

Bundesamt für Kommunikation

BAKOM

Zukunftstrasse 44

Postfach

2501 Biel

unsere Ref.

Tel. direkt +41 (0)31 350 92 40

E-Mail

Datum 18. August 2006

Betreff **Anhörung zum Entwurf für eine neue Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)**

Generaldirektion

Schweizerische

Radio- und
Fernsehgesellschaft

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Einladung, uns zum Entwurf für die Ausführungsbestimmungen des Bundesrates zum total revidierten Bundesgesetz für Radio und Fernsehen (RTVG) im Rahmen der Anhörung zu äussern.

Direction générale

Société suisse

de radiodiffusion

et télévision

I. Allgemeine Feststellungen

Im Anhörungsentwurf werden viele Aspekte geregelt, welche die SRG SSR betreffen. Dies ist nicht zu beanstanden, soweit es sich um von den allgemein geltenden Regeln abweichende Spezialbestimmungen für die SRG SSR handelt. Aspekte, welche jedoch singularär die SRG SSR betreffen¹, sind stufengerecht in der Konzession zu behandeln.

Direzione generale

Società svizzera

di radiotelevisione

Im Anhörungsentwurf finden sich zusätzlich zu den bereits auf Gesetzesstufe normierten Werbe- und Sponsoringverboten² weitere Einschränkungen der Kommerzialisierungsmöglichkeiten der SRG SSR. Einschränkungen sind grundsätzlich in den Bereichen angezeigt, wo eine unnötige Beeinträchtigung der Tätigkeitsfelder des privaten Mediensektors in der Schweiz droht.³ Gemessen daran erweist sich etwa das Verbot der Unterbrecherwerbung in Spielfilmen allerdings als kontraproduktiv, weil davon nicht wie beabsichtigt die anderen Schweizer Veranstalter oder Medien profitieren würden, sondern in erster Linie die Werbefenster in den ausländischen Programmen, die unserem Mediensystem erhebliche Mittel entziehen, ohne das Angebot an schweizerischen Inhalten nennenswert zu bereichern.

Direcziun generala

Societad svizra

da radio e television

SRG SSR idée suisse

Giacomettistrasse 3

CH-3000 Bern 15

Telefon 031 350 91 11

Fax 031 350 97 48

¹ z.B. Kommerzialisierungsrestriktionen im Bereich übriges publizistisches Angebot

² Werbeverbot in den Radioprogrammen der SRG SSR; Alkoholwerbe- und Sponsoringverbot

³ vgl. Botsch. BR vom 18.12.2002 zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen, BBl. 2003, S. 1571 f.

Beim Erlass solcher Restriktionen ist zudem zu bedenken, dass damit der SRG SSR Einnahmemöglichkeiten entzogen werden, die sie zur Erfüllung ihres Programmauftrages benötigt. Kommerzielle Einnahmen entlasten den Druck auf die Gebühren: je mehr Möglichkeiten der SRG SSR eingeräumt bleiben, Einnahmen auf dem Markt aus eigener Kraft zu erwirtschaften, desto geringer ist der zusätzliche Mittelbedarf, der zu gegebener Zeit über Gebühren zu finanzieren ist.

Grundsätzlich akzeptiert die SRG SSR, dass private Rundfunk-Anbieter unter bestimmten Bedingungen mit zusätzlichen Gebührenmitteln besser gestellt werden als bisher, und dass deren Rahmen für kommerzielle Einnahmen weiter gesteckt wird als bei der SRG SSR. Die SRG SSR hat sich seit Beginn des Gesetzgebungsprozesses hinter das medienpolitische Konzept der Asymmetrie zu Gunsten anderer Schweizer Veranstalter und Medien gestellt, allerdings unter der entscheidenden und deutlich kommunizierten Voraussetzung, dass diese nicht hinter den vom Publikum längst akzeptierten Status quo zurückgehen sollte.

Die SRG SSR begrüsst die Klärung im Anhörungsentwurf bezüglich der Anforderungen an die Qualität der Verbreitung und der Umschreibung der Verbreitungspflicht, bedauert aber, dass der Anhörungsentwurf keine Vorgaben hinsichtlich der Verschlüsselung der Programme durch den Verbreiter enthält.

II. Stellungnahme zum Entwurf der Ausführungsbestimmungen

In der Beilage nehmen wir zu den einzelnen Bestimmungen im Anhörungsentwurf Stellung und unterbreiten Formulierungsvorschläge, wo wir eine Änderung der Bestimmungen für angebracht erachten.

Mit freundlichen Grüssen

Jean-Bernard Münch
Verwaltungsratspräsident

Armin Walpen
Generaldirektor

Beilage: erwähnt

<p>Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)</p> <p>vom</p>		
<p><i>Der Schweizerische Bundesrat,</i> gestützt auf Artikel 103 des Bundesgesetzes vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen (RTVG) <i>verordnet:</i></p>		
<p>1. Titel: Geltungsbereich, Begriffe</p>		
<p>Art. 1 Angebote von geringer publizistischer Tragweite (Art. 1 Abs. 2 RTVG)</p>		
<p>1 Geringe publizistische Tragweite haben Angebote, wenn sie von weniger als 1'000 Geräten gleichzeitig in einer dem Stand der Technik entsprechenden Qualität empfangen werden können.</p>	<p>Die Umschreibung des Geltungsbereichs des RTVG bzw. die Definition für Angebote von geringer publizistischer Tragweite mittels eines numerischen Kriteriums (weniger als 1000 Geräte gleichzeitig) ist in Verbindung mit Absatz 2 ungenügend. Letzterer beschränkt sich auf die nicht abschliessende Auflistung von Beispielen. Damit bleibt die Umschreibung, was unter Angeboten von geringer publizistischer Tragweite zu verstehen ist, unklar. Eine genauere Umschreibung bezüglich des Inhalts (der publizistischen Tragweite) wäre wünschenswert. Unbefriedigend bleibt auch die Tatsache, dass das RTVG anwendbar ist, sobald ein Angebot Werbung oder Sponsoring enthält. Das Vorhandensein von Werbung und Sponsoring allein spricht noch nicht für ein Angebot von mehr als geringer publizistischer Tragweite.</p>	
<p>2 Eine geringe publizistische Tragweite haben zudem Angebote, welche sich auf die redaktionell unbearbeitete, entgeltliche oder unentgeltliche Wiedergabe insbesondere folgender Daten beschränken, falls das Angebot im Übrigen weder Werbung noch Sponsoring enthält:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Zeitangaben und Umweltmessdaten; b. stehende oder bewegte Wetter- und Meteo-Bilder; c. Notfallnummern; d. Hinweise auf Dienstleistungen oder Veranstaltungen der öffentlichen Verwaltung; e. Fahrzeiten der öffentlichen Verkehrsmittel. 		

<p>2. Titel: Veranstaltung von Programmen</p>		
<p>1. Kapitel: Allgemeine Bestimmungen</p>		
<p>1. Abschnitt: Meldepflicht</p>		
<p>Art. 2 Meldepflicht (Art. 3 Bst. a RTVG)</p>		
<p>1 Meldepflichtige Veranstalter haben dem Bundesamt insbesondere folgende Angaben zu liefern:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Name des Programms sowie Grundzüge des Programminhalts; b. Name des redaktionell Verantwortlichen; c. Wohnsitz bzw. Sitz des Veranstalters (einschliesslich Zustelldomizil in der Schweiz); d. Angaben, die dem Publikum eine rasche und unkomplizierte Kontaktaufnahme mit dem Veranstalter ermöglichen (insbesondere das elektronische Postfach und die Webadresse); e. Art und Gebiet der technischen Verbreitung; f. Identität und Kapitalanteile von Aktionären und anderen Teilhabern, welche mindestens 20 Prozent des Kapitals besitzen, sowie deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen; g. Identität der Mitglieder des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung und deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen; h. Beteiligung an anderen Unternehmen sowie deren Beteiligung an anderen Unternehmen im Medienbereich; i. programmliche Zusammenarbeit mit Dritten; j. Personalbestand. 	<p>Die aufgezählten Angaben, die der Meldepflicht unterstehen, sind in der digitalen Verbreitung ungenügend. Damit der Betrieb von digitalen Sendernetzen und die Frequenzkoordination sichergestellt werden können, müssen zusätzlich unabdingbar bestimmte technische Daten gemeldet werden.</p>	<p><u>Bst. k (neu):</u> k. alle technischen Daten, die für Koordination und Betrieb der Verbreitung notwendig sind.</p>
<p>2 Für die Veranstaltung eines Programms von einer Dauer von höchstens 30 Tagen beschränkt sich die Meldepflicht auf die Absatz 1 Buchstaben a-e erwähnten Angaben.</p>		

<p>3 Die Programmveranstalter müssen eine Korrespondenzadresse in der Schweiz bezeichnen, an welche insbesondere Mitteilungen, Vorladungen und Verfügungen rechtsgültig zugestellt werden.</p>		
<p>4 Das Bundesamt kann die gemeldeten Angaben veröffentlichen.</p>		
<p>5 Das Departement regelt, welche Änderungen von meldepflichtigen Sachverhaltendem Bundesamt innert welcher Frist gemeldet werden müssen.</p>		
<p>2. Abschnitt: Inhaltliche Grundsätze</p>		
<p>Art. 3 Jugendschutz (Art. 5 RTVG)</p>		
<p>Veranstalter von Abonnementsfernsehen ermöglichen ihren Abonnenten mittels geeigneter technischer Vorkehrungen, Minderjährige am Zugang zu jugendgefährdenden Inhalten zu hindern.</p>		
<p>Art. 4 Mindestanteile europäischer Werke und unabhängiger Produktionen (Art. 7 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>1 Veranstalter von nationalen und sprachregionalen Fernsehprogrammen sorgen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür, dass:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. mindestens 50 Prozent der massgebenden Sendezeit schweizerischen oder andern europäischen Werken vorbehalten bleibt; b. in ihren Programmen mindestens 10 Prozent der massgebenden Sendezeit oder mindestens 10 Prozent der Programmkosten schweizerischen oder andern europäischen Werken vorbehalten bleibt, die von veranstalterunabhängigen Produzenten hergestellt worden sind. Dabei ist ein angemessener Teil Werken vorzubehalten, die nicht älter als fünf Jahre sind. 		
<p>2 Nicht zur massgebenden Sendezeit im Sinne von Absatz 1 zählen Nachrichten, Berichte über Sportereignisse, Spielshows, Werbung und Bildschirmtext.</p>	<p>Im Vergleich zur bisherigen RTVV gehören Verkaufssendungen nicht mehr zur „nicht massgebenden Sendezeit“. Dies ist für die SRG SSR irrelevant, macht jedoch Sinn.</p>	

<p>3 Die Veranstalter berichten dem Bundesamt im Jahresbericht, inwieweit diese Anteile erreicht oder gegenüber dem Vorjahr Fortschritte erzielt wurden, aus welchen Gründen dies nicht der Fall ist und welche Massnahmen zur Erreichung dieser Anteile bzw. zur Erzielung von Fortschritten getroffen wurden oder vorgesehen sind.</p>	<p>Die Berichtspflicht im Jahresbericht erachtet die SRG SSR als sinnvoll, erspart sie doch unnötige Doppelspurigkeiten. Vgl. dazu Stellungnahme zu Art. 25 Abs. 4 RTVV.</p>	
<p>4 Genügen die Informationen oder die getroffenen Massnahmen zur Erreichung der verlangten Anteile nicht, so kann die Aufsichtsbehörde gemäss Art. 89 RTVG Massnahmen verfügen.</p>		
<p>Art. 5 Pflicht zur Förderung des Schweizer Films (Art. 7 Abs. 3 RTVG)</p>	<p>Der Verweis bezieht sich auf Art. 7 Abs. 2 RTVG. Gestützt auf diese Bestimmung (letzter Satz) gilt diese Pflicht nicht für die SRG SSR. Es wird deshalb auf die Ausführungen zu Art. 4 RTVV verwiesen.</p>	
<p>1 Die Verpflichtung zur Förderung des Schweizer Filmes gemäss Artikel 7 Absatz 2 RTVG gilt für alle sprachregionalen und nationalen Fernsehveranstalter, in deren schweizerischen Programmen oder ausländischen Mantelprogrammen Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilme ausgestrahlt werden.</p>		
<p>2 Die verpflichteten Veranstalter berichten in ihrem Jahresbericht über die geleistete Filmförderung. Das Bundesamt für Kommunikation verfügt nach Rücksprache mit dem Bundesamt für Kultur über die Höhe einer allfälligen Filmförderungsabgabe. Dabei werden sämtliche im Berichtsjahr geleisteten Ausgaben für den Ankauf, die Produktion oder die Koproduktion von schweizerischen Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilmen angerechnet.</p>		
<p>3 Die Verwendung der Filmförderungsabgabe richtet sich nach Artikel 15 Absätze 2 und 3 des Filmgesetzes vom 14. Dezember 2001.</p>		
<p>Art. 6 Behindertengerechte Aufbereitung von Fernseh-sendungen auf den Kanälen der SRG (Art. 7 Abs. 3; Art. 26 Abs. 3 RTVG)</p>	<p>Vorbemerkung: Die Anknüpfung im Gesetz findet sich in Art. 24 Abs. 3 RTVG und nicht in Art. 26 Abs. 3 RTVG.</p> <p>Gegenüber dem geltenden Recht handelt es sich um eine neue Bestimmung, die für die SRG SSR erhebliche finanzielle Konsequenzen nach sich zieht. Die SRG SSR ist bereit, diese zusätzlichen Verpflichtungen zu erfüllen und mit den betroffenen Behindertenverbänden eine entsprechende Vereinbarung über die zu erbringenden Leistungen abzuschliessen. Sie begrüsst diesen Ansatz zu einer Selbstregulierung. Die grosse Unbekannte für die SRG SSR ist jedoch die Ausgestaltung der künftigen finanziellen Unterstützung durch das Bundesamt für Sozialversicherung (BSV), welches bisher 45 Prozent der bei der SRG SSR anfallenden Kosten übernommen hat. Die SRG SSR hat keinerlei Zusicherungen, dass dies auch zukünftig der Fall sein wird. Für die Planung des Auf- und Ausbaus ihrer Leistungen zugunsten Sinnesbehinderter</p>	

	<p>ist diese Tatsache entscheidend. Sollte die Teilfinanzierung durch das BSV jedoch in Frage gestellt werden, wäre auch der grundsätzliche Konsens der SRG SSR nicht mehr gegeben. Vielmehr müsste im Hinblick auf das Gesamtangebot der SRG SSR eine für sie finanziell tragfähige Lösung gefunden werden.</p> <p>Bei der Umsetzung dieser Verpflichtungen ist unbedingt darauf zu achten, dass diese in zeitlicher Hinsicht im Ausbau an die verfügbare technische Infrastruktur angepasst wird: bis Ende 2008 basierend auf analoger Technik, danach gemäss Distributionsstrategie SRG SSR mit digitaler Technik (MHP). Dieser Ausbau wird auch das Tempo in der Umsetzung dieser Verpflichtungen bestimmen.</p> <p>Insgesamt fallen damit für die SRG SSR jährlich folgende zusätzliche Kosten an:</p> <table border="0"> <tr> <td>Total Kosten SRG SSR brutto:</td> <td>16.0 Mio. CHF</td> </tr> <tr> <td>Eventueller Beitrag BASV:</td> <td>- 5.9 Mio. CHF</td> </tr> <tr> <td>Total Kosten SRG SSR netto:</td> <td>10.2 Mio. CHF</td> </tr> </table>	Total Kosten SRG SSR brutto:	16.0 Mio. CHF	Eventueller Beitrag BASV:	- 5.9 Mio. CHF	Total Kosten SRG SSR netto:	10.2 Mio. CHF											
Total Kosten SRG SSR brutto:	16.0 Mio. CHF																	
Eventueller Beitrag BASV:	- 5.9 Mio. CHF																	
Total Kosten SRG SSR netto:	10.2 Mio. CHF																	
<p>1 Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) ist verpflichtet, den Anteil untertitelter Fernsehsendungen in ihrem redaktionellen Programm in jeder Sprachregion schrittweise auf einen Drittel der gesamten Sendezeit auszubauen. Diese Pflicht trifft auch jene Fernsehveranstalter, die ihr Programm gemäss Artikel 25 Absatz 4 RTVG auf den Kanälen der SRG ausstrahlen.</p>	<p>Die SRG SSR schätzt die Kosten für die behindertengerechte Aufbereitung von Fernsehsendungen wie folgt ein:</p> <p><u>Ist: Untertitelte Stunden 2005</u></p> <table border="0"> <tr> <td>SF</td> <td>1516</td> </tr> <tr> <td>TSR</td> <td>1151</td> </tr> <tr> <td><u>TSI</u></td> <td><u>799</u></td> </tr> <tr> <td></td> <td>3466</td> </tr> </table> <p><u>Neue Auflage: 1/3 Gesamtsendezeit 2005</u></p> <table border="0"> <tr> <td>SF</td> <td>8300</td> </tr> <tr> <td>TSR</td> <td>7300</td> </tr> <tr> <td><u>TSI</u></td> <td><u>5700</u></td> </tr> <tr> <td></td> <td>21300</td> </tr> </table> <p><u>Gesamtkosten SRG bei Vollausbau:</u></p> <p>Hochrechnung der heutigen Produktionskosten basierend auf dem Programm-raster 2005: 13 Mio. CHF</p> <p>Bisher hat das Bundesamt für Sozialversicherung 45% der Untertitelungs-kosten übernommen. Unter der Voraussetzung, dass diese Praxis auch in Zukunft weitergeführt wird, ergibt sich eine Reduktion von 5.9 Mio. CHF.</p>	SF	1516	TSR	1151	<u>TSI</u>	<u>799</u>		3466	SF	8300	TSR	7300	<u>TSI</u>	<u>5700</u>		21300	
SF	1516																	
TSR	1151																	
<u>TSI</u>	<u>799</u>																	
	3466																	
SF	8300																	
TSR	7300																	
<u>TSI</u>	<u>5700</u>																	
	21300																	

2 Die SRG strahlt täglich in jeder Amtssprache mindestens eine Informationssendung aus, die in Gebärdensprache aufbereitet ist.

