

«Die SRG wird in Zukunft auf allen Kanälen präsent sein müssen»

Philipp Metzger will den Medienmarkt auf die total digitalisierte Zukunft vorbereiten – und dem Schweizer Radio und Fernsehen online mehr erlauben. Im Interview warnt der Chef des Bundesamts für Kommunikation vor der No-Billag-Initiative und kritisiert die sich wandelnde Post.

mit Philipp Metzger sprach
Dennis Bühler

Höchst selten nur gibt er Interviews: Doris Leuthards Chefbeamter für Kommunikation ist kein Mann der lauten Töne. Für die «Südostschweiz» macht Philipp Metzger eine Ausnahme. Am Hauptsitz des Bundesamts für Kommunikation an der Bieler Zukunftsstrasse empfängt der 53-Jährige zum Gespräch – und macht rasch klar, was ihm das grösste Anliegen ist: die Schweizer Medienbranche fit für eben diese Zukunft zu machen.

Herr Metzger, kommende Woche bläst der SRG in der Herbstsession der eidgenössischen Räte ein eisiger Wind entgegen. Wie erklären Sie sich als oberster Kommunikations-hüter des Landes, dass die Kritik in den letzten Jahren derart stark zugenommen hat?

PHILIPP METZGER: Mit dem grösseren Medienangebot und dem geänderten Nutzungsverhalten der Bevölkerung. Weil man online heute mit Informationen regelrecht überflutet wird und viele Angebote kostenlos sind, wird die mit öffentlichen Geldern finanzierte SRG von mehr Leuten hinterfragt als noch vor 20 oder 30 Jahren.

Bereitet Ihnen das keine Sorgen?

Es ist verständlich, dass die SRG unter diesen Umständen im Fokus steht. Deshalb war der Bundesrat mit der vom Parlament verlangten Gesamtschau zur SRG und zu den privaten Radio- und Fernsehveranstaltern einverstanden und hat im vergangenen Jahr einen umfassenden Bericht zum Service public im Medienbereich vorgelegt.

Gleich am ersten Sessionstag befindet der Nationalrat über ein Postulat der zuständigen Kommission, die eine Überprüfung der Anzahl SRG-Sender fordert, da Service public mit weniger Radio- und TV-Kanälen möglich sei. Hand aufs Herz: Braucht es wirklich weiterhin 17 Radio- und 7 Fernsehsender?

Entscheidend ist, dass die SRG die Bevölkerung erreicht – und das wird ihr in Zukunft vermehrt mit Online-Formaten

«Wenn wir der SRG das Internet vorenthalten, wird sie das Publikum über kurz oder lang nicht mehr erreichen.»

gelingen. Die SRG wird also auf allen Kanälen präsent sein müssen, womit sich auch die Frage stellt, wie viele Radio- und Fernsehsender in Zukunft noch nötig und finanzierbar sind.

Online darf die SRG bis anhin nicht schalten und walten, wie sie gerne möchte. Stellen Sie mit dem Mediengesetz, das Sie im Frühjahr 2018 präsentieren wollen, die Weichen, damit sich die SRG im Internet ungezügelt ausbreiten kann?

Das Radio- und TV-Gesetz ist überholt: Es macht einzig Vorgaben für lineares Radio und Fernsehen, obwohl das Angebot mittlerweile längst zeitversetzt online konsumiert werden kann. Darum möchte der Bundesrat das veraltete Gesetz weiterentwickeln. Wenn wir der



Forderung an die SRG: Bakom-Chef Philipp Metzger erwartet vom Staatsbetrieb ein schärferes Profil.

Bild Lukas Lehmann/Keystone

SRG das Internet vorenthalten, bloss weil sie öffentlich-rechtliche Mittel erhält, wird sie das Publikum über kurz oder lang nicht mehr erreichen. Ziel ist, dass Service-public-Medien von allen genutzt werden, weil ja auch alle dafür bezahlen und sie einen wichtigen Beitrag für den Zusammenhalt des Landes leisten. Wie der Online-Bereich der SRG im neuen Gesetz ausgestaltet wird, steht noch nicht fest, aber es dürfte weiterhin gewisse Schranken geben, so beispielsweise bei der Werbung.

