

Onlinewerbung ist eine Stellvertreterdiskussion

14.09.2012

Auf einen Blick

Der Bundesrat hat entschieden, der SRG vorerst keine Werbung auf ihren Internetseiten zu gestatten. *economiesuisse* begrüsst diesen Entscheid. Ordnungspolitische Gründe sprechen gegen eine Ausdehnung der Online-Aktivitäten der SRG. Hier besteht kein Marktversagen, das eine staatliche Tätigkeit rechtfertigt.

Mit dem Ausbau ihrer Online-Aktivitäten würde die SRG zunehmend in privatwirtschaftliche Domänen eingreifen und inhaltlich zum unmittelbaren Konkurrenten der privaten Medienwirtschaft werden. Die Ausgangslage der SRG ist mit jener der Privatmedien jedoch nicht zu vergleichen. Die SRG ist Marktführerin in allen vier Sprachregionen. Sie soll sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, ein weiterer Ausbau ihrer Machtposition – finanziert durch öffentliche Gelder (Gebühren) – ist nicht durch die Finanzierungsnöten eines extensiv definierten Service Publics zu begründen. Eine Ausdehnung der gebührenfinanzierten SRG-Sender auf kommerzielle Bereiche des Online-Marktes hat eine Marktverzerrung und damit eine Benachteiligung der privaten Medien zur Folge. Bildlich gesprochen könnte die Situation entstehen, dass «der gebührenfinanzierte Elefant im Mediengarten neu entstehende private Pflanzen niedertrampelt».

In der Diskussion um die Gewährung von Online-Werbung für die SRG, die mittels Gebühren finanziert ist, müsste eigentlich eine andere Frage im Vordergrund stehen: Wo legitimiert sich im Medienbereich ein Staatseingriff bzw. ein staatliches Angebot? In einem freiheitlichen Staat müssen Staatseingriffe legitimiert und speziell begründet werden. Sie können – auch wenn sie zu Beginn die Folge von hehren Zielen sind – den Wettbewerb stark verzerren und volkswirtschaftlich schädlich sein.

Aus ordnungspolitischer und wettbewerbslicher Sicht muss zwischen den Märkten differenziert werden, sowohl sachlich wie geographisch. Während im TV-Bereich wohl nach wie vor erhebliche Eintrittshürden (beschränktes Frequenzspektrum, Konzessionssystem, etc.) bestehen, ist der Online-Bereich letztlich global, mit geringen Eintrittshürden und einem sehr heterogenen Angebot ausgestattet. Marktversagen ist hier kaum festzustellen. Der Entscheid des Bundesrats, der SRG vorübergehend keine Werbung auf ihren Internetseiten zu gestatten, wird von *economiesuisse* daher begrüsst. Wo staatliche Aktivität keine eindeutige ökonomische Rechtfertigung findet, ist nach dem Prinzip «in dubio pro libertate» auf einen Eingriff zu verzichten.

Konsequenterweise müssen diesem Entscheid nun eine fundierte Grundsatzdiskussion über den Inhalt, die Finanzierung und die Art der Erarbeitung des Service Public im Medienbereich folgen. Es ist die Frage zu klären, was der Service Public – also die mit öffentlichen Gebührengeldern finanzierte Dienste – umfasst und ob diese Definition mit den

heutigen Kommunikations- und Informationstechnologien noch zeitgemäss ist. Fundamental für eine wettbewerbspolitisch funktionierende Medienlandschaft ist die Legitimation und damit verbunden die enge Definition des staatlichen Eingriffs. Gerade im Bereich der Informationsvermittlung ist dies – nicht zuletzt aus staatspolitischen Gründen – eminent wichtig.