

BAKOM  
Postfach 332  
Zunkunftsstrasse 44  
2501 Biel

Schaffhausen, 17.8.2006

### **Vernehmlassung zur RTVV**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken für die Einladung, Stellung zu nehmen zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung (RTVV).

Als eines der kleinsten Privatradios sind für uns die Punkte des Konzessionsgebietes und die Anteile am Gebührensplitting besonders wichtig. Die Werbung verschiebt sich mehr und mehr in die Zentren. Die Werbeeinnahmen sind in unserem Fall – unter anderem auch Dank der Ausdehnung des Sendegebietes von Radio Top nach Schaffhausen - um ein Drittel zurückgegangen. Es ist deshalb von grosser Bedeutung, dass das Gesetz auch im Sinne des Parlamentes umgesetzt wird. Dieses verlangte, dass den kleinen Radios vier Prozent am Gebührensplitting ausgerichtet werden. Es verlangte weiter, dass die bestehende Radiolandschaft in etwa bestehen bleibt. In diesem Sinne ist die vorgeschlagene Erhöhung des Gebührensplittings am Budgetrahmen von 25% auf 30% absolut ungenügend. Wir beantragen eine Erhöhung auf 50%. Wir schlagen weiter vor, dass der Anteil bei Radios mit kleinen Budgets höher sein muss, als bei Radios mit grossen Einzugsgebieten.

Generell ist zu sagen, dass eine Stellungnahme erschwert wird, weil in der Verordnung nichts über Konzessionsgebiete und Gebührenanteile gesagt wird. Aus wirtschaftlichen Gründen ist es wichtig, dass das neue Gesetz auf den 1. April in Kraft gesetzt werden kann.

Unsere Ausführungen zu den einzelnen Artikeln finden Sie in der Beilage. Für Rückfragen steht Ihnen der Unterzeichnende gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Walter Studer / Geschäftsführer  
**Radio Munot Betriebs AG**

Beilage erwähnt

# Stellungnahme Radio Munot zur RTVV

## Art. 2 Meldepflicht

Die vorgeschlagene Meldepflicht geht zu weit. Führt zu Papierkram und Schnüffelei und ist vor allem unwirksam. Möglicherweise verstösst sie gegen Datenschutzvorschriften.

### Antrag:

Streichen von Art. 2 Abs. 1 lit. f, ..."sowie deren Beteiligung von mindestens 20% an anderen Unternehmen;

Streichen von Art. 2 Abs. 1 lit. g, ..."sowie deren Beteiligung von mindestens 20% an anderen Unternehmen;

## Art. 9 Information in Krisensituationen

Die Privatradios sind in Randgebieten wichtig. Die Zusammenarbeit vor Ort ist eingespielt. Sie sollten in Krisensituationen ebenfalls prioritär behandelt werden.

Antrag: Art. 9, Abs. 1 wird ergänzt, ....die ersten Radioprogramm der SRG sowie die im Gebiet konzessionierten Privatradios.

## Art. 10 Begriffe

Hier wird überreglementiert. Die bestehenden Bestimmungen genügen.

**Antrag:** Streichen von Art. 10 Abs. 1

Programmhinweise gelten nicht als Werbung. Sie gehören zum redaktionellen Programm und stellen einen Service für die Zuschauer dar. Hinweise auf Programme anderer Sender innerhalb einer Senderfamilie entsprechen der bestehenden Praxis, die bislang nicht zu Problemen geführt hat.

**Antrag:** Streichen von Art. 10 Abs. 2, evtl. anpassen wie folgt: ....Hinweise auf Sendungen in anderen Programmen des gleichen Unternehmens, der gleichen Holding oder in Sendern, welche publizistisch vernetzt sind und die inhaltlich in direktem...

## Art. 11 Erkennbarkeit der Werbung

Es muss auch im Radio möglich sein, sogenannte Publireportagen auszustrahlen, die länger als 60 Sekunden sind.

**Antrag:** Streichen von Artikel 11, Absatz 3

## Art. 15 Alkoholwerbung

Liter c dieser Bestimmung zielt primär auf die Fernsehwerbung ab und will unmittelbare Verkaufsangebote mit direkter Bestellmöglichkeit verbieten. Die Abgrenzung zwischen Werbung und Verkaufsangebot ist allerdings unscharf, weshalb hier eine Präzisierung vorgeschlagen wird.

**Antrag:** Artikel 15, Absatz 1, lit. c ergänzen: „Verkaufsangebote für alkoholische Getränke **mit unmittelbarer Bestellmöglichkeit** sind unzulässig.“

Bier darf an 16jährige verkauft werden. Deshalb ist das Wort „Jugendliche“ in Absatz 2 zu streichen.

