

Il vair plan B – No-Billag gida mo ad in

Jacqueline Badran / 06 schaner 2018 – La destrucziun da la SSR procura per blers che perdan e per in che profita ferm: igl è il concern privat Tamedia-Goldbach.

(Jacqueline Badran è cussegliera naziunala da la PS ed ha scrit questa contribuziun davart ils motivs commercialis da l'iniziativa No-Billag per Infosperber.)

Traducziun Barbla Etter

Davart l'iniziativa No-Billag vegn insinuà blier («*nus essan persvas che il martgà sa financiar quai*»), sugerì auter («*la SSR exista vinavant, quels a Berna na vegnan schont betg a transponer quai exact uschia*»), raquintà nunvardads («*la SSR ed il parlament èn sez la culpa, els avessan pudì far ina cuntraproposta*»), fabulà («*la televisiun statala da la sanestra è in monster e sto vegnir redimensiunada*»). Sche questa votaziun na fiss en blers resguards betg uschè enorm impurtanta, pudess ins sa vargagnar e passar a la normalità.

Sche tschertas personas cun in dogma libertar vulan abolir l'unica chasa da medias che appartegna a nus tuts, ston ins esser spezialmain precaut. Qua vai numnadain per il patrimoni naziunal, per ina part da la quarta pussanza sco era per in servetsch da basa che porta a la populaziun infurmaziuns, cultura, sport e divertiment. Cun questa quarta pussanza avain nus vivì fitg bain durant decennis.

Tut quests parairis dals iniziants – colportads nunfiltradamain da bleras medias – èn mo ina manevra da diversiun. Era sch'ins admetta ch'ils iniziants crain quai ch'els din. Ma gist quai è fitg privlus. Perquai en realità vai per ina gronda pussanza e per blers raps u per ina cumbinaziun da quests dus elements. Als ins na plaschi betg ch'els na san betg controllar la chasa da medias, ils auters han interess puramain commercialis.

I dat mo in che profita

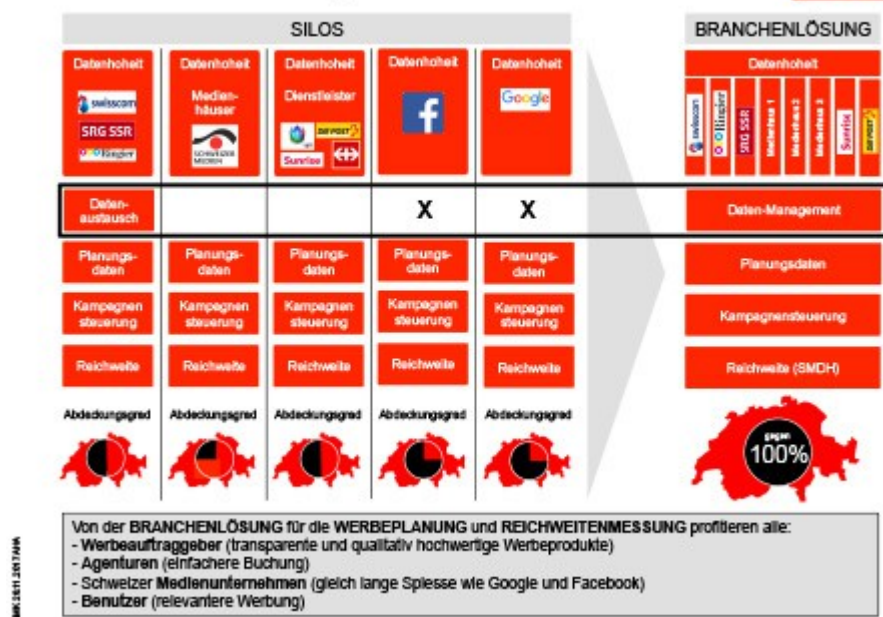
Sch'ins tschertga ils motivs centralis, ston ins sa dumandar: tgi profita, sche l'iniziativa No-Billag vegn acceptada e la SSR fa naufragi? Qua datti mo in: il nov concern Tamedia-Goldbach fundà curt avant Nadal tras ina fusiun da la pli gronda chasa editura ed ils quasi-monopolists dals inserats da radio e televisiun.

