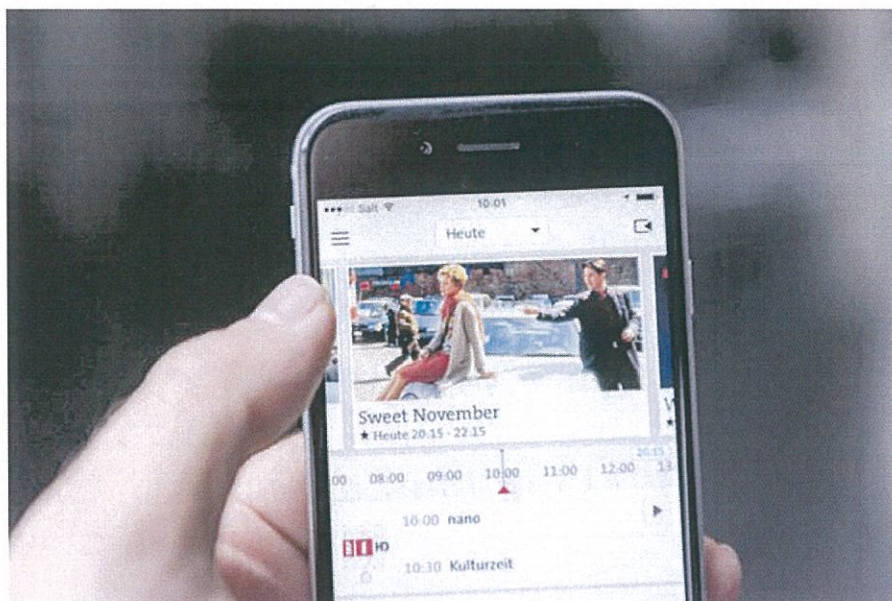


Der Bund

Ist bald Schluss mit Werbung überspulen?

Das zeitversetzte Fernsehen boomt – den TV-Sendern aber brechen die Werbeeinnahmen weg. Jetzt wollen SRG und Co. neue Regeln.



Jederzeit und überall fernsehen – und erst noch ohne Werbung: Smartphones und TV-Apps machen es möglich. Foto: Christian Beutler (Keystone)

Für Schweizer TV-Zuschauer herrschen heuer die besten aller Fernsehzeiten. Wer bei seiner Lieblingsserie zu spät einschaltet, muss sich nicht mehr über den verpassten Anfang ärgern. Per Fernbedienung lässt sich die schon laufende Folge bequem zurückspulen und von Anfang an schauen – und die nervigen Werbeunterbrechungen können dabei erst noch entspannt übersprungen werden. Möglich machen das die sogenannten Replay-Funktionen von digitalen TV-Anbietern wie Swisscom, Sunrise und UPC.

Damit kann jeder Zuschauer auch sein ganz persönliches Programm zusammenstellen. Alle Sendungen der letzten sieben Tage von über 250 TV-Stationen sind jederzeit abrufbar, ohne dass sie aufgenommen werden müssen: 50'000 Programmstunden zur freien Wahl und ohne Werbung – grenzenlose Freiheit dank zeitversetztem Fernsehen. Das gibt es heute so nur in der Schweiz. In allen andern europäischen Ländern verhindert das Urheberrecht den vollen Replay-Genuss.

WERBUNG

Peter Meier
Redaktor Bundeshaus
@bernpem 22.03.2018

Artikel zum Thema

So gelingt der digitale Befreiungsschlag



Der «Drei in eins»-Anschluss bietet Fernsehen, Internet und Festnetztelefonie. Doch so praktisch die Kombiangebote auch sind, sie kosten viel, und sie berauben uns der Wahlfreiheit. [Mehr...](#)

Von Matthias Schüssler 18.08.2017

TV-Sender wollen mehr Geld für zeitversetztes Fernsehen

Immer mehr Schweizer überspringen die TV-Werbung. Dadurch sinken die Einnahmen der Sender. Nun sollen Swisscom, UPC und Co. mehr bezahlen. [Mehr...](#)

Von Jorgos Brouzos 23.08.2016

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@derbund folgen



Replay

Umstrittenes Geschäftsmodell

Doch damit soll auch hierzulande bald Schluss sein. Zumindest wenn es nach den klassischen Produzenten der Fernsehprogramme geht – SRG und private TV-Stationen. Sie steigen gegen das Geschäftsmodell der Kabelnetzbetreiber auf die Barrikaden: Die Kunden von Swisscom und Co., aber auch von Internet-TV-Anbietern wie Wilmaa oder Zattoo zahlen für den zeitversetzten Konsum und die Möglichkeit, die Werbung zu überspulen – und zugleich verdienen die digitalen TV-Anbieter gutes Geld mit sogenannten Pre-Rolls, also eigener Werbung, die beim Kanalwechsel eingespielt wird.