Ist: Sendungen für Gehörlose 2005

SF 27 (Kassensturz)
TSR 17 (Signes)
TSI 0

Gesamtkosten SRG bei Vollausbau:

Unter der Annahme einer täglichen Sendung von einer Stunde in jeder Amtssprache von ergeben sich 1095 Sendestunden jährlich. Gestützt auf die Erfahrungen der BBC werden die Produktionskosten pro Stunde auf CHF 2000.- geschätzt, was jährliche Kosten von gut CHF 2 Mio. nach sich zieht. In bisherigen gebärdenspracheunterstützten Sendungen wurde die SRG SSR durch Freiwillige unterstützt, was bezüglich der Kosten von Vorteil war.

Wie bereits oben bemerkt, ist diese Bedingung an die Digitalisierung der Verbreitung TV mit dem Application Interface MHP geknüpft. Die Umsetzung braucht Zeit. Die SRG SSR plant, MHP im Laufe des Jahres 2008 einzuführen, in erster Priorität über Satellit, später in Form eines „Mini-MHP“ auch über DVB-T.

Vorschlag für Abs. 2:

„Mit der Einführung eines standardisierten Application Interface strahlt die SRG SSR über Satellit / Kabel in jeder Amtssprache täglich mindestens eine Informationssendung, die in Gebärdensprache aufbereitet ist, aus.“

3 Die SRG strahlt monatlich in jeder Amtssprache mindestens zwei Filme aus, die mit Audio-Beschreibung für Sehbehinderte aufbereitet sind. Davon ist die Hälfte für Schweizer Filme vorzusehen.

Ist: Audiodescription 2005

SF 0
TSR 0
TSI 0

Gesamtkosten SRG bei Vollausbau:

Die Kosten für die Audiodescription eines Filmes belaufen sich auf ca. CHF 12'000.-. Diese Schätzung basiert auf den Kosten, die in Italien für die Synchronisation verrechnet werden. Bei einer minimalen Anzahl von 2 Filmen pro Monat ergeben sich 72 Filme pro Jahr, davon 36 CH-Filme. Total ergeben sich damit Kosten in der Höhe von CHF 864'000. Es können auch Filme mit bereits bestehender Audiodescription eingekauft werden. Diese Kosten sind bei der gemachten Berechnung nicht berücksichtigt worden.

Auch dieser Dienst ist an die Digitalisierung der Sendernetze gebunden. TVanalog hat nur zwei Tonkanäle. Digital (DVB-S und DVB-T) sind mehr als zwei Tonkanäle möglich. Die Ausstrahlung der Filme in der Landessprache und in der Originalsprache (z.B. d,e) entspricht einem grossen Publikumsbedürfnis. Der Einsatz eines von zwei Tonkanälen für die Audio-Beschreibung für Sehbehinderte steht im Widerspruch zu diesem ausgewiesenen Publikumsbedürfnis.

Vorschlag für Abs. 3:

„Nach der Substitution von TVanalog durch DVB-T strahlt die SRG monatlich...“

<p>4 Der Kreis der zu untertitelnden Inhalte und der Umfang der weiteren von der SRG zu erbringenden Leistungen werden in einer Vereinbarung zwischen der SRG und den betroffenen Behindertenverbänden festgelegt. Kommt innerhalb von sechs Monaten ab Inkrafttreten des Gesetzes kein Vertrag zustande oder wird er aufgelöst, so legt das Departement die von der SRG zu erbringenden Leistungen fest.</p>		
<p>Art. 7 Behindertengerechte Aufbereitung durch andere Fernsehveranstalter (Art. 7 Abs. 3 RTVG)</p>		
<p>Die übrigen Fernsehveranstalter mit nationalem oder sprachregionalem Programmangebot bieten den Hör- oder Sehbehinderten zur Hauptsendezeit wöchentlich mindestens eine behindertengerecht aufbereitete Sendung an.</p>		
<p>Art. 8 Bekanntmachungspflichten (Art. 8 Abs. 1 - 3 RTVG)</p>		
<p>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).</p>		
<p>2 Die Information an die Veranstalter erfolgt durch die Behörde, welche für die Bewältigung des Ereignisses zuständig ist; diese sorgt dafür, dass die Veranstalter rechtzeitig und vollständig informiert werden.</p>		
<p>3 Sämtliche Veranstalter, deren Versorgungsgebiet von der Gefahr bedroht oder vom Schadenereignis betroffen ist, sind während ihrer Sendezeit verpflichtet, dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen unverzüglich, unverändert und kostenlos zu verbreiten. Zu verbreiten sind auch Hinweise auf das Ende der Gefahr, die Lockerung oder Aufhebung von Anweisungen, die Berichtigung von Fehlalarmen sowie Hinweise auf Sirenentests.</p>	<p>Die SRG SSR ist grundsätzlich mit dieser Bestimmung einverstanden. Es muss jedoch klargestellt werden, dass die Behörde die Verantwortung hat, die Informationen zu den Veranstaltern zu bringen (sog. Bringschuld). Dies ist in einer ausserordentlichen Situation äusserst wichtig, wenn beispielsweise auch die Telekommunikationsverbindungen gestört oder unterbrochen sind.</p>	<p>Vorschlag für Abs. 3: „Sämtliche Veranstalter..... sowie Hinweise auf Sirenentests. Es ist Sache der Behörden, dass die auszustrahlenden Bekanntmachungen zum Veranstalter gelangen.“</p>
<p>4 Wenn es die Situation erfordert, kann die gemäss Absatz 1 zuständige Behörde die Bekanntmachungspflicht auf die im betreffenden Gebiet tätigen Fernmeldediensteanbieterinnen, die Programme verbreiten, ausdehnen und sie zu geeigneten Einblendungen verpflichten.</p>		

<p>Art. 9 Information in Krisensituationen (Art. 8 Abs. 4 RTVG)</p>	<p>Die SRG SSR ist mit dieser Bestimmung einverstanden, führt sie doch eine Praxis fort, die sich bewährt hat.</p>	
<p>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 Vorrang.</p>		
<p>2 Die Bundeskanzlei gewährleistet, dass die nicht zugelassenen Programmveranstalter unverzüglich und unentgeltlich Zugang zum entsprechenden elektronischen Rohmaterial der SRG erhalten.</p>		
<p>3. Abschnitt: Werbung und Sponsoring</p>	<p>Gemäss Botschaft des Bundesrates prägen zwei Hauptziele die schweizerische Radio- und Fernsehpolitik: „Auf der einen Seite ist der Service public zu sichern. Dazu bedarf es eines (öffentlichen) Veranstalters, der über die nötige Stärke und ausreichende Mittel verfügt, um sich gegen die Konkurrenz der ausländischen Programme behaupten zu können. (...) Auf der anderen Seite ist ein Wettbewerb erwünscht zwischen mehreren inländischen Programmveranstaltern, um im Interesse einer lebendigen demokratischen Willensbildung und vielfältiger kultureller Prozesse eine Vielzahl von Stimmen zu Wort kommen zu lassen.“ (Botschaft, BBI 2003, S. 1594). Unter dem Titel „Ausbalancierung des Systems“ hält die Botschaft überdies fest: „Die Konzentration der finanziellen Mittel auf die SRG bedeutet nicht, dass im Rundfunkbereich prinzipiell auf Wettbewerb zu verzichten wäre; sie zieht aber eine erhebliche Wettbewerbsverzerrung im innerstaatlichen Rundfunkmarkt nach sich. Die ungleiche Chancenverteilung ist in Kauf zu nehmen als Preis für die Konkurrenzfähigkeit der SRG im Wettbewerb mit ausländischen Programmen.“ (Botschaft, S. 1595). Die Debatte in den Räten hat diese Stossrichtung bekräftigt. Bereits in der Eintretensdebatte wurde wiederholt betont, Ziel der Gesetzgebung müsse die Erhaltung einer starken SRG bleiben, für die eine teilweise Finanzierung auf dem Markt weiterhin möglich bleiben müsse (vgl. Voten Vollmer, Hollenstein, Simoneschi-Cortesi, Fehr, Aeschbacher). Der Kommissionssprecher des Ständerates, Rolf Escher führte zu Art. 16 RTVG (heute Art. 14 Abs. 3 nRTVG Besondere Bestimmungen für die SRG) aus: „In Absatz 3 geht es um die Generalkompetenz an den Bundesrat, zulasten der SRG Werbung und Sponsoring noch weiter einzuschränken. <i>Der Bundesrat wird diese Kompetenz zurückhaltend beanspruchen.</i> Denn solche bundesrätlichen Entscheide, generell gesetzlich zusätzlich die Werbemöglichkeiten der SRG zu beschränken, müssen zurückhaltend getroffen werden.“ (zit. http://www.parlament.ch/ab/frameset/d/s/4707/119031/d_s_4707_119031_119104.htm).</p>	

	<p>An diesen Aussagen sind die Bestimmungen im Bereich Werbung und Sponsoring zu messen, insbesondere aber die asymmetrischen Bestimmungen, wie sie zulasten der SRG SSR aufgestellt wurden (Art. 21 RTVV). Der Besonderheit, dass drei Sprachregionen der Schweiz je von potenten ausländischen Programmen konkurrenziert werden, die vom Schweizer Publikum auch rege genutzt werden und überdies ausländische Programme mit Schweizer Werbefenstern in der Schweiz ausgestrahlt werden, muss deshalb spezielles Gewicht beigemessen werden.</p>	
<p>Art. 10 Begriffe (Art. 10 Abs. 3; Art. 2 Bst. k und o RTVG)</p>		
<p>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</p> <ol style="list-style-type: none"> a. der Veranstalter diese Werbewirkung beabsichtigt und b. das Publikum hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irreführt werden kann. 	<p>Definition der Schleichwerbung: Diese Bestimmung ist in dieser Form nicht umsetzbar. Abs. 1 macht zur Voraussetzung, dass der Veranstalter die Werbewirkung beabsichtigt (Bst. a). Wie die Aufsichtsbehörde diesen Nachweis erbringen will, ist offen. Auch die Voraussetzung, dass das Publikum hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irreführt werden KANN (Bst. b) lässt sich in der Praxis nicht umsetzen. Es ist völlig hypothetisch, bestimmen zu können, wann das Publikum auch nur schon irreführt werden könnte, also noch nicht tatsächlich auch irreführt wird. Die Definition ist damit viel zu eng gefasst. Die Bestimmung in ihrer vorliegenden Form öffnet Tür und Tor für die Schaffung einer permanenten Verdachtshaltung gegenüber den Veranstaltern.</p> <p>Die verschärfte Formulierung des Begriffs „Schleichwerbung“ bereitet der SRG SSR auch aus einem weiteren Grund Sorgen: die bisherige Praxis bei Sportsendungen in den SRG SSR-Programmen in der Welt des kommerzialisierten Sportes ist immer wieder eine Gratwanderung (Nennung von Titelsponsoren wie Axpo Super League, Teamnamen wie BMW Sauber, Phonak oder Stadiennamen wie Allianz Arena in München). Die SRG SSR befürchtet deshalb, künftig mit mehr Aufsichtsverfahren rechnen zu müssen, da der Druck der Sportveranstalter auf die SRG SSR-Programme zur Nennung von sogenannten kommerziellen Zusätzen bei Namen, bei Hinweisen auf Tätigkeiten der Veranstalter etc. bei Grossveranstaltungen enorm ist. Die SRG SSR ist in aller Regel zwar sehr restriktiv und pocht auf redaktionelle und journalistische Unabhängigkeit, doch die Macht der grossen Sportverbände wie IOC, FIFA, UEFA nimmt (leider) zu.</p>	<p>Abs. 1: streichen</p>

- 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, 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.

Diese Bestimmung übernimmt mehr oder weniger die Regeln, die auf europäischer Ebene anwendbar sind und zur Revision der RTVV bzw. zur Einfügung von Art. 11 Abs. 1bis RTVV geführt haben. Die Möglichkeit, das Publikum mittels Programmhinweisen und Hinweisen auf Begleitmaterialien an ein Programm zu binden ist insbesondere für die Radioprogramme von grosser Bedeutung. Die SRG SSR geht davon aus, dass die Praxis, wie sie das BAKOM seit dem Jahr 2001 gestützt auf Art. 11 Abs. 1bis RTVV entwickelt hat, ohne jegliche Einschränkungen weitergeführt wird.

Bst. b: Diese Formulierung ist zu restriktiv und widerspricht im Übrigen dem Werbebegriff der sich in Revision befindlichen EU-Fernsehrichtlinie (Art. 18 Abs. 2) sowie dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen vom 5. Mai 1989 (Art. 12 Abs. 4 EÜGF). Programmhinweise bzw. Programmtrailer sollen weiterhin möglich sein, ohne dass zwischen der Sendung, in welcher der Trailer platziert ist und der Sendung (in einem anderen Programm), auf die hingewiesen wird, ein inhaltlicher und direkter Zusammenhang bestehen muss. Die Hörer- bzw. Programmführung (Cross-Promotion) muss weiterhin möglich sein. Als Beispiel sei die bei SR DRS angewendete Praxis genannt, dass am Schluss der stündlichen Nachrichten die Nachrichtenstimme auf die anschliessenden Sendungen auf DRS 1, DRS 2, DRS 3 etc. hinweist. Die SRG SSR geht zudem davon aus, dass auch Hinweise auf ihre Inhalte im Internet, Teletext, mobile Angebote sowie Podcasting weiterhin möglich sind. Bst. b ist deshalb zu streichen (eventuell dessen zweiten Halbsatz) und Bst. a entsprechend anzupassen.

Bst. c: Die SRG SSR geht davon aus, dass mit dem Begriff „Gegenleistung“ die direkte Abgeltung der Ausstrahlung der Hinweise verstanden wird. Sollte mit „Gegenleistung“ auch eine Beteiligung der im Handel verkauften Begleitartikel gemeint sein, hätte dies für die SRG SSR Konsequenzen, denn für die Herstellung und den Vertrieb dieser Begleitartikel werden entsprechende Lizenzen an spezialisierte Firmen vergeben. Falls neu nur noch auf Begleitmaterialien hingewiesen werden könnte, ohne dafür eine Abverkaufsbeteiligung zu erhalten, bedeutete dies, dass künftig nur noch Lizenzen ohne Erlösbeteiligung für die SRG SSR vergeben werden könnten.

