

Bundesamt für Kommunikation
Herrn B. Maissen, Vizedirektor
Zukunftstrasse 44
2501 Biel/Bienne

Zürich, 14. Mai 2020

Online-Nutzungsforschung als Mittel zur indirekten Stärkung der Schweizer Medien

Sehr geehrter Herr Maissen
Sehr geehrte Damen und Herren

Der Bundesrat hat am 29. April 2020 ein **Massnahmenpaket zur Förderung der Medien** beschlossen und die entsprechende Botschaft ans Parlament verabschiedet. Das Paket sieht sowohl **Unterstützungsmassnahmen für die Online-Medien als auch Massnahmen zugunsten der elektronischen Medien** vor.

Für die Förderung der Online-Medien beabsichtigt der Bundesrat, jährlich 30 Millionen Franken aus allgemeinen Bundesmitteln zur Verfügung zu stellen. **Unterstützt werden sollen Online-Medien**, die auf Erträge der Leserschaft zählen können. Aus 2% der Erträge der Radio- und Fernsehabgabe will der Bundesrat Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, nationale Nachrichtenagenturen oder Selbstregulierungsorganisationen sowie IT-Projekte unterstützen, **die der ganzen Branche zur Verfügung stehen**. Davon **profitieren sollen somit unabhängig vom Geschäftsmodell alle Online-Medien**. Dabei schlägt der Bundesrat den **«Aufbau einer gemeinsamen Plattform»** vor.

Seit Jahrzehnten lassen sich die Medienunternehmen der Schweiz und dem nahen Ausland in den Bereichen Fernsehen und Radio von einer **neutralen Instanz messen**. Der Auftrag dazu ist im RTVG (Art. 78-81) festgehalten und wird von der Stiftung Mediapulse bzw. der **Mediapulse AG** wahrgenommen.

Allerdings wird der Schweizer Medienmarkt zunehmend **dominiert von Angeboten multinationaler Medienkonzerne wie Google und Facebook**, zu denen im Jahr 2019, wie die Branche schätzt, bereits über eine Milliarde Werbefranken floss.

Im Gegensatz zu den Schweizer Medien lassen sich diese weltweit agierenden Unternehmen, trotz Initiativen verschiedener Branchenorganisationen der Schweiz, **nicht** von einer neutralen Instanz messen. Sie setzen auf ihre proprietären, für aussenstehende oft nicht nachvollziehbaren Nutzungszahlen. Eine unabhängige, wissenschaftliche Messung ist aber sehr wichtig für den **effektiven Einsatz des Werbefrankens** und somit **zentraler Pfeiler der langfristigen Ertragsicherung Schweizer Medienunternehmen**.

Ergänzend zu ihrem bisherigen Gesetzauftrag und mit Unterstützung des Schweizer Medienmarkts und der Schweizer Werbeauftraggeber ist die **Mediapulse AG daran, ihre Forschungsaktivitäten um den Bereich Online zu erweitern**. Das ist auch deshalb nötig, weil die bisherige **Schweizer Onlineforschung**

am **31.12.2020** eingestellt wird und es **danach nur noch selbstdeklarierte Leistungswerte** aller Online-Anbieter, auch der schweizerischen, gäbe. **Grosse Profiteure wären die multinationalen Unternehmen**, die über entsprechende Zahlen verfügen, die keiner neutralen Messung unterliegen. In der Folge würde noch mehr Geld zu ihnen fließen.

Ziel aller hier unterzeichnenden Branchenorganisationen ist es, Vergleichbarkeit und Transparenz nicht nur für Medienangebote im Online-Bereich, sondern auch mediengattungsübergreifend, also einschliesslich Print, Radio und Fernsehen, zu schaffen. Sie sind der Überzeugung, dass eine unabhängige, wissenschaftliche fundierte Schweizer Onlineforschung ein **wichtiges Fundament ist um grossen und kleinen Onlineanbietern langfristig eine werbefinanzierte Existenz zu ermöglichen.**

Im Interesse einer verlässlichen und langfristigen Lösung für alle Online-Angebote, welche ein Schweizer Publikum ansprechen sowie **einer Förderung, die allen, in der Schweiz tätigen Marktakteuren im Sinn einer Branchenlösung gleichermassen** zu Gute kommt, empfehlen die Unterzeichnenden bereits jetzt, bei der Zuweisung der Mittel für «IT-Projekte der elektronischen Medien» **jährlich 2 Millionen Franken** aus dem Ertrag der Radio- und Fernsehgebühren der **Schweizer Onlinenutzungsforschung** als «Aufbau einer gemeinsamen Plattform» zur Verfügung zu stellen, da es sonst bald **keine neutrale Online-Forschung in der Schweiz mehr gibt.**

Wir bitten Sie, sehr geehrter Herr Maissen, sehr geehrte Damen und Herren, die Mediapulse AG zum gegebenen Zeitpunkt der Ausschreibung zur Einreichung ihres Projekts einzuladen. Die Unterzeichnenden werden sich dann wieder für die erwähnte Branchenlösung einsetzen.

Wir danken Ihnen für die wohlwollende Prüfung und Berücksichtigung unserer Empfehlung.

Für Rückfragen steht Ihnen Siri Fischer, Geschäftsführerin Interessengemeinschaft Elektronische Medien, gerne unter der Telefonnummer 076 335 96 68 oder per E-Mail unter info@igem.ch zur Verfügung.

Mit besten Grüßen

IAB Switzerland Association



Urs Flückiger
Leiter Geschäftsstelle



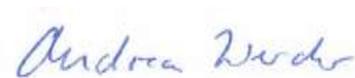
Interessengemeinschaft
elektronische Medien IGEM



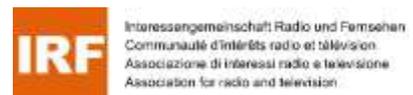
Stephan Küng
Präsident



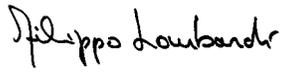
Interessengemeinschaft Radio
und Fernsehen



Andrea Werder
Geschäftsführerin



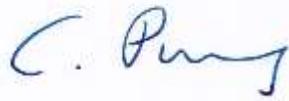
KS/CS



Filippo Lombardi
Präsident



Leading Swiss Agencies



Catherine Purgly
Geschäftsführerin



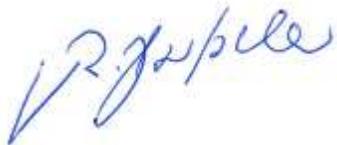
Radio Régionales Romandes



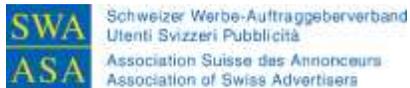
Philippe Zahno
Président



**Schweizer Werbe-
Auftraggeberverband SWA/ASA**



Roger Harlacher
Präsident



Telesuisse



André Moesch
Präsident



Verband Schweizer Medien



Andreas Häuptli
Geschäftsführer



Verband Schweizer Privatradios



Jürg Bachmann
Präsident

