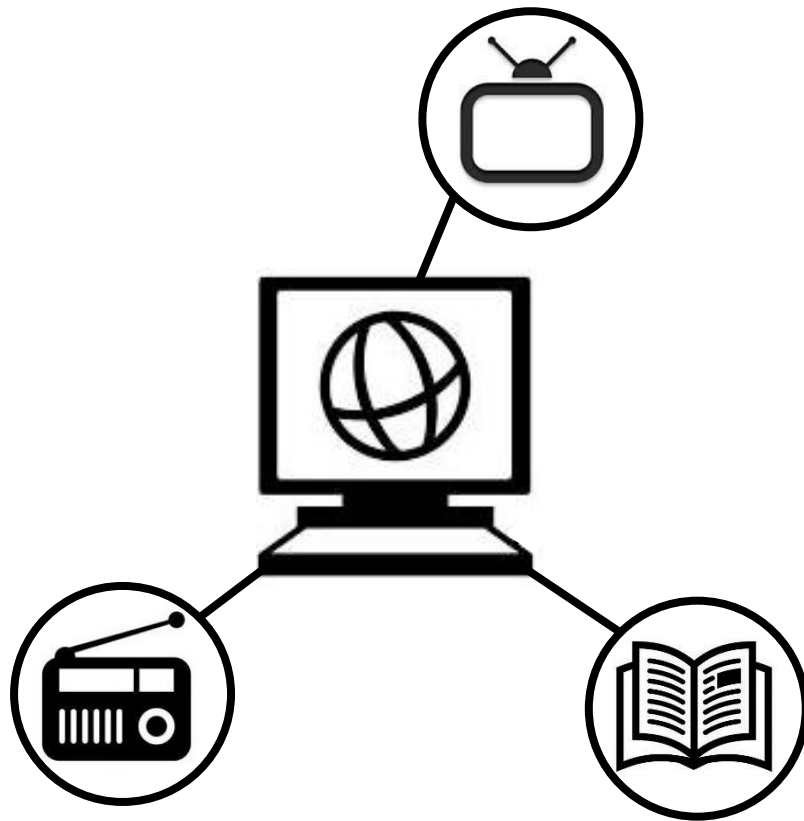


Medienkonvergenz und Werbung: Die Rolle der Service Public Provider

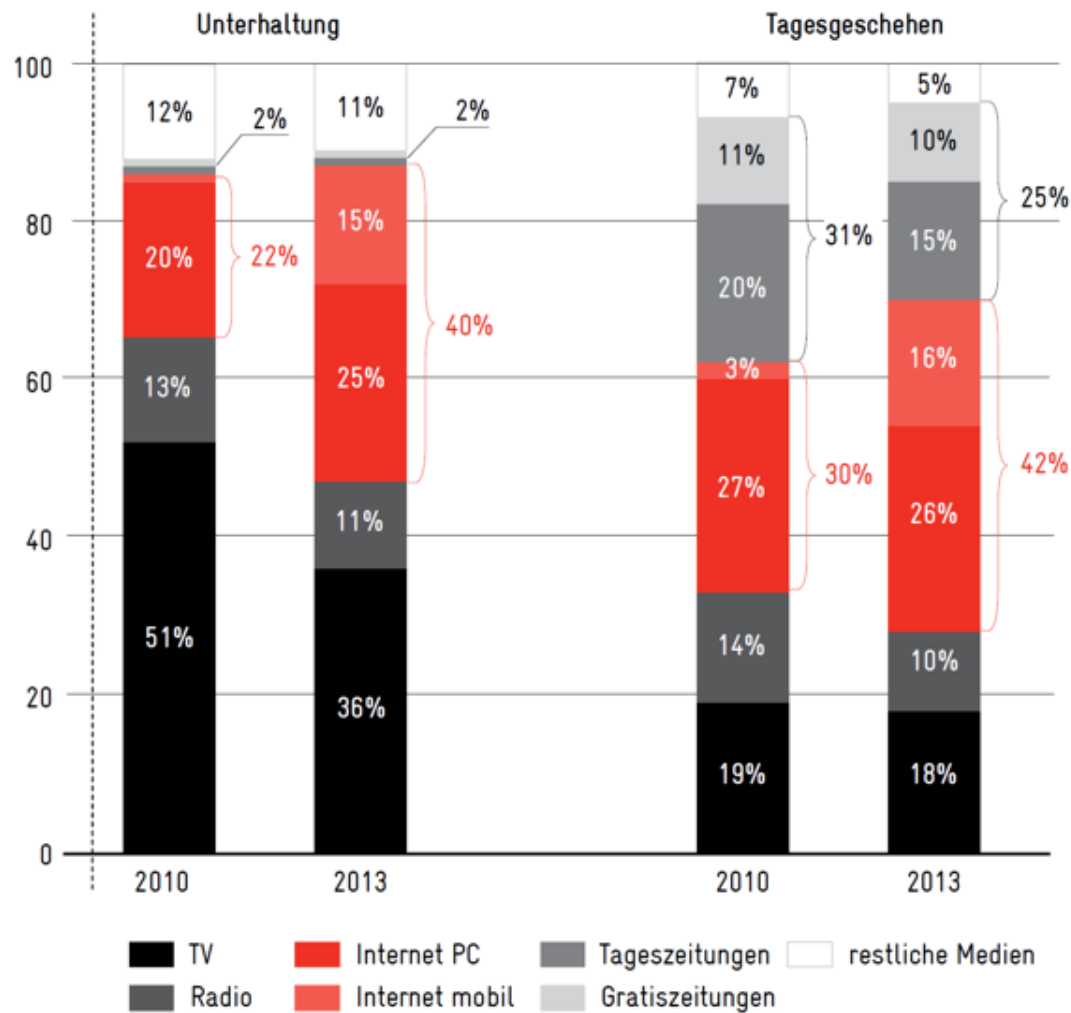
XXII. Atelier de la Concurrence, 30. August 2016
Samuel Rutz

