

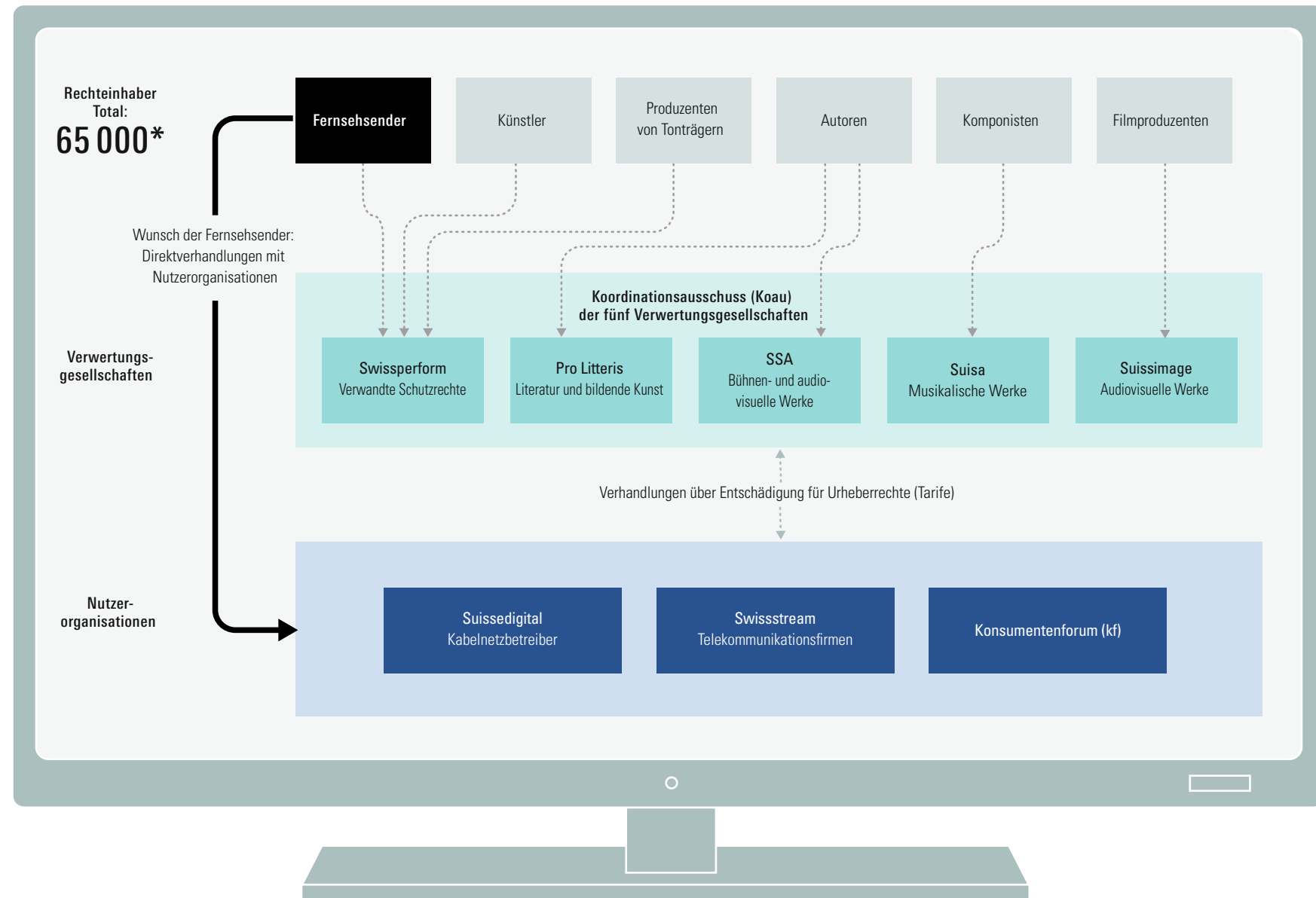
Nach Jahren der Krise wächst die portugiesische Wirtschaft wieder – nun fehlen Fachkräfte **SEITE 27**

Rund 60 Prozent der auf den Weltmeeren kreuzenden Eisbrecher stammen aus Finnland **SEITE 28**

Die Fernsehsender sind des etablierten Verhandlungsweges überdrüssig

Organisation der Entschädigung von Urheberrechten in der Schweiz

-----> Verhandlungswege



\* Aufgeführt ist nur eine Auswahl der verschiedenen Rechteinhaber

QUELLE: EIGENE RECHERCHEN

NZZ-Infografik/effl.

