

Swiss Film Producers' Association
Schweizerischer Verband der FilmproduzentInnen
Association Suisse des producteurs de films
Associazione svizzera dei produttori di film

Telefon ++ 41 (0)31 370 10 60
Telefax ++ 41 (0)31 370 10 61
E-Mail info@swissfilmproducers.ch
www.swissfilmproducers.ch

Bundesamt für Kommunikation
Zukunftsstrasse 44
Postfach

2501 Biel

Bern, 17. August 2006 / WE/tt

Vernehmlassung zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)

Sehr geehrter Herr Bundespräsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 8. Juni 2006 haben Sie uns den Entwurf einer neuen RTVV zur Vernehmlassung unterbreitet. Wir danken Ihnen für diese Möglichkeit zur Stellungnahme und machen gerne davon Gebrauch. Wir beschränken uns dabei auf diejenigen Teile der Verordnung, welche für die Produktion von Spiel- und Dokumentarfilmen direkte oder indirekte Auswirkungen haben könnten, und welche daher für unsere Mitglieder von besonderem Interesse sind.

Art. 4 RTVV, Quoten für europäische Werke und unabhängige Produktionen

Wir begrüssen die vorgeschlagene Umsetzung von Art. 7 Abs. 1 nRTVG. Die vorgeschlagenen Prozentzahlen entsprechen den Vorgaben der EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“, womit sich das schweizerische Rundfunkrecht in Einklang mit demjenigen der umliegenden Länder befindet.

Allerdings ist sicherzustellen, dass die Quoten auch eingehalten werden. Weder aus der Verordnung noch aus den Erläuterungen wird ersichtlich, wie und mit welchen Mitteln das BAKOM die Angaben der inzwischen bereits 12 Veranstalter überprüfen will. Sollte ein Veranstalter die erforderlichen Quoten nicht erreichen, ist vorzusehen, dass er

sich mit dem Hinweis auf die praktische Undurchführbarkeit entschuldigen wird, um Massnahmen der Aufsichtsbehörde gemäss Art. 89 nRTVG zu verhindern.

Das BAKOM wird aus personellen Gründen und wegen mangelnden Kenntnissen des Fernsehrechtmarktes nicht in der Lage sein, die Einhaltung der Quoten zu überprüfen, bzw. sich mit den Argumentationen der Veranstalter auseinander zu setzen. Es ist auf die Hilfe des Bundesamtes für Kultur und der Branchenorganisationen der Filmwirtschaft angewiesen. Im weiteren stellt sich zusätzlich die Frage, ob nicht das Bundesamt für Statistik in die Überprüfung einbezogen werden müsste, immerhin führt es Statistiken zur Filmproduktion in der Schweiz durch (zuletzt: Die Filmproduktion in Kino und Fernsehen in der Schweiz, 1995 - 2004, BFS, 2006).

- > **Antrag Art. 4 Abs. 4:**
Das Bundesamt gibt dem Bundesamt für Kultur und den massgebenden Organisationen der schweizerischen Filmwirtschaft Gelegenheit zu den Angaben der Veranstalter über die Erfüllung der Vorgaben des Art. 4 Abs. 1 Stellung zu beziehen.

Der bisherige Abs. 4 und neue Abs. 5 ist nicht als blosser „kann“-Formel zu formulieren, sondern als klare Anweisung:

- > **Antrag Art. 4 Abs. 5:**
Genügen die Informationen oder die getroffenen Massnahmen zur Erreichung der verlangten Anteile nicht, verfügt die Aufsichtsbehörde gemäss Art. 89 RTVG Massnahmen.

Art. 5 RTVV, Förderung des Schweizer Films

Die schweizerische Filmbranche hat in den vergangenen Jahren mit einer Reihe von Programmveranstaltern, so mit der SRG SSR idée suisse, mit der Teleclub AG und mit Star TV, sogenannte Rahmenabkommen geschlossen, in welchen die Abwicklung der aus Art. 7 Abs. 2 nRTVG resultierenden Verpflichtungen geregelt war. Die Pflicht zum Abschluss solcher Rahmenabkommen war den Veranstaltern in den jeweiligen Konzessionen auferlegt worden. Diese Vereinbarungen haben es ermöglicht, für jeden Veranstalter eine spezifische, auf die Besonderheiten des jeweiligen Programms abgestimmte Regelung zu treffen und bei der Durchführung der Filmförderung zusammenzuarbeiten. Sie ermöglichten ausserdem eine direkte Kontrolle der Einhaltung der Förderverpflichtung durch die Filmbranche, wodurch die Aufsichtsbehörde entlastet wurde.

