

Vernehmlassungsantwort zum RTVV

1. Vorbemerkung

Wir erachten es als äusserst problematisch, wenn Radios, welche heute ein Gebührensplitting bekommen, zur RTVV Stellung nehmen sollen, obwohl keineswegs klar ist, wie ihr Gebiet sein soll und welche Auflagen sie grundsätzlich mit der Erteilung der Konzession erhalten sollen¹.

„Bereits an dieser Stelle sei vorausgeschickt, dass die künftigen Versorgungsgebiete für Radio- und Fernsehveranstalter mit einem Gebührenanteil (Gebührensplitting) nicht im Entwurf enthalten sind. Die Festlegung der Versorgungsgebiete wird in einem separaten Verfahren erfolgen, eine öffentliche Anhörung mit den Vorschlägen der Verwaltung wird im kommenden Herbst durchgeführt werden.“

Man fordert nun seitens der Verwaltung von den Veranstaltern Meinungen bzw. Stellungnahmen, welche diese objektiv betrachtet gar nicht abgeben können. Die Verwaltung ist insbesondere in einem Vernehmlassungsverfahren daran gehalten, die betroffenen darauf hinzuweisen, wie künftig die Rahmenbedingungen zum Radio- bzw. Fernsehmachen sind. Doch gerade dies tut die Verwaltung nicht. Sie versucht mit der jetzigen Vernehmlassung bei den Veranstaltern Zustimmung zu Artikeln zu erhalten, welche sich später als Bumerang erweisen kann bzw. wird. Als Beispiel sei hier Art. 36 RTVV aufgeführt.

1 Der jährliche Gebührenanteil eines Veranstalters darf höchstens betragen:

a. 30 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines Radioprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG;

b. 50 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines Fernsehprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG;

c. 50 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines komplementären nicht gewinnorientierten Radioprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. b RTVG.

2 Das Departement überprüft die Gebührenanteile der Veranstalter in der Regel nach fünf Jahren und legt sie gegebenenfalls neu fest.

Gerade in einem kleinen konzessionierten Gebiet wie dem Oberwallis sind die Ertragsmöglichkeiten äusserst beschränkt. Trotz der minimalen Einnahmemöglichkeiten braucht es ein Minimum an Aufwendungen, um ein Radio- oder TV-Programm finanzieren zu können. Und gerade in einem kleinen Gebiet, in dem die Aufwendungen für ein Radioprogramm bei CHF 3'200'000.— (Prognose 2006) liegen und die Erträge bei CHF 1'820'700.—, kann ein begrenztes Gebührensplitting (30 % der Betriebskosten) des Umsatzes nie helfen. Bei einem Gebührensplitting für obiges Beispiel heisst dies, dass ein solcher Veranstalter lediglich CHF 1'000'000.—pro Jahr

¹ Begleitbrief zur Anhörung zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) vom 8. Juni 2006

erhalten wird. Damit ist die Summe der Einnahmen bei CHF 2'800'000.—und dieser Veranstalter schreibt trotz
Gebührensplittungsgelder einen Verlust von CHF 400'000.—pro Jahr. Dies wollte der Gesetzgeber so nicht.

Nachstehend äussern wir uns nur zu jenen Artikeln, bei denen wir einen Änderungsbedarf sehen. Wir schlagen
Ihnen die Änderung vor und begründen diese gleichzeitig.

2. Bemerkungen zu den Artikeln

2.1 Veranstaltung von Programmen

2.1.1 Art. 8: Bekanntmachungspflichten

1 Dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen können anordnen:

- a. die zuständigen kantonalen Behörden bei Ereignissen, für deren Bewältigung die Kantone zuständig sind;*
- b. die zuständigen Behörden des Bundes bei Ereignissen, für deren Bewältigung der Bund zuständig ist, namentlich die Informationszentrale der Bundeskanzlei und die Nationale Alarmzentrale (NAZ).*

*2 Die Information an die Veranstalter erfolgt durch die Behörde, welche für die Bewältigung des Ereignisses zuständig ist. **Die entsprechende Priorität der Ämter wird in einem separaten Anhang geregelt. Die entsprechende Behörde** sorgt dafür, dass die Veranstalter rechtzeitig und vollständig informiert werden.*

.....