Bst. a: Hinweise auf eigene Programme.

Bst. b: streichen
eventuell: „...“, die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden;“: streichen

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.

<p>Art. 11 Erkennbarkeit der Werbung (Art. 9 Abs. 1 und 2 RTVG)</p>		
<p>1 Werbung muss von den anderen Programmteilen durch ein besonderes akustisches beziehungsweise optisches Erkennungssignal getrennt sein. Im Fernsehen ist der Begriff "Werbung" zu verwenden.</p>		
<p>2 In sich geschlossene Werbesendungen im Fernsehen, welche länger als 60 Sekunden dauern, müssen durchgehend und deutlich erkennbar als Werbung gekennzeichnet sein.</p>	<p>Die SRG SSR hat keine Einwände dagegen, in sich geschlossene Werbesendungen ab einer Länge von 60 Sekunden als „Werbung“ zu kennzeichnen. Dies entspricht der heutigen Praxis. Für die Absätze 2 und 3 ist allerdings zu fordern, dass Werbesendungen immer als solche erkennbar sind, um keinen Raum für Manipulation des Publikums zu lassen und dem Erfordernis der Transparenz zu genügen.</p>	
<p>3 In sich geschlossene Werbesendungen am Radio, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, dürfen nicht länger als 60 Sekunden dauern.</p>		
<p>4 In der Werbung lokaler oder regionaler Radioveranstalter, deren Versorgungsgebiet weniger als 150 000 Einwohner ab 15 Jahren umfasst, dürfen Programmmitarbeiter auftreten, wenn sie keine Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen moderieren. Dasselbe gilt für lokale oder regionale Fernsehveranstalter, deren Versorgungsgebiet weniger als 250 000 Einwohner ab 15 Jahren umfasst.</p>	<p>Entspricht heutiger Praxis</p>	
<p>Art. 12 Werbung auf geteiltem Bildschirm (Art. 9 Abs. 1 RTVG)</p>	<p>In grundsätzlicher Hinsicht begrüsst die SRG SSR die Einführung der Möglichkeit der Werbung auf geteiltem Bildschirm, dies nicht nur für private Veranstalter, sondern auch für sich selbst. Angesichts der Bedeutung der TV-Werbung, die der Schweizer Wirtschaft in den SRG-Programmen zukommt, rechtfertigt sich ein generelles Verbot der Werbung auf geteiltem Bildschirm (mit Ausnahme von Sportübertragungen) nicht. → vgl. Art. 21 Abs. 2 nRTVV</p>	
<p>1 Werbung darf während der Ausstrahlung des übrigen Programms auf einem Teil des Bildschirms eingefügt werden, sofern:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. die Fläche, die der Werbung dient, eine Einheit bildet, am Bildschirmrand ansetzt, den redaktionellen Inhalt optisch nicht trennt und nicht mehr als einen Drittel der Bildschirmfläche bedeckt; b. die Werbung durch klar sichtbare Grenzen und eine unterschiedliche optische Ausgestaltung vom übrigen Programm getrennt ist und dauernd durch den deutlich lesbaren Schriftzug "Werbung" gekennzeichnet wird; c. die Werbung sich auf die optische Darstellung beschränkt; d. die Rechte von Rechteinhabern nicht verletzt werden. 	<p>Bst. a: Die Formvorschrift „am Rand ansetzend und nicht mehr als einen Drittel der Bildschirmfläche bedeckend“ ist im internationalen Vergleich streng. Wichtig ist, dass der Trennungsgrundsatz eingehalten wird. Die SRG SSR plädiert deshalb für eine Lockerung dieser Bestimmung.</p> <p>Bst. d: Der Schutz der Urheber ist Sache des Urheberrechts.</p>	<p><u>Bst. d:</u> streichen</p>

RTVV Anhörungs-Entwurf UVEK 8. Juni 2006	BEURTEILUNG SRG SSR vom 18.8.2006	ÄNDERUNGSVORSCHLÄGE
2 Die Werbung auf geteiltem Bildschirm wird der Werbezeit im Sinne von Artikel 18 dieser Verordnung angerechnet.		
3 Ausgeschlossen ist die Werbung auf geteiltem Bildschirm in Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, in Kindersendungen sowie während der Übertragung von Gottesdiensten.	Die SRG SSR ist mit dieser Einschränkung einverstanden.	
Art. 13 Interaktive Werbung (Art. 9 Abs. 1 RTVG)		
1 Hat das Publikum durch Aktivierung eines am Bildschirm eingeblendeten Signets die Möglichkeit, aus dem Programm in ein interaktives Werbeumfeld zu wechseln, sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen: <ul style="list-style-type: none"> a. Nach der Aktivierung muss das Publikum darauf hingewiesen werden, dass es das Fernsehprogramm verlässt und in ein kommerzielles Umfeld gelangt; b. im Anschluss an den Hinweis gemäss Buchstabe a muss das Publikum mittels zweiter Anwahl den Eintritt in das kommerzielle Umfeld bestätigen; c. die der Bestätigung unmittelbar folgende Oberfläche darf keine Werbung für Produkte oder Dienstleistungen enthalten, für welche in Artikel 10 RTVG ein Werbeverbot besteht. 	Gemäss den Erläuterungen untersteht die interaktive Werbung „grundsätzlich nicht dem Anwendungsbereich des Radio- und Fernsehgesetzes“. Trotzdem wird sie einlässlich geregelt. Nach Abs. 2 gilt die Einblendung eines Umschalt-signets als Splitscreen, was für die Berechnung der Dauer der Werbung relevant ist. Um vom Fernsehprogramm in das Werbeumfeld umzusteigen, sind drei Schritte nötig: (1) Aktivierung des Umschalt-signets, (2) Bestätigung „Ausstieg aus Fernsehprogramm“ (Abs. 1 Bst. a), (3) Bestätigung „Einstieg in Werbeumfeld“ (Abs. 1 Bst. b). Absatz 1: Die Buchstaben a und b können in eine einzige Vorschrift zusammengefasst werden, indem die Bestätigung von Ausstieg und Einstieg in einem Vorgang erfolgt. Die SRG SSR geht zudem davon aus, dass die Werbeform TVText, welche eine Verbindung zwischen einem klassischen TV-Spot und einer oder mehreren Teletextseiten darstellt, nicht als interaktive Werbung i.S.v. Art. 13 nRTVV gilt und gemäss heutiger Form und Praxis weiterhin möglich ist.	Abs. 1: Ein Bestätigungsvorgang genügt vollauf.
2 Wird das Signet, das in das interaktive Werbeumfeld führt, im redaktionellen Teil des Programms eingeblendet, sind auf das eingeblendete Signet die Bestimmungen von Artikel 12 dieser Verordnung anwendbar.	Soweit im Fernsehprogramm auf dem Bildschirm keine Werbung erscheint (auch nicht auf dem Umschalt-signet), ist die Analogie zum Splitscreen falsch. Absatz 2 ist deshalb zu streichen. Denkbar wäre eine Zwischenlösung durch eine Ergänzung des Textes: „...sind auf das eingeblendete Signet – sofern dieses selbst Werbung enthält – die Bestimmungen von Artikel 12...“	Abs. 2: streichen Allenfalls denkbare Zwischenlösung für Abs. 2: „...sind auf das eingeblendete Signet – sofern dieses selbst Werbung enthält – die Bestimmungen von Artikel 12 ...“

<p>Art. 14 Virtuelle Werbung (Art. 9 Abs. 1 RTVG)</p>	<p>In grundsätzlicher Hinsicht begrüsst die SRG SSR die Regelung der virtuellen Werbung. Damit wird die bis dato bestehende Rechtsunsicherheit bezüglich Zulässigkeit virtueller Werbung nach RTVG und RTVV beseitigt.</p>	
<p>1 Virtuelle Werbung ist die Veränderung des zu verbreitenden Signals, indem am Ort der Aufnahme bestehende Werbeflächen durch andere ersetzt werden.</p>		
<p>2 Virtuelle Werbung ist zulässig, sofern</p> <ul style="list-style-type: none"> a. es sich um die Übertragung einer Sportveranstaltung handelt; b. am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird; c. eine am Ort der Aufnahme unbewegliche Werbefläche ersetzt wird; d. die im Bildschirm sichtbare Werbung keine bewegten Bilder verwendet; e. sie nicht auf dem Spielfeld eingefügt wird; f. die Zustimmung der Rechteinhaber vorliegt. 	<p>Bst. a: Virtuelle Werbung eignet sich für die Übertragung von Anlässen (live oder zeitverschoben), bei denen Werbung (auf Banden, Plakaten usw.) deutlich präsent ist. Das sind nicht nur Sportveranstaltungen.</p> <p>Bst. f: Virtuelle Werbung funktioniert nur im gegenseitigen Einvernehmen zwischen Sportveranstalter, Host Broadcaster und TV-Sender, weshalb der Hinweis im erläuternden Bericht zu Bst. f sehr wichtig ist (siehe Bericht S.8, zu Art.14). Der Schutz der Urheber ist jedoch Sache des Urheberrechts, weshalb dieser Hinweis zu streichen ist.</p>	<p>Abs. 2 <u>Bst. a</u>: streichen</p> <p>Abs. 2 <u>Bst. f</u>: streichen</p>
<p>3 Artikel 9 und 11 RTVG sind nicht anwendbar.</p>		
<p>Art. 15 Alkoholwerbung (Art. 10 Abs. 1 Bst. b RTVG)</p>		
<p>1 Die Ausgestaltung der Werbung für alkoholische Getränke hat folgende Regeln zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Werbung für alkoholische Getränke darf sich nicht eigens an Minderjährige richten; b. Niemand, der wie ein Minderjähriger aussieht, darf im Werbespot mit dem Konsum alkoholischer Getränke in Zusammenhang gebracht werden; c. Der Konsum von Alkohol darf nicht mit körperlicher Leistung oder mit dem Lenken von Fahrzeugen in Verbindung gebracht werden; d. Alkohol darf keine therapeutische, anregende oder beruhigende Eigenschaft zugesprochen oder als Mittel zur Lösung persönlicher Probleme dargestellt werden; 	<p>Die Werbung für alkoholische Getränke ist in der Verordnung des EDI über alkoholische Getränke vom 23. November 2005 ausführlich, hinreichend, abschliessend und verfassungskonform geregelt. Absatz 1 ist deshalb überflüssig.</p>	<p>Abs. 1: streichen</p>

RTVV Anhörungs-Entwurf UVEK 8. Juni 2006	BEURTEILUNG SRG SSR vom 18.8.2006	ÄNDERUNGSVORSCHLÄGE
<p>e. Werbung für alkoholische Getränke darf nicht zum unmässigen Konsum von Alkohol ermutigen oder Abstinenz oder Mässigung in einem negativen Licht erscheinen lassen;</p> <p>f. Der Alkoholgehalt darf nicht ungebührlich betont werden.</p>		
<p>2 Vor, während und nach Sendungen, die sich an Kinder und Jugendliche richten, darf keine Alkoholwerbung ausgestrahlt werden.</p>		
<p>3 Verkaufsangebote für alkoholische Getränke sind unzulässig.</p>		
<p>4 Bei Programmveranstaltern, die einem Werbeverbot für alkoholische Getränke unterstehen, darf Werbung für alkoholfreies Bier keine Werbewirkung für alkoholhaltige Getränke erzeugen.</p>	<p>In Absatz 4 wird besonders geregelt, dass Werbung für alkoholfreie Biere keine Werbewirkung für alkoholhaltige Biere erzeugen darf. Die SRG SSR geht davon aus, dass Werbung für alkoholfreie Biere nach den heutigen (strengen) Regeln weiterhin möglich ist. Die Bestimmung ist deshalb zu streichen.</p>	<p>Abs. 4: streichen</p>
<p>Art. 16 Politische Werbung (Art. 10 Abs. 1 Bst. d RTVG)</p>		
<p>1 Als politische Partei gilt eine an Volkswahlen teilnehmende Gruppierung.</p>		
<p>2 Als politische Ämter gelten Ämter, die in Volkswahlen vergeben werden.</p>		
<p>3 Das Werbeverbot für Themen, welche Gegenstand einer Volksabstimmung sind, gilt ab dem Zeitpunkt der Bekanntgabe des Abstimmungstermins durch die zuständige Behörde.</p>	<p>Die Absätze 1 bis 3 definieren die „politische Partei“ und das „politische Amt“ und legen für Volksabstimmungen die zu berücksichtigende Dauer des Abstimmungskampfs fest. Vor allem Abstimmungstermine werden sehr unterschiedlich festgelegt (kurzfristig, langfristig) und gelegentlich auch verschoben. Das Fristenproblem betrifft aber auch die Wahltermine, die (mit Ausnahmen) über Jahre geplant und in den Amtsblättern bekannt gegeben werden. Niemand kann heute wissen, ob eine Person oder Organisation in fünf Jahren beispielsweise für den Nationalrat kandidieren wird. Folgende Fristen schaffen eine klarere Ausgangslage: Bei Wahlen ab Bekanntgabe der Bewerbung einer Partei (Liste) bzw. einer Kandidatur. Bei Abstimmungen 12 Wochen vor dem Urnengang, spätestens aber ab Bekanntgabe des Abstimmungsdatums. Während die Erläuterungen bei Absatz 2 klarstellen, dass bei politischen Ämtern an die Volkswahl auf sämtlichen staatlichen Ebenen (kommunal, kantonal, eidgenössisch) angeknüpft wird, wird zu Absatz 1 und 3 keine genaue Aussage gemacht. Die Tragweite dieser Bestimmung ist deshalb unklar. Sollte das Werbeverbot für Themen, die auf sämtlichen staatlichen Ebenen Gegenstand einer Volksabstimmung sind, gelten, so stellt sich für die SRG</p>	<p>Abs. 3 (neu): Fristenlauf für Wahlen und Abstimmungen: Bei Wahlen ab Bekanntgabe der Bewerbung einer Partei (Liste) bzw. einer Kandidatur. Bei Abstimmungen 12 Wochen vor dem Urnengang, spätestens aber ab Bekanntgabe des Abstimmungsdatums. Abs. 4 (neu): Für die SRG SSR und für sprachregionale Veranstalter gelten die Absätze 1 und 3 nur für Wahlen und Abstimmungen auf eidgenössischer Ebene.</p>