Questa fusiun è s'annunziada gia dapi in temp. Ins stueva simplamain tadlar ed observar bain per metter ensemen ils tocs da la cumbinella. (Legiai [sin infosperber.ch](http://www.infosperber.ch) en il detagl, in artitgel publictà la primavaira 2015 – trais mais avant ch'igl è vegnì communitgà la fusiun dal marketing d'inserats Admeira da Swisscom, Ringier e la SSR e dus onns e mez avant la fusiun da Tamedia e Goldbach!) (<https://www.infosperber.ch/Medien/Wetten-dass-Tamedia-und-Goldbach-zusammengehen>)

Er ussa ston ins guardar precis e metter ensemen ils singuls fragments per vesair il purtret e la logica. Tge pretenda il president dal cussegl administrativ Pietro Supino? El sajetta dapi onns encunter la SSR. Sco emprim vul el che la SSR sa retiria d'Admeira. Sco segund vul el ina uschenunada soluziun en la branscha per las datas (gratuitas). Questa ha el preschentà a l'ultima sessiun d'enviern durant in'occurrenza per ils parlamentariss en sia funcziun sco president da l'uniun dals editurs a maun da la suandanta folia:

Daten-Branchenlösungen stärken Schweizer Medienmarkt

DISKUSSIONS
GRUNDLAGE



Cliccar qua per guardar la folia en versiun gronda.

https://www.infosperber.ch/data/attachements/GMK_Branchen%C3%B6sung-Datenmanagement.pdf

E sco terz vul el il material da video anc betg elavurà gratuitamain da la SSR (ed i para ch'el survegn quai).

Avant aveva Supino discurre dad Admeira sco grond scandal, sco monster d'interpresas quasi-statalas che sfigurescha il martgà, fin che tuts han carti quai – surtut ses collegas editurs. En sazez san tuts che Admeira ha insumma stgaffi concorrenza cunter il quasi-monopolist Goldbach e betg sfigurà il martgà. Michi Frank, CEO da la Goldbach Group, ha scrit uschè bel en ina communicaziun a las medias ils 22 da december 2017 davart l'integraziun da Goldbach en Tamedia:

«Goldbach stat fitg bain. Ma ins sto supponer ch'il martgà vegn fermamain a sa midar ils proxims onns. La digitalisaziun transfurma il martgà da reclama e cun Admeira crescha la concorrenza.»

Plinavant ha Christoph Tonini, CEO da Tamedia, infurmà en la medema communicaziun da medias, surpudentamain avert, ma puncto cuntegn betg surpudentamain:

«La cumbinaziun da Tamedia, Goldbach e Neo Advertising ans porscha la pussaivladad da dar a noss clients en Svizra ed a l'ester en il futur purschidas fermas e da 360 grads en ils secturs da televisiun, radio, pressa ed online sco era da reclama giuadora. Quai è ina schanza per il martgà da medias svizzer, e da quella profitan era nossas purschidas schurnalisticas. Surtut en il sector digital sco era en noss pajais vischins Austria e Germania vulain nus ir vinavant la via dal svilup ed evaluar cun noss partenaris ProSiebenSat1 e RTL investiziuns en cuntegns da program svizzers.»

L'ultima frasa è centrala; Tonini admetta pia, per tge ch'i va.

Ma cumenzain da l'entschatta:

La branscha da medias è en in modus da defensiun legitima. Las entradas crodan davent en pertschientualas cun duas cifras e quai mintg'onn. Sin questas perditas han las chasas da medias reagì (chapiplamain) surtut da la vart dals custs cun re-utilisar text ed emissiuns, cumprar cuntegns dad auters editurs da las regiuns linguisticas tudestgas, cun metter ensemen

redacziuns, reducir la rait da correspondents e cun serrar entirs titels. Il svilup il pli actual è che entirs editurs sa mettan ensemen, sco ultimamain la NZZ e las AZ-Medien.

Insacura è però la vart dals custs smatgada ora en tut questa fatschenta dals custs fixes da las medias. Pia vegn empruvà da salvar da la vart da las entradas anc insatge ed i vegn empruvà da franar il scul dals raps da reclama che va a las grondischmas plattafurmas digitalas sco Google, Facebook e Youtube. L'economia da reclama è però er en moviment. En vista a la digitalisaziun, il temp accelerà, las pussaivladads giganticas, l'augment da la derasaziun e per evitar las grondas perditas tras sparpagliar è la nova tactica d'utilisar las pussaivladads da targeting modernas. L'economia da reclama pretenda ussa pussaivladads da reclama sur ils chanals or dal medem maun. Ils temps èn passads, cura ch'ins ha planisà e piazzà separadamain reclama a la televisiun, en il radio, inserats en la pressa, online u placats.

