

Gültige Bestimmungen der Grundsatzvereinbarung unter Berücksichtigung der Beratung des Sekretariats der Wettbewerbskommission vom 25. November 2025

Grundsatzvereinbarung

zwischen

der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (nachfolgend SRG SSR)

und

den Verlegerverbänden SCHWEIZER MEDIEN, MEDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA

über die Rücksichtnahme der SRG SSR auf andere Schweizer Medien und die Stärkung des Schweizer Mediensystems

Präambel

Das direktdemokratische System der Schweiz ist auf eine umfassende journalistische Versorgung auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene angewiesen. Die privaten Medien und die SRG SSR stellen die demokratierelevanten Informationen für die Schweizer Bevölkerung bereit.

Durch die Digitalisierung und die Konvergenz der klassischen Mediengattungen wird die Marktordnung auch in der Schweiz neu gestaltet.

Die privaten Medienanbieter müssen investieren, um Bezahl- und Reichweitenmodelle für ihre digitalen Angebote weiter zu etablieren und die Finanzierung des Journalismus über Einnahmen aus dem Werbe- und dem Nutzermarkt nachhaltig sicherzustellen.

Der Leistungsauftrag der SRG SSR ist in der Radio- und Fernsehgesetzgebung (RTVG, RTVV) und in der Konzession vorgegeben. Die SRG SSR finanziert ihr Angebot überwiegend aus Gebühreneinnahmen. Die SRG SSR muss die Gebührenakzeptanz erhalten. Das Onlineangebot der SRG SSR ist dafür von existentieller Bedeutung. Nur so kann sie ihren Service Public Auftrag auch in Zukunft wahrnehmen.

Die Mittel der SRG SSR sollen mit Rücksicht auf die privaten Angebote eingesetzt werden. Die nachfolgenden Massnahmen sollen die Unterscheidbarkeit der Angebote stärken. Die SRG SSR und die privaten Medienanbieter streben gemeinsam eine Stärkung des Schweizer Mediensystems und des fairen Wettbewerbs im Medienmarkt an. Die privat und die öffentlich finanzierten Angebote sollen gemeinsam eine optimale Versorgung der Bevölkerung sicherstellen. So wird der Medienplatz Schweiz insgesamt gestärkt und ein wichtiger Beitrag zum Erhalt der Medienvielfalt geleistet.

In diesem Sinne werden die nachfolgenden Grundsätze vereinbart.

1. Die SRG SSR fokussiert sich im Bereich Online auf audio- und audiovisuelle Inhalte

Die raison d'être und das Kerngeschäft der SRG SSR sind Radio und Fernsehen, insbesondere erbringt sie auch Leistungen im übrigen publizistischen Angebot, namentlich mit einem Online-Angebot. Den Schwerpunkt im Online-Angebot bilden audio- und audiovisuelle Inhalte.

Die SRG SSR lässt auf eigene Kosten die Reichweiten ihrer Online-Angebote von einer unabhängigen, wissenschaftlich abgesicherten und von der SWA anerkannten Onlineforschung messen und weist die gängigen Werte (Visits, IDs, Nutzungsdauer etc.) mindestens monatlich und für jeden Brand / Vektor einzeln aus. Die Vertragsparteien verfolgen mittelfristig die Absicht, die Onlineforschung gemeinsam durchzuführen.

Die SRG SSR fokussiert sich im Online-Angebot auf audio- und audiovisuelle Inhalte und legt entsprechend den Schwerpunkt in den Investitionen in diesen Bereich. Die SRG betreibt dafür eine oder mehrere Streaming-Plattformen, um die Angebote aus den unterschiedlichen Sprachregionen zu verbinden.