# Zank um zeitversetztes Fernsehen

Die TV-Anstalten wollen das Preis-Leistungs-Verhältnis zu ihren Gunsten verändern

Immer mehr Leute schauen TV im Replay-Modus und überspringen die Werbung. Das passt den Fernsehsendern nicht. Ihnen entgehen Einnahmen in Millionenhöhe. Nun wehren sich SRF, ARD, RTL und Co. dagegen vor Gericht.

CHRISTOPH G. SCHMUTZ

Keine Form der Werbung nervt die Konsumenten mehr als Fernsehwerbung. Das besagt eine von der Plakatgesellschaft APG publizierte Erhebung von 2017. Dank der technischen Entwicklung ist das Publikum diesen Unterbrechungen aber nicht mehr so wehrlos ausgesetzt wie bisher. Das Zauberwort heisst Replay-TV oder zeitversetztes Fernsehen. Das Phänomen verbreitet sich immer stärker. Vereinfacht gesagt zeichnen Anbieter wie Swisscom, UPC oder Zattoo das gesamte Programm von Sendern wie SRF, ARD, RTL und Co. auf und stellen es den Abonnenten auf Abruf zur Verfügung. Diese können dann den Krimi einen Tag nach der ursprünglichen Ausstrahlung anschauen und dabei die Werbung überspringen.

## Besonders während Primetime

Laut der Interessengemeinschaft Radio und Fernsehen (IRF) schauten im zweiten Semester 2017 in der Schweiz bereits 22% des Publikums zeitversetzt Fernsehen. Betrachtet man nur die für die Werbewirtschaft entscheidende sogenannte Primetime zwischen 19 Uhr und 23 Uhr, liegt der entsprechende Anteil

sogar bei bis zu 31%. Von den 15- bis 49-jährigen Zuschauern überspulen 60% bis 80% die Werbung.

Schauen sich weniger Leute die Werbung an, lässt sich damit weniger Geld verdienen. Das führt zu Mindereinnahmen bei den Fernsehsendern, wie IRF beklagt. Der Verband vertritt Anbieter wie SRG, ARD, ZDF, ORF, RAI, France Télévision, die RTL-Gruppe, ProSieben-Sat.1, das AZ-Regionalfernsehen und andere mehr. Im vergangenen Jahr entgingen den Sendern demnach so über 100 Mio. Fr., 2018 werden Ausfälle von 140 Mio. Fr. prognostiziert. Zum Vergleich: Die SRG allein erzielt TV-Werbeinnahmen von 231 Mio. Fr. Nun wollen die Sender etwas gegen diese wegbröckelnden Einnahmen tun. Denn die Fernsehverbreiter wie Swisscom, UPC und Zattoo müssen zwar den Sendern ein Entgelt für das Replay-TV bezahlen, doch dieses ist laut den betroffenen Unternehmen viel zu niedrig. Die Sender erhielten 2016 dafür eine Entschädigung von 7,6 Mio. Fr.

Nun könnte man erwarten, dass die SRG-Verantwortlichen den Telefonhörer in die Hand nehmen und die Swisscom anrufen, um sich gemeinsam an den Verhandlungstisch zu setzen und einen beiden Seiten genehmen Preis auszuhandeln. Doch aufgrund der Urheberrechte ist die Sache etwas komplizierter. Es sind ganz bestimmte juristisch determinierte Abläufe einzuhalten, die eine direkte Verhandlung derzeit nicht vorsehen.