	<p>SSR, aber auch für sprachregionale Veranstalter die Schwierigkeit, sämtliche dieser Abstimmungstermine in den Kantonen und Gemeinden in Erfahrung zu bringen. Dies ist in der Praxis nicht umsetzbar. Die SRG SSR beantragt deshalb, dass für sie selbst und für die sprachregionalen Veranstalter nur nationale Abstimmungen und Wahlen relevant sind im Zusammenhang mit dem Verbot politischer Werbung.</p>	
<p>Art. 17 Einfügung der Werbung (Art. 11 Abs. 1 RTVG)</p>	<p>Vergleiche Bemerkungen zu Art. 21 nRTVV</p>	
<p>1 Bei der Übertragung von Anlässen, die Pausen enthalten, ist das Einfügen von Werbung in den Pausen erlaubt.</p>	<p>Einverstanden</p>	
<p>2 In Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, ist das Einfügen von Werbung nur zwischen diesen Teilen zulässig.</p>	<p>Die SRG SSR ist mit dieser Bestimmung einverstanden. Hinzuweisen ist jedoch auf den Widerspruch zur Definition der Sendung in Art. 2 Bst. b nRTVG. Danach ist eine Sendung ein in sich geschlossener Teil eines Programms, was das Vorhandensein von eigenständigen Teilen ausschliesst. Eine Präzisierung ist hier unabdingbar.</p>	
<p>3 Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Werbung unterbrochen werden.</p>		
<p>4 Andere Sendungen dürfen durch Werbung unterbrochen werden, wenn folgende Beschränkungen beachtet werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kinospielefilme sowie Fernsehfilme, sofern es sich nicht um Serien, Reihen, leichte Unterhaltungssendungen oder Dokumentarfilme handelt, dürfen nur durch Werbung unterbrochen werden, wenn die programmierte Sendedauer 45 Minuten übersteigt. Je eine weitere Unterbrechung ist zulässig bei einer Dauer von 90, 110 und jeweils weiteren 45 Minuten; b. Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Dokumentarfilme und Sendungen religiösen Inhalts dürfen nur durch Werbung unterbrochen werden, wenn die programmierte Sendedauer mindestens 30 Minuten beträgt. Je eine weitere Unterbrechung ist zulässig bei einer Dauer von 50, 70 und jeweils weiteren 20 Minuten; c. Andere Sendungen dürfen höchstens alle 20 Minuten unterbrochen werden. 	<p>Gemäss erläuterndem Bericht zu Bst. a bezweckt diese Bestimmung einen Interessenausgleich zwischen dem Schutz der audiovisuellen Werke vor zu vielen Werbesendungen und den finanziellen Interessen der Fernsehveranstalter. Die SRG SSR stellt sich nicht gegen diese Lockerung der Unterbrecherwerbung im Vergleich zur heutigen Regelung. Sie ist jedoch überzeugt, dass diese in erster Linie den ausländischen Programmveranstaltern mit Schweizer Werbefenster zugute kommen, denn die schweizerischen lokalen Veranstalter strahlen kaum Kinospielefilme und Fernsehfilme von längerer Dauer aus. Gemäss Stiftung Werbestatistik erzielte publisuisse im Jahr 2004 einen Netto-Werbeumsatz (exkl. 15% Beraterkommission) von 308 Mio. CHF, im Jahr 2005 von 305 Mio. CHF. Die ausländischen Programme mit Schweizer Werbefenster hingegen erzielten im gleichen Zeitraum einen Nettoumsatz von 120 bzw. 128 Mio. CHF. Das Ziel, mit einer asymmetrischen Werbeordnung die privaten Schweizer TV-Veranstalter zu stärken wird mit dieser Regulierung kaum erreicht. Im Gegenteil: die Schweizer Werbefenster werden mit der neuen Regelung der Unterbrecherwerbung ein noch höheres Potential erhalten, was den Preisdruck auf die Schweizer TV-Veranstalter und deren Vermarkter noch zusätzlich erhöhen wird.</p>	

<p>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.</p>		
<p>6 Für Veranstalter mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil können in der Konzession Regeln zur Einfügung der Werbung vorgesehen werden.</p>		
<p>7 Bei der Einfügung der Werbung sind die Rechte der Rechteinhaber zu respektieren.</p>	<p>Diese Bestimmung über den Urheberpersönlichkeitsschutz gehört ins Privatrecht und ist deshalb zu streichen.</p>	<p>Abs. 7: streichen</p>
<p>Art. 18 Dauer der Werbung (Art. 11 Abs. 2 RTVG)</p>	<p><u>Wohlfahrtsorganisationen und öffentliche Institutionen</u> Art. 13 Abs. 3 RTVV belohnt Fernsehveranstalter und Werbevermarkter, wenn sie Wohlfahrtsorganisationen und öffentlichen Institutionen Rabatte gewähren mit einer Zeitgutschrift proportional zum gewährten Rabatt. Diese Regelung hat sich sehr gut bewährt. Auf die Werbe-Tagesmaxima (bei der SRG SSR 8% der Sendezeit) wirkt sie sich nicht aus. Das Stundenmaximum von 15% könnte in absoluten Ausnahmefällen (bei kommerziell vollständig ausgelasteten Werbeblöcken in der Primetime plus laufenden Wohlfahrtskampagnen) marginal überschritten werden. Die SRG SSR plädiert dafür, dass die bisherige Regelung in der RTVV in die neue RTVV übernommen wird.</p>	<p>Neu: Art. 13 Abs. 4 RTVV ist in die neue RTVV zu übernehmen.</p>
<p>1 Werbespots (Werbung ohne länger dauernde Werbeformen) dürfen höchstens 15 Prozent der täglichen Sendezeit und höchstens 12 Minuten innerhalb einer natürlichen vollen Stunde beanspruchen.</p>		
<p>2 Werbespots und länger dauernde Werbeformen dürfen höchstens 20 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen. Hierbei nicht eingerechnet werden Verkaufssendungen.</p>		
<p>3 Verkaufssendungen dürfen insgesamt während höchstens drei Stunden täglich ausgestrahlt werden. Pro Tag sind höchstens acht Verkaufssendungen zulässig.</p>		
<p>4 In Verkaufsprogrammen dürfen andere Formen der Werbung als Verkaufsangebote höchstens 15 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen.</p>		
<p>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.</p>		

<p>6 Für Veranstalter mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil können in der Konzession Regeln zur Dauer der Werbung vorgesehen werden.</p>		
<p>Art. 19 Sponsornennung (Art. 12 Abs. 2; Art. 13 Abs. 4 RTVG)</p>	<p>Viel wird im Bereich des Sponsoring von der Ausgestaltung der revidierten Sponsoring-Richtlinien des BAKOM abhängen. Die SRG SSR geht davon aus, dass darin die heutige Praxis abgebildet wird.</p>	
<p>1 Jede Sponsornennung muss einen eindeutigen Bezug zwischen Sponsor und Sendung herstellen.</p>		
<p>2 Die Sponsornennung darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen. Sie darf insbesondere keine werblichen Aussagen enthalten.</p>	<p>Die SRG SSR geht davon aus, dass mit dieser Bestimmung die heutige Praxis zu Art. 19 RTVG und Art. 16 RTVV abgebildet wird. In diesem Sinn könnte Abs. 2 wie folgt präzisiert werden: „Die <i>Nennung des Sponsors, seiner Produkte oder Dienstleistungen</i> darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen. Sie darf insbesondere keine werblichen Aussagen enthalten.“ Hinzuweisen ist auf den unpräzisen französischen Text der RTVV (Abs. 2 Satz 2). Hier ist der Passus „aucune référence promotionnelle“ durch „aucune référence publicitaire“ zu ersetzen.</p>	<p>Abs. 2 (ergänzt): „Die <i>Nennung des Sponsors, seiner Produkte oder Dienstleistungen</i> darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen. Sie darf insbesondere keine werblichen Aussagen enthalten.“</p>
<p>3 Während der Ausstrahlung einer Fernsehsendung darf in knapper Form an das Sponsoringverhältnis erinnert werden (Insert). Pro zehn Minuten Sendezeit ist eine solche Sponsornennung zulässig. In Kindersendungen sind solche Hinweise unzulässig.</p>	<p>Das heutige RTVG begrenzt die Dauer oder Anzahl von Sponsornennungen nicht ausdrücklich. Unbestritten ist, dass mit einer Nennung des Sponsors im Verlauf der Sendung keine werbewirksame Wiederholung erzeugt werden soll. Die Beschränkung auf einen Insert pro zehn Minuten soll gemäss Erläuterungen diesem Ziel dienen. Gerade im Sport sind Inserts im Rahmen der Sponsoringengagements ein etabliertes Element, welches von den Zuschauerinnen und Zuschauern akzeptiert wird. Meist sind die TV Sponsoren identisch mit den Eventensponsoren, welche einen substanziellen Beitrag zur Realisation dieser Veranstaltungen leisten. Inserts stellen dabei ein qualitatives Sponsoringdeklarationselement dar, welches nur funktioniert, wenn es verhältnismässig und glaubwürdig eingesetzt wird.</p> <p>Die SRG SSR geht generell davon aus, dass Data- und Dienstleistungssponsoren in der vorliegenden Formulierung nicht von dieser Einschränkung betroffen sind, zumal die SRG SSR in den meisten Fällen das internationale Signal eines Host Broadcasters übernimmt, welcher nach EBU Richtlinien die Anzahl Einblendungen der Data- und Dienstleistungssponsoren vornimmt.</p> <p>Die SRG SSR beantragt, auf eine quantitative Einschränkung der Anzahl Inserts zu verzichten und die allgemeine Regel anzuwenden, wonach Inserts keine werbewirksame Wiederholung erzeugen dürfen.</p>	<p>Abs. 3 Satz 2: streichen</p>

<p>Art. 20 Auftritt des Sponsors in der Sendung (Art. 12 Abs. 3; Art. 13 Abs. 4 RTVG)</p>		
<p>1 Waren oder Dienstleistungen, die der Sponsor zur Verfügung stellt, dürfen in die Sendung integriert werden. Die Platzierung dieser Waren oder Dienstleistungen darf aber keine werbliche Wirkung für den Sponsor oder für Dritte erzeugen.</p>	<p>Abs. 1 Satz 2: Nicht nur die Platzierung von Waren oder Dienstleistungen kann eine werbliche Wirkung haben, auch deren Präsentation etc. weil diese Waren oder Dienstleistungen ja auch speziell erwähnt/hervorgehoben werden können. Die französische Fassung ist in der Weise zu präzisieren, dass für Waren statt „biens“ von „produits“ gesprochen wird. Zudem wird in Satz 1 und 2 von „intégrer“ bzw. „intégration“ gesprochen. Dies ist – wie erwähnt - unpräzise.</p>	
<p>2 Sendungen mit Produkteplatzierung im Sinne von Absatz 1 müssen am Anfang der Sendung entsprechend gekennzeichnet sein.</p>		
<p>3 In Kindersendungen ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren oder Dienstleistungen des Sponsors unzulässig.</p>	<p>In den Erläuterungen zu Artikel 20 werden auch Wettbewerbspreise als platzierte Produkte definiert. Das ist grundsätzlich problematisch, weil ja eine Sendung mit Wettbewerb notwendigerweise vom Wettbewerbspreis handelt bzw. diesen präsentiert, was im Normalfall des Product Placements gerade nicht der Fall ist. Durch die Definition in den Erläuterungen wird nun allerdings das Zeigen von Wettbewerbspreisen in Kindersendungen verboten (Art. 20 Abs. 3). Das dürfte die unbeabsichtigte Wirkung einer überschüssigen Definition sein und bedarf der Klarstellung.</p>	<p>Abs. 3: In Kindersendungen unzulässig, mit Ausnahme der Präsentation von Wettbewerbspreisen.</p>
<p>Art. 21 Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG (Art. 14 RTVG)</p>		
<p>1 In den Fernsehprogrammen der SRG dürfen Sendungen nach Artikel 17 Absatz 4 dieser Verordnung einmal durch Werbung unterbrochen werden, wenn sie länger als 90 Minuten dauern. Nicht durch Werbung unterbrochen werden dürfen Kinospielefilme und Fernsehfilme.</p>	<p><u>Art. 17 Abs. 4 Bst. b und c sowie Art. 21 Abs. 1 Satz 1: Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Dokumentarfilme und Sendungen religiösen Inhalts (Bst. b) sowie übrige Sendungen (Bst. c)</u> Nach den allgemeinen Vorschriften in Art. 17 Abs. 4 können solche Sendungen etwa alle 17 Minuten (Bst. b) bzw. höchstens alle 20 Minuten (Bst. c) unterbrochen werden. Die SRG SSR kann solche Sendungen ein Mal unterbrechen, wenn sie länger als 90 Minuten dauern (Art. 21). Fernsehformate von über 90 Minuten Dauer sind (abgesehen von den Filmen) sehr selten. Die SRG SSR teilt die Auffassung, dass in einem Service public-Programm Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen und religiösen Inhalts nur bei einer „Überlänge“ unterbrochen werden sollen. Die Dauer von 90 Minuten scheint dafür geeignet.</p>	<p>Art. 21 Abs. 1 Satz 2: streichen</p>

	<p><u>Art. 17 Abs. 4 Bst. a und 21 Abs. 1 Satz 2: Kinospiegel- und Fernsehfilme</u> Nach der allgemeinen Vorschrift in Art. 17 können Kinospieelfilme und Fernsehfilme etwa alle 25 Minuten unterbrochen werden (häufiger, wenn der Film kürzer, weniger häufig, wenn er länger ist). Für die SRG SSR gilt nach Art. 21 ein vollständiges Verbot. Die allermeisten Filme werden bereits im Drehbuch mit Kinopausen konzipiert. Das gilt auch für einen Grossteil der „kinotauglichen“ Fernsehfilme. Unterbrechungsverbote aus urheberpersönlichkeitsrechtlichen Gründen bestehen praktisch nicht. Umfragen haben ergeben, dass das Publikum die Unterbrechungen sogar wünscht, aus den bekannten Gründen. Das Unterbrechungsverbot nützt wie erwähnt vor allem den ausländischen Anbietern mit Schweizer Werbefenster. Die SRG SSR setzt sich deshalb bei Artikel 21 für eine Änderung im Sinn des Status quo ein. Satz 2 ist zu streichen.</p>	
<p>2 Werbung auf geteiltem Bildschirm ist unzulässig, ausser bei der Übertragung von Sportveranstaltungen.</p>	<p>Die Splitscreen-Werbung wird in Art. 12 allgemein reguliert (vgl. die Bemerkungen zu Art. 12). Die SRG SSR darf das Instrument Splitscreen nach Art. 21 Abs. 2 nur bei der Übertragung von Sportveranstaltungen einsetzen. Diese Einschränkung ist aufzuheben. Die SRG SSR plädiert dafür, dass sei den Splitscreen nach den allgemeinen Regeln verwenden kann.</p> <p>Unklar bleibt in der vorliegenden Formulierung zudem, ob der Verordnungsgeber Sport-Live-Sendungen und/oder Sportmagazinsendungen (z.B. Sport aktuell auf SF2) anvisiert. Die Erläuterungen geben hier keinen Aufschluss.</p>	<p>Art. 21 Abs. 2: streichen</p>
<p>3 In den Fernsehprogrammen der SRG gilt für die Dauer der Werbung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Werbung darf höchstens 8 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen. b. Zwischen 18 und 23 Uhr darf Werbung höchstens 12 Minuten innerhalb einer natürlichen vollen Stunde beanspruchen; in der übrigen Zeit gilt die Stundenregelung der Absätze 1 und 2 von Artikel 18. 	<p>Bst. a: einverstanden, entspricht den bisher geltenden Bestimmungen</p> <p>Bst. b: Die tägliche Werbezeit für die SRG SSR beträgt 115 Min. (8% von 24x60 Min. Sendezeit). Davon können in der Primetime (zwischen 18 und 23 Uhr) höchstens 60 Min. Werbezeit, in den übrigen Stunden können noch 55 Min. Werbezeit ausgestrahlt werden, wobei die 12 Minuten-Regel einzuhalten ist. Die Ausstrahlung einer Telescoop-Werbesendung à 22 Min. mit Wiederholung wäre somit nach wie vor möglich, für die übrigen TV-Spots blieben allerdings nur noch täglich 11 Min. übrig. Der Verweis auf Art. 18 Abs. 1 und 2 bleibt für die SRG SSR widersprüchlich, denn hier gilt als Mass ein Prozentsatz der täglichen Sendezeit. Nicht ersichtlich ist deshalb, inwiefern für die übrige Zeit eine Lockerung gelten sollte, wie dies Satz 2 von Bst. b offenbar statuieren will. Allenfalls ist Satz 2 zu streichen.</p>	<p>Abs. 3 <u>Bst. b</u>: ev. streichen</p>