Die SRG-SSR beschränkt deshalb die neu erstellten Textbeiträge im Onlineangebot wie folgt:

1. ~~Die SRG-SSR wird ab 2026 die Textbeiträge auf maximal 2400⁴ Zeichen beschränken.² Massgebend für die Zählung der Anzahl Zeichen ist die Regelung mit dem BAKOM vom 15.11.2019 zur Zählung der Anzahl Zeichen des SRG-Online-Angebotes. Gemäss dieser Regelung werden folgende Zeichen mitgezählt: Lead und Textblock (auch Fliesstext genannt) inklusive Zwischentitel und hervorgehobene Zitate. Nicht mitgezählt werden: Leerzeichen (= Leerschläge), Titel, Autoren-/Quellenzeile, Aktualisierungsinformationen, Bildlegenden, Grafiken und Hinweise auf Mehrwertdienste.~~

~~Die SRG-SSR wird ab 2026 die Textbeiträge in den Bereichen Nachrichten und Sport mit einem Audioinhalt oder einem audiovisuellen Inhalt (AV-Inhalte) verknüpfen.³ Ausgenommen sind Breaking News. Mindestens einer der verknüpften AV-Inhalte muss einen direkten Bezug zum Textbeitrag aufweisen.⁴ und muss in den 10 Tagen vor der Publikation des Textbeitrags hergestellt worden sein.⁵~~

2. ~~Digital aufbereitete journalistische Online-Formate wie Visuals, (interaktive) Grafiken und Scrolling Telling ausserhalb von Videos sollen in Ausnahmefällen eingesetzt werden. Zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung setzt die SRG-SSR solche Formate bereits nur in Ausnahmefällen ein.~~
3. ~~Die SRG-SSR wird ab 2026 in den Textbeiträgen im Bereich Nachrichten, soweit sinnvoll und redaktionell begründet, auf analoge Online-Textbeiträge in den Schweizer Medien hinweisen und darauf verlinken.¹⁶ Das entsprechende Konzept wird durch die SRG-SSR erstellt und mit dem VSM abgestimmt.~~
4. ~~Die SRG-SSR weist in den eigenen Newslettern auf Sendungen oder Online-Angebote hin und verzichtet in den Newslettern auf aktuelle Textbeiträge aus den Bereichen Nachrichten und Sport.⁷ Sie verzichtet auf eine Erhöhung der Anzahl Newsletter.~~

~~Die SRG-SSR verzichtet auf textbasierte Liveticker zur Begleitung von Sportveranstaltungen, die bei der SRG-SSR live in voller Länge über TV oder Internet exklusiv ausgestrahlt werden. In jedem Fall bleiben Ticker mit Highlight-Videos inklusive einer Kurzbeschreibung des Videos und statistische Informationen zur Sportveranstaltung, wie z.B. Aufstellung, Klassement, Statistiken, etc. zulässig.~~

5. ~~Die SRG-SSR setzt Push-Meldungen wie zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung zurückhaltend und nur auf individuelle, explizite Zustimmung der Nutzenden ein.~~

~~Ausgenommen von den obigen Beschränkungen sind die Textbeiträge in rätoromanischer Sprache, die Textbeiträge für das Auslandsangebot sowie Texte für den barrierefreien Zugang zum SRG-Angebot.~~

~~Die SRG-SSR spielt ihre Inhalte auf den eigenen und anderen Schweizer Plattformen aus. Ausländische Plattformen (wie YouTube, Facebook oder Instagram) werden durch die SRG-SSR nur eingesetzt, wenn damit Zielgruppen erreicht werden, welche die SRG-SSR sonst nur schlecht oder gar nicht mehr erreicht, insbesondere das junge Publikum.⁸ Das Ziel dieser Angebote ist eine Konversion der Nutzenden auf die eigenen Plattformen. Dies erfolgt zur Stärkung des Medienplatzes Schweiz. Die SRG-SSR beschränkt sich pro ausländische Plattform auf maximal einen~~

⁴-Diese Zeichenbeschränkung gilt für Onlineartikel mit einem journalistischen Inhalt in den Bereichen, News, Sport, Kultur, Unterhaltung und Bildung, die von der SRG hergestellt und publiziert werden.

² Ausgangslage: Die SRG unterliegt grundsätzlich keiner Längenbeschränkung bei Textbeiträgen.

³ Ausgangslage: Die SRG muss nur 75% der Textbeiträge, die nicht älter sind als 30 Tage mit einem A/AV-Inhalt verknüpfen.

⁴ Ausgangslage: Bisher keine Regelung.