Wir schlagen vor, dieses erfolgreiche System weiterzuführen und die Pflicht zum Abschluss von Rahmenvereinbarungen in die Verordnung aufzunehmen. Dies könnte etwa in folgender Weise geschehen:

- > **Art. 5 Abs. 1bis (neu)**
Sie treffen mit den massgebenden Verbänden der schweizerischen Produktionsfirmen von Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilmen

Vereinbarungen über die Ausrichtung und die Abwicklung dieser Filmförderung.

Art. 10 Abs. 3: Sponsoring durch Koproduktion

Das Sponsoring von Fernsehsendungen unterliegt besonderen Bestimmungen, wie Kennzeichnungspflichten. Um Verstösse gegen das RTVG zu vermeiden, sollte die Grenze des Sponsoring klar und transparent gezogen sein. Art. 10 Abs. 3 E-RTVV bestimmt für den Spezialfall der Koproduktion, wann eine solche nicht als Sponsoring zu betrachten ist – nämlich wenn natürliche oder juristische Personen koproduzieren, die im Radio- oder Fernsehbereich oder in der Produktion audiovisueller Werke tätig sind. Dabei entsteht aber der Eindruck, die Koproduktion durch Branchenfremde sei im Zweifel als Sponsoring zu betrachten. Im Ergebnis hätten solche Koproduzenten bzw. die Sender im Streitfall nachzuweisen, dass die Koproduktion kein Sponsoring war. Dieser Verdacht wäre zudem auf unbestimmte Rechtsbegriffe gestützt, die für diese Zwecke kaum klar eingrenzbar sind: Wann handelt es sich um eine Koproduktion? – und wann ist jemand „im audiovisuellen Bereich tätig“? Soll die Koproduktion von Filmen in berufsständische Schranken gezwängt werden? Wünschenswerte private Kofinanzierungen schweizerischer Filmproduktionen würden so behindert. Unberücksichtigt bliebe, dass solche Investitionen oft ganz anderen Motiven folgen, als der Image-Wirkung des Sponsoring; wie etwa Mäzenatentum, Gewinnchancen oder blosses Interesse am Projekt. Eine Koproduktion ist daher grundsätzlich – unabhängig von der Person des Koproduzenten – kein Sponsoring, jedenfalls solange sie nicht dessen besondere Merkmale erfüllt. Zutreffend knüpft das Gesetz das Sponsoring an den Zweck, „den Namen, die Marke oder das Erscheinungsbild der Person zu fördern“ (Art. 2 Bst. o nRTVG; ähnlich ebenso Art. 2 Bst. h EÜGF, Art. 1 Bst. e der Richtlinie und auch die geltende RTVV). Richtigerweise handelt es sich hier um das Image-Interesse des Sponsoring, nicht um den Branchenhintergrund des Koproduzenten. Diese gesetzliche Regelung genügt und bedarf keiner Ergänzung.

-> Art. 10 Abs. 3 ist ersatzlos zu streichen.

Art. 20 Abs. 2; Nennung des Sponsors

Wie unter Art. 21 dargelegt wird, werden Requisiten bei Filmen oft unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Beeinflusst wird damit ein Film in keiner Art und Weise, dadurch wird bloss erreicht, dass die Kosten für die Filmherstellung geringer werden. Trotz des Erfolges des Schweizer Films bestehen erhebliche Finanzierungsschwierigkeiten bei Filmen, diese sind oft unterfinanziert. Produkte, welche für einen Film unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, führen mit Bestimmtheit nicht zu einer Irreführung des Publikums wie diese in den Erläuterungen zu Art. 20 Abs. 2 aufgeführt wird. Der Beitrag des Produkte-Platzierers ist in der Regel derart marginal, dass eine Nennung zu Beginn eines Films zu einer Irreführung führen würde. Bei Filmen ist deshalb weiterhin sicherzustellen, dass die Nennung des Produkte-Platzierers erst am Schluss erfolgen muss.

-> Art. 10 Abs. 2 ist ersatzlos zu streichen, allenfalls ist eine Differenzierung vorzunehmen und die unabhängige Filmproduktion auszunehmen.