<p>4 Die Ausstrahlung von Verkaufssendungen ist unzulässig.</p>	<p>Mit dem Verbot von Verkaufssendungen wird der SRG SSR eine neue Restriktion im Bereich Werbung auferlegt. Bereits die Botschaft hatte auf die Möglichkeit hingewiesen, der SRG SSR die Möglichkeiten von länger dauernden Verkaufsangeboten (Verkaufssendungen) oder gar von reinen Verkaufsprogrammen zu verwehren. Die SRG SSR stellt sich nicht gegen diese Neuerung, hat sie doch bereits heute keine Verkaufssendungen ausgestrahlt. Sie akzeptiert, Verkaufsangebote im Rahmen der Werbung inkl. deren zeitlicher Begrenzung auszustrahlen.</p>	
<p>5 Die SRG darf in ihren Radioprogrammen Eigenwerbung ausstrahlen, sofern diese überwiegend der Publikumsbindung dient.</p>	<p>Aus den Erläuterungen geht die Tragweite dieser Bestimmung in Bezug auf die Image- und Mitgliederwerbung für die Trägerschaft nicht klar hervor. Die Imagewerbung für die unabhängige Trägerschaft der SRG SSR ist ein wichtiges Mittel, um ihre Funktion bekannt zu machen und ihre Basis zu festigen. Gemäss Erläuterungen beinhaltet die geforderte überwiegende Publikumsbindung, dass ein Programmbezug bestehen muss. Dieser Konnex zum Programm muss so ausgelegt werden, dass Image- und Mitgliederwerbung für die Trägerschaft in den SRG-Programmen als zulässige Eigenwerbung zu qualifizieren ist. Allenfalls ist dies mit einem entsprechenden Zusatz zu präzisieren (s. Ergänzungsvorschlag). Der Konnex zum Programm muss auch als gegeben vorausgesetzt werden, wenn es um Spots geht, die auf die Gebührenpflicht hinweisen.</p>	<p>Abs. 5 (Ergänzung): Die SRG...dient. Image- und Mitgliederwerbung gelten als Eigenwerbung.</p>
<p>6 Hinweise auf Anlässe, für welche die SRG 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 abgeschlossen 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</p>	<p>Die SRG SSR geht davon aus, dass mit dieser Bestimmung die heutige Praxis in Bezug auf die Medienpartnerschaften fortgeschrieben wird, dass aber neu Medienpartnerschaften auch als Eigenwerbung (insbesondere am Radio) ausgestrahlt werden können. Damit wird zur bereits bestehenden Möglichkeit des Sponsorings neu die Möglichkeit von Eigenwerbung geschaffen, dies alternativ oder kumulativ. Im Vordergrund steht bei der Kooperationsform der Medienpartnerschaft die Publikumsbindung. Bereits heute stehen hinter Medienpartnerschaften nicht kommerzielle, sondern primär programmliche Absichten und Überlegungen. Medienpartnerschaften werden von den Programmleitungen ausgewählt nach dem Grundsatz, ob und wie die Veranstaltung zum Zielpublikum des jeweiligen Programms passt (Publikumsbindung). Wie sich dies bei der Nennung im Programm genau manifestieren soll, wird die Praxis weisen müssen.</p> <p>Der Grundsatz, wonach Medienpartnerschaften nicht zum Zwecke der Finanzierung des Programms abgeschlossen werden dürfen, ist dem Wortlaut nach sehr eng formuliert. Gemäss Erläuterungen wird davon ausgegangen, dass die kommerzielle Komponente gegenüber der Publikumsbindung im Vordergrund stehen kann, wenn Geldleistungen erbracht werden. Damit sind weiterhin sämtliche Vereinbarungen in Form von Bartergeschäften zulässig.</p>	

	<p>Zulässig muss auch sein, von Medienpartnern Geldleistungen entgegenzunehmen, um damit die entstehenden Mehrkosten (programmexogene Aufwände) decken zu können in der Absicht, diese Mehrkosten nicht mit Gebührengeldern finanzieren zu müssen. Erwähnt sei zudem, dass beispielsweise SR DRS heute bei vielen Medienpartnerschaften kein Geld erwirtschaftet, weil der Kulturförderungsgedanke im Zusammenhang mit den Medienpartnerschaften im Vordergrund steht.</p>	
<p>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.</p>	<p>Product Placement wird wie bis anhin als Variante des Sponsorings definiert. Art. 20 enthält die allgemeinen Regeln. Art. 21 verbietet der SRG SSR jedes Product Placement mit Ausnahme von Wettbewerbspreisen.</p> <p>Bei der SRG SSR wird das Product Placement heute nach dem Grundsatz „Das Requisit folgt der Story – und nicht umgekehrt“ gehandhabt. Es wird klar deklariert, ist somit transparent und darf nicht als Schleichwerbung schlecht gemacht werden. Das Product Placement trägt vor allem im Bereich der Fiction erheblich zur Finanzierung von Sendungen bei. In Einzelfällen ist das Placement Teil einer engeren Zusammenarbeit mit einem Sponsor; eine Sendung oder bestimmte Teile der Sendung kämen ohne die Platzierung der Requisiten gar nicht zustande. Beispiel: Die Sendung PISA wird durch Bluewin gesponsert und erst durch die Dienstleistungen des Sponsors wird die interaktive Beteiligung der ZuschauerInnen möglich. Auch eigenproduzierte Serien und Soaps könnten ohne die Möglichkeit von Product Placement kaum mehr produziert werden. Dies würde die Erfüllung des Leistungsauftrags ebenso wie die Förderung des freien Produktionsschaffens tangieren und den Verlust von Knowhow im produktionellen Bereich nach sich ziehen. Diese (neuen) Einschränkungen haben zudem äusserst negative Auswirkungen auf die Zusammenarbeit mit den unabhängigen Produzenten (Co-Produktionen) im Rahmen des Pacte de l'audiovisuel. Diese immer wichtiger werdenden Finanzierungsquellen würden damit letztlich zulasten des unabhängigen Filmschaffens verunmöglicht.</p> <p>Die SRG SSR beantragt deshalb, Abs. 7 ersatzlos zu streichen, dies umso mehr, als die SRG SSR keinerlei Kontrolle über Fremdproduktionen hat, die sie für ihre Programme benötigt. Sie geht davon aus, dass solche eingekaufte Sendungen nicht unter Art. 20 bzw. 21 fallen.</p>	<p>Abs. 7: streichen</p>

8 Im übrigen publizistischen Angebot, das zur Erfüllung des Programmauftrags notwendig ist und aus den Empfangsgebühren finanziert wird, sind Werbung und Sponsoring unzulässig, mit folgenden Ausnahmen:

- Im Programm ausgestrahlte gesponserte Sendungen, die zum Abruf bereitgehalten werden, müssen mit der dazugehörigen Sponsorenangabe angeboten werden.
- Sendungen, die zum Abruf bereitgehalten werden und Werbung auf geteiltem Bildschirm oder virtuelle Werbung enthalten, dürfen unverändert angeboten werden.
- Im Teletextdienst sind Werbung und Sponsoring zugelassen. Es gelten sinngemäss die für die Programme der SRG anwendbaren Werbe- und Sponsoringbestimmungen des Gesetzes und der Verordnung; Einzelheiten werden in der Konzession geregelt.

Einleitend sei folgender O-Ton von Bundesrat Leuenberger aus der Ständeratsdebatte vom 2. März 2005 zitiert: „Nach unserer Idee können die Werbung und das Sponsoring im ausserprogrammlichen Bereich wegen der Wettbewerbsverzerrungen zulasten anderer Veranstalter tatsächlich problematisch sein. Deswegen sehen wir auch vor, dass der Bundesrat eingreifen kann, und zwar kann er auch mit Verboten eingreifen, Herr Lauri. Er kann bis zur Ultima Ratio gehen. Bloss haben wir die Kann-Formulierung gewählt – weil wir etwas flexibel sein wollen, wie gesagt worden ist, denn wir wissen nicht genau, wie die entsprechende Entwicklung vor sich gehen wird (...).“

Welche in der Zwischenzeit stattgefundene Entwicklung nun dazu führt, dass das in Absatz 8 aufgenommene Verbot für Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot unabdingbar wird, darüber gegeben die Erläuterungen keine Auskunft. Die SRG SSR ist der Ansicht, dass dieses Verbot zu restriktiv ist und am Ziel vorbeischießt.

Zur Systematik: Absatz 8 erklärt Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot der SRG SSR für unzulässig mit Ausnahme der Fälle, in denen gesponserte Sendungen oder Sendungen mit Splitscreen oder virtueller Werbung zum Abruf bereit gehalten werden. Ausgenommen von diesem Verbot ist der Teletext, hier sind Werbung und Sponsoring gemäss den für die SRG SSR anwendbaren Werbe- und Sponsoringbestimmungen zulässig.

Die SRG SSR wehrt sich nicht dagegen, dass die Werbung und das Sponsoring in den Radio- und Fernsehprogrammen der SRG SSR auf Verordnungsebene geregelt werden, da es sich hierbei um Sonderregelungen zu den für alle Radio- und Fernsehprogrammveranstalter geltenden Regeln zur Werbung und zum Sponsoring handelt.

Im Gegensatz dazu gibt es keine allgemeinen Werbe- und Sponsoringvorschriften im Bereich des übrigen publizistischen Angebots, welche für alle Veranstalter Geltung hätten. Allfällige Regeln über Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot der SRG erweisen sich deshalb nicht als Ausnahme, sondern als SRG-spezifische Normen, welche bereits der Bundesrat neben den Vorschriften für ihre publizistischen Angebote in der SRG-Konzession erlassen wollte (Botschaft des Bundesrates zur Totalrevision des Radio- und Fernsehgesetzes, BBl 2003, S. 1604). Die SRG SSR stützt sich auf diese grundsätzliche Aussage des Bundesrates und plädiert aus den genannten systematischen Gründen für eine Streichung von Abs. 8 und eine Regelung von Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot der SRG SSR in der Konzession SRG SSR.

Die SRG SSR spricht sich gegen ein generelles Verbot von Werbung und Sponsoring in ihren übrigen publizistischen Angeboten aus. Das generelle Verbot von Kommerzialisierungsmöglichkeiten in diesem Bereich zielt in erster Linie auf das Multimedia-Angebot der SRG SSR. Dies – gemäss erläuterndem Bericht zum Anhörungsentwurf – zum Schutz „vor unerwünschter Konkurrenz privater Unternehmen.“ Als gebührenfinanzierter Veranstalter ist die

Abs. 8: streichen und in der Konzession zu regeln.

SRG SSR rasch mit dem Vorwurf der Wettbewerbsverzerrung konfrontiert, obwohl dieses Argument fehl am Platze ist, wird doch die allfällig kompetitive Leistungserbringung der SRG SSR durch das öffentliche Interesse legitimiert. Eine Beschränkung oder gar ein Verbot von Werbung und Sponsoring der Multimedia-Angebote der SRG SSR kann jedenfalls nicht mit strukturpolitischen Argumenten gerechtfertigt werden. Eine derartige Restriktion müsste ihre Rechtfertigung im Schutz der freien Meinungsbildung und im öffentlichen Auftrag finden.

Mit dem Werbe- und Sponsoringverbot wird primär der schweizerischen Wirtschaft eine Werbemöglichkeit verschlossen, denn es ist nicht davon auszugehen, dass eine vollständige Umlegung zu den lokalen/regionalen Veranstaltern stattfindet. Mit den für Werbung und Sponsoring bereits bestehenden Einschränkungen zulasten der SRG SSR findet keine unerwünschte wirtschaftliche Konkurrenzierung von privaten Unternehmen statt, die weniger Restriktionen unterliegen. Die SRG SSR hat sich mit ihrer Strategie des „Added Value“ eine Selbstbeschränkung auferlegt, die die inhaltliche Ergänzung und Entlastung ihrer Radio- und Fernsehprogramme, Marketing und Kundendienst sowie die komplementäre, zeit- und ortsunabhängige individuelle Nutzung ihrer Programme in den Vordergrund rückt. Hinzu kommt, dass bei Rechteverhandlungen zunehmend auch Web-Sponsoring verlangt wird. Ein Beispiel dafür sind die olympischen Winterspiele in Turin. Ein Verbot würde die SRG SSR deshalb insbesondere in Rechteverhandlungen zu stark einschränken. Hinzu kommt, dass die meisten europäischen Service public Veranstalter im Bereich Radio und Fernsehen keinen spezifischen Einschränkungen im Bereich Werbung und Sponsoring in ihren Online-Angeboten unterworfen sind (u.a. Norwegen, Dänemark, Schweden, Frankreich, Italien, Österreich).

Bst. c Teletext: Die SRG SSR stellt mit Genugtuung fest, dass in Bezug auf Werbung und Sponsoring in den Teletextdiensten der SRG SSR der Verordnungsentwurf nicht hinter den heutigen Status quo zurückfällt, sondern diese Kommerzialisierungsmöglichkeiten der SRG SSR belässt. Die SRG SSR geht davon aus, dass Werbung und Sponsoring im Teletextdienst nach heutiger Praxis für den analogen Teletext weiterhin zulässig ist. Sie begrüsst diese Regelung ausdrücklich. Pro futuro angemerkt sei, dass diese heutige Praxis auch mit einem digitalisierten Teletext, zum Beispiel auf der Basis von MHP (Multimedia Home Platform) bzw. anderen digitalen Lösungen in gleichem Umfang erhalten bleiben muss. Bst. c ist deshalb in der vorliegenden Verordnung zu streichen und in identischer Form in die Konzession SRG SSR aufzunehmen.

<p>4. Abschnitt: Pflichten bei der Programmveranstaltung</p>		
<p>Art. 22 Meldepflicht über Änderungen von Beteiligungen am Veranstalter (Art. 16 RTVG)</p>		
<p>1 Meldepflichtig ist jeder Übergang des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals oder der Stimmrechte eines konzessionierten Veranstalters im Umfang von mindestens 5 Prozent bzw. eines nicht konzessionierten Veranstalters im Umfang von mindestens einem Drittel an andere oder an neue Beteiligte.</p>		
<p>2 Meldepflichtig ist ausserdem jeder Übergang, der geringer ist als unter Absatz 1 festgelegt, sofern dadurch die wirtschaftliche Beherrschung des Veranstalters ändert.</p>		
<p>3 Die Meldung hat innert eines Monats seit dem Übergang zu erfolgen.</p>		
<p>Art. 23 Meldepflicht über Beteiligungen des Veranstalters an anderen Unternehmen (Art. 16 RTVG)</p>		
<p>1 Die Beteiligung an einem anderen Unternehmen ist meldepflichtig, wenn ein konzessionierter Veranstalter mindestens 20 Prozent bzw. ein nicht konzessionierter Veranstalter mindestens einen Drittel des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals oder der Stimmrechte eines Unternehmens besitzt.</p>		
<p>2 Zu melden sind auch alle Veränderungen der nach Absatz 1 meldepflichtigen Beteiligungen.</p>		
<p>3 Die Meldung hat innert eines Monats nach der Beteiligung bzw. der Veränderung zu erfolgen.</p>		

<p>Art. 24 Auskunftspflicht (Art. 17 Abs. 2 Bst. a RTVG)</p>		
<p>Der Auskunftspflicht nach Art. 17 Abs. 2 Bst. a RTVG unterliegen auch juristische und natürliche Personen, die im Radio- und Fernsehmarkt oder in einem verwandten Markt tätig sind, und</p> <ul style="list-style-type: none"> a. von denen ein Veranstalter mindestens 20 Prozent des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals oder der Stimmrechte besitzt; b. die mindestens 20 Prozent des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals oder der Stimmrechte des Veranstalters besitzen. 		
<p>Art. 25 Jahresbericht und Jahresrechnung von Veranstaltern (Art. 18 RTVG)</p>		
<p>1 Einen Jahresbericht einzureichen haben alle konzessionierten Veranstalter sowie andere Veranstalter, deren jährlicher Betriebsaufwand mehr als 200 000 Franken beträgt. Der Jahresbericht enthält namentlich Angaben über:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Name und Wohnsitz bzw. Sitz des Veranstalters; b. die Identität und die Kapital- bzw. Stimmrechtsanteile der Aktionäre und anderer Teilhaber, welche mindestens 20 Prozent des Kapitals bzw. der Stimmrechte besitzen, sowie deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen; c. die Identität der Mitglieder des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung und deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen; d. die Beteiligung an anderen Unternehmen sowie deren Beteiligung an anderen Unternehmen im Medienbereich; e. die programmliche Zusammenarbeit mit Dritten; f. den Programminhalt; g. den Personalbestand; h. die Erfüllung von Anforderungen gemäss Artikel 7 RTVG sowie von konzessionsrechtlichen Pflichten und Auflagen, namentlich die Erfüllung des Leistungsauftrags konzessionierter Veranstalter; i. die Art und das Gebiet der Verbreitung; j. den Geschäftsverlauf; k. den Gesamtaufwand sowie die Teilaufwände in den Bereichen Personal, Programm, Technik und Verwaltung; l. den Gesamtertrag sowie die Teilerträge in den Bereichen Werbung und Sponsoring. 		
<p>2 Das Bundesamt kann die Angaben aus den Jahresberichten veröffentlichen, welche unter Abs. 1 Bst. a bis l ausdrücklich erwähnt sind.</p>		