⁵ Ausgangslage: Die SRG muss nur eine «gewisse zeitliche Nähe» sicherstellen zwischen Textbeitrag und AV-Inhalt.

¹⁶ Ausgangslage: Die SRG unterliegt keiner Verpflichtung, auf analoge Textbeiträge in den Schweizer Medien hinzuweisen/zu verlinken.

⁷ Ausgangslage: Die SRG unterliegt keinen Einschränkungen in Bezug auf Newsletter-Inhalte.

⁸ Ausgangslage: Die SRG unterliegt keiner Einschränkung, wonach sie nur ausnahmsweise ihre Inhalte auf ausländischen Plattformen ausspielen darf. (Hinweis: Die SRG ist regulatorisch verpflichtet, Inhalt, Formate und Technik der Angebote so aufzubereiten und zu verbreiten, wie es den Mediennutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppen entspricht, Art. 13 Abs. 2 Konz).

Kanal/Brand pro Programmkategorie⁹ und pro Sprache.¹⁰ Temporäre Kanäle mit einem Bezug zu einem Ereignis sind zusätzlich zulässig. Für die Auffindbarkeit in Suchmaschinen (z.B. Google) und die Anzeige von Links können Inhalte indiziert werden.

Die SRG SSR verzichtet im bestehenden Masse weiterhin auf Werbung im Online-Angebot.

~~Sie verpflichtet sich, den Schweizer Medien Standort zugunsten der Tech-Plattformen zu stärken, so dass die Wertschöpfung im Inland verbleibt.~~

2. Die SRG SSR engagiert sich für eine stringente KI-Regulierung

Für KI-Anwendungen, die Inhalte aus dem Internet abgreifen und diese umfangreich darstellen bzw. neu zusammenstellen (wie z.B. ChatGPT, Google Gemini, Perplexity), sperrt die SRG SSR ihre Inhalte zum Schutz der Schweizer Medien, sofern die grossen fünf Medienhäuser der Schweiz (TX Group, Ringier, NZZ, CH Media und Samedia) ihre Angebote ebenfalls sperren. Die Parteien setzen sich dafür ein, dass KI-Anwendungen die Nutzung journalistischer Inhalte angemessen entschädigen. Die SRG SSR unterstützt zudem die Medienverbände bei politischen Vorstössen und der Gesetzgebung zur Regulierung von KI-Anwendungen.

3. Die SRG SSR engagiert sich in der Login Allianz

Die SRG SSR und die privaten Medien engagieren sich im Rahmen der bereits bestehenden Login Allianz dafür, dass der internationale Standard der Nutzerregistrierung auch auf digitalen Plattformen in der Schweiz etabliert werden kann. Die SRG SSR und die privaten Medien unterstützen die Bestrebungen bzgl. einer Login-Pflicht im Online-Angebot der SRG SSR. Soweit es einer Anpassung der gesetzlichen Rahmenbedingungen bedarf, setzen sich SRG SSR und die privaten Medien dafür ein.

4. Sportübertragungen

Das Angebot an Livesport der SRG SSR unterscheidet sich in seiner Gesamtheit substantiell von demjenigen kommerzieller Anbieter. ~~Die SRG SSR fokussiert auf Übertragungen, die von anderen Anbietern nicht abgedeckt werden.~~

~~Insbesondere bei der Auswahl der Sportrechte nimmt die SRG SSR verstärkt Rücksicht auf die Bedürfnisse privater Anbieter. Sie~~ Die SRG SSR ist bestrebt, beim Rechteerwerb Kooperationen mit anderen schweizerischen Veranstaltern einzugehen.

Die SRG SSR und die anderen schweizerischen Veranstalter verpflichten sich dafür, Kooperationen (Bietergemeinschaften beim Rechteerwerb, Arbeitsgemeinschaften bei der Produktion bzw. bei der Ausstrahlung und Verwertung) zu prüfen. Sie beurteilen im Einzelfall, ob und wie die kartellrechtlichen Rahmenbedingungen eingehalten werden können.

5. Kooperationen

Die SRG SSR bekennt sich zu den bestehenden Kooperationen mit Schweizer Medienhäusern. Ergänzend dazu verpflichtet sie sich für folgende Leistungen zugunsten der Schweizer Medien.