Art. 21 Abs. 7 RTVV, Verbot eines product placements

Das in dieser Bestimmung enthaltene Verbot der Produkte-Platzierung in Programmen der SRG würde die Ausstrahlung von Spielfilmen weitgehend verunmöglichen. In praktisch jedem Spielfilm und auch in zahlreichen Dokumentarfilmen findet product placement statt. Fahrzeuge, die im Film benutzt werden, Kleider, welche die Schauspielerinnen und Schauspieler tragen, Raumausstattungen, in welchen die jeweiligen Szenen stattfinden, Esswaren und Getränke, welche die darstellenden Personen konsumieren, und vieles andere mehr wird in aller Regel von den jeweiligen Herstellerfirmen kostenlos zur Verfügung gestellt. Diese Sachleistungen stellen ein wesentliches Element jeder Filmfinanzierung dar, bei ausländischen Filmen ebenso wie bei schweizerischen. Die einzige Gegenleistung von Seiten der Filmproduktion besteht darin, im Abspann des Filmes für die erhaltene Sachleistung zu danken.

Das Verbot einer Produkte-Platzierung müsste wohl bedeuten, dass in Zukunft für alle diese Sachleistungen der marktübliche Preis bezahlt werden müsste. Auf die Leistung als solche kann nicht verzichtet werden, da ja die Figuren in irgendeinem Auto fahren, Kleider tragen, sich in bestimmten Räumen aufhalten und essen und trinken müssen. Somit würden die Herstellungskosten für schweizerische Filme, bei welchen eine Ausstrahlung in den Programmen der SRG beabsichtigt ist, ganz wesentlich erhöht. Durchzusetzen wäre die geplante Regelung natürlich nur bei Filmen, bei welchen die SRG von Anfang an als Koproduzentin auftritt, weil nur dort ein entsprechendes Verbot auch durchgesetzt werden kann. Bei allen anderen Filmen, insbesondere bei allen im Ausland eingekauften Filmen und damit bei der übergrossen Mehrzahl der fiktionalen Programmbeiträge, müsste entweder auf die Ausstrahlung oder aber auf die Durchsetzung des Verbotes verzichtet werden. Diese Filme werden ja als fertige Produkte eingekauft, und es ist nicht möglich, die darin enthaltenen Produkte-Platzierungen nachträglich zu eliminieren.

Laut erläuterndem Bericht soll diese Bestimmung dazu dienen, „die Kommerzialisierung von Programminhalten“ einzudämmen. Dieses Ziel ist durchaus berechtigt, wo es um die Bekämpfung indirekter Werbung geht. Product placement in Spiel- und Dokumentarfilmen hat aber im Normalfall mit indirekter Werbung nichts zu tun. Wo product placement missbraucht wird, muss dieser Missbrauch verhindert werden, nicht aber das völlig unproblematische und sachlich unumgängliche product placement an sich. Die vorgeschlagene Bestimmung hätte die absurde Folge, dass sich das fiktionale Programmangebot der SRG auf einige wenige eigenproduzierte oder in ihrem Auftrag hergestellte Filme ohne Produkte-Platzierung beschränken müsste. Die Vielfalt der weltweiten Filmproduktion dürfte nicht mehr gezeigt werden, da darin in aller Regel Waren gezeigt werden, die vom Hersteller oder einem anderen Sponsor im Sinne von Art. 20 RTVV zur Verfügung gestellt wurden. Das macht offensichtlich keinen Sinn und ist wohl auch vom Ordnungsgeber nicht gewollt. Die verunglückte Bestimmung sollte daher ersatzlos gestrichen werden.

-> Art. 21 Abs. 7 ist ersatzlos zu streichen.

Art. 68 RTVV, Aus- und Weiterbildung

In dieser Bestimmung wird die Förderung der Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden näher geregelt, die in Art. 76 RTVG verankert ist. Aus für uns unverständlichen Gründen werden dabei die „Programmschaffenden“ auf „Informationsjournalismus in Radio und Fernsehen“ reduziert. Programmschaffende sind aber auch alle Personen, die künstlerisch an der Gestaltung von Radio- und Fernsehprogrammen mitwirken, also etwa Kamera- oder Tonfachleute, Regisseurinnen und Regisseure, Verantwortliche für Ausstattung, Licht, Schnitt usw. Die Institutionen, welche diese Fachleute aus- und weiterbilden, sind genauso förderungswürdig wie die Institutionen im Bereich des Informationsjournalismus. Wir beantragen daher, auf diese im Gesetz nicht vorgesehene Beschränkung zum verzichten.

Wir bitten Sie, bei der weiteren Ausarbeitung der RTVV unsern Vorschlägen Rechnung zu tragen, und danken nochmals für die Gelegenheit zur Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüßen
**Schweizerischer Verband der
FilmproduzentInnen**
Der Sekretär:

Thomas Tribolet
Fürsprecher