SRG-Programme zu erhalten und eine weitere monetäre Entwertung der Werbezeit zu verhindern.

**16.043      Rapport sur le service public**

Décisions de la Commission du 13 février 2017

**Mandat à l'administration (1)**

**Titre : Redondances entre les programmes d'information régionaux de la SSR et ceux des diffuseurs radio privés**

**Texte :** L'administration est chargée d'établir, jusqu'à la prochaine séance de la CTT-N, un rapport mettant en évidence les redondances entre les programmes d'information régionaux de la SSR et ceux des diffuseurs radio privés. Il convient notamment de vérifier si les diffuseurs privés peuvent remplir seuls ce mandat de prestations régional.

Développement : *uniquement en allemand*

## **Mandat à l'administration (2)**

### **Titre : Analyser les effets d'une restriction de la publicité à la SSR**

#### **Texte :**

L'administration est priée de présenter un rapport indiquant quelles seraient les répercussions de restrictions partielles supplémentaires en matière de publicité sur le financement de la SSR et quels effets auraient ces dernières sur le cadre financier des médias privés. Concrètement, le gouvernement analysera les points suivants :

- Quelles seraient les répercussions sur les recettes de la SSR d'une interdiction de la publicité sur RTS 1 et SRF 1 à partir de 20 heures et à partir de 22 heures ?
- Quelle est la probabilité que la publicité qui ne serait plus placée à la SSR le soit dans des médias privés en Suisse ?
- Quelle est la probabilité que la publicité qui ne serait plus placée à la SSR le soit dans les créneaux publicitaires de programmes étrangers ?
- Quelle est la probabilité que la publicité qui ne serait plus placée à la SSR le soit dans les créneaux publicitaires de plates-formes internationales telles que facebook ou Google, ou chez des prestataires ayant une large diffusion tels que Swisscom/Teleclub ou UPC/Horizon/Mysports ?

Développement :

*uniquement en allemand*