5.1 Kampagne für Login-Allianz

Die SRG SSR stellt der Login-Allianz für die Bewerbung des Logins einmalig ein unentgeltliches TV-Werbekontingent in der Höhe von CHF 500'000 zur Verfügung. Die SRG SSR wird als Mitglied der Login-Allianz beim TV-Werbepot auch selber sichtbar sein.

⁹ Die SRG verfügt über sieben Programmkategorien.

¹⁰ Ausgangslage: Die SRG unterliegt keiner Einschränkung bzgl. Kanälen/Brands auf ausländischen Plattformen.

5.2 Replay Ad

Die SRG SSR wird der «Branchenvereinbarung betreffend alternative Werbeformen im Replay TV gemäss GT 12» (BV) auf Basis des im Herbst 2024 erzielten Verhandlungsergebnisses, das heisst insbesondere mit der Möglichkeit von max. 30 Sekunden Re-play-Start-Ad und dem neu verhandelten Modell für die Abgeltung der Weiterverbreiter, vorbehältlich der entsprechenden Finalisierung und Unterzeichnung der Verträge durch alle Parteien, beitreten und sich einer allfälligen gleichzeitigen oder nachträglichen Erhöhung der Vorhaltdauer von 7 auf 14 Tagen im GT 12 nicht widersetzen. Die Einigung betreffend Einnahmen GT 12 über die entsprechenden Verteilschlüssel und Beträge muss bis Ende Juni 2025 innerhalb der IRF getroffen werden. Die vorliegende Ziffer steht unter dem Vorbehalt, dass die Vereinbarung zu Replay mit allen involvierten Marktteilnehmern zu Stande kommt.

5.3 Rohmaterial (Art. 31 SRG Konzession)

Die SRG SSR wird täglich Rohmaterial (ohne integrierte SRG-Logos oder SRG-Branding) zur Umsetzung von Art. 31 der SRG-Konzession möglichst uneingeschränkt, mindestens aber zu drei Themen zur Verfügung stellen.²⁴⁴ Die Verleger können dieses Rohmaterial frei bearbeiten, mit einem eigenen Branding versehen, auf eigenen Online-Angeboten und auf eigenen Social Media-Kanälen verbreiten und mit Werbung versehen. Die effektive Nutzung dieses Angebots wird regelmässig analysiert und das Angebot wird entsprechend optimiert.

5.4 Online- und Social Media-Marketing

Die SRG SSR wird ab August 2025 60% der Marketingausgaben für das Online- resp. Social Media-Angebot bei Schweizer Medienhäusern buchen. Die SRG SSR wird ab August 2025 die anderen 40% der Marketingausgaben für das Online-Angebot resp. für Social Media-Angebote über eine Agentur der Verleger (z.B. Goldbach, Audienzz, Admeira) buchen.

5.5 Streaming-Lizenzen

Die SRG SSR stellt Streaming-Plattformen, die von Schweizer Medienhäusern beherrscht und betrieben werden, Sendungen aus dem Archiv zur Verfügung. ~~Die Abgeltung der Lizenzrechte basiert auf dem Modell einer Beteiligung von 50% an den entsprechenden Erlösen.~~

5.6 Streaming-Technologie

Die SRG SSR ist bereit, ihre Streaming-Technologie mit den Verlegern zu teilen, ~~wobei die Verleger nur die Zusatzkosten tragen müssten.~~

5.7 Streaming Plattform SRG SSR (Arbeitstitel «PlayNext»)

Die SRG SSR bietet den Verlegern an, bei Bedarf ihre Videos auf der neuen Streaming-Plattform SRG SSR zugänglich zu machen, um die Nutzung innerhalb der Schweiz zu stärken.