La deflussiun da raps da reclama po pia mo evitar quel che porscha als clients ina convergenza tar la derasaziun e las pussaivladads da targeting, uschia ch'el po surviver encunter la concorrenza enorma da l'exteriur. En questa logica sa sviluppan alianzas da reclama tar las grondas chasas da media, sco per exempel «Pangea», ina fusiun da *CNN*, *Guardian*, *Financial Times*, *Reuters* e *The Economist* che cuntanschan ensemen 110 milliuns utilisaders. Vis da questa perspectiva è Admeira ina pioniera.

Cun surpigliar Goldbach ha Tamedia – ch'è gia daditg in concern da reclama cun in ambient redacziunal – cuntanschì ina finamira parziala. Tamedia po cuntentar cumplainamain ils basegns da convergenza da l'economia da reclama. Ma ad ella mancan anc trais chaussas: sco emprima ina derasaziun bler pli gronda (la valuta da la reclama) per augmentar las marschas e per satisfar ils basegns dals clients. Sco segunda dapli volumen da reclama per augmentar il gudogn. E sco terza las datas ed infurmaziuns per cuntanscher pli exact la gliעד en mira (targeting).

E nua van ins per quai? Tar la SSR e tar ils gestiunaris da cabel sco la Swisscom. La SSR accumulescha per relaziuns svizras derasaziuns enormas cun mintga di milliuns d'aspectaturs e d'auditurs. En pli lia la SSR 400 milliuns francs da raps da reclama. Sche la SSR vegn destruida, giessan la gronda part da quels raps a la Tamedia-Goldbach. Concretamain signifitgass quai ina multiplicaziun da la derasaziun ed ina duplicaziun dal volumen da reclama. Ed a Supino manca pauc per survegnir las datas da la Swisscom e dals auters – quai la pretaisa principala da l'associaziun dals editurs. E pauc manca era per destruir Admeira cun pretender che la SSR sa retiria. (Quai na fa sa chapescha nagin senn, perquai che Admeira na po alura betg pli cuntentar ils basegns da convergenza dals clients da reclama.)

Anc ina giada: i dat mo in che profita propi

L'unic che profita commercialmain en mintga grà dal grounding da la SSR, sche l'iniziativa No-Billag vegniss acceptada, è il nov concern Tamedia-Goldbach. E quel profitass a moda massiva. Per evitar che la part da la reclama da la SSR da 400 milliuns francs giess a Google ed als auters gigants, sto Tamedia procurar per ch'ils raps van a las staziuns da televisiuns estras, cun las qualas Goldbach fa gia fin ussa affars. En quella perspectiva ston ins era interpretar la constataziun da CEO Tonini: «- nus vulain evaluar cun noss partenaris *ProSiebenSat1* e *RTL* investiziuns en cuntegns da program svizzers».

Il concern stgaffi da nov prenda gia ussa davent a la Svizra tschients da milliuns francs raps da reclama che van en Germania ed en Frantscha per las fanestras da reclama svizra. Ma quels milliuns mancan qua al schurnalisse. Ussa vul el er anc far fanestras da program svizras! Ma era quai fa pir senn e dat pir raps, sche la SSR è sfratgada. Ils unics che pudessan emplenir financialmain la largia en questa fatschenta cun enorms custs fixes èn *Sat1-Pro 7* e *RTL*. Quels vegnissan alura ans mussar, tranter las emissiuns da reclama ed il Dschungelcamp, er anc in'emissiun da novitads svizzerisada u in'emissiun da discussiun politica svizra, ch'ins pudess producir bunmartgà per la finestra da program svizra durant il prime-time.

Voilà – quai è il vair plan B.

Fitg clever. Jau stoss admetter senza scuidanza, Pietro Supino è in strateg nuncrediblmain furber ed in interprendider excellent.

Bella nova Svizra. Uschè insatge na po tuttina nagin vulair. Las autras chasas edituras, l'entira populaziun, ils schurnalists, la quarta pussanza, nossa democrazia directa – nus perdain tuts. Igl è temp d'ans dasdar e da betg pli ans laschar distrair da las tschantschas da pay-tv, dal «redimensiunar la SSR» e da la manzegna «insaco vai schont vinavant». Betg la SSR dovra in'admoniziun, ma plitost questas strategias d'agir e d'argumentar ed uschia era l'iniziativa No-Billag.

PS:

Cuntrari a las medias da l'ester n'ha nagin titel da medias svizzer scrit davart questa frasa remartgabla da Tonini, en la quala el annunzia fanestras da program svizras en ils emetturs da televisiun privats tudestgs. Forsa che la SSR avess fatg quai, sch'ella pudess. Ina raschun en pli da refusar cun persuasiun l'iniziativa No-Billag.