

Ombudsstelle SRG.D

Dr. Esther Girsberger, Co-Leitung

Dr. Urs Hofmann, Co-Leitung

c/o SRG Deutschschweiz

Fernsehstrasse 1-4

8052 Zürich

E-Mail: leitung@ombudsstellesrgd.ch

Zürich, 25. Juli 2024

Dossier Nr. 10235, «175 Jahre Post» vom 3. Juli 2024

Sehr geehrter Herr XY

Mit Mail vom 4. Juli 2024 beanstanden Sie obigen Beitrag wie folgt:

<https://www.srf.ch/play/tv/srf-news-spezial/video/175-jahre-post?urn=urn:srf:video:dcf1106a-f1e8-4e7c-82a4-ed99857a582b>

«Ich war sehr erstaunt darüber, dass in einer Reportage über "175 Jahre Schweizer Post" genau ein Konkurrent der Post - die Firma Planzer - ein ca. 1-minütiges "Werbefenster" im Laufe dieser Sendung erhalten hat, um sich und seinen Paket-Service vorzustellen. Sogar das Planzer Paket-Distributionscenter wurde in der Reportage gezeigt. Auf die übrigen Mitspieler der Postkonkurrenz wurde nicht eingegangen, diese wurden auch nicht erwähnt. Ich kann nicht nachvollziehen, dass in einer Reportage zum Jubiläum einer Institution, nämlich der Schweizer Post, exakt ein Mitbewerber soviel Beachtung erhält. Grundsätzlich hat die Firma Planzer nichts mit dem Post-Jubiläum zu tun und auch nichts in dieser Sendung verloren.

Da drängt sich die Frage auf, weshalb die Firma Planzer hier eine Sonderbehandlung erhalten hat.

Waren da finanzielle Anreize im Spiel?

Oder hat es sogar politische Absprachen im Hintergrund der Post- und Planzer-Stakeholders gegeben, um sich in die Sendung einzubringen?»

Die Redaktion nimmt wie folgt Stellung:

Es ist in der Tat eher ungewöhnlich, dass SRF eine ganze Sendung von über 90 Minuten im Hauptabend einer Unternehmung widmet. Das macht SRF nur in ganz besonderen Fällen und aus besonderem Anlass.

Das Jubiläum 175 Jahre Post ist aus unserer Sicht ein gerechtfertigter Anlass, diesem Unternehmen eine spezielle Sendung zu widmen. Die Schweizerische Post wurde 1849 gegründet, sie gehörte damals zu den wesentlichen verbindenden neuen Elementen des 1848 geschaffenen Bundesstaates. Die Post ist ein zentrales Unternehmen des Staates Schweiz; mit der Post haben wir alle immer wieder Kontakt.

Das Unternehmen Post ist in einem ständigen Wandel begriffen; die Bedürfnisse der Menschen und der Wirtschaft verändern sich; die Dienstleistungen müssen sich immer wieder neuen Bedingungen anpassen. Das bundeseigene Unternehmen Post muss sich in einem liberalisierten Markt behaupten; es steht immer wieder vor neuen Herausforderungen.

Dies macht gleich die einleitende Moderation von Oceana Galmarini klar (TC 00:48): "... mer lueged au i d'Zuekunft...". Wie behauptet sich ein Service-Public-Unternehmen wie die Post in einem liberalisierten Umfeld? Diese Frage wird in den nächsten Jahren immer wieder für Diskussionen in Politik und Gesellschaft sorgen. Aus Sicht der Redaktion gehört der Aspekt der Marktliberalisierung in eine umfassende Sendung zum Jubiläum, die nicht in der Vergangenheit stehen bleiben will.

Eingebettet in die Reportagen aus den verschiedensten Orten der Posttätigkeit sind daher ein Gespräch mit Bundesrat Albert Rösti (ab TC 28:00) zur Liberalisierung im Briefpostbereich. Ebenso eingebettet sind zwei Gesprächsrunden mit Roberto Cirillo, Konzernchef Post und mit Sara Stalder, Geschäftsleiterin Stiftung für Konsumentenschutz SKS zur Zukunft der postalischen Leistungen (ab TC 01:11:00)

Es ist aus journalistischer Sicht klar, dass das Thema der zunehmenden Konkurrenz in einem liberalisierten Markt nicht abstrakt in einer Diskussion abgehandelt werden kann und darf, sondern dass diese Entwicklung konkret an einem Beispiel, also am Beispiel des bereits liberalisierten Paketmarktes in einer Konkurrenz-Unternehmung aufgezeigt wird.

Beispiel Planzer

Der Paketmarkt ist seit rund 20 Jahren liberalisiert (ab TC 23:08). Die Firma Planzer ist einer der grössten Konkurrenten der Post im Bereich Pakete, mit einem Standort gleich neben der Post in Härkingen. Der Marktanteil der privaten Konkurrenz beträgt rund 22 Prozent; derjenige der Post also 78 Prozent. Dieser Marktbereich ist aber von einer hohen Dynamik geprägt; man denke nur an den boomenden Online-Handel, der durch die Corona-Pandemie noch an Schwung gewonnen hat.