~~5.8 VSM-Mitgliedschaft~~

~~Die SRG SSR ist bereit, dem VSM als Mitglied beizutreten.~~

6. Unterstützung der SRG SSR durch die Verlegerverbände

Auf der vorliegenden Basis eines gestärkten Mediensystems unterstützen die Verlegerverbände öffentlich die Gebührenfinanzierung der SRG SSR (inklusive der Haushalts- und Unternehmensabgabe und ihrer Höhe gemäss RTVV-Revision 2024), damit sie ihre Aufgaben erfüllen und damit zu einer reichen Schweizer Medienlandschaft beitragen kann. Dies betrifft insbesondere:

²⁴⁴ Ausgangslage: Die SRG unterliegt keiner Verpflichtung, eine Mindestanzahl an Rohmaterial zur Verfügung zu stellen.

- Am Swiss Media Forum 2025 oder spätestens Ende Mai 2025 wird über den Abschluss der Vereinbarung eine gemeinsame Kommunikation verbreitet – idealerweise gibt es einen gemeinsamen Slot im Programm für ein gemeinsames Bekenntnis zum Medienplatz Schweiz mit dem Präsidenten VSM und der Generaldirektorin SRG SSR.
- Die Verlegerverbände werden sich bis Sommer 2025 gegen eine Annahme der Halbierungsinitiative aussprechen. Die Verbände verpflichten sich, sich zu engagieren, damit ihre Verbandsmitglieder ebenfalls eine ablehnende Haltung einnehmen.

Die redaktionelle Unabhängigkeit aller Parteien ist jederzeit gewährleistet und nicht Teil dieser Vereinbarung.

7. Runder Tisch

Die Einhaltung der vorliegenden Vereinbarung wird zweimal jährlich gemeinsam beurteilt und periodisch überprüft. Zu diesem Zweck gibt es einen runden Tisch mit gleich vielen Vertreterinnen und Vertretern von SRG SSR und Verlegerverbänden; sie beurteilen halbjährlich die Einhaltung dieser Vereinbarung.

Die Parteien initiieren regelmässig die Weiterentwicklung der vorliegenden Vereinbarung zur Stärkung des Schweizer Medienplatzes mit dem Ziel, die Bevölkerung mit einem verlässlichen, vielfältigen und umfassenden Medienangebot zu versorgen.

8. Vertragsdauer

Diese Vereinbarung tritt gemäss Ziff. 10 nachstehend in Kraft und gilt bis zum 31.12.2028. Die Vereinbarung verlängert sich automatisch im gleichen Umfang wie eine allfällige Verlängerung der bestehenden SRG-Konzession durch den Bundesrat. Die Parteien streben frühzeitig eine neue Vereinbarung an.

9. Übrige Bestimmungen

- 9.1 Die Parteien stellen die Vereinbarung den Behörden und der Öffentlichkeit zur Verfügung.
- 9.2 Änderungen und Ergänzungen dieser Vereinbarung können nur schriftlich erfolgen.
- 9.3 Ergeben sich aus oder im Zusammenhang mit dieser Vereinbarung Unklarheiten, Differenzen oder Streitigkeiten, sind die Parteien verpflichtet, zunächst einen internen Schlichtungsversuch zu unternehmen. Hierzu treten die Präsidenten der Medienverbände und die Generaldirektorin SRG SSR in Dialog und versuchen, eine einvernehmliche Lösung zu erzielen. Sollte innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der internen Schlichtung keine Einigung erzielt werden, sind die Parteien berechtigt, ihre Ansprüche vor den zuständigen staatlichen Gerichten geltend zu machen.
- 9.4 Die vorliegende Vereinbarung untersteht schweizerischem Recht. Ausschliesslicher Gerichtstand für sämtliche Streitigkeiten ist die Stadt Bern.
- 9.5 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung unwirksam, nichtig oder undurchführbar sein, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dieser Vereinbarung davon unberührt. Fallen dadurch substantielle Vertragsleistungen weg, kann der Vertrag von beiden Parteien gekündigt werden.

10. Beratungsanfrage an das Sekretariat der Weko

Die Parteien werden diese Vereinbarung nach Unterzeichnung im Rahmen einer Beratungsanfrage dem Sekretariat der Wettbewerbskommission vorlegen und sie tritt nur insoweit in Kraft, als sie vom Sekretariat der Wettbewerbskommission als kartellrechtskonform beurteilt worden ist.

Anhang: Stand Kooperationen der SRG für den Medienplatz Schweiz (Stand 2024)