Digitalisierung und Medienkonvergenz



- **Konvergenz**
Print/Rundfunk/Online
- **Neue Konkurrenz** durch
(internationale) Akteure wie
Suchmaschinen, soziale
Medien, Streaming-,
Telekomanbieter

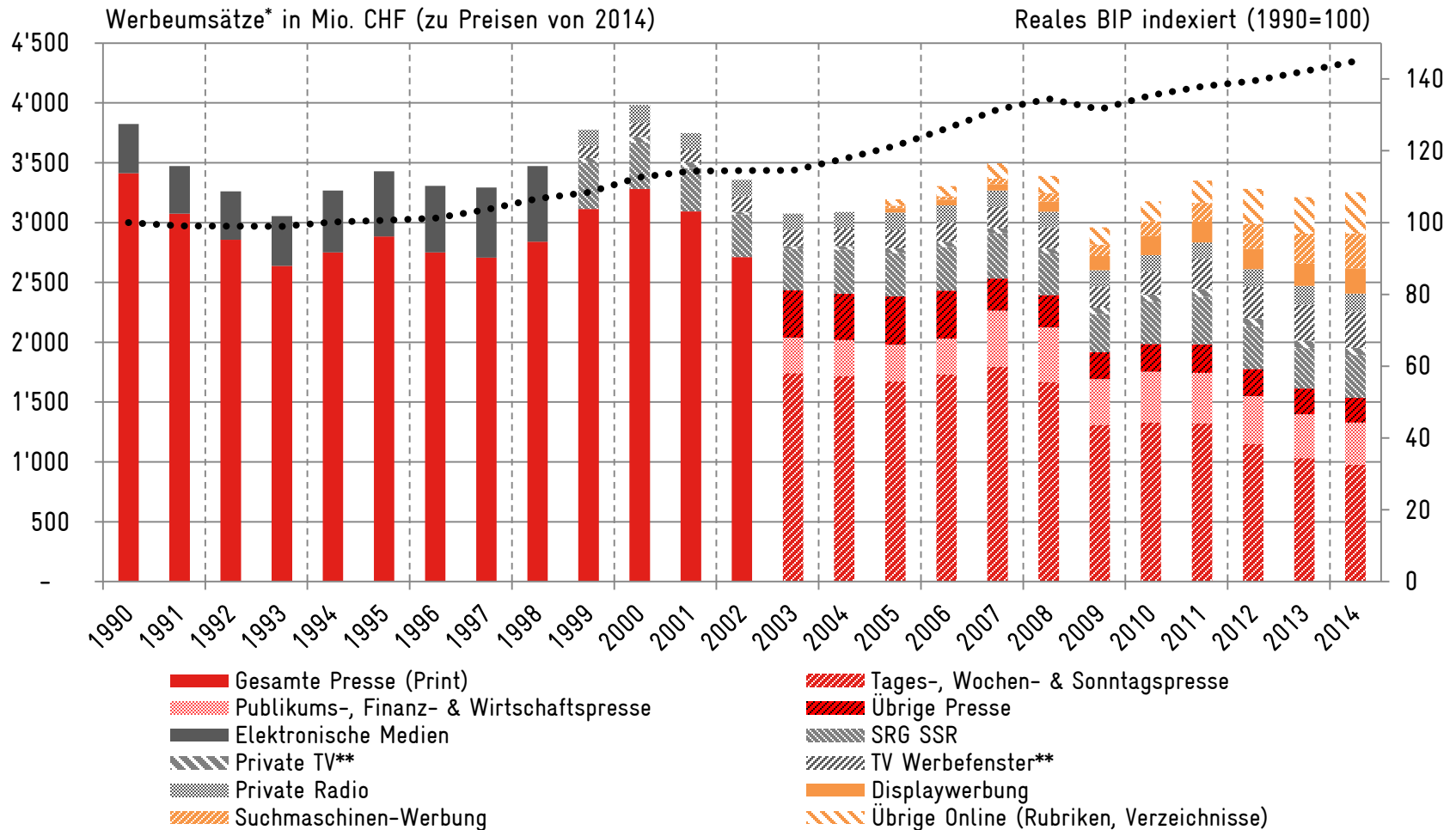
Neue Mediennutzung



Ertragserosion im Nutzer- und Werbemarkt

- **Geringe Zahlungsbereitschaft von (Online-)Nutzern**
 - Budget Konsumenten für Printmedien 2013 1,6 Mrd. Fr. (2004 1,9 Mrd.)
 - Zahlungsbereitschaft online etwa halb so gross wie bei Print:
 - (1) *Hohe Kreuzpreiselastizität aufgrund der Online-Gratisangebote*
 - (2) *Erschwerte Produktbündelung bei Online-Medien*
- **Erodierende Werbeerträge**
 - Reale Werbeumsätze bei Print -50% seit 2000
 - Online-Erträge kompensieren Einbussen nicht:
 - (1) *Störfaktor Werbung bei Online grösser als bei Print oder TV*
 - (2) *Zu kleine Werbeflächen bei Mobile*
 - (3) *Wettbewerb durch dritte Plattformen*

Werbeerträge unter Druck



* Exkl. Übrige Medien (Direkt- & Aussenwerbung, Adressbücher); ** Exkl. Sponsoring

Quellen: SECO, Mediafocus; SRG SSR, Stiftung Werbestatistik Schweiz, eigene Berechnungen

«Admeira» als Schweizer Antwort?

- Die Gründung des JV «Admeira» ist aus *betriebswirtschaftlicher Sicht* schlüssig: Ringier, SRG sowie auch die Swisscom sind von den skizzierten Entwicklungen betroffen
- Die Genehmigung des JV durch die Weko ist *kartellrechtlich* nachvollziehbar: Besonders die «Aufweichung» rigider Marktabgrenzungen in Werbesektor ist zu begrüßen
- Aus *ordnungspolitischer Sicht* ist hingegen die Beteiligung von Staatsbetrieben (SRG und Swisscom) am JV äusserst kritisch zu beurteilen