Das Gesetz zum Urheberrecht soll die Rechte von Autoren und Künstlern an ihren Werken schützen. Laut dem Institut für geistiges Eigentum gibt es hierzulande mehr als 65 000 Rechteinhaber, die also in irgendeiner Weise einen Anspruch an Musikstücken, Filmen und Ähnlichem

haben. Dazu gehören nicht nur die Urheber im eigentlichen Sinne, sondern eben auch Firmen, die diese Werke weiterverbreiten, wie etwa TV-Sender.

## Sender wollen mitverhandeln

Weil es in vielen Fällen ineffizient und wenig zweckmässig wäre, dass alle Rechteinhaber die Entschädigung der Nutzung ihrer Werke selber organisieren, gibt es für gewisse Gruppen und Ansprüche fünf vom Bund regulierte sogenannte Verwertungsgesellschaften. Diese handeln zugunsten ihrer Mitglieder, der Fotografen, Komponisten und so weiter, mit Nutzervertretern einen geeigneten Preis, einen Tarif, für die Nutzung der Werke aus. Die Verwertungsgesellschaft der Fernsehsender ist Swissperform. Diese Organisation hat entsprechend auch im Namen der SRG unter anderem mit dem Verband der Swisscom, Swissstream, einen Preis für das Angebot von zeitversetztem TV ausgehandelt. Der Tarif wurde 2012 von der zuständigen Behörde, der Eidgenössischen Schiedskommission für die Verwertung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten (ESchK), für die Zeit von 2012 bis 2016 genehmigt.

Ein einziger Fernsehsender hatte sich bis vor Bundesgericht gegen diesen Tarif gewehrt, erlitt aber aufgrund von prozessualen Mängeln eine Niederlage. Bei den jüngsten Neuverhandlungen der Replay-TV-Preise gelang es den Sendern nicht, ihre Positionen bei der Verwertungsgesellschaft durchzusetzen. Entsprechend versuchen die Sender nun, sich einen eigenen Platz am Verhandlungstisch mit den Nutzerverbänden zu erstreiten. Die ESchK hat das aber in einem Entscheid vom 16. Februar abgelehnt. Diesen Be-

schluss haben die Sender vor das Bundesverwaltungsgericht weitergezogen. Vereinfacht gesagt, wollen sie das Preis-Leistungs-Verhältnis zu ihren Gunsten verändern, um die Einnahmeausfälle des Replay-TV möglichst auszugleichen. Am liebsten möchten die Sender einzeln mit den Verbeitern verhandeln und so den Preis in die Höhe treiben. Dazu müsste aber die Replay-Funktion vom derzeit geltenden Urheberrechts-Verwertungsprozess ausgenommen werden. Sollte das nicht gelingen, will man zumindest in direkten Verhandlungen mit den Nutzerverbänden den Preis erhöhen oder die Leistung senken. Das heisst, die Funktion soll etwa nicht für sieben, sondern nur für zwei zurückliegende Tage verfügbar sein.

## Bald bedeutungslos?

Letztlich dürfte sich dieser Zank aber dereinst in Luft auflösen. Werden nämlich die Speicherkapazitäten so günstig, dass ein Nutzer das gesamte Fernsehprogramm für sich selber separat aufzeichnen kann, nutzt er Replay-TV im Rahmen der erlaubten privaten Kopie in Eigenregie und braucht das Angebot der Fernseh-Übertrager nicht mehr. Zudem dürfte sich grundsätzlich die Ära des linearen TV dem Ende zuneigen. Die Sender bieten ihre eigenen Inhalte bekanntlich selbst zunehmend als Einzelstücke auf dem Internet zum zeitversetzten Konsum an. Werbefreie Konkurrenz wie Netflix sorgt zudem dafür, dass die Sender sich bei diesen Angeboten hüten werden, sie mit Werbung zu überfrachten. Insofern stellt sich diese juristische Auseinandersetzung dereinst unter Umständen als letztlich bedeutungsloser Streit heraus.

