

Politik

Der frühere SVP-Präsident **Toni Brunner** (Foto) hat gestern wieder zur Verkaufsveranstaltung ins Toggenburg geladen. Offiziell bringt der Nationalrat bei solchen Seminaren sein Wissen an Frau und Mann.



Diesmal über die Energiestrategie – also warum Atomkraftwerke gut sind und erneuerbare Energien des Teufels. In Tat und Wahrheit nutzt Brunner solche Zusammenkünfte im

Haus der Freiheit aber, um seinen Anhängern Eringer Kühe aufzuschwatzen. Denn statt des einheimischen Braunviehs stehen in seinem Stall immer mehr Kampfkühe, die einst zusammen mit den Römern ins Wallis eingewandert sind. Und ausgerechnet bei SVPlern finden diese Immigranten reissenden Absatz. So haben schon die Nationalräte **Thomas Aeschi**, **Thomas Matter** und **Andreas Glarner** sowie ihre Ratskollegin **Sandra Sollberger** das Portemonnaie gezückt, um solche ortsfremden Raufbolde zu kaufen. Man fragt sich, wie lange man im Toggenburg diese Massenkuhwanderung noch toleriert und wann endlich Kontingente gefordert werden.

Gewerkschaft wird mit Mailsperre bestraft

Aarau Im Streit mit der Mediengewerkschaft Syndicom greift Peter Wanner (Foto), Verleger der «Aargauer Zeitung», zu unüblichen Mitteln: Er liess in seinem Familienunternehmen alle E-Mails blockieren, die von der Domain des Journalistenverbandes aus gesendet werden. Ohne die Betroffenen zu informieren. Schickt ein Gewerkschafter elektronische Post an eine AZ-Adresse, kriegt er eine Fehlermeldung. Laut Firmensprecherin Monica Stefani ist die Sperre die Retourkutsche für ein Massenmail, das die Arbeitnehmerorganisation im Februar an AZ-Angestellte verschickt hatte. Das sei «unzulässig» gewesen.

Die Journalistenvertreter schalteten sich ein, als bekannt geworden war, dass man bei der Pensionskasse des Verlags über eine Erhöhung des Rentenalters auf 66 Jahre nachdenkt. Wanner hat sich inzwischen als Gegner dieser Idee geoutet; die Vorsorgeeinrichtung sei gesund.

Eine Entsperrung könne durch ein schriftliches Gesuch «jederzeit beantragt» werden, sagt Stefani; bislang sei dies nicht geschehen. Überdies stehe man «betreffend den Fragen zur Pensionskasse» mit Syndicom in Kontakt.

«Das Gesuch werden wir natürlich schicken», heisst es beim Verband. Den Gewerkschaftern stehen dafür noch Postversand, persönliche Übermittlung oder Brieftaube zur Verfügung.

Reza Rafi



Die SRG verdient selber an ausländischen Werbefenstern

Die Werbeallianz Admeira preist Privatsender «mit breitem Angebot» an

Reza Rafi

Bern Im Kampf um den Service public spielen die SRG-Freunde auf die Frau. Drei Journalistenverbände fordern SVP-Nationalrätin Natalie Rickli per offenen Brief dazu auf, in der Medienpolitik als Präsidentin der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen in den Ausstand zu treten.

Die Begründung: SRG-Kritikerin Rickli arbeitet bei der Goldbach Group. Die Küssnacher Firma vermarktet Schweizer Werbefenster bei ausländischen TV-Sendern und steht damit in direkter Konkurrenz zum Leutschenbach. Das geht nicht, finden die Absender des Briefs, die Gewerkschaften SSM, Syndicom und Impressum – und sie spielen auf ein Szenario an, das die Spitze des Rundfunkkonzerns am liebsten gegen eine Einschränkung ihres Unternehmens ins Feld führt: die drohende Abwanderung von Schweizer Werbegeldern ins Ausland. Auch die Werbeallianz der SRG mit der Swisscom und dem Ringier-Verlag namens Admeira wird so verteidigt; das Joint Venture soll als Bollwerk dienen, um die Werbemittel im Land zu behalten.

SRG fördert eine Entwicklung, vor der sie sonst warnt

So mahnte SRG-Generaldirektor Roger de Weck im «Blick», dass bereits «die Hälfte der Einnahmen aus Werbespots Schweizer Werbefenstern ausländischer Kanäle» zuflüsse. Auch seine politische Vorgesetzte, Medienministerin Doris Leuthard (CVP), greift mit Vorliebe zum Heimatschutz. «Weshalb sollen wir grosszügig sein und diesen Markt ins Ausland abwandern lassen?», antwortete sie auf Kritik an der Allianz.

