

Geschäftsstelle
Kappelergasse 14
8001 Zürich

T +41 44 211 40 11
F +41 44 211 80 18
info@ks-cs.ch

ks/cs
Kommunikation Schweiz
Communication Suisse
Comunicazione Svizzera
Communication Switzerland



KS/CS Kommunikation Schweiz: Stellungnahme zum Service public

Zürich, 23. Februar 2017 – Stellungnahme von KS/CS Kommunikation Schweiz, Dachverband der kommerziellen Kommunikation, zum «Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien» des Bundesrates vom 17. Juni 2016.

Vorbemerkung

KS/CS Kommunikation Schweiz ist 1925 als erster Verband der Werbewirtschaft gegründet worden. Er vertritt die Interessen der Werbeauftraggeber, der Werbe-, Directmarketing- und Mediaagenturen sowie der privaten wie öffentlich-rechtlichen Medienanbieter in allen wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Fragen der kommerziellen Kommunikation. KS/CS Kommunikation Schweiz repräsentiert gemäss einer Studie aus dem Jahr 2012 eine vitale Branche mit einem Jahresumsatz von rund CHF 7.3 Mia. und annähernd 22'000 Angestellten, die gut 1.3 % zum jährlichen Bruttoinlandsprodukt (BIP) beitragen. Basierend auf seiner Mission und seinem Leitbild fokussiert der Dachverband nachfolgend in seiner Stellungnahme auf die Finanzierung der Medien durch Werbung und Sponsoring (14.2.2.2 «Werbung als Finanzquelle für den Service public», Seite 107).

Vielfältige Medienlandschaft

In der Diskussion um den Service public fordert KS/CS Kommunikation Schweiz, die Rolle der Werbung als eine tragende Säule des gesamten Mediensystems angemessen in alle Überlegungen miteinzubeziehen. Je fruchtbarer die Grundlagen für die kommerzielle Kommunikation sind, desto grösser wird der inhaltliche und gestalterische Spielraum der SRG wie der privaten Anbieter. Davon profitiert nicht nur die Werbewirtschaft, sondern auch Volkswirtschaft und Demokratie. In diesem Sinne ist es für den Dachverband ein zentrales Anliegen, eine möglichst vielfältige und lebendige Medienlandschaft zu fördern und zu erhalten.

Wichtige Grundlagendiskussion

KS Kommunikation Schweiz begrüsst die angestossene Grundlagendiskussion über die Möglichkeiten und Grenzen eines künftigen Service public. Angesichts der zunehmenden Verlagerung der Mediennutzung ins Internet im Allgemeinen sowie der wachsenden Konkurrenz globaler Angebote wie zum Beispiel Google, Facebook, Youtube und Instagram im Besonderen geht der Dachverband mit dem Bericht des Bundesrates dahingehend einig, dass die heutige Beschränkung des RTVG auf Fernsehen und Radio nicht mehr zeitgemäss ist. KS Kommunikation Schweiz befürwortet, dass künftig auch das Internet als Service-public-Medium berücksichtigt wird. Darüber hinaus begrüsst der Dachverband, dass für neue Werbeformen wie das sogenannte «Targeted Advertising» rechtliche Grundlagen geschaffen werden. In diesem Zusammenhang ist es für KS Kommunikation Schweiz entscheidend, dass neue Regelungen möglichst schnell und unbürokratisch umgesetzt werden, damit Werbeauftraggeber und Agenturen Planungssicherheit erhalten.





Keine Einschränkung der Werbemöglichkeiten

Der Dachverband der Kommunikationswirtschaft vertritt die Haltung, dass die Werbung der Motor jeder liberalen Marktwirtschaft ist. Die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung «Die ökonomische Bedeutung der Werbung»¹ weist nach, dass die Werbung eine wichtige Rolle für das Funktionieren von Märkten spielt und das Bruttoinlandprodukt steigert. Werbeverbote und -einschränkungen schaden dagegen der Volkswirtschaft. KS/CS Kommunikation Schweiz lehnt deshalb grundsätzlich jegliche weitere Einengung der heutigen Rahmenbedingungen ab; das gilt auch für Einschränkungen der Werbemöglichkeiten für die SRG, insofern sie nicht von den privaten Medien im gleichen Masse substituiert werden können. Angesichts der besonderen Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Veranstalters sowie im Hinblick auf einen prosperierenden Wirtschaftsstandort Schweiz und eine vielfältige Demokratie erachtet es KS/CS Kommunikation Schweiz als vordringlich, dass die Politik zwischen diesen Positionen abwägt und baldmöglichst einen Entscheid fällt.

Eine Minderheit von KS/CS Kommunikation Schweiz trägt diese Stellungnahme nicht in allen Teilen mit. Strittige Punkte sind insbesondere die Haltung zum Internet als Service-public-Medium sowie zu den Werbemöglichkeiten für die SRG.

KS Kommunikation Schweiz

Ständerat Filippo Lombardi
Präsident

Ursula Gamper
Geschäftsführerin

¹ Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin), Politikberatung kompakt 115, «Die ökonomische Bedeutung der Werbung», Studie im Auftrag des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. und des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen GWA e.V., Berlin, September 2016