**Antrag:** Artikel 15 Absatz 2: Streichen des Wortes „Jugendliche“.

### **Art. 17 Einfügung der Werbung**

Diese Bestimmung bezieht sich im Grunde auf die Unterbrecherwerbung am Fernsehen, regelt aber den ganzen Rundfunkbereich. Daraus ergeben sich Unklarheiten für die Radiowerbung.

Problematisch ist insbesondere das Verständnis von Art. 17 Abs. 4 lit. b RTVV.

Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen sind am Radio in der Regel so ausgestaltet, dass sie sich über einen längeren Zeitraum erstrecken (z.B. eine Stunde) und mehrmals vor allem durch Musik unterbrochen werden. In diesem Programmrastrer muss unter demselben Sendetitel auch Werbung zulässig sein. Das sendungsbezogene Verbot von Unterbrecherwerbung in Abs. 4 lit. b ist daher für den Radiobereich zu präzisieren.

**Antrag:** Artikel 17, Absatz 2 ergänzen: In Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, ist das Einfügen von Werbung nur zwischen diesen Teilen zulässig. Eigenständige Teile einer Sendung sind dann gegeben, wenn die Abgrenzung der entsprechenden Programmteile vom Rezipienten inhaltlich nachvollzogen werden kann.

In Absatz 4, lit. b muss eine Differenzierung zwischen Radio und TV vollzogen werden. Der Absatz kann so interpretiert werden, dass in einer halbstündigen Nachrichtensendung keine Werbung ausgestrahlt werden darf.

**Antrag:** Artikel 17, Absatz 4, lit.c präzisieren, dass er sich nur auf TV bezieht.

### **Art. 19 Sponsornennung**

Beim Radio ist eine Präsentation des Unternehmens-CI (corporate identity) ist nicht möglich. Wir möchten deshalb festhalten, dass im Sinne der Gleichbehandlung beim Radio ein akustisches CI innerhalb der Sponsornennung zulässig sein muss.

**Antrag:** Artikel 19, Absatz 2 neu formulieren: Die Sponsornennung darf keine werblichen Aussagen enthalten. Bei den Privatradioveranstaltern ist ein akustisches CI als zusätzlicher Identifikationsfaktor zulässig.

### **Art. 31 Erhebung der Konzessionsabgabe**

Neu unterliegen auch die Sponsoringeinnahmen der jährlichen Konzessionsabgabe. Dies kann bei verschiedenen privaten Veranstaltern dazu führen, dass sich die Abgaben verdoppeln. Im Gegensatz zur SRG machen Sponsoringeinnahmen bei den Privaten bis zu 50% der Gesamteinnahmen aus. Für eine solche Anhebung der Konzessionsabgabe besteht kein Grund. Entsprechend ist der Freibetrag in Abs. 2 von CHF 500'000 auf CHF 750'000 anzuheben.

**Antrag:** Artikel 31 Abs. 2 ändern: Relevante Grösse bei 750'000 Franken ansetzen.

### **Art. 36 Gebührenanteile**

Die kleinen Sender sind auf das Gebührensplitting angewiesen. Sie haben zum Ausdruck gebracht, dass der Anteil verdoppelt werden sollte. Deshalb haben sie sich für die 4%-Lösung ausgesprochen, die das Parlament auch genehmigt hat. Die Verordnung muss dieser Intention nachleben. Deshalb muss der maximale Anteil auf 50% angesetzt werden

**Antrag:** Artikel 36, Abs. 1, lit. a: **50%** Prozent der Betriebskosten..

### **Art. 37 Pflichten des Konzessionärs**

Es kann nicht Sache des Staates sein, das Eigentum an privaten Rundfunkveranstaltern zu regeln. Auch bei Konzessionen mit Gebührenanteil stellt dies kein taugliches Kriterium dar. Hier geht es lediglich um die Abgeltung eines (publizistischen) Leistungsauftrags durch Gebühren. Der

Verordnungsgeber hat sich deshalb auf die inhaltliche Beschreibung des publizistischen Auftrags zu beschränken.

**Antrag:** Artikel 37 Abs. 2: Streichen des Begriffes ....eine repräsentative Trägerschaft...

### **Art. 38 Sitz des Konzessionärs**

Diese Regelung entspringt einer theoretischen Vorstellung. Technische Einrichtungen sollen optimal genutzt werden können.