Das Familienunternehmen Planzer ist in der Schweiz seit den 1930er Jahren verankert und gilt als der grösste inländische Paketkonkurrent der Post. Mit über 60 Standorten in der Schweiz und fast 6'000 Angestellten nimmt Planzer einen wichtigen Platz im Logistikgeschäft ein. Die relevanten Mitbewerber sind ausländische Unternehmen wie DHL oder DPD; diese werden im Kommentar zur Grafik auch erwähnt (TC 24:40). Auf diese weitere Konkurrenz

wurde nicht weiter eingegangen; sie blieb aber im Text – dies im Gegensatz zur Aussage des Beanstanders in seiner Eingabe – nicht “unerwähnt”.

Beitrag Planzer

Die Spezi­alsen­dung zum Post-Jubi­läum ver­stand sich als Reportage­format; die Sen­dungs­verant­wort­lichen fokussierten in allen live-Schal­tungen und vor­pro­duzierten Bei­trägen auf ein­zelne Schau­plätze, mit je thematischen Aspekten. Der Reportage­charakter war also Konzept der Sen­dung – mit dem Ziel auf lebendige und ver­ständliche Art zu zeigen, was hinter den Kulissen der Post- und Trans­port­logistik ge­chieht.

Den Vorwurf, die Firma Planzer habe ein “Werbefenster” erhalten, lehnen wir ab. Im Beitrag zum liberalisierten Päck­markt (ab TC 23:35) kommen neben Severin Baer, Leiter Nationale Transporte und Planzer Paket, auch weitere Personen zu Wort. Es sind Leon Zacharias, Logistik-Experte an der Universität St. Gallen und Urs Zbinden, Zentralsekretär der Gewerkschaft Syndicom. Leon Zacharias hat eingeordnet, weshalb die Post nach wie vor eine marktbeherrschende Stellung hat und weshalb die Liberalisierung in diesem Bereich grundsätzlich gelungen sei. Urs Zbinden hat in seinen beiden Statements kritische Punkte zur Liberalisierung aufgebracht, wie etwa Margendruck, Preisdumping und damit den Druck auf die Löhne der Beschäftigten. Er erhofft sich von einem Gesamtarbeitsvertrag für die alle in der Branche eine entsprechende Verbesserung.

Der Beitrag zum liberalisierten Paketmarkt ist unserer Sicht sachgerecht, indem er verschiedenste Elemente aufnimmt. Das Publikum kann sich unvoreingenommen eine Meinung zu diesem Thema bilden. Zudem dient der Beitrag auch als Rampe zum anschliessenden Gespräch mit Bundesrat Albert Rösti, bei dem es um die zukünftige Ausgestaltung der Briefpost geht.

Die Firma Planzer hat in der Sen­dung zum Jubi­läum der Post keine Sonderbehandlung erfahren. Die suggestive Frage, ob dabei finanzielle Aspekte im Spiel waren, können wir klar mit Nein beantworten. Ebenso weisen wir die Vermutung von politischen Absprachen im Hintergrund zwischen Post und Planzer entschieden zurück.

Fazit

Die Redaktion hat aufgrund journalistischer Kriterien verschiedenste Themen rund um das Jubiläum 175 Jahre Post in Reportagen und Gesprächen behandelt. Ein kurzer Einblick in die Konkurrenz war angesichts der Liberalisierungsdiskussion wichtig für Ausgewogenheit der ganzen Sen­dung.

Die **Ombudsstelle** hält abschliessend fest:

Der Beanstan­der versteht nicht, warum die Firma Pfanzer so viel Raum erhalten hat in der Jubi­läumssen­dung zur Schweizer Post. Er vermutet, dass diese «Sonderbehandlung» auch auf finanzielle Anreize und/oder politische Absprachen zurückzuführen ist.

Unbestritten ist die Planzer AG die grösste inländische Paketkonkurrentin der Post. Es ist deshalb grundsätzlich nachvollziehbar, dass sie in der Sendung prominent vorkommt. Um bezahlte Werbung handelt es sich nicht. Bleibt die Frage nach einer anfälligen Schleichwerbung. Eine solche liegt vor, wenn der mit der Darstellung verbundene Werbeeffekt gegenüber der Vermittlung von Informationen oder Unterhaltung überwiegt, wie sowohl die Unabhängige Beschwerdeinstanz UBI als auch das Bundesgericht wiederholt festgestellt haben. Schleichwerbung liegt demnach vor, wenn mit einer werbenden Äusserung oder Darstellung ein Selbstzweck verfolgt wird, der weder einem Informationsbedürfnis dient noch eine andere erklärbare Einbettung in die Sendung findet. Das ist erwiesenermassen nicht der Fall, wie beim Ansehen der Sendung unbestritten feststellbar ist. Aufgrund der Stellung des Familienunternehmens Planzer im liberalisierten Päcklimarkt haben es weder die Post noch das Unternehmen Planzer nötig, politische Absprachen zu treffen. Es entspricht vielmehr der Realität, dass Planzer aufgrund seiner wichtigen Stellung im Logistikgeschäft beachtet werden muss.

Einen Verstoss gegen Art. 10 Abs. 3 des Radio- und Fernsehgesetzes stellt die Ombudsstelle dementsprechend nicht fest.

Sollten Sie in Erwägung ziehen, den rechtlichen Weg zu beschreiten und an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) zu gelangen, lassen wir Ihnen im Anhang die Rechtsmittelbelehrung zukommen.

Mit freundlichen Grüssen

Ombudsstelle SRG Deutschschweiz