Vom Grundsatz her besteht keine Differenz. Es wäre aber mehr als nur wünschenswert, wenn in der Verordnung eine Prioritätenliste der Ämter aufgeführt würde. Was tun, wenn bei einem Ereignisfall die Nationale Alarmzentrale (NAZ) eine andere Meldung über rro verbreiten will als die Kantonspolizei Wallis. Welche Meldung muss der Sender nun verbreiten und wer kommt für die zusätzlichen Infrastrukturkosten (nicht Verbreitungskosten) auf?

2.1.2 Art. 9: Information in Krisensituationen

*1 Ist in einer Krisensituation der direkte Zugang zu den behördlichen Informationsquellen aufgrund technischer oder räumlicher Gegebenheiten nicht mehr für alle Veranstalter im gleichen Umfang möglich, so haben bei der Akkreditierung die ersten Radioprogramme der SRG **sowie die im Gebiet der Krisensituation konzessionierten Privatradios** Vorrang.*

2 Die Bundeskanzlei gewährleistet, dass die nicht zugelassenen Programmveranstalter unverzüglich und unentgeltlich Zugang zum entsprechenden elektronischen Rohmaterial der SRG erhalten.

Diese Regelung ist grundsätzlich praxisfremd. Im Aargau hat Radio Argovia mit dem Kanton einen Vertrag, im Wallis ist Radio Rottu im Krisenstab mit eingebaut und Bestandteil des selben. Priorität kann lediglich das meistgehörte Radio in einer Region haben und nicht einfach das erste Radioprogramm der SRG. Wer hört in

Gondo schon DRS 1? Es geht hier nicht um eine gesetzgeberische Festlegung der Priorität. Es geht hier um eine möglichst reibungslose und lückenlose Information der Bevölkerung. Also müssen die Krisenstäbe vor Ort entscheiden, welches Medium nun ihr Medium zur Information der Bevölkerung ist².

2.2 Werbung und Sponsoring

2.2.1 Art. 10: Begriffe

1 Schleichwerbung ist jede entgeltlich oder unentgeltlich ausgestrahlte Äusserung im redaktionellen Teil des Programms, welche eine werbliche Wirkung im Sinne von Artikel 2 Bst. k RTVG enthält, sofern a. der Veranstalter diese Werbewirkung beabsichtigt und

b. das Publikum hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irregeführt werden kann.

2 Nicht als Werbung gelten namentlich

a. Hinweise auf das Programm, in welchem sie ausgestrahlt werden;

*b. Hinweise auf konkrete Sendungen in anderen Programmen des gleichen Unternehmens, **der gleichen Unternehmensgruppe (Holding) sowie den publizistisch oder wirtschaftlich verbundenen Unternehmen**, die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden;*

c. ohne Gegenleistung ausgestrahlte Hinweise auf Begleitmaterialien, die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden.

3 Nicht als Sponsoring im Sinne des Gesetzes gilt die Koproduktion durch natürliche und juristische Personen, die im Radio- oder Fernsehbereich oder in der Produktion audiovisueller Werke tätig sind.

In diesem Artikel fehlt die Abgrenzung von der Schleichwerbung zu den Sonderwerbformen wie Productplacement. Productplacement ist gewollt und wird auch entschädigt. Dies aber nicht gegenüber dem Sender sondern gegenüber der Produktionsfirma. Umso günstiger kann dann die Produktion eingekauft werden.

Abs. 2 lit. b ist eine vom Gesetzgeber nicht gewollte Bevorzugung der SRG SSR idée suisse, dass für andere Programme der nämlichen Unternehmung Programmhinweise für den anderen Sender gemacht werden dürfen und dies stellt dann in der Folge keine Werbung dar. In der Espace Media Group ist Tele Bärn, CapitalFM und Canal 3 nicht in der gleichen Unternehmung, nur in der gleichen Holding, ergo gelten die gegenseitigen Programmhinweises als Werbung. Dies ist eine Bevorzugung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die der Gesetzgeber so nicht wollte. Das Ansinnen des Gesetzgebers ist es, dass die SRG wohl Programmhinweise von DRS

² Fachverband für Strahlenschutz; Publikationsreihe Fortschritte im Strahlenschutz; Information von Behörden, Medien und Bevölkerung im Ereignisfall; Erwartungen eines lokalen Radiosenders im Ereignisfall, Christian Stärkle, S. 295 ff.