Vor diesem Hintergrund ist umso erstaunlicher, dass auch die SRG via Admeira Reklame auf ausländischen Kanälen vermarktet – in der Romandie preist die Allianz Werbeplätze für zwei französische Privatstationen an. TF 1 sei der «reichweitenstärkste private Fernsehsender in der Westschweiz mit einem breiten Angebot von News-



SRG-Generaldirektor Roger de Weck: Mit Vorliebe wird zum Heimatschutz gegriffen

Foto: Tomas Wüthrich/13 Photo

sendungen, Reportagen, neuesten US-Hit-Serien und Film-Blockbustern», heisst es schwärmerisch auf der Admeira-Website. TMC wiederum spreche «die gesamte Familie an».

Die SRG fördert somit selber eine Entwicklung, vor der sie sonst eindringlich warnt, um damit Profit machen zu können.

Der Berner FDP-Nationalrat Christian Wasserfallen ortet einen «argumentativen Konflikt»: Dass die Öffentlich-Rechtlichen ein Business betreiben, das die Privaten selber machen können, sei ein «ordnungspolitischer Sündenfall». Für SP-Medienpolitikerin Jacqueline Badran ist die Angelegenheit «ambivalent»: Einerseits stehe die

Geschäftspraxis von Admeira im Widerspruch zur erklärten Absicht, dass man dank des Joint Venture die Werbegelder im Land behalte. «Andererseits haben sich die Bedürfnisse der Werbewirtschaft geändert. Kunden wollen heute ein konvergentes Päckli. Da muss sich auch Admeira an der Nachfrage ausrichten können.»

SRG-Sprecher Daniel Steiner sieht keinen Widerspruch. Sein Unternehmen kritisiere nicht die Werbefenster per se, sondern die Bevorzugung der ausländischen Werbefenster in der Schweiz gegenüber den Schweizer Anbietern: So müssten die Betreiber der Werbefenster, anders als die SRG, nicht einen Teil ihrer Einnahmen

in den heimischen Film investieren. Auch das Verbot von zielgerichteter TV-Werbung gelte für diese nicht. «Obwohl Schweizer Veranstalter ihre Werbemaassnahmen wieder in den Schweizer Journalismus reinvestieren, werden sie gegenüber Werbefenstern auf ausländischen Programmen benachteiligt, die praktisch keine Schweizer Sendungen bieten», sagt Steiner. «Diese Diskriminierung von Schweizer Anbietern kritisiert die SRG – und nichts anderes.»

Die Kampagnen um die No-Billag-Initiative erfolgen erst, die SVP kämpft für eine Halbierung der Gebühren – der Druck auf die SRG wird trotz Rückdeckung des Parlaments weiter steigen.

Anzeige

Einmal selber testen sagt mehr als alle Worte.

Termin ohne
Wartezeit
041 588 04 87

Für eine landesweite Hörstudie suchen wir Testhörer ab 50 Jahren, die an unserer Praxis-Studie für die neue Hör-Innovation teilnehmen möchten: das **Oticon Opn**. Dank bahnbrechender Technologie verarbeitet das Oticon Opn Geräusche 50 Mal schneller als bisherige Hörgeräte. Als Benutzer eröffnet sich Ihnen damit eine neue Hörwelt:

- ✓ **Geniessen Sie 30% besseres Sprachverstehen¹**
- ✓ **Reduzieren Sie Ihren Höraufwand um 20%¹**
- ✓ **Nehmen Sie 20% mehr vom Gespräch auf²**



Sie können Ihr Gehör mit dem neuen Oticon Opn 10 Tage lang **kostenlos und unverbindlich** testen: in geselliger Runde, beim Telefonieren, Musikhören und Fernsehen. Geben Sie zusätzlich ein Hörziel an, welches für Sie persönlich besonders wichtig ist.

80x in der Schweiz, Audika-Filialen in Ihrer Nähe finden Sie unter www.audika.ch/filiale-finden

Ihr Experte für gutes Hören.

Audika

¹Im Vergleich zu Oticon Alta2 Pro / ²Der individuelle Nutzen hängt von der Einstellung der Hörsysteme ab