Umfrage

Nutzen Sie die Spul- und Replayfunktion überhaupt?

- Ja klar, ist nicht mehr wegzudenken.
- Nur selten, braucht es nicht zwingend.
- Nein, ich schaue nur Live-TV.
- Ich nutze keine TV-Sender, nur Netflix o.ä.
- Ohne Replay kein TV, dann künde ich mein Abo.

Abstimmen

«Die TV-Verbreiter machen so ein Riesengeschäft und die Sender gucken in die Röhre», ärgert sich Andrea Werder, die Geschäftsführerin der Interessengemeinschaft Radio und Fernsehen (IRF). In der IRF haben sich SRG und private TV-Stationen wie 3+ und TV24 mit den hierzulande empfangbaren deutschen Privatsendern wie RTL und Pro 7 zusammengeschlossen.

«Diskriminierende Praxis»

Gemeinsam kämpfen sie gegen die Replay-Angebote und «die diskriminierende Verbreitungspraxis von TV-Programmen in der Schweiz», so Werder. Rein rechtlich bewegen sich Swisscom und Co. freilich auf sicherem Boden: Weder das Radio- und Fernsehgesetz noch das Fernmeldegesetz schreiben vor, dass TV-Programme vollständig übertragen werden müssen.

Doch die Sender kostet das Millionen. Ihre Werbeeinnahmen brechen weg, weil immer mehr Zuschauer zeitversetzt fernsehen. Das zeigen die Zahlen von Mediapulse, die die TV-Nutzung in der Schweiz misst. Demnach waren es noch vor fünf Jahren erst rund 8 Prozent der 15- bis 59-Jährigen, die Replay-TV nutzten, Ende 2017 aber bereits knapp 22 Prozent. In der werberelevanten Primetime am Abend sind es inzwischen gar gut 30 Prozent – Tendenz rasant steigend. Die Werbung wird dabei meist überspult.

Millionenloch im Budget

Die Folge: Der Verlust an Werbegeldern hat 2017 ein Loch von 107 Millionen Franken ins Budget der TV-Stationen gerissen. Für das laufende Jahr rechnet die

IRF schon mit einem Schaden von 140 Millionen. Ein Ende dieser Entwicklung sei nicht abzusehen. «Das bedroht die Existenz der frei empfangbaren, werbefinanzierten TV-Sender und damit auch die Medienvielfalt», warnt Werder.

Gestützt wird die IRF-Geschäftsführerin durch das Bundesamt für Kommunikation: Der Trend zur zeitversetzten Fernsehnutzung erschwere es, das Publikum mit Werbung zu erreichen, heisst es in einer soeben publizierten Studie. Damit werde die TV-Werbung an Reichweite und Attraktivität verlieren – und die Einnahmen der gesamten TV-Branche würden «längerfristig in ähnlichem Ausmass sinken wie jene der Presse in den letzten Jahren».

Streit spitzt sich zu

Kein Wunder also, spitzt sich der Streit mit den Kabelnetzbetreibern jetzt zu. Die Eidgenössische Schiedskommission hat im Februar die neuen Regeln für das zeitversetzte Fernsehen genehmigt. Dazu gehört etwa eine Entschädigungsgebühr für die Replay-Funktion, welche die Verbreiter an die TV-Sender zahlen. Neu beträgt sie 1.60 Franken pro Abonnent und Monat (bisher: 1.50 Franken) – viel zu wenig, kritisiert die IRF, 2016 etwa sei so nur eine Entschädigung von 7,6 Millionen Franken zusammengekommen.