1 auf DRS 2 machen dürfe. Da die SRG-Radios aber keine Werbung machen dürfen, ist dies explizit zu erlauben. Problematisch ist aber bei den Privaten nicht die eigentliche Klassierung in Werbung. Problematisch sind die Folgen davon: jegliche Gebühren, die umsatzabhängig sind wie Swissperform, IFPI, Suisa sowie die Mehrwertsteuerproblematik. Wenn CapitalFM auf Programm bei Canal 3 hinweist und umgekehrt, so ist dies für den jeweiligen Sender immer ein Mehrwert und damit auch abgabepflichtig, obschon nichts eingenommen wurde. Für rro würde dies bedeuten, dass das Oberwalliser Radio für VS 1 (Regionalfernsehsender, der bei rro im Auftrag der Valaiscom AG produziert wird) keine Programmhinweise gemacht werden können.

2.2.2 Art. 11: Erkennbarkeit der Werbung

1 Werbung muss von den anderen Programmteilen durch ein besonderes akustisches beziehungsweise optisches Erkennungssignal getrennt sein. Im Fernsehen ist der Begriff "Werbung" zu verwenden.

2 In sich geschlossene Werbesendungen im Fernsehen, welche länger als 60 Sekunden dauern, müssen durchgehend und deutlich erkennbar als Werbung gekennzeichnet sein.

~~*3 In sich geschlossene Werbesendungen am Radio, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, dürfen nicht länger als 60 Sekunden dauern.*~~

4

Insbesondere die Annahme in Absatz 3 ist problematisch. Entweder handelt es sich um Werbung oder eine Werbesendung. Die Länge an sich kann nicht entscheidend sein für die Zuweisung ob es Werbung ist oder nicht. Der Passus ist u.E. gänzlich zu streichen.

2.2.3 Art. 17: Einfügung der Werbung

.....

~~*5 Für Radioprogramme, für welche kein Gebührenanteil ausgerichtet wird sowie für Fernsehprogramme, welche nicht im Ausland empfangen werden können und für welche kein Gebührenanteil ausgerichtet wird, gelten keine Einschränkungen bei der Einfügung der Werbung mit Ausnahme der Absätze 3 und 4 Bst. b dieses Artikels.*~~

~~*6 Für Veranstalter mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil können in der Konzession Regeln zur Einfügung der Werbung vorgesehen werden.*~~

Es wäre nur folgerichtig, wenn gerade die potentiellen Gebührenradios bereits in dieser Vernehmlassung wüssten, was in Sachen Einfügung der Werbung auf sie zukommt. Es ist zudem nicht einzusehen, warum die Gebührenradios in Sachen Werbung weniger Freiheiten haben sollen als die Nichtgebührenradios. Gerade der Gesetzgeber hat in den parlamentarischen Diskussionen nie über eine Unterscheidung von Werbevorschriften zwischen den Radios die Gebühren bekommen und jenen die keine Gebühren bekommen unterschieden.

Es ist zudem nicht einzusehen, warum ein Radio 3iii gegenüber grenzüberschreitender Sender in diesem Punkt schlechter gestellt werden soll als Radio Basilisk.

Wir empfehlen Absatz 5 und 6 zu streichen.

2.2.4 Art. 18: Dauer der Werbung

.....

~~**5 Für Radioprogramme, für welche kein Gebührenanteil ausgerichtet wird sowie für Fernsehprogramme, welche nicht im Ausland empfangen werden können und für welche kein Gebührenanteil ausgerichtet wird, gelten keine Einschränkungen bezüglich der Werbedauer.**~~

~~**6 Für Veranstalter mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil können in der Konzession Regeln zur Dauer der Werbung vorgesehen werden.**~~

Auch zu diesem Artikel gilt das bereits oben erwähnte. Es ist die Ungleichbehandlung zwischen den Gebührensender und den Nichtgebührensender nicht einzusehen, da sämtliche Politiker (Gesetzgeber) anders votierten (Auszug vom 30. November 2005)