<p>3 Konzessionierte Veranstalter haben zudem eine Jahresrechnung einzureichen. Diese enthält die Bilanz und die Erfolgsrechnung nach besonderem Kontenplan sowie den Bericht der Revisionsstelle. Das Departement kann Vorschriften für die Rechnungslegung sowie für die getrennte Buchführung nach Art. 41 Abs. 2 RTVG erlassen.</p>		
<p>4 Jahresbericht und Jahresrechnung müssen bis Ende April des Folgejahres beim Bundesamt eingereicht werden.</p>	<p>Gemäss Art. 25 Abs. 4 muss der Jahresbericht bis Ende April des Folgejahres eingereicht werden. Gemäss Erläuterungen soll dies der heutigen Praxis entsprechen. Gemäss Art. 12 Abs. 2 der Konzession SRG SSR 1992 jedoch ist der Geschäftsbericht bis Ende <u>Juni</u> des Folgejahres einzureichen. Diese Frist ist sinnvoll. Der (aktienrechtliche) Geschäftsbericht, welcher den Jahresbericht und die Jahresrechnung enthält, wird anlässlich der ordentlichen Generalversammlung genehmigt. Die ordentliche Versammlung muss innerhalb von sechs Monaten nach Schluss des Geschäftsjahres stattfinden (Art. 699 Abs. 2 OR).</p>	<p>Abs. 4: Jahresbericht und Jahresrechnung müssen bis Ende <u>Juni</u> des Folgejahres beim Bundesamt eingereicht werden.</p>
<p>Art. 26 Aufzeichnungspflicht (Art. 20 RTVG)</p>		
<p>1 Veranstalter mit einem unmoderierten Musikprogramm ohne Werbung und Sponsoring sind von der Aufzeichnungspflicht befreit. Das Programm muss aber mittels Sendelisten rekonstruierbar sein.</p>		
<p>2 Die Veranstalter sind verpflichtet, auf Verlangen der Aufsichtsbehörde die ausgestrahlten Musiktitel zu beschaffen und herauszugeben.</p>		

<p>5. Abschnitt: Rundfunkstatistik</p>	<p>Ziel muss die Vergleichbarkeit der von den Veranstaltern gewünschten Angaben zum Programminhalt sein. Dies setzt eine Systematisierung der Angaben zum Programminhalt voraus. Unklar ist, ob eine solche Systematisierung bereits besteht bzw. geschaffen werden soll. Sowohl das Erarbeiten einer entsprechenden Systematik als auch deren Umsetzung erfordert bei den einzelnen Anbietern einen beträchtlichen Arbeitsaufwand. Zu prüfen ist, ob der Aufbau einer solchen Systematik nicht bereits im Verordnungstext erwähnt werden sollte.</p> <p>Die SRG SSR geht davon aus, dass für das Zusammentragen der Daten der zusätzliche finanzielle Aufwand unbedeutend sein wird, solange ohnehin für SRG-internen Bedarf erhobene Daten verlangt werden (Basisdaten der SRG SSR). Die Bestimmungen bleiben bezüglich des Inhalts jedoch vage. Bei Spezialumfragen geht die SRG SSR zudem davon aus, dass solche unter vorheriger Absprache mit dem BAKOM erfolgen. Zu fordern ist zudem, dass im Bereich der speziellen Untersuchungen mit dem Bakom ein Konzept vereinbart wird, das <u>für alle Veranstalter</u> verbindlich ist (und nicht nur für die SRG SSR).</p>	
<p>Art. 27 Organisation (Art. 19 RTVG)</p>		
<p>Das Bundesamt stellt die Erhebung und Bearbeitung der Daten und die weiteren statistischen Arbeiten sicher, die für die Erstellung der Rundfunkstatistik nach Art. 19 RTVG erforderlich sind. Es koordiniert die Arbeiten in Anwendung der Verordnung vom 30. Juni 19934 über die Organisation der Bundesstatistik mit dem Bundesamt für Statistik und arbeitet mit diesem zusammen.</p>		
<p>Art. 28 Beschaffung der Daten (Art. 19 RTVG)</p>		
<p>1 Für die Erstellung der Statistik verwendet das Bundesamt die durch den Vollzug der Radio- und Fernsehgesetzgebung erlangten Daten, insbesondere die Angaben im Rahmen der Meldepflicht und in den Jahresberichten nach Artikel 25 Absatz 1 Bst. a bis l dieser Verordnung</p>		
<p>2 Das Bundesamt kann bei den Veranstaltern schweizerischer Programme weitere für die Rundfunkstatistik erforderliche Daten erheben. Es kann ebenfalls die von anderen Behörden und Organisationen durch den Vollzug von Bundesrecht erlangten Daten heranziehen.</p>	<p>Der mögliche Zusatzaufwand für solche weiteren Daten ist schwer abschätzbar. Die SRG SSR erwartet, dass sie bei umfangreichen Zusatzstatistiken vor Beginn der Erhebungen miteinbezogen wird.</p>	

<p>3 Die Veranstalter stellen dem Bundesamt die zur Erstellung der Rundfunkstatistik erforderlichen Informationen in der gewünschten Form unentgeltlich zur Verfügung.</p>	<p>Eine Gratislieferung für bestehende Daten ist unproblematisch. Sobald umfangreiche Spezialuntersuchungen gefordert werden, stellt sich die Frage nach einer Entschädigung der Veranstalter. Wie einleitend erwähnt, ist zudem eine Systematik für die Form der Datenlieferung zu fordern, die für alle Auskunftspflichtigen anwendbar ist.</p>	
<p>Art. 29 Verwendung von Daten (Art. 19 RTVG)</p>		
<p>1 Die ausschliesslich zu Statistikzwecken beschafften Daten dürfen nicht zu anderen Zwecken verwendet werden, es sei denn, es bestehe eine gesetzliche Grundlage, der betroffene Veranstalter habe seine schriftliche Einwilligung gegeben oder es sei für die Evaluation der Rundfunkgesetzgebung notwendig.</p>	<p>Der Passus „oder es sei für die Evaluation der Rundfunkgesetzgebung notwendig“ ist viel zu offen formuliert und ermöglicht eine x-beliebige Verwendung im Zusammenhang mit der Rundfunkgesetzgebung. Massgebend muss das Datenschutzgesetz sein.</p>	<p>Abs. 1: „oder es sei für die Evaluation der Rundfunkgesetzgebung notwendig.“: streichen</p>
<p>2 Um den Datenschutz und das Statistikgeheimnis zu wahren, trifft das Bundesamt die notwendigen technischen und organisatorischen Massnahmen gegen die missbräuchliche Bearbeitung der von ihm verwendeten Daten.</p>		
<p>3 Das Bundesamt kann diese Daten nach Absatz 1 für statistische und wissenschaftliche Arbeiten weitergeben, sofern gewährleistet ist, dass die Empfänger den Datenschutz einhalten.</p>	<p>Die SRG SSR geht davon aus, dass diese Daten von Dritten nicht kommerziell vermarktet werden dürfen, denn der Aufwand für die von den Veranstaltern und weiteren Datenlieferanten gestützt auf Art. 28 Abs. 3 RTVV unentgeltlich abzuliefernden Daten fällt bei den Veranstaltern an.</p>	
<p>Art. 30 Veröffentlichung statistischer Ergebnisse (Art. 19 RTVG)</p>		
<p>1 Das Bundesamt publiziert die statistischen Ergebnisse, die von öffentlichem Interesse sind. Es kann sie durch ein Abrufverfahren zugänglich machen. Nicht veröffentlichte Ergebnisse kann das Bundesamt auf Verlangen und gegen Entgelt herausgeben, soweit keine überwiegenden öffentlichen oder privaten Interessen entgegenstehen.</p>	<p>Mit dem Verweis auf das öffentliche Interesse wird ein weiterer Spielraum geöffnet, welche Daten schliesslich publiziert werden. Sofern das BAKOM nicht veröffentlichte Ergebnisse gegen Entgelt herausgibt, sind die Veranstalter am Erlös zu beteiligen. Zu fordern ist weiter, dass solche Daten für wissenschaftliche Zwecke gratis herausgegeben werden.</p>	
<p>2 Die Ergebnisse nach Absatz 1 müssen eine Form aufweisen, welche jede Identifizierung einer natürlichen oder juristischen Person ausschliesst, es sei denn, die bearbeiteten Daten seien vom Bundesamt oder von der betroffenen Person selbst der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden oder die Person stimme der Veröffentlichung zu.</p>		
<p>3 Die Verwendung oder die Reproduktion von statistischen Ergebnissen nach Absatz 1 ist unter Quellenangabe gestattet. Das Bundesamt kann Ausnahmen vorsehen.</p>		

<p>6. Abschnitt: Konzessionsabgabe</p>		
<p>Art. 31 Erhebung der Konzessionsabgabe (Art. 15 und 22 RTVG)</p>		
<p>1 Der Konzessionsabgabe unterliegen alle Erträge, welche im Programm eines konzessionierten Veranstalters von diesem selbst oder von Dritten mit Werbung und Sponsoring erzielt werden, abzüglich der vereinbarten Mengenrabatte (Bruttoeinnahmen).</p>	<p>Die Definition der Bruttoeinnahmen Sponsoring ist zu korrigieren. Gemäss erläuterndem Bericht werden Provisionen und Beraterkommissionen an Dritte zum Sponsoringertrag hinzuaddiert. Diese müssten jedoch im Gegenteil abgezogen werden können, da es sich um Akquisitionskosten handelt, ohne die der Sponsoringertrag nicht erwirtschaftet werden kann.</p>	<p>Abs. 1 (Ergänzung): ... Mengenrabatte (Bruttoeinnahmen), Provisionen und Beraterkommissionen an vom Veranstalter unabhängige Dritte.</p>
<p>2 Die Konzessionsabgabe beträgt pro Kalenderjahr ein halbes Prozent der 500'000 Franken übersteigenden Bruttoeinnahmen. Ist die Abgabe lediglich für einen Teil des Jahres geschuldet, so wird der Freibetrag verhältnismässig gekürzt.</p>	<p>Entspricht den bisherigen Bestimmungen.</p>	
<p>3 Die Konzessionsabgabe wird auf Grund der im vorangegangenen Kalenderjahr erzielten Bruttoeinnahmen erhoben.</p>	<p>Entspricht den bisherigen Bestimmungen.</p>	
<p>4 In den ersten beiden Betriebsjahren des Veranstalters bemisst sich die Konzessionsabgabe nach den im Voranschlag budgetierten Bruttoeinnahmen. Erweist sich der Betrag der Abgabe nach Prüfung der tatsächlich in diesen Jahren erzielten Bruttoeinnahmen als zu hoch oder zu niedrig, wird eine allfällige Rückvergütung oder ein Nachbezug verfügt.</p>	<p>Entspricht den bisherigen Bestimmungen</p>	
<p>5 Erlischt die Konzession, wird die Konzessionsabgabe für das Jahr der Einstellung des Sendebetriebs und das vorangegangene Kalenderjahr auf Grund der in diesen Jahren erzielten Bruttoeinnahmen erhoben. Erweist sich der bis zur Einstellung des Sendebetriebs erhobene Betrag als zu hoch oder zu niedrig, wird eine Rückvergütung beziehungsweise ein Nachbezug verfügt.</p>	<p>Entspricht den bisherigen Bestimmungen</p>	
<p>6 Das Bundesamt überprüft die gemeldeten Bruttoeinnahmen und erlässt die Abgabeverfügung. Mit der Überprüfung kann das Bundesamt aussenstehende Sachverständige betrauen.</p>	<p>Der Erlass der Abgabeverfügung entspricht bisherigem Recht. Der Beizug externer Sachverständiger ist jedoch neu aufgenommen worden. Da diese denselben Geheimhaltungspflichten unterliegen wie die Bundesbehörden, stellt dies für die SRG SSR kein Problem dar.</p>	

<p>2. Kapitel: Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft</p>		
<p>Art. 32 Leistungsvereinbarung über das Auslandangebot (Art. 28 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>Die Vereinbarung zwischen dem Bundesrat und der SRG über das publizistische Angebot für das Ausland wird für jeweils 5 Jahre abgeschlossen.</p>		
<p>3. Kapitel: Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag</p>		
<p>Art. 33 Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme (Art. 38 Abs. 1 Bst. b RTVG)</p>		
<p>1 Ein komplementäres nicht gewinnorientiertes Radioprogramm unterscheidet sich thematisch, kulturell und musikalisch von anderen konzessionierten Radioprogrammen, die im fraglichen Versorgungsgebiet zu empfangen sind.</p>		
<p>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.</p>	<p>Abs. 2 Satz 2: Eigenwerbung soll für nicht gewinnorientierte Radioprogramme, die ohne Werbung und Sponsoring auskommen, grundsätzlich zulässig sein. „Ausnahmsweise“ ist deshalb zu streichen.</p>	<p>Abs. 2 Satz 2: „Ausnahmsweise“ streichen</p>
<p>Art. 34 Verbreitung ausserhalb des Versorgungsgebiets (Art. 38 Abs. 5 RTVG)</p>		
<p>Drahtlos-terrestrisch verbreitete Radioprogramme von Veranstaltern mit einer Konzession mit Gebührenanteil können auch ausserhalb ihres Versorgungsgebiets über Leitungen verbreitet werden.</p>		

<p>Art. 35 Versorgungsgebiete (Art. 39 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>Die Anzahl und die Ausdehnung der Versorgungsgebiete, in denen Konzessionen mit Gebührenanteil erteilt werden, sowie die Verbreitungsart werden im Anhang zu dieser Verordnung festgelegt.</p>		
<p>Art. 36 Gebührenanteile (Art. 40 RTVG)</p>		
<p>1 Der jährliche Gebührenanteil eines Veranstalters darf höchstens betragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 		
<p>2 Das Departement überprüft die Gebührenanteile der Veranstalter in der Regel nach fünf Jahren und legt sie gegebenenfalls neu fest.</p>		
<p>Art. 37 Pflichten des Konzessionärs (Art.41 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>1 Programmveranstalter mit einer Konzession mit Gebührenanteil erlassen eine Geschäftsordnung, aus der die Aufgabenverteilung und die Verantwortlichkeiten hervorgehen, ein Redaktionsstatut sowie ein Leitbild, welches die Vorkehrungen zur Erfüllung des Leistungsauftrags beschreibt.</p>		
<p>2 Das Departement kann in der Konzession weitere Pflichten festlegen, die der Wahrung der Meinungs- und Angebotsvielfalt, dem Schutz der redaktionellen Unabhängigkeit oder der Sicherstellung der Erfüllung des Leistungsauftrags dienen. Namentlich kann es eine repräsentative Trägerschaft oder die Einrichtung einer beratenden Programmkommission verlangen.</p>		