Der Entscheid der Schiedskommission löse die Probleme der TV-Branche daher nicht, sondern zementiere diese vielmehr, so die IRF. Die TV-Sender fordern deshalb rasche und wirksame Nachbesserungen, «damit die Einnahmeausfälle kompensiert oder durch geeignete technische Massnahmen verhindert werden». Konkret: höhere Gebührentarife und eine Einschränkung der Replay-Funktionen. Die Werbung soll nicht mehr überspult werden können, das Angebot nicht mehr sieben Tage zurückreichen und die Suchfunktion beschränkt werden. Möglich sei auch, Pre-Rolls zu erlauben, von denen aber nicht mehr die Plattformbetreiber, sondern die Sender profitieren, sagt Andrea Werder. Zudem seien neu auch die interaktiven Angebote der TV-Stationen zu verbreiten.

TV-Sender wollen mitreden

Ausgehandelt werden Tarife und Regeln für das zeitversetzte Fernsehen zwischen den Nutzerverbänden und den Verwertungsgesellschaften, die auch die Interessen der TV-Sender vertreten. SRG und Privat-TVs selbst haben in dem Verfahren bislang nichts zu melden. Vergeblich bemühten sie sich, direkt zu den Verhandlungen zugelassen zu werden – die Schiedskommission gewährt ihnen laut Entscheid vom Februar keine Parteirechte. Begründung: Kollektive Verwertungen beruhen auf dem Grundgedanken, dass nicht einzelne Rechteinhaber die Verhandlungen führten, sondern Verbände als Interessenvertreter.

Damit will sich die IRF aber nicht abspesen lassen: «Was die TV-Verbreiter den Sendern zu bezahlen haben, sollte Gegenstand von Verhandlungen zwischen den Sendern und den Kabelunternehmen sein», fordert Werder. «Dieser Betrag kann nicht durch eine Schiedskommission festgelegt werden, bei der die Sender nichts zu sagen haben.» Deshalb zieht die IRF den Kommissionsentscheid nun ans Bundesverwaltungsgericht weiter, wie sie gestern mitteilte. Dort will man sich das Mitspracherecht erstreiten: «Nur in der Schweiz ist es möglich, dass die TV-Verbreiter die Sender nicht fragen müssen, ob und wie sie ihre Programme für das zeitversetzte Fernsehen übernehmen und kommerzialisieren dürfen.»

Zahlt Publikum die Zeche?

Ob die TV-Sender damit vor Gericht Erfolg haben, ist offen. Allein darauf wollen sie sich denn auch nicht verlassen. Vielmehr soll der Kampf nach Bundesbern getragen werden. Die IRF arbeite nicht auf ein direktes gesetzliches Werbeüberspielverbot hin, versichert Werder. Stattdessen spielen die TV-Sender über Bande, um ihr Ziel zu erreichen: «Die IRF fordert, dass das zeitversetzte Programmsignal des Senders geschützt wird, sodass der Sender wie weltweit üblich mitbestimmen kann, zu

welchen Rahmenbedingungen sein Programm zeitversetzt angeboten wird», erläutert Werder.

Der IRF-Vorschlag: Der Grundsatz der Programm- und Signalintegralität soll gesetzlich verankert werden. Die nächste Gelegenheit dazu bietet sich bei der Revision des Fernmeldegesetzes, das wohl noch dieses Jahr ins Parlament kommt. Mit dieser Lösung würde die Politik laut IRF «ein folgenschweres Versäumnis» korrigieren. Denn damit wären die TV-Verbreiter dazu verpflichtet, die Programme und Signale der Sender vollständig weiterzuverbreiten – samt interaktiven Angeboten und vor allem: samt Werbung. Das TV-Publikum hätte freilich kaum Freude daran: Dann wärs auch in der Schweiz vorbei mit den besten aller Fernsehzeiten. (Tages-Anzeiger)

Erstellt: 22.03.2018, 18:14 Uhr

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

Nein

DER MENGE ZUHÖREN
Widget Topmarket

Top Aktien	Novartis AG	+128%
	Roche Holding AG	+127%
Top Indizes	Sika AG	+10%
	ABB Ltd	+3%
Top Währungen	Lonza Group Ltd	-1%

Letzter Stand: 14.05.2018, 10:32

Faktor-Zertifikate von **Novartis AG**

Hier klicken für **LONG PRODUKTE**

Hier klicken für **SHORT PRODUKTE**