Werden den Privaten andernorts Zugeständnisse gemacht, wenn die SRG online von den Leinen gelassen wird? Ist etwa ein TV-Werbeverbot denkbar oder zumindest ein Teil-Werbeverbot in der Primetime, wie man es von ARD und ZDF kennt?
Der Bundesrat hat nicht die Absicht, der SRG im Online-Bereich schrankenlose Freiheit zu gewähren. Im Rahmen der Arbeiten zum neuen Mediengesetz wird nun geprüft, was mit öffentlichen Geldern unterstützte Medien machen dürfen und was nicht.

Welche Erwartungen seitens des Bundes hat die SRG zu erfüllen?
Der Kostendruck hat zugenommen, und doch muss die SRG ihr Profil schärfen: Der Bundesrat erwartet, dass sie noch mehr auf Eigenproduktionen setzt, die Jungen besser erreicht und den Austausch mit der Bevölkerung und der Politik verstärkt.

Mit anderen Worten: Die SRG muss effizienter und besser werden.
Ja, sie muss im Zuge der Digitalisierung flexibler werden und mit weniger Mitteln noch besseren Service public bieten.

Vor einem Jahr kritisierte die Wettbewerbskommission Ihren Service-public-Bericht: Es werde zu wenig geprüft, welche Leistungen der SRG wirklich nötig seien und welche genauso gut von Privaten übernommen werden könnten. Schützen Sie die SRG über Gebühr?

Nein. Uns geht es um das Gesamtsystem: Öffentlich-rechtliche und private Medienanbieter sollen nebeneinander existieren und gemeinsam den hohen

«Die Post baut mit hohem Tempo um. Kommunikation und Transparenz sind dabei verbesserungswürdig.»

Ansprüchen der Bevölkerung und der Politik gerecht werden. Was für mich klar ist: Eine Revolution, die dieses bewährte System von einem Tag auf den anderen über den Haufen wirft, würde enormen Schaden anrichten. Die Schweiz ist zu klein, um ein breites Angebot an Informations-, Kultur- und Sportsendungen allein am Markt zu finanzieren. Die SRG sorgt heute zudem für einen Ausgleich unter den Sprachregionen.

Sie meinen die No-Billag-Initiative, die die Radio- und TV-Gebühren abschaffen will. Im Ständerat erhielt das Volksbegehren keine einzige Stimme, in sechs Tagen stimmt der Nationalrat darüber ab. Sie haben deshalb keine schlaflosen Nächte, oder?

Ich habe nie Angst vor Volksinitiativen. Sie gehören zur DNA unserer direkten Demokratie und unseres Staatswesens – als Bundesangestellter ist es mein Job, die Volksentscheide umzusetzen.

Da die No-Billag-Initiative chancenlos ist, haben Sie leicht reden.
Natürlich hoffe ich wie der Bundesrat, dass diese Initiative abgelehnt wird. Gerade in einer direkten Demokratie erfüllen die öffentlich-rechtlichen Medien eine wichtige Funktion. Und das für verhältnismässig wenig Geld: Wollte sich jemand bei privaten Anbietern ein qualitativ vergleichbares, umfassendes Angebot zusammenstellen, müsste er tiefer in die Taschen greifen.

Die Gebühren sollen weiter sinken, so jedenfalls hat es der Bundesrat versprochen. Auf welchen Betrag?
Klar ist: Die Abgabe wird deutlich unter 400 Franken betragen. Die genaue

Höhe wird der Bundesrat noch dieses Jahr festlegen. Günstiger wird es durch den Wechsel zum breiter abgestützten Abgabesystem, bei welchem auch das Inkasso vereinfacht werden kann.

Für das Inkasso der Radio- und TV-Gebühren ist künftig nicht mehr die Billag, sondern die Serafe AG zuständig. Gehen Sie mit der Vergabe an ein verhältnismässig unerfahrenes Unternehmen nicht ein erhebliches Risiko ein?

Nein. Der Preis spielte bei der Vergabe zwar eine Rolle, war aber nicht allein entscheidend. Ich muss Ihnen widersprechen: Die Serafe AG verfügt über viel Erfahrung im Inkasso-Wesen und arbeitet mit modernsten Tools.

Während die Billag 250 Mitarbeiter beschäftigte, will die Serafe AG mit 37 Angestellten auskommen. Hat die Swisscom-Tochter derart ineffizient gearbeitet?