«Reflexe», Seite 34

## Erleichterung in den Schweizer Ferienorten

Sachte Trendwende und andauernde langfristige Probleme

DANIEL IMWINKELRIED

Nach schwierigen Jahren der Krise sind Schweizer Touristiker mit wenig zufrieden. Umfassende Statistiken darüber, wie das Winterhalbjahr in den Alpen gelaufen ist, gibt es zwar kurz nach Ostern noch nicht; die ersten Daten vermitteln aber den Eindruck, als sei der seit zehn Jahren andauernde Abschwung zumindest gestoppt. Bei den Tourismusverantwortlichen hat das Erleichterung, ja manchenorts gar Stolz ausgelöst. Bekannt ist etwa, dass die Ersteintritte (Skierdays) bei den Graubündner Bergbahnen im Vergleich mit dem Winter des Vorjahres um 5,4% gestiegen sind.

Viele Touristiker haben ihre Wurzeln allerdings im Marketing, und in diesem Geschäft bemisst sich der Erfolg meist an simplen Wachstumszahlen. Hat sich daneben im Schweizer Wintertourismus im vergangenen Jahr auch fundamental etwas zum Guten verändert?

## Erfolgreiche Österreicher

Ernüchternd ist für die Branche weiterhin der langfristige Vergleich. Trotz dem kleinen Plus waren die Ersteintritte ins Bündner Liftsystem im Fünfjahresvergleich mit -1,1% noch immer rückläufig. Branchenvertreter vermuten, dass die schweizerische Entwicklung nur leicht besser ausgefallen ist. Bei diesen Durchschnittszahlen schlägt sich somit nach wie vor der Abschwung nieder, der vor zehn Jahren eingesetzt hat. Ende des vergangenen Jahrzehnts verzeichneten die Schweizer Bergbahnen noch über 29 Mio. Ersteintritte; in diesem Winter werden es im besten Fall rund 22 Mio. sein.

Vor allem der starke Franken hat viele Europäer davon abgehalten, hierzulande Ferien zu verbringen. Derweil eilen die Touristiker in den österreichischen Alpenregionen von Erfolg zu Erfolg. Vor 12 Monaten hat sich zwar in der hiesigen Branche eine gewisse Schadenfreude breitgemacht, als die Konkurrenten des Nachbarlandes in der Wintersaison zum ersten Mal sinkende Gästezahlen hinnehmen mussten. Offenbar war das aber keine Trendwende. Jedenfalls sind die Logiernächte in den österreichischen Alpenregionen in diesem Winter (bis Ende Februar) wieder gestiegen. Niederländer und Deutsche besuchen in grösserer Zahl die Ferienorte; vor allem aber vermögen diese immer mehr Polen und Tschechen anzuziehen – eine Klientel, die auch Schweizer Feriendörfer gerne beherbergen würden, allerdings verpufften die Marketinganstrengungen fast wirkungslos. Wenigstens scheinen die österreichischen Skiregionen auf Schweizer nicht mehr den gleich starken Sog auszuüben wie jüngst. Die von ihnen im Nachbarland gebuchten Logiernächte stagnierten diesen Winter mehr oder weniger (+0,6%).

## Bahnen mit Finanzsorgen

Das heisst aber auch: Noch sind Schweizer Touristen nicht in grosser Zahl in die hiesigen Destinationen zurückgekehrt, obwohl diese heftig um das einheimische Publikum werben, seit die Gästezahlen aus Europa rückläufig sind. Der Verdrängungskampf wird sich damit fortsetzen. Gewisse Touristiker mögen über den Anstieg der Gästezahlen in diesem Winter frohlocken, er ist aber zu gering, als dass nun alle Bergbahnen und Hotels in den Alpen beruhigt der Zukunft entgegenzusehen könnten. Auch in den vergangenen Monaten haben sich die Finanzprobleme gewisser mittelgrosser Bergbahnbetriebe derart zugespitzt, dass sie auf staatliche Hilfe oder Geld von Spendern angewiesen sind (Pizol, Braunwald, Elm, Morgins).