Problematisches Engagement der Swisscom

- Problematische Mehrheitsbeteiligung des Bundes an der Swisscom:
 - ① **Interessenskonflikte**: Rolle des Bundes als Eigentümer, Kunde und Regulator
 - ② **Marktverzerrungen**: Privilegierter Zugang zur Politik, geringere Kapitalkosten infolge impliziter Staatsgarantie etc.
 - ③ **Finanzielle Risiken**: Expansion in wettbewerbliche Märkte (IT-Dienstleistungen, «Content», Werbung etc.) birgt finanzielle Risiken für Staat und Steuerzahler
- «Remedy»: Vollständige **Privatisierung** der Swisscom sowie Anpassung und Ausschreibung des Service-public-Auftrags

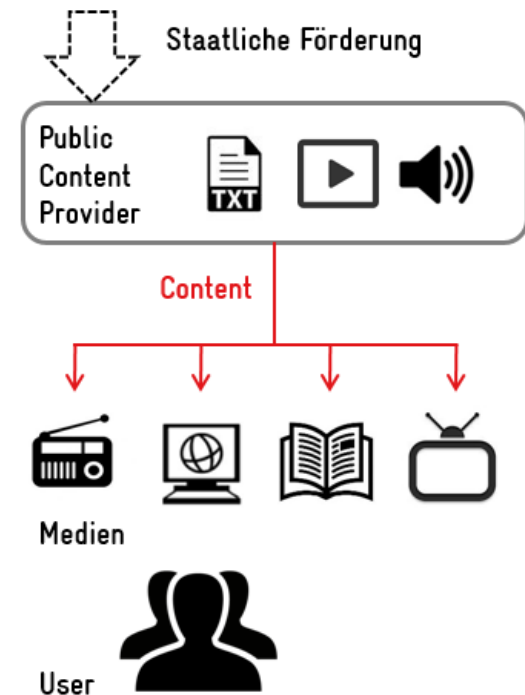
SRG: Ein Kandidat für Reformen

- Gegeben die Medienkonvergenz, wirkt sich die Gebührenfinanzierung der SRG zunehmend *marktverzerrend* aus
- Avenir Suisse schlägt folgende *Reformen* vor:

Kurzfristig: Beschränkung der SRG-Expansion

- ① «Public Value Test»
- ② Beschränkung der SRG-Erträge (Cap)

Langfristig: SRG als Public Content Provider



Zusammenfassung

- Die Digitalisierung führt zu einer Medienkonvergenz und verschärft die Konkurrenzsituation auf den Werbemärkten
- «Admeira» als betriebswirtschaftlich schlüssige Antwort auf die bestehenden Herausforderungen
- Ordnungspolitisch äusserst fragwürdig ist jedoch die Beteiligung von Staatsbetrieben (Swisscom/SRG) am Joint Venture
- Durch eine Privatisierung der Swisscom würden die ordnungspolitischen Bedenken entfallen
- Mit einer SRG als «Public Content Provider» wäre eine Beteiligung am Joint Venture hinfällig

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit
samuel.rutz@avenir-suisse.ch