Sie vergleichen Äpfel mit Birnen: Die Billag hat weniger als 200 Vollzeitstellen.

Fernmeldegesetz: Die Swisscom wehrt sich

An der Seite von Medienministerin Doris Leuthard hat Philipp Metzger gestern Änderungen im Fernmeldegesetz präsentiert. Wichtigste Neuerung: Kommt es zu einem Marktversagen, soll der Bundesrat vorschreiben können, dass der Zugang zum Teilnehmeranschluss technologieneutral ausgestaltet werden muss. Marktbeherrschende Anbieter müssten damit den Zugang nicht nur zu den traditionellen Kupferanschlussleitungen gewähren, sondern auch zu Glasfaserkabeln. Die Swisscom kritisierte die Revision umgehend als «unnötig und schädlich». Eine Verschärfung der Regulierung verzerre den Markt und gefährde wichtige Investitionsvorhaben in den Randregionen. Metzger widerspricht: «Wir regulieren mit der Pinzette und nicht mit dem Holzhammer.» (dbü)

Mit dem neuen Abgabesystem werden in Zukunft keine Kontrolleure mehr benötigt, die Haushalte nach Empfangsgeräten überprüfen. Das System ist stark vereinfacht. Die Daten erhält die Serafe AG direkt von den Kantonen oder Gemeinden.

Nicht nur die SRG, auch private Medien sorgen in letzter Zeit für Schlagzeilen: Der grösste Schweizer Verlag Tamedia beispielsweise, der seine Redaktionen in ein deutsch- und ein französischsprachiges Kompetenzzentrum zusammenzieht und so die Medienkonzentration befeuert. Kann der Bakom-Chef etwas dagegen tun?

Nicht wirklich. Es gibt keine Verfassungsgrundlage, um der gedruckten Presse unter die Arme zu greifen. Die Unabhängigkeit vom Staat muss gewahrt bleiben, weshalb jede Presseförderung bloss indirekt sein kann.

Unter finanziellen Sorgen leidend, beginnen viele Verlage damit, sich einzelne Artikel oder gar ganze Artikel-Serien von Unternehmen bezahlen zu lassen – Stichwort «Native Advertising». Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Ich verstehe, dass neue Werbeformen ausprobiert werden. Doch der Grat ist schmal: Medien sollten das Vertrauen ihrer Nutzer nicht aufs Spiel setzen. Ich zähle auf die ethische Selbstregulierung der Branche, vor allem den Presserat.

Nicht nur im Medienmarkt ist derzeit Bewegung, auch die Post steht im Kreuzfeuer der Kritik. Das Postgesetz enthält den Grundsatz, dass eine flächendeckende, für alle zugängliche und finanzierbare Grundversorgung mit Postdiensten und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs sichergestellt werden muss. Ist diese Grundversorgung noch gewährleistet, wenn überall im Land Poststellen dichtgemacht werden?
Die Post baut nicht ab, sondern um. Vielerorts entstehen anstelle der klassischen Poststellen Agenturen, unter anderem weil sie längere Öffnungszeiten garantieren.

Das ist PR-Sprache.

Wie die Medien muss die Post auf geändertes Nutzungsverhalten reagieren. Es macht keinen Sinn, wenig frequentierte Poststellen auf Gedeih und Verderb zu erhalten.

Treibt die Post ihren Abbau nicht zu schnell voran, ohne Rücksicht auf die Interessen der Bevölkerung zu nehmen?

Das Tempo ist hoch, und ja: Kommunikation und Transparenz sind verbesserungswürdig. Bundesrätin Doris Leuthard hat nicht zuletzt deshalb vor zehn Tagen eine Arbeitsgruppe einberufen, welche die Bedürfnisse der Bevölkerung und der KMU vertieft prüfen soll.

Das Problem ist: Die Post schafft längst Tatsachen – sie schliesst Filialen und eröffnet Agenturen.

Der Prozess ist bei Weitem nicht abgeschlossen, noch kann und soll die Politik mitreden. Von der Arbeitsgruppe erhoffe ich mir eine Versachlichung: Die von der Post-Umstrukturierung betroffenen Gemeinden und Kantonen haben ihre eigene, regionale oder lokale Perspektive, die Post aber muss landesweit ein Gesamtsystem sicherstellen, das den Bedürfnissen entspricht und finanzierbar ist.