<p>Art. 38 Sitz und Programmproduktion des Konzessionärs (Art. 44 Abs. 1 Bst. a RTVG)</p>		
<p>Der Wohnsitz bzw. Sitz eines Veranstalters mit Leistungsauftrag muss innerhalb seines Versorgungsgebiets liegen. Das während der Hauptsendezeit ausgestrahlte Programm muss in der Regel überwiegend im Versorgungsgebiet produziert werden.</p>		
<p>Art. 39 Konzessionierungsverfahren (Art. 45 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>1 Das Bundesamt besorgt die Instruktion der Ausschreibungsverfahren.</p>		
<p>2 Die öffentliche Ausschreibung einer Konzession muss mindestens enthalten: a. Ausdehnung des Versorgungsgebiets und Art der Verbreitung; b. Umschreibung des Leistungsauftrags; c. bei Konzessionen nach Artikel 38 RTVG: Höhe des jährlichen Gebührenanteils; d. Dauer der Konzession; e. Zuschlagskriterien</p>	<p>Bst. a: Neben der Beschreibung des versorgten Gebiets und der Art der Verbreitung muss zusätzlich vorgegeben werden, wie gut verbreitet wird innerhalb des Versorgungsgebiets (technische Prämissen der Empfangbarkeit und der Nutzungsart) und wie gut der Schutz der Frequenzen sein muss ausserhalb des Versorgungsgebiets. Es ist also eine Beschränkung der Verbreitung ausserhalb des Versorgungsgebiets mit der Ausschreibung festzulegen.</p>	<p><u>Bst a</u>: Definition des minimalen und des maximalen Versorgungsgebiets, der Art der Verbreitung und der Empfangsqualität bzw. Nutzungsart;</p>
<p>3 Der Bewerber muss alle für die Prüfung der Bewerbung erforderlichen Angaben machen. Ist die Bewerbung unvollständig oder mit mangelhaften Angaben versehen, kann das Bundesamt nach Gewährung einer Nachfrist auf eine Behandlung der Bewerbung verzichten.</p>		
<p>4 Im Rahmen der Anhörung leitet das Bundesamt alle für die Beurteilung der Bewerbung erheblichen Unterlagen an die interessierten Kreise weiter. Der Bewerber kann ein überwiegendes privates Interesse geltend machen und verlangen, dass bestimmte Angaben von der Anhörung ausgenommen werden. Im Anschluss an das Anhörungsverfahren erhält der Bewerber Gelegenheit, zu den Ergebnissen der Anhörung Stellung zu nehmen.</p>		
<p>5 Treten zwischen Veröffentlichung der Ausschreibung und Konzessionserteilung ausserordentliche Veränderungen ein, so kann die Konzessionsbehörde das Verfahren anpassen, sistieren oder abbrechen.</p>		

<p>Art. 40 Konzessionen von kurzer Dauer (Art. 45 Abs. 2 RTVG)</p>		
<p>1 Das Bundesamt kann Konzessionen von kurzer Dauer für die Veranstaltung von lokalen oder regionalen Radioprogrammen erteilen, die über Ultrakurzwellen-Frequenzen (UKW) verbreitet werden. Ein Programm darf an höchstens 30 Tagen innerhalb eines Zeitraums von höchstens 60 Tagen verbreitet werden.</p>	<p>Art. 40 RTVV ist im 3. Kapitel: Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag geregelt. Dies hat zur Folge, dass die SRG SSR künftig nicht mehr berechtigt sein wird, Konzessionen von kurzer Dauer zu beantragen. Dies ist für die SRG SSR nicht akzeptabel. Zu fordern ist deshalb ein neuer Art. 32a im 2. Kapitel: Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, der die gleiche Bestimmung, wie sie in Art. 40 für andere Veranstalter mit Leistungsauftrag formuliert ist, aufnimmt.</p> <p>Auch die Einschränkung auf UKW ist nicht notwendig. Sie ist nicht nachvollziehbar. Eine Kurzveranstaltung sollte für private Veranstalter und für die SRG auch über DAB / DMB und später andere Vektoren möglich sein. Zudem wird bei der vorgesehenen restriktiven Formulierung („Veranstaltung von lokalen oder regionalen Radioprogrammen“) eine Kurzkonzession beispielsweise für das WEF nicht mehr möglich sein. Dies ist für die SRG SSR allein unter der Voraussetzung zu akzeptieren, dass die Konzession SFinfo eine entsprechende Möglichkeit einräumt.</p>	<p>Abs 1: „, die über Ultrakurzwellen-Frequenzen (UKW) verbreitet werden“ streichen</p>
<p>2 Konzessionen von kurzer Dauer werden in der Regel auf Gesuch hin erteilt.</p>		
<p>3 Eine Konzession von kurzer Dauer kann namentlich erteilt werden aus Anlass eines bedeutenden Ereignisses im Versorgungsgebiet, zur Unterstützung der Unterrichts- und Ausbildungstätigkeit oder im Rahmen der Jugendarbeit.</p>		

<p>3. Titel: Übertragung und Aufbereitung von Programmen</p>		
<p>1. Kapitel: Allgemeine Bestimmungen</p>		
<p>Art. 41 Ausreichende Qualität der Verbreitung (Art. 55 Abs. 1; 59 Abs. 3 RTVG)</p>		
<p>Das Departement regelt die technischen Anforderungen an eine ausreichende Qualität der zeitverzugslosen, unveränderten und vollständigen Verbreitung von zugangsberechtigten Programmen und verbreitungspflichtigen gekoppelten Diensten (nach Art. 42 dieser Verordnung) über drahtlos-terrestrische Netze (Art. 55 Abs. 1 RTVG) und über Leitungen (Art. 59 Abs. 3 RTVG). Es berücksichtigt dabei internationale Normen und Empfehlungen. Je nach Art des Programms und der Verbreitung kann es unterschiedliche Qualitätsstufen vorsehen.</p>	<p>Der Begriff „Qualität“ ist ungenau bzw. nicht hinreichend definiert. Die „ausreichende Qualität“ wird nur geregelt für die zeitverzugslose, unveränderte und vollständige Verbreitung. Es wird dem (Weiter-)Verbreiter aber nicht untersagt, das Programmsignal zu verändern oder unvollständig zu übertragen. Der Entwurf enthält keine Regelung im Bereich „Verschlüsselung der Programmsignale in der Verbreitung“. Damit kann jeder Verbreiter (Erst- und Weiterverbreiter gemäss heutigem RTVG) alle Programmsignale oder Teile davon nach eigenem Ermessen verschlüsseln. Eine Verschlüsselung hat zur Folge, dass die Haushalte eine zusätzliche Settop-Box mit einer Entschlüsselungskarte einsetzen müssen. Bei der Verbreitung über Kabel bedeutet dies eine Settop-Box pro Kabeldose im Haushalt. Die Settop-Boxen sind nicht frei im Handel erhältlich, sondern müssen beim Verbreiter bzw. beim Kabelnetzbetreiber bezogen werden. Swisscable und Cablecom haben die SRG SSR bereits informiert, dass alle digitalen Programmsignale verschlüsselt werden (TV und Radio). Die SRG SSR lehnt eine Verschlüsselung der digitalen Radiosignale ab. Die Kosten der zusätzlich notwendigen Settop-Boxen stehen in keinem Verhältnis zu den Kosten eines Radioapparates oder einer HiFi-Anlage. Zudem verursacht die zusätzliche Settop-Box für den Radioempfang einen unangemessenen Installationsaufwand.</p> <p>Generell wird (auch in den Erläuterungen) nur die „Verbreitung“ geregelt; es wird nicht mehr unterschieden zwischen Erst- und Weiterverbreitung. Die SRG wird die notwendige Qualität auf ihrer Erstverbreitung selbst sicherstellen. Nicht sichergestellt hingegen ist die Qualität in der Weiterverbreitung über Kabel und drahtlos-terrestrisch.</p>	<p>Abs. 1 Satz 1 (neu): Bei der Verbreitung über drahtlos-terrestrische Netze und über Leitungen ist das Programmsignal zeitverzugslos, unverändert und vollständig in ausreichender Qualität zu übertragen. Das Departement regelt die technischen Anforderungen an eine ausreichende Empfangs-, Bild- und Tonqualität. Es berücksichtigt dabei</p> <p>Abs. 2 (neu): Werden TV-Signale in der Verbreitung über drahtlos-terrestrische Netze verschlüsselt, so ist für das Verschlüsselungssystem ein internationaler technischer Standard (z.B. Common Interface) einzusetzen.</p> <p>Abs. 3 (neu): Die Verbreitung von Radioprogrammen erfolgt unverschlüsselt.</p>

<p>Art. 42 Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste (Art. 55 Abs. 3, 59 Abs. 6 und 60 Abs. 4 RTVG)</p>		
<p>1 Als vom Veranstalter angebotene gekoppelte Dienste mit dem zugangsberechtigten Programm zu verbreiten sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Teletext in Schrift und Bild; b. Mehrkanalton; c. Videoprogrammsignal für die analoge oder digitale Aufnahmemöglichkeit; d. Dienste für Sinnesbehinderte im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 und 24 Absatz 3 RTVG; e. Radio Daten System (RDS); f. Dolby Digital; g. Service-Informationen für den Elektronischen Programmführer (EPG). 	<p>Im erläuternden Bericht wird festgehalten, dass der Veranstalter kein Recht auf die (Weiter-) Verbreitung eigener Programmführer (EPG) hat. Dies bedeutet eine Kannibalisierung des Programmsignals, des Produkts der SRG SSR. Dies wird eine harte Konkurrenz zwischen Satellit („Erst“-Verbreitung der SRG SSR) und Kabel („Weiter“-Verbreitung) verursachen.</p> <p>Es ist zu fordern, dass die Programmführer und andere so genannte Portal-dienste des digitalen Fernsehens unverändert (weiter-)verbreitet werden. Dem Kabelbetreiber steht es frei, eigene Programmführer nebenbei anzubieten.</p> <p>Die Umschreibung in Bst. g ist nicht klar genug, um den eigentlich gemeinten DVB-SI-Standard zu sichern. Die SRG SSR schlägt deshalb eine neue Formulierung von Bst. g vor.</p>	<p><u>Bst. g</u> (Ergänzung): DVB-SI Daten gemäss internationalen Standards und Service-Informationen für den Elektronischen Programmführer (EPG);</p> <p><u>Bst. h</u> (neu): Digitale Portalanwendungen des Veranstalters (z.B. EPG).</p>
<p>2 Das Departement kann technische Vorschriften erlassen und für bestimmte Techniken Ausnahmen von der Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste vorsehen.</p>	<p>Die SRG SSR geht davon aus, dass die Integralität der Teletextinhalte inklusive Werbung und Sponsoring sichergestellt bleibt und keiner Ausnahmeregelung des Departements unterstellt wird.</p>	

<p>2. Kapitel: Drahtlos-terrestrische Programmverbreitung</p>		
<p>1. Abschnitt: Nutzung von Funkfrequenzen</p>		
<p>Art. 43 Nutzung von Funkfrequenzen für die Verbreitung von Radio- und Fernsehprogrammen (Art. 54 Abs. 4 RTVG / Art. 24 1bis FMG)</p>		
<p>1 Der Bundesrat erlässt Richtlinien für die Nutzung von Funkfrequenzen, welche nach dem nationalen Frequenzzuweisungsplan (Art. 25 FMG5) ganz oder teilweise für die Verbreitung von Radio- und Fernsehprogrammen vorgesehen sind und für die Erteilung von Funkkonzessionen für solche Frequenzen.</p>		
<p>2 Funkkonzessionen für die Nutzung von Frequenzen nach Absatz 1 dürfen erst öffentlich ausgeschrieben bzw. erteilt werden, wenn dies der Bundesrat in einer Richtlinie vorgesehen hat.</p>		
<p>3 Vor dem Erlass der Richtlinien werden die Eidgenössische Kommunikationskommission und die interessierten Kreise angehört.</p>		
<p>Art. 44 Kostenorientierte Entschädigung der Verbreitung (Art. 55 Abs. 2 RTVG)</p>		
<p>1 Für die Berechnung der vom Veranstalter eines zugangsberechtigten Programms gemäss Artikel 55 Absatz 2 RTVG geschuldeten Entschädigung sind die Kosten der Fernmeldedienstanbieterin zu berücksichtigen, die in einem ursächlichen Zusammenhang mit der Verbreitung des betreffenden Programms stehen (relevante Kosten), und zwar</p> <ul style="list-style-type: none"> a. die Zusatzkosten der vom Veranstalter in Anspruch genommenen Teile der Anlage; sowie b. ein verhältnismässiger Anteil an den relevanten gemeinsamen Kosten und den Gemeinkosten. <p>Nicht berücksichtigt wird ein allfälliger Zuschlagspreis, wenn die Funkkonzession nach Artikel 39 Absatz 4 FMG im Versteigerungsverfahren vergeben worden ist.</p>		

<p>2 Die Festlegung der Kosten nach Absatz 1 geschieht nach folgenden Grundsätzen:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Die Kosten entsprechen den Aufwendungen und Investitionen einer effizienten Anbieterin; b. Die Anlagen werden an Hand von Buchwerten bewertet; c. Die Abschreibungsdauer trägt der wirtschaftlichen Lebensdauer der Anlagen Rechnung; d. Die für die Berechnung verwendeten Daten müssen transparent sein und aus zuverlässigen Quellen stammen; e. Die Verzinsung des eingesetzten Kapitals erfolgt nach branchenüblichen Ansätzen. 	<p>Ungeregelt ist, was nach der Abschreibungsdauer passiert. Die Veranstalter haben kein Interesse, dass die Fernmeldedienstanbieterin eine Reaktivierung vornimmt.</p>	<p>Abs. 2 <u>Bst. f</u> (neu): f. Werden abgeschriebene Anlagen weiter betrieben, so hat die Fernmeldedienstanbieterin die Kosten entsprechend zu reduzieren.</p>
<p>3 Verbreitet eine Fernmeldedienstanbieterin zugangsberechtigte Programme, trennt sie diese Tätigkeit buchhalterisch von allfälligen anderen Tätigkeiten und stellt den Aufwand für die Programmverbreitung den Veranstaltern getrennt in Rechnung. Die Fernmeldedienstanbieterin führt die Rechnungslegung nach den anerkannten Grundsätzen der besten Praxis.</p>		
<p>2. Abschnitt: Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen</p>		
<p>Art. 45 (Art. 57 RTVG)</p>		
<p>1 Ein Beitrag nach Art. 57 Abs. 1 RTVG wird an Veranstalter von Radioprogrammen mit einem Gebührenanteil 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.</p>		

<p>2 Der verfügbare Kredit wird im Verhältnis zum Aufwand je versorgte Person auf die nach Absatz 1 beitragsberechtigten Veranstalter aufgeteilt. Ein Beitrag darf jedoch höchstens einen Viertel des Betriebsaufwands für Verbreitung und Signalzuführung eines Veranstalters ausmachen.</p>		
<p>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.</p>		
<p>3. Abschnitt: Investitionsbeiträge für neue Technologien</p>		
<p>Art. 46 Voraussetzungen (Art. 58 RTVG)</p>		
<p>1 Investitionsbeiträge nach Artikel 58 RTVG können an Veranstalter ausgerichtet werden, die im Rahmen ihrer Konzession nach Artikel 38 und 43 oder nach Artikel 107 RTVG ein Radio- oder Fernsehprogramm in einer neuen drahtlos-terrestrischen Übertragungsart verbreiten oder verbreiten lassen, welcher eine grosse Bedeutung für die künftige Verbreitung von Programmen zugeschrieben wird.</p>		
<p>2 Das Departement bezeichnet die nach Absatz 1 förderungswürdigen Übertragungsarten und bestimmt den Zeitraum der Förderung.</p>		
<p>3 Das Departement legt vorgängig fest, wann die Finanzierung einer neuen Verbreitungstechnologie in einem Versorgungsgebiet als finanzierbar gilt und der betreffende Veranstalter den Anspruch auf einen Beitrag verliert. Bei der Festlegung der Grenzwerte berücksichtigt das Departement insbesondere die Verfügbarkeit von Empfangsgeräten im Versorgungsgebiet, die Grösse des Versorgungsgebiets, den Investitionsbedarf der Verbreitungstechnologie sowie die Art der Finanzierung des Programms.</p>		
<p>4 Beiträge an Investitionen für eine bestimmte neue Übertragungsart können einem Veranstalter während höchstens zehn Jahren ausgerichtet werden.</p>		