Escher Rolf (C, VS), für die Kommission: Hier geht es um das Splitting der Gebührenanteile, also um ein recht schwieriges Problem. Darum hat es im Laufe der Beratungen hier auch Dutzende von verschiedenen Anträgen gegeben. Der Bundesrat hat Ihnen vorgeschlagen, höchstens 4 Prozent der Gebühren seien der SRG zu nehmen, um sie den anderen Sendern gutzuschreiben, und zwar hat er nicht unterschieden zwischen Einnahmen aus Radiogebühren und solchen aus Fernsehgebühren. Der Nationalrat hat dann in der ersten Lesung festgelegt: zweimal höchstens 4 Prozent. **Wir im Ständerat haben bei der ersten Beratung festgelegt: für Radio 3 bis 5 Prozent und für Fernsehen 2 bis 5 Prozent - eigentlich wirklich eine sachlich falsche Lösung. Ich weiss auch nicht, wie das da hineingekommen ist. Natürlich will ich Ihnen nicht zu nahe treten, aber es ist**

heute so, dass die Radiosender in etwa 2 Prozent erhalten; die Fernsehsender erhalten weniger, nämlich 1 bis 1,5 Prozent. Die Radios müssten wahrscheinlich, so tönt es in allen Aussagen des Bundesrates und der Verwaltung, zu Beginn etwa 3 Prozent erhalten; das ist doch eine massgebliche Erhöhung. Dieser Anteil könnte bis auf 4 Prozent gehen. Die Fernsehveranstalter sollten von Beginn weg etwa 4 Prozent haben, damit sie überleben können; dieser Anteil könnte vielleicht bis auf 5 Prozent gehen. Wir haben es gerade umgekehrt gemacht - warum weiss ich nicht. Der Nationalrat hat dann fix festgelegt: zweimal 4 Prozent. Wir beantragen Ihnen mehrheitlich, ich glaube, mit 9 zu 3 Stimmen, für die Radio- und die Fernsehgebühren jeweils 3 bis 5 Prozent. Die Minderheit schliesst sich dem Beschluss des Nationalrates an. **Wir haben dann noch den Antrag Reimann - 4 Prozent Radio, 3 bis 5 Prozent Fernsehen.** Hier taucht wieder das gleiche Problem auf, das ich Ihnen am Anfang geschildert habe. **Die Kommission ist einstimmig in Bezug auf die Frage, dass die Gebühren für Radio und Television zu trennen sind; dies entgegen dem ursprünglichen Entwurf des Bundesrates.** Die Kommission ist in ihrer grossen Mehrheit nicht für fixe Sätze, wie dies der Nationalrat mit einem festen Satz von 4 Prozent beschlossen hat. Das kann das eine Mal zu wenig und das andere Mal zu viel sein. Mit 7 zu 4 Stimmen empfiehlt Ihnen die Kommission diesen Satz von 3 bis 5 Prozent sowohl für Radio- als auch für Fernsehveranstalter. Kollege Pfisterer hat in der Kommission für seinen Antrag 4 Stimmen erhalten; eine starke Minderheit wollte für das Radio 3 bis 4 Prozent und für Television 4 bis 5 Prozent. Das war vielleicht sachlich richtiger, aber taktisch schwieriger, weil der Nationalrat im Laufe des Verfahrens immer gleiche Prozentsätze festgelegt hat. Wir beantragen Ihnen also, die Sätze auf 3 bis 5 Prozent festzulegen und der Exekutive das notwendige Ermessen zu belassen. Fixe Prozentsätze sind natürlich viel einfacher, aber oft nicht angemessen. Die Einfachheit ist hier nach Auffassung der Kommissionmehrheit nicht die richtige Lösung.

Der Oberwalliser Ständerat Escher wollte in der parlamentarischen Diskussion keine Unterscheidung in werbli-cher Hinsicht zwischen den Privatradios mit und jenen ohne Gebühren, ansonsten er dies explizit erwähnt hätte.

In der Folge empfehlen wir Absatz 5 und 6 ersatzlos zu streichen.

