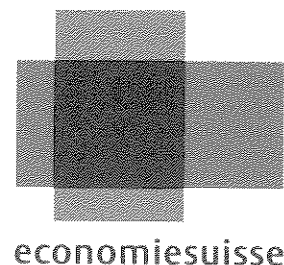


Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Postfach
2501 Biel

BAKOM	
22. AUG. 2006	
Reg. Nr.	
DIR	
BO	
RTV	X
IR	
TC	
AF	
FM	



21. August 2006

Anhörung Radio- und Fernsehverordnung RTVV

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 8. Juni 2006 hat uns Herr Bundespräsident Leuenberger eingeladen, zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung Stellung zu nehmen. Für die gebotene Möglichkeit zur Meinungsäusserung danken wir Ihnen bestens.

1 Allgemeine Bemerkungen

Bereits im Radio- und Fernsehgesetz RTVG wurde die Chance verpasst, mit einem freiheitlichen Rahmen attraktive Entwicklungsmöglichkeiten für private Anbieter zu schaffen. Mir müssen feststellen, dass die Tendenz zu detaillierten staatlichen Eingriffen und versteckter Ablehnung neuer Entwicklungen auf Verordnungsstufe gar noch verstärkt wird. In diesem Sinne ist die Vorlage entscheidend zu entschlacken, namentlich bei den Meldepflichten, den Werberegeln oder den Auflagen für die Verbreitung. Einschränkungen, welche über das Gesetz bzw. die europäischen Regeln hinausgehen, lehnen wir ab. In der wichtigen Frage der Gebühren und deren Aufteilung wird die Beurteilung durch die Etapierung der Verordnungen erschwert, wenn nicht gar verunmöglicht.

2 Meldepflichten

Die Meldepflichten für Veranstalter von Programmen gehen weit über den gesetzlichen Rahmen hinaus. Dies betrifft vor allem die Angabe von Beteiligungen von Aktionären, Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung eines Programmveranstalters. Ferner ist eine bessere Abstimmung mit Art. 322 II StGB notwendig.

Notwendig ist:

- Ersatzlose Streichung von Art. 2 Abs. 1 lit. f, zweiter Halbsatz; Art. 2 Abs. 1 lit. g; Art. 25 Abs. 1 lit. b, zweiter Halbsatz und Art. 25 Abs. 1 lit. c.

Art. 2 Abs. 1 lit. h und Art. 25 Abs. 1 lit. d E-RTVV sind durch folgende Regelung zu ersetzen:
„die Beteiligung an anderen Medienunternehmen im Umfang von mehr als einem Drittel unter Angabe der Höhe der Beteiligung.“

- Ersatzlose Streichung von Art. 23

- Erhöhung des Schwellenwertes in Art. 24 lit. a und b von „mindestens 20 % auf „mehr als ein Drittel“

3 Werbevorschriften

Die Regelungen betreffend Werbung und Sponsoring sind ausserordentlich detailliert und geradezu kleinkrämerisch. Sie gehen über den gesetzlichen Rahmen hinaus und man erhält den Eindruck, es werde geradezu präventiv nach allenfalls sich öffnenden Umgehungsmöglichkeiten gesucht, die es mit Eifer zu schliessen gelte. Ein solches Vorgehen bedeutet nicht nur eine unverhältnismässige Einschränkung der Wirtschaftsfreiheit, sondern führt auch zu einem übertriebenen Vollzugsaufwand mit entsprechenden Kosten für die Verwaltung wie namentlich auch die betroffenen Unternehmen. Wir fordern eine radikale Entschlackung dieser einschränkenden Bestimmungen.

Insbesondere folgende Punkte müssen korrigiert werden:

- Ersatzlose Streichung von Art. 10 I
Die Definition von Schleichwerbung ist unnötig und darf keinesfalls auf unentgeltliche redaktionelle Äusserungen ausgedehnt werden.
- Verzicht auf Definition der Eigenwerbung in Art. 10 II
- Keine Zeitbeschränkung für die Dauer von Werbesendungen am Radio in Art. 11 III
- Verzicht auf die zusätzlichen Einschränkungen des Auftritts von Programmmitarbeitern bei lokalen oder regionalen Veranstaltungen in Art. 11 IV
- Keine Einschränkungen über die europäischen Regeln hinaus (Split-Screen - Art. 12 c und d sind zu streichen)
- Kein Verbot der interaktiven Werbung (Art. 13 ersatzlos streichen)
- Keine Beschränkung der virtuellen Werbung auf Sportveranstaltungen (Art. 14)
- Keine Einschränkungen für Werbung für alkoholfreies Bier (Art. 15 IV ersatzlos streichen)
- Falls unter Programmen auch Co-Produktionen von Filmen verstanden werden, würde dies betreffend Produkt- und Dienstleistungsplatzierungen zu einer Benachteiligung der inländischen Produktion gegenüber ausländischen Werken führen. Das Product-Placement in einem James Bond-Film oder einer deutschen Serie würde nicht erfasst, wohl aber das einheimische. (Streichung von Art. 21 VII)

Hingegen erachten wir die Einschränkungen von Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot der SRG für notwendig. Dies muss auch gelten, wenn etwa der ergänzende Internetauftritt indirekt über die Gebühren finanziert wird.

4 Verbreitung

Bei der Verbreitung werden die Pflichten einseitig den Diensteanbietern aufgelastet. Dies ist eine unzulässige Belastung dieser privat finanzierten Anbieter. Dies führt zu einer nicht zu rechtfertigenden Privilegierung namentlich auch ausländischer Programmveranstalter.

Insbesondere folgende Punkte müssen korrigiert werden:

- Die Verbreiter können nicht für eine bestimmte Qualität garantieren, wenn Störungen von ausserhalb auftreten (Art. 41 anpassen)
- Keine Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste, da dies bereits durch den Markt sichergestellt ist (Art. 42)
- Weitere Einschränkung der unentgeltlich zu verbreitenden Programmen (restriktivere „must carry rule“, Art. 49), wobei die Bezeichnung der zu verbreitenden ausländischen Programmen nicht dem Departement, sondern dem Bundesrat vorzubehalten ist

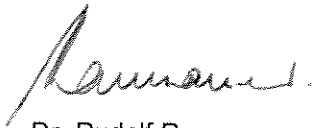
5 Weitere Bestimmungen

Betreffend Gebühren, Investitionsbeiträgen und Zugang zu öffentlichen Ereignissen verweisen wir auf die beiliegenden Stellungnahmen unserer Mitglieder.

Ergänzend legen wir die Stellungnahmen der Glarner Handelskammer, der Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden und der Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie in vollem Wortlaut bei. Wir verweisen auch ausdrücklich auf die Ihnen direkt zugegangenen Äusserungen des Schweizer Brauerei-Verbandes, des Verbandes Schweizer Presse, von Swisscable und von Swisscom, deren Anträge und Schlussfolgerungen wir unterstützen.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen bei der notwendigen Straffung der Vorlage.

Freundliche Grüsse
economiesuisse



Dr. Rudolf Ramsauer
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Thomas Pletscher, lic. iur.
Mitglied der Geschäftsleitung

Beilagen erwähnt