

Bundesamt für Kommunikation  
RTVG  
Postfach  
2501 Biel

Zürich, 15.08.2006

### **Anhörung zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung**

Pro Helvetia  
Schweizer Kulturstiftung  
Hirschengraben 22  
CH-8024 Zürich  
T +41 44 267 71 71  
F +41 44 267 71 06  
info@prohelvetia.ch  
www.prohelvetia.ch

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie haben uns eingeladen, zum Entwurf einer neuen Radio- und Fernsehverordnung vor dem 18. August Stellung zu nehmen. Gerne kommen wir Ihrer Einladung nach.

Grundsätzlich übersetzt die Verordnung das Gesetz in präzise Regelungen; damit gibt es wenig gegen den Entwurf zu sagen. Wobei wir uns des Eindrucks nicht erwehren können, dass das Gesetz zur Überreglementierung neigt, die Verordnung entsprechend dicht wird und der Dynamik der Medienbranche kaum entspricht.

Am Verordnungsentwurf drängen sich unseres Erachtens folgende Änderungen auf:

**1 - Art. 14, Abs. 2a: Streichen.** Virtuelle Werbung ist eine Werbeform, die in anderen Bereichen als dem Sport Einzug halten wird oder schon gehalten hat. Ob, was der Zuschauer sieht, sich real auf einer Werbefläche oder einer Bühnenwerbefläche befindet oder nur virtuell dort vorhanden ist, spielt keine Rolle. Die Einschränkung von virtueller Werbung behindert den Schweizer Medienmarkt, ohne die Behinderung durch einen Qualitätsgewinn wettzumachen. Denn aus Zuschauersicht ist Werbung Werbung, ob real oder virtuell.

**2 - Art. 21, Abs. 1 Abs. 2, Abs. 7: Streichen.** Art. 21 listet im Sinne der asymmetrischen Finanzierung von privaten und öffentlich-rechtlichen Anstalten eine Reihe von Einschränkungen auf, welchen die SRG sich zu unterziehen hat, was Werbung und Sponsoring angeht. Wir können den Nutzen dieser Einschränkungen nicht erkennen. Sie behindern die – in der Regel auf internationalen Kooperationen aufbauende – Herstellung von Spielfilmen sowie die Übertragung von kulturellen Grossereignissen, indem sie diese Leistungen für die SRG verteuern bzw. die SRG daran hindern, sie zu erbringen. Product Placement ist im Spielfilmbereich eine wichtige Einnahmequelle, und es grenzte an eine Unmöglichkeit, wenn die SRG als Junior Partner im internationalen Filmgeschäft auf einem Verzicht auf Product Placement beharren müsste. Sie würde sich, durch den Gesetzgeber gezwungen, von wichtigen Finanzierungsquellen abschneiden. Das liegt nicht im Interesse der kulturellen Produktion unseres Landes.

Das Prinzip der asymmetrischen Finanzierung ist nach unserem Dafürhalten gewährleistet durch die quantitativen Begrenzungen, wie sie Art. 21 Abs. 3 und 4 beschreiben. Die SRG im Sinne eines Reinheitsgebotes auf die Werbemethoden der

Altvorderen zu verpflichten, heisst, sie entscheidend zu schwächen. Eine schwache SRG liegt aber nicht im Interesse von Pro Helvetia (und von Swiss Films), denn nur stark kann sie ihren Kulturauftrag wahrnehmen. Denn auch mit Gebühren gestützte private Anbieter werden nie auch nur annäherungsweise jene kulturellen Leistungen erbringen, für welche die SRG steht. Die Schweiz ist ein zu kleiner Markt, um mehrere starke Anbieter zu tragen. Statt den einzigen starken zu schwächen, ziehen wir es vor, ihm Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten – wie der privaten Konkurrenz auch.

**3 - Art. 21, Abs. 8: Ändern:** "Im übrigen publizistischen Angebot, das zur Erfüllung des Programmauftrags notwendig ist und aus den Empfangsgebühren finanziert wird, sind Werbung und Sponsoring zulässig, wo sie sich unmittelbar aus der Sendung herleiten, mit der das publizistische Ergänzungsangebot zusammenhängt."

Da, wie der Absatz selbst sagt, das übrige publizistische Angebot zur Erfüllung des Programmauftrags notwendig ist, muss die SRG auch die Möglichkeit haben, es mit zusätzlichen finanziellen Mitteln auszustatten, wie sie es mit den Sendungen tut. Das scheint uns eine Selbstverständlichkeit. Die sinnvolle Beschränkung liegt darin, dass die jeweiligen Sendungen und das ergänzende publizistische Angebot als Einheit gesehen werden. Eine Konkurrenzierung der Webangebote der Printmedien ist damit ausgeschlossen.

Für die Kenntnisnahme danken wir.  
Und grüssen freundlich



**Pius Knüsel**  
Direktor Pro Helvetia  
Präsident Swiss Films

T +41 44 267 71 71  
pknuesel@prohelvetia.ch