In diesem Zusammenhang verweisen wir auf das Votum von Nationalrat Vollmer:

[Vollmer](#) Peter (S, BE), für die Kommission: Ich möchte Sie einfach nochmals darauf aufmerksam machen, welches der Hauptgrund ist, dass die Kommission hier für einen fixen Prozentbetrag eintritt. Wir haben im Laufe der Debatte ja alle Varianten gehabt, Sie sehen sie auf der Fahne. In der Kommission hatten wir in der ersten Lesung den totalen Basar mit allen möglichen Prozentsätzen, differenziert nach Radio und Fernsehen. Heute empfehlen wir Ihnen klar - mit 19 zu 4 Stimmen -, an unserer Regelung mit den 4 Prozent festzuhalten. Es stimmt, Herr Bundespräsident, eine starre Regelung ist an sich etwas Unschönes. Wir hatten in der ursprünglichen Fassung, im ersten Vorschlag der Kommission, auch im ersten Beschluss des Nationalrates, einen Satz

von höchstens 4 Prozent; dann wurde das aufgeweicht, und dann sind wir aber zum festen Betrag zurückgekommen. Weshalb? Es waren vor allem die kleinen lokalen Radiostationen, die Angst hatten, dass man ihnen, wenn 3 bis 5 Prozent steht, eben dann möglicherweise nicht 4 Prozent, sondern nur 3 Prozent auszahlt. Es wurde vom Bundesrat auch einmal gesagt, dass an sich diese 4 Prozent für die Radios zu viel und für die Fernsehstationen zu wenig wären. Damit wird klar, dass der Wille des Bundesrates, dann auch wirklich 4 Prozent auszuzahlen, an sich nicht vorhanden ist. Das war der Grund, weshalb die Kommission deutlich zum Ausdruck gebracht hat: Wir wollen jetzt den lokalen Radiostationen diese 4 Prozent sicher zur Verfügung stellen, daran soll nicht gerüttelt werden. Es soll hier eine gewisse Sicherheit für die privaten Stationen geben. Das ist der Grund, weshalb wir Ihnen hier Festhalten empfehlen, obwohl das Argument der fehlenden Flexibilität durchaus auch ins Feld geführt werden kann. Deshalb empfiehlt Ihnen aber die Kommission festzuhalten. Der Antrag Stamm lag der Kommission nicht vor. Herr Stamm möchte differenzieren. Und wenn ich mich jetzt an die Diskussion in der Kommission erinnere, müsste ich sagen: Wir möchten festhalten, aber in der Kommission hat sich niemand dagegen ausgesprochen, dass man für das Fernsehen eine gewisse Flexibilität walten lässt. Aber wenn wir für das Fernsehen 3 bis 5 Prozent festschreiben, besteht die Gefahr, dass der Druck, das Lobbying, die Interessen dieser Fernsehstationen, die ganz anders aufgebaut sind als die Radiostationen und meistens in grosse Konzerne eingepasst sind, derart stark sind, dass letztlich doch eine Lösung Platz greift, die im Ergebnis dazu führt, dass man den Fernsehstationen 5 Prozent gibt und den Radiostationen 4 Prozent. Das wäre un schön; und deshalb empfiehlt die Kommission, an Ihrer Fassung festzuhalten: je 4 Prozent, keine Privilegierung des Fernsehens, und klar zum Ausdruck bringen, dass diese Gelder so fliessen sollen.

Eine Asymmetrie in den Werbevorschriften zwischen den Gebührenradios und den Nichtgebührenradios kann zu keinem Zeitpunkt hingenommen werden. Der Gesetzgeber wollte dies auch nicht.

Der Gesetzgeber wollte mit seiner Gebührensplittregelung die wirtschaftlichen, topografischen und Dichte der Bevölkerung ausgleichen. Und nicht asymmetrische Werbebestimmungen. Falls diese eingeführt würden, hätten die Gebührenradios noch mehr Nachteile und es würde sich aus den „schlechten“ Gebieten noch weniger Umsatz generieren lassen.

2.2.5 Art. 21: Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG

.....

5 Die SRG darf in ihren Radioprogrammen Eigenwerbung ausstrahlen, sofern diese überwiegend der Publikumsbindung dient.

6 Hinweise auf Anlässe, für welche die SRG, **die kommerziellen Privatradios, sowie die privaten Fernsehen** eine Medienpartnerschaft eingegangen ist, können als Eigenwerbung ausgestrahlt werden, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dienen und die Medienpartnerschaft nicht zum Zwecke der Finanzierung des Programms geschlossen wurde. Eine Medienpartnerschaft liegt vor, wenn zwischen dem Programmveranstalter und dem Organisator eines öffentlichen Anlasses eine Zusammenarbeit besteht, wobei der Programmveranstalter sich verpflichtet, auf den Anlass im Programm hinzuweisen und dafür mit Vorteilen vor Ort und ähnlichen Vergünstigungen entschädigt wird.