**Antrag:** Streichen Artikel 38 Satz 2

### **Art. 64-66 Zugang zu öffentlichen Ereignissen**

Vor allem für die kleinen regionalen Sender ist das Recht auf Kurzberichterstattung eine existenzielle Frage. Mit der geplanten Reduktion des Kurzberichterstattungsrechts von 3 Minuten auf 90 Sekunden würden die Möglichkeiten der Sender bereits drastisch verkleinert. Umso wichtiger ist es deshalb, die Zugangsrechte so zu regeln, dass auch diese Sender die Möglichkeit einer möglichst eigenständigen Berichterstattung haben. Für eine publizistisch eigenständige Berichterstattung ist der „physical access“ ein zentrales Element. Dieser muss grundsätzlich gewährleistet sein, ausser die technischen oder räumlichen Gegebenheiten würden diesen Zugang offensichtlich nicht erlauben. Bei der Zuteilung des „physical access“ ist überdies die regionale Nähe eines Senders zum betreffenden Ereignis zu berücksichtigen, dies ist in Art. 65 explizit nicht der Fall. Zudem sind die gesetzten Vorlaufzeiten und Fristen in der Realität nicht umsetzbar (Bsp. Eishockey-Playoffs).

Aus Art. 72 Abs. 3 RTVG ergibt sich, dass das Recht auf „signal access“ kumulativ zum Recht auf „physical access“ besteht, was auch im Vernehmlassungsbericht des UVEK nochmals festgehalten wird. Zwar ist die entsprechende Gesetzesbestimmung in ihrer Aussage klar, dennoch sollte zur Vermeidung von Auslegungstreitigkeiten der kumulative Charakter dieser Rechte nochmals explizit in der Verordnung festgehalten werden.

Die im Entwurf (Art. 65 Abs. 1 E-RTVV) erwähnten „vertraglichen Abmachungen“ dürfen gerade keine Rolle spielen, da ansonsten das gesetzliche und verfassungsmässig begründete Recht auf Kurzberichterstattung wieder ausgehebelt werden könnte. Zu ändern ist aus diesem Grund auch Art. 65 Abs. 2, wonach der direkte Zugang „die Ausübung der Exklusiv- und Erstverwertungsrechte nicht beeinträchtigen darf“. Die Regelung in Art. 64 Abs. 3 E-RTVV genügt zur Wahrung der Interessen des Primärveranstalters.

Schliesslich ist die in Art. 66 Abs. 2 festgehaltene Entschädigungspraktik zu wenig konkret ausformuliert. Wir beantragen deshalb, Art. 65 Abs. 2 ersatzlos zu streichen sowie Art. 65 Abs. 1 und Art. 66 Abs. 2 wie folgt anzupassen.

**Antrag:** Artikel 65, Abs. 1 neu formulieren:

„Verlangen Drittveranstalter für die Berichterstattung direkten Zugang zum öffentlichen Ereignis, so haben sie sich mindestens *36 Stunden* vor Ereignisbeginn anzumelden. *Der direkte Zugang ist grundsätzlich zu gewähren, ausser wenn dies technische und/oder räumliche Gegebenheiten dies offensichtlich und nachweislich verunmöglichen.* Der Organisator des öffentlichen Ereignisses und der über Erstverwertungs- oder Exklusivrechte verfügende Programmveranstalter entscheiden mindestens 24 Stunden vor Ereignisbeginn über den Zugang. Ist ein Zugang nicht für alle angemeldeten Drittveranstalter möglich, so räumen sie *in erster Priorität jenen Drittveranstaltern Vorrang ein, die einen regionalen Bezug zum Ereignis haben*, in zweiter Priorität jenen, die eine möglichst umfassende Versorgung in der Schweiz gewährleisten.“

**Antrag:** Artikel 66, Abs. 2 neu formulieren

„Der Drittveranstalter hat die für den Zugang zum Signal entstehenden Kosten abzugelten. Diese beinhalten *ausschliesslich die durch den Zugang zum Signal oder die entsprechende Aufzeichnung direkt entstandenen und transparent ausgewiesenen Mehrkosten.*“

### **Art. 69 Medienforschung**

Die Medienforschung hat heute kaum Relevanz auf die Praxis. Deshalb sollten die Verbände bei Aufträgen einbezogen werden

**Antrag:** Art. 69, Abs. 3 ergänzen: ..entscheidet **nach Anhörung der Veranstalter-Verbände** über die Vergabe.....

### **Art. 70 Stiftung für Nutzungsforschung**

Wir erlauben uns schliesslich, darauf hinzuweisen, dass in Abs. 2 Satz 2 besser von „Nutzungsdauer“ anstelle von „Hördauer“ die Rede sein sollte, da ja auch der Fernsehkonsum erhoben werden soll.

\*\*\*