7 In den Programmen der SRG ist die Platzierung von Waren oder Dienstleistungen des Sponsors im Sinne von Artikel 20 dieser Verordnung unzulässig, mit Ausnahme der Präsentation von Wettbewerbspreisen.

.....

Es ist eine Gleichbehandlung der Radioveranstalter im Programm anzustreben. Wenn die SRG Eigenwerbung ausstrahlen darf, ohne dass dies Werbung ist, muss gleiches für die privaten Veranstalter gelten. Gleiches gilt für Medienpartnerschaften. Wenn sie bei der SRG nicht als Werbung gelten, so ist dies auch bei den Privaten so zu handhaben. Es hat nämlich unheimlich Einfluss in Sachen MwSt. Ist es keine Werbung, so hat die MwSt. auch keinen Einfluss.

2.3 Konzessionsabgabe

2.3.1 Art. 31: Erhebung der Konzessionsabgabe

1 Der Konzessionsabgabe unterliegen alle Erträge **mit Ausnahme der Mehrwertsteuer und den Erträgen aus dem Gebührensplitting**, welche im Programm eines konzessionierten Veranstalters von diesem selbst oder von Dritten mit Werbung und Sponsoring erzielt werden, abzüglich der vereinbarten Mengenrabatte (Bruttoeinnahmen).

2 Die Konzessionsabgabe beträgt pro Kalenderjahr ein halbes Prozent der **750 000** Franken übersteigenden Bruttoeinnahmen. Ist die Abgabe lediglich für einen Teil des Jahres geschuldet, so wird der Freibetrag verhältnismässig gekürzt.

.....

Die Erträge der MwSt. unterliegen wohl nicht der Abgabe. In der Folge sind es schon nicht mehr alle Erträge. Es müssten wohl die Gebührenanteile ebenfalls davon ausgenommen werden. Es kann nicht sein, dass das BAKOM wieder an jenen Geldern partizipiert, die es auszahlt.

Es empfiehlt sich zudem den Freibetrag der Bruttoeinnahmesumme moderat auf CHF 750'000.—zu erhöhen.

2.4 Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag

2.4.1 Art. 33: Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme

1 Ein komplementäres nicht gewinnorientiertes Radioprogramm unterscheidet sich thematisch, kulturell und musikalisch von anderen konzessionierten Radioprogrammen, die im fraglichen Versorgungsgebiet zu empfangen sind.

2 Ein solches Radioprogramm wird ohne Werbung und Sponsoring finanziert. ~~Ausnahmsweise zulässig ist die Ausstrahlung von Eigenwerbung, die überwiegend der Publikumsbindung dient. Die Konzession kann die Ausstrahlung von Werbung und Sponsoring für Veranstalter vorsehen, die in einem Versorgungsgebiet mit weniger als 75 000 Einwohnern ab 15 Jahren einen besonderen Beitrag zur Ausbildung von Medienschaffenden leisten.~~

Auf dem Schleichweg werden nun die Ausbildungsradios, welche auch Werbung und Sponsoring haben, sowie in Werbepools sind, den nicht gewinnorientierten Radios zugeschlagen. Dies ist schlicht absurd. Radio Toxic.fm ist im Swiss Radio Pool und damit ganz klar ein kommerzielles Radio. Wenn auch klein, so doch kommerziell. Diese Art Radios sind klar und deutlich den kommerziellen Sendern zuzuordnen. Den kommerziellen Sendern machen alle Radios, die zusätzlich im selben Markt Werbung akquirieren Konkurrenz.

2.4.2 Art. 35: Versorgungsgebiete

Die Anzahl und die Ausdehnung der Versorgungsgebiete, in denen Konzessionen mit Gebührenanteil erteilt werden, sowie die Verbreitungsart werden im Anhang zu dieser Verordnung festgelegt.

Der Anhang der Verordnung fehlt. Somit können die betroffenen Veranstalter die Verordnung nicht richtig prüfen und die einzelnen Bestimmungen nicht korrekt gewichten. Es ist den betroffenen Veranstaltern sofort der Anhang ebenfalls zuzustellen. Ebenso müssen die Grundsätze einer Konzession mit Gebühren bereits bekannt sein. Das sind sie derzeit nicht. Es wird somit gefordert, dass die Anzahl und die Ausdehnung der Versorgungsgebiete sowie die Verbreitungsart nicht im Anhang sondern bereits in der Verordnung, die in der Vernehmlassung ist, geregelt werden.

Da der Anhang Bestandteil der Verordnung ist, hat er zum selben Zeitpunkt in die Vernehmlassung zu gehen wie die Verordnung an sich. Grundsätzlich sind bei einem Verwaltungsakt sämtliche Betroffenen gleich zu behandeln. Bei einer Vernehmlassung zu einer Verordnung handelt es sich unmissverständlich um einen Verwaltungsakt, um eine öffentlich ausgeschriebene Anhörung, zu der sich jeder äussern kann. Dies ist grundsätzlich so. Nun ist aber die Sachlage derart schief, dass die Betroffenen in verschiedene Kategorien eingeteilt wurden und sich die Kategorie der Radios mit Gebührensplitting nicht so äussern können wie jene, die kein Gebührensplitting erhalten. Die Vernehmlassung der RTVV ist für die Radios ohne Gebührenempfang vollständig, für jene mit Gebührenempfang (Ausnahme SRG SSR idée suisse) nicht.

2.4.3 Art. 36: Gebührenanteile

1 Der jährliche Gebührenanteil eines Veranstalters darf höchstens betragen:

- a. **50 bis 70 Prozent**, der Betriebskosten eines Veranstalters eines Radioprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG, **wobei Berg- und Randregionenradios bevorzugt werden**.*
- b. 50 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines Fernsehprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG;*
- c. 50 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines komplementären nicht gewinnorientierten Radioprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. b RTVG.*

2 Das Departement überprüft die Gebührenanteile der Veranstalter in der Regel nach fünf Jahren und legt sie gegebenenfalls neu fest.

Die Begrenzung der Gebührenanteile auf einen Prozentanteil der Betriebskosten wird dem eigentlichen Bedürfnis nicht gerecht.

Gerade in einem kleinen konzessionierten Gebiet sind die Ertragsmöglichkeiten äusserst beschränkt. Trotz der minimalen Einnahmemöglichkeiten braucht es ein Minimum an Aufwendungen, um ein Radio- oder TV-Programm finanzieren zu können. Und gerade in einem kleinen Gebiet, in dem die Aufwendungen für ein Ra-

dioprogramm bei CHF 3'200'000.—liegen und die Erträge für die Werbung bei CHF 900'000.—, kann ein begrenztes Gebührensplitting (30 %) des Umsatzes nie helfen. Bei einem Gebührensplitting für obiges Beispiel heisst dies, dass ein solcher Veranstalter lediglich rund CHF 1'000'000.—pro Jahr erhalten wird.

Bei einer heterogenen Bevölkerungsgruppe von 78'000 Einwohnern im Oberwallis wachsen die Bäume schlicht nicht in den Himmel. Wenn ein Kundenberater von Oberwald vom Kunden „A“ bis nach Täsch zum Kunden „B“ 2 Stunden und 18 Minuten und nicht 10 Minuten wie in der Stadt Zürich, im Aargau oder in Bern braucht. Zudem hat das Oberwallis keine Gemeinde, die mehr Einwohner als 11'800 Einwohner (Brig-Glis) zählt. Die gesamten Einwohner verteilen sich auf einer Fläche von 2'621 km². Damit gehört das Oberwallis zu den Gebieten der Schweiz, die die dünnste Besiedelung aufweisen. Die Wege für die Mitarbeiter sind lang, oft zu lang, um mehrere Geschichten pro Tag zu produzieren oder mehrere Kunden zu besuchen. Das Werbevolumen in der Schweiz betrug 2005 laut Erhebung der WEMF AG für Werbemedienforschung CHF 5.376 Milliarden (CHF 142'000'000.—für Radio). Der Radioanteil beträgt somit 2.64 %. Gemäss WEMF AG deckt Radio Rottu im Wirtschaftsgebiet 23 62.4 % der Bevölkerung ab. Wird das Werbevolumen der Schweiz (7'364'100) linear auf das Oberwallis runtergebrochen, so ergibt sich im Oberwallis ein Werbevolumen von CHF 57'356'118.—. Werden noch 30 % für die strukturschwache Region in Abzug gebracht, verbleiben rund CHF 40'149'283.— an Werbvolumen im Oberwallis. Bei einem Anteil von 2.64 % entspricht dies einem Betrag von CHF 1'059'941.—. Radio Rottu erwirtschaftet aber gemäss Prognose 2006 einen Betrag von CHF 1'820'700.—. Wird nun das Gebührensplitting in der Höhe von 30 % des Aufwandes bezahlt, bekommt rro einen Gebührenanteil von CHF 1'000'000.—. Zusammen mit dem selbst erwirtschafteten Ertrag gibt dies ein Ertragstotal von rund CHF 2'800'000.—. Dem stehen aber Ausgaben von rund CHF 3'200'000.— gegenüber. Damit beträgt der Verlust von rro jährlich CHF 400'000.—. Dies ist nicht im Sinne des Gesetzgebers. In der Folge muss die 30 % Klausel auf 50 bis 70 % erhöht werden. Dies aber vor allem für die Berg- und Randregionenradios, wie dies der Gesetzgeber in den parlamentarischen Debatten des öfteren betont hat.

2.5 Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen (Art. 45)

1 Ein Beitrag nach Art. 57 Abs. 1 RTVG wird an Veranstalter von Radioprogrammen mit einem Gebührenanteil in den Begregionen ausgerichtet, ~~deren jährlicher Betriebsaufwand für die Verbreitung des Programms und die Zuführung des Sendesignals gemessen an den versorgten Personen mindestens 80 Prozent des Durchschnittswerts ausmacht. Für die Ermittlung des Durchschnittswerts werden alle Veranstalter mit einem Gebührenanteil nach Artikel 38 Absatz 1 Buchstabe a beziehungsweise nach Artikel 107 RTVG berücksichtigt, deren Programme auf dieselbe technische Weise verbreitet werden.~~

2 Der verfügbare Kredit wird im Verhältnis zum Aufwand je versorgte Person auf die nach Absatz 1 beitragsbe-

berechtigten Veranstalter aufgeteilt. Ein Beitrag darf 50 bis 90 % des Betriebsaufwands für Verbreitung und Singalzuführen eines Veranstalters ausmachen.

3 Veranstalter haben sich innert einer vom Bundesamt gesetzten Frist jährlich neu um einen Beitrag zu bewerben. Die Beitragsverfügung wird auf Grund des vom Veranstalter für das Beitragsjahr budgetierten Aufwands provisorisch erlassen. Sie wird im Folgejahr anhand der endgültigen Zahlen überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Dem Grundsatz, dass für die Erlangung eines Beitrages der durchschnittliche Betriebsaufwand eines Veranstalters pro versorgte Person massgebend sein soll, kann zugestimmt werden. Der Ansatz der Beitragsberechtigung ist aber schlicht falsch. Der Durchschnittswert hat hier nichts verloren. Es gibt keine vergleichbaren Topografien. Wenn für das Oberwallis mit rund 78'000 Einwohner und Einwohnerinnen bestehen bis heute 10 Sender und zur kompletten Versorgung 6 weitere Sender notwendig sind – dies gemäss den zuständigen Behörden und als Auflage zur Konzession -, dann ist das topgrafisch bedingt und hat nichts mit dem Durchschnittswert der anderen Veranstalter zu tun.

Ebenfalls praxisfremd ist die Begrenzung der Unterstützung auf 25 % des Betriebsaufwandes für Verbreitung und Singalzuführen. Jedes Radio der Berg- und Randregionen hat die Sender nicht zur eigenen Befriedigung installiert. Und wenn rro für die Gemeinde Zwischbergen (127 Einwohner) einen Sender installiert, der rund CHF 80'000.—kostet, dann hat das etwas mit Service Public zu tun. Der Unterhalt eines Senders kann dann je nach Abschreibungsdauer des Senders bis zu CHF 10'000.—pro Jahr betragen. Eine Unterstützung von lediglich 25 % gerade für diese Problematik wird dem Sinn und Geist bzw. dem tatsächlichen Willen des Gesetzgebers nicht gerecht. Die Grenze ist von 50 auf 90 % hinaufzusetzen.

Visp, den 18. August 2006

Radio Rottu Oberwallis AG

Matthias Bärenfaller
Geschäftsführer

Christian Stärkle
VR-Präsident