<p>Art. 47 Verfahren (Art. 58 RTVG)</p>	<p>Das Verfahren soll grundsätzlich so ausgestaltet sein, dass nicht einfach individuelle Beiträge zugesprochen werden, sondern ein gemeinsamer Approach für alle Beteiligten sichergestellt ist. Dies ist besonders zu Beginn der Digitalisierung der Netze von Bedeutung.</p>	
<p>1 Ein Beitrag wird auf Gesuch des Veranstalters hin an die Abschreibung von Investitionen in ein Sendernetz geleistet.</p>		
<p>2 Ein Beitrag deckt die Hälfte der Abschreibungskosten des Veranstalters für die relevanten anrechenbaren Investitionen. Reicht der verfügbare Kredit des Bundesamtes nicht aus, um die Ansprüche aller beitragsberechtigten Veranstalter zu befriedigen, werden die Beiträge aller Veranstalter im betreffenden Jahr linear gekürzt.</p>		
<p>3 Eine Beitragsverfügung erstreckt sich auf fünf Jahre. Die Auszahlung der Beiträge erfolgt in jährlichen Teilzahlungen entsprechend den in der Verfügung anerkannten Abschreibungsraten, so lange die Voraussetzungen nach Artikel 46 Absätze 2 und 4 dieser Verordnung erfüllt sind und die Sendanlagen vom Veranstalter im Sinne des Unterstützungszwecks betrieben werden.</p>		
<p>4 Nach Ablauf des Beitragszeitraums gemäss Absatz 3 kann die Unterstützung für ein Sendernetz auf Gesuch des Veranstalters hin verlängert werden.</p>		
<p>3. Kapitel: Verbreitung über Leitungen</p>		
<p>Art. 48 Programme ausländischer Veranstalter (Art. 59 Abs. 2 RTVG)</p>		
<p>1 Das Departement bezeichnet die einzelnen ausländischen Programme, die in einem bestimmten Gebiet über Leitungen zu verbreiten sind.</p>		
<p>2 In Betracht kommen Programme, die in einer schweizerischen Landessprache ausgestrahlt werden und einen besonderen Beitrag zur Erfüllung des verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages namentlich dadurch erbringen, dass sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. im Rahmen aufwändiger redaktioneller Formate vertieft über gesellschaftliche, politische, wirtschaftliche oder kulturelle Phänomene berichten; oder b. künstlerischen Filmproduktionen breiten Raum gewähren; oder 	<p>Die SRG SSR geht davon aus, dass die Verbreitungspflicht neben den in der Botschaft erwähnten Programmen wie 3sat, Arte, TV5 auch für die Service public Programme in Europa (Mitglieder der EBU), die in einer schweizerischen Landessprache ausgestrahlt werden, ausnahmslos gilt (ORF, ARD, ZDF, RAI etc.).</p>	

<p>c. besondere redaktionelle Beiträge zur Bildung des Publikums liefern; oder d. besondere redaktionelle Beiträge für jugendliche, alte oder sinnesbehinderte Menschen ausstrahlen; oder e. regelmässig schweizerische Beiträge ausstrahlen oder sich regelmässig mit schweizerischen Themen befassen.</p>		
<p>Art. 49 Höchstzahl der zugangsberechtigten Programme (Art. 59 Abs. 3; 60 Abs. 2 RTVG)</p>		
<p>Die Höchstzahl der nach Artikel 59 und 60 RTVG in einem bestimmten Gebiet unentgeltlich über Leitungen zu verbreitenden Programme beträgt: a. für die analoge Verbreitung von Radioprogrammen: 25 b. für die digitale Verbreitung von Radioprogrammen: 50 c. für die analoge Verbreitung von Fernsehprogrammen: 20 d. für die digitale Verbreitung von Fernsehprogrammen: 30</p>		
<p>Art. 50 Zur Verbreitung verpflichtete Fernmeldedienstanbieterinnen (Art. 59 Abs. 4 RTVG)</p>		
<p>1 Zur Verbreitung verpflichtet sind programmverbreitende Fernmeldedienstanbieterinnen, die mindestens 100 Haushalte erreichen.</p>	<p>Der Begriff „erreichen“ ist unklar.</p>	<p>Abs. 1: „mindestens 100 Haushalte erreichen“ streichen und ersetzen durch: „über mindestens 100 am Netz angeschlossene Haushalte verfügen.“</p>
<p>2 Das Bundesamt kann eine verpflichtete Fernmeldedienstanbieterin auf Gesuch hin von der Pflicht zur unentgeltlichen Verbreitung der Programme in einem bestimmten Gebiet teilweise entbinden, soweit ihr die Verbreitung aller Programme aus Kapazitätsgründen nicht zuzumuten ist.</p>	<p>Mit den in Art. 49 genannten Höchstzahlen ist es schwer vorstellbar, dass dieser Fall irgendwo eintritt. Kabelanlagen mit mehr als 100 angeschlossenen Haushalten können mehr. Kapazitätsgründe spielen keine Rolle. Unklar ist, ob der Verordnungsgeber finanzielle Gründe vor Augen hat.</p>	
<p>Art. 51 Kanalbelegung (Art. 59 Abs. 4 RTVG)</p>		
<p>Das Departement regelt, welche Programme Anspruch auf einen bevorzugten Kanalplatz für die leitungsgebundene Verbreitung haben.</p>	<p>Weder aus der Botschaft, noch aus dem erläuternden Bericht geht hervor, was mit einem bevorzugten Kanalplatz gemeint ist. Zu vermuten ist, dass diese Formulierung aus der analogen Verbreitung stammt. Er wird im digitalen Umfeld an Bedeutung verlieren.</p>	

<p>4. Kapitel: Aufbereitung</p>		
<p>Art. 52 Offene Schnittstellen und technische Ausgestaltung (Art. 64 RTVG)</p>		
<p>1 Verwendet die Fernmeldediensteanbieterin ein anderes Verfahren zur Aufbereitung als der Veranstalter, sind die Programme und die daran gekoppelten Dienste so auszustrahlen, dass sie das Publikum in einer den Anforderungen von Artikel 41 dieser Verordnung entsprechenden Qualität nutzen kann.</p>		
<p>2 Die Fernmeldediensteanbieterin hat dem Veranstalter die Verwaltung seiner Kundenbeziehungen zu ermöglichen. Die Fernmeldediensteanbieterin und der Veranstalter regeln die technische und die kommerzielle Umsetzung der Verwaltung der Kundenbeziehungen vertraglich. Das Departement kann technische und administrative Anforderungen erlassen.</p>	<p>Der erläuternde Bericht zu Absatz 2 erwähnt (in Klammern) vor allem PayTV Unternehmen. Die Bestimmung gilt natürlich auch für die SRG SSR beim zukünftigen interaktiven Fernsehen und grundsätzlich auch für ein elektronisch interaktives Radio. DMB darf hier nicht vergessen gehen.</p>	
<p>3 Die Fernmeldediensteanbieterin darf Daten, die sie im Zusammenhang mit der Umsetzung von Absatz 2 erhalten hat, nicht zu anderen Zwecken verwenden und insbesondere nicht an andere Geschäftseinheiten, Tochtergesellschaften, Partnerunternehmen und Dritte weitergeben.</p>		
<p>4. Titel: Empfang von Programmen</p>		
<p>Art. 53 Zum Empfang geeignete Geräte (Art. 68 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>Unter die Gebühren- und Meldepflicht für den Empfang von Radio- oder Fernsehprogrammen fallen Geräte, die</p> <ul style="list-style-type: none"> a. zum Programmempfang bestimmt sind oder ausschliesslich zum Empfang bestimmte Bestandteile enthalten; b. sich auch für andere Anwendungen als für den Programmempfang eignen (multifunktionale Geräte), falls sie hinsichtlich Vielfalt des empfangbaren Programmangebots und Empfangsqualität gleichwertig sind wie Geräte nach Buchstabe a. 	<p>Die SRG SSR begrüsst die präzisere Umschreibung der Gerätekategorien, die der Empfangsgebühr unterliegen. Dies gilt insbesondere für multifunktionale Geräte (Computer, Notebook, usw.), womit die heutige Praxis fortgeschrieben wird. Zu begrüssen ist auch die Einführung der neuen Kategorie für den kommerziellen Empfang.</p>	

<p>Art. 54 Privater, gewerblicher und kommerzieller Empfang (Art. 70 Abs. 2 RTVG)</p>								
<p>1 Als privat gilt der Empfang von Radio- oder Fernsehprogrammen durch die meldende Person, die im gleichen Haushalt lebenden Personen und deren Gäste.</p>	<p>Die Bestimmung lässt offen, wie Untermietverhältnisse behandelt werden. Gilt ein solches als eigener Haushalt? Unklar ist auch, wie Empfangsgeräte in Ferienwohnungen und Ferienhäusern, die weitervermietet werden, behandelt werden. Dasselbe gilt für Gewerbebetriebe, die im selben Gebäude wie der Privathaushalt untergebracht ist. Hier wäre eine Präzisierung wünschenswert.</p>							
<p>2 Als gewerblich gilt der Empfang von Radio- oder Fernsehprogrammen in Betrieben zu Zwecken der Unterhaltung oder der Information für das Betriebspersonal.</p>	<p>Absätze 2 und 3: Unklar ist auch, wie Kollektivhaushalte zu bewerten sind (Krankenhäuser, Studentenheime, Gefängnisse usw.). Gemäss Volkszählung leben ca. 2,5% der Bevölkerung in Kollektivhaushalten (ohne die Klasse "89804 Sammelhaushalte von anwesenden Personen, deren Wohnung und Haushaltszusammensetzung unbekannt sind"). Da der Nutzerkreis über das Betriebspersonal hinausgeht, wären sie als "kommerziell" zu betrachten. Von der betrieblichen Ausrichtung her ist der von der Kundschaft (indirekt) bezahlte Mehrwert hier nicht immer gegeben.</p>							
<p>3 Als kommerziell gilt der Empfang von Radio- oder Fernsehprogrammen zu Zwecken der Unterhaltung oder der Information für die Kundschaft. Dabei werden drei Kategorien unterschieden: a. Kategorie I: 1 – 10 Empfangsgeräte b. Kategorie II: 11 – 50 Empfangsgeräte c. Kategorie III: ab 51 Empfangsgeräte</p>	<p>Die Abstufung der Kategorien, wie sie in Absatz 3 vorgenommen wird, erscheint sinnvoll.</p>							
<p>Art. 55 Höhe der Empfangsgebühren (Art. 70 RTVG)</p>	<p>Die SRG SSR hat ihren Bericht über ihren zusätzlichen Finanzierungsbedarf dem BAKOM eingereicht. Daraus wird ersichtlich, dass der Verteilmodus der Empfangsgebühren spätestens bis August 2007 angepasst werden muss, um rechtzeitig wirksam werden zu können. Die Bestimmungen über die praktische Umsetzung müssen in enger Zusammenarbeit mit der Billag und der SRG SSR und möglichst frühzeitig definiert werden, um eine fristgerechte Umsetzung zu ermöglichen.</p>							
<p>1 Die Empfangsgebühren für den privaten Empfang betragen monatlich exklusive Mehrwertsteuer:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td></td> <td align="right">Franken</td> </tr> <tr> <td>a. a. für den Radioempfang</td> <td align="right">w</td> </tr> <tr> <td>b. b. für den Fernsehempfang</td> <td align="right">x</td> </tr> </table>		Franken	a. a. für den Radioempfang	w	b. b. für den Fernsehempfang	x		
	Franken							
a. a. für den Radioempfang	w							
b. b. für den Fernsehempfang	x							
<p>2 Die Empfangsgebühren für den gewerblichen Empfang betragen monatlich exklusive Mehrwertsteuer:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>a. für den Radioempfang</td> <td align="right">y</td> </tr> <tr> <td>b. für den Fernsehempfang</td> <td align="right">z</td> </tr> </table>	a. für den Radioempfang	y	b. für den Fernsehempfang	z				
a. für den Radioempfang	y							
b. für den Fernsehempfang	z							

<p>3 Die Empfangsgebühren für den kommerziellen Empfang I betragen monatlich exklusive Mehrwertsteuer:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. für den Radioempfang y b. für den Fernsehempfang z 		
<p>4 Die Empfangsgebühren für den kommerziellen Empfang II betragen monatlich exklusive Mehrwertsteuer:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. für den Radioempfang y multipliziert mit 1,666 b. für den Fernsehempfang z multipliziert mit 1,666 		
<p>5 Die Empfangsgebühren für den kommerziellen Empfang III betragen monatlich exklusive Mehrwertsteuer:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. für den Radioempfang y multipliziert mit 2,3 b. für den Fernsehempfang z multipliziert mit 2,3 		
<p>Art. 56 Meldepflicht (Art. 68 Abs. 3 RTVG)</p>		
<p>1 Änderungen der meldepflichtigen Sachverhalte sind der Gebührenerhebungsstelle schriftlich zu melden.</p>		
<p>2 Beim gewerblichen oder kommerziellen Empfang hat für jede Geschäftsstelle eine separate Meldung zu erfolgen.</p>		
<p>Art. 57 Fälligkeit, Nachforderung, Rückerstattung und Verjährung (Art. 68 Abs. 4 und 5 RTVG)</p>		
<p>1 Die Gebühr ist jeweils am ersten Tag des Monats fällig.</p>		
<p>2 Hat die Gebührenerhebungsstelle die Empfangsgebühr nicht oder zu Unrecht in Rechnung gestellt oder hat sie diese falsch berechnet, fordert sie den Fehlbetrag nach oder erstattet ihn zurück.</p>		
<p>3 Die Verjährungsfrist für Empfangsgebühren beginnt mit der Fälligkeit der Gebühr und beträgt fünf Jahre.</p>		

<p>Art. 58 Kosten für Mahnung und Betreuung (Art. 68 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>1 Die Gebührenerhebungsstelle kann Gebühren erheben: a. für eine schriftlich erfolgte Mahnung Fr. 5.-; b. für eine zu Recht angehobene Betreuung Fr. 20.-;</p>		
<p>2 Die Gebührenerhebungsstelle informiert die Gebührenpflichtigen vorgängig schriftlich über diese Gebühren.</p>		
<p>Art. 59 Befreiung von der Gebühren- und Meldepflicht (Art. 68 Abs. 6 RTVG)</p>		
<p>Von der Gebühren- und Meldepflicht befreit sind: a. Personen mit Wohnsitz im Ausland, die sich höchstens drei Monate in der Schweiz aufhalten; b. Bewohner und Bewohnerinnen von Pflegeheimen, die in einem Grad pflegebedürftig sind, welcher der dritten oder vierten Pflegebedarfsstufe nach den Artikeln 9 Absatz 4 und 9a Absatz 2 der Krankenpflege-Leistungsverordnung vom 29. September 19956 entspricht; c. Bundesbehörden für den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen in Dienst- und Aufenthaltsräumen; d. diplomatische Vertretungen, ständige Missionen und konsularische Posten sowie internationale Organisationen, welche mit dem Bund ein Sitzabkommen abgeschlossen haben; e. das diplomatische, administrative, technische und Dienstpersonal der diplomatischen Vertretungen, ständigen Missionen und konsularischen Posten, das die schweizerische Staatsangehörigkeit nicht besitzt.</p>	<p>Bst. b: Unklar ist, ob diese Bestimmung für einzelne BewohnerInnen oder für die Pflegeheime als Ganzes gilt. Unklar ist auch, wer diesen Sachverhalt zu melden hat.</p>	
<p>Art. 60 Befreiung von der Gebührenpflicht auf Gesuch hin (Art. 68 Abs. 6 RTVG)</p>		
<p>1 Auf schriftliches Gesuch hin befreit die Gebührenerhebungsstelle AHV- oder IVBerechtigte von der Gebührenpflicht, die jährliche Leistungen nach Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe a des Bundesgesetzes vom 19. März 19657 über Ergänzungsleistungen zur Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenversicherung erhalten und einen rechtskräftigen Entscheid über den Anspruch auf Ergänzungsleistung einreichen.</p>	<p>Abs. 1: Der Wortlaut dieser Bestimmung ist klar: Bezüger von Ergänzungsleistungen gemäss ELG können auf schriftliches Gesuch hin von der Gebührenpflicht befreit werden. Die Erläuterungen zu Art. 60 enthalten nun aber einen Zusatz, wonach auch Personen befreit werden können, die statt einer Auszahlung der jährlichen Ergänzungsleistung eine Verbilligung der Krankenkassenprämien erhalten. Dies widerspricht dem klaren Wortlaut von Absatz 1. Die Gebührenbefreiung muss sich auf ErgänzungsleistungsbezügerInnen gemäss ELG beschränken.</p>	

<p>2 Wird das Gesuch gutgeheissen, endet die Gebührenpflicht am letzten Tag des Monats, in dem das Gesuch um Gebührenbefreiung eingereicht worden ist.</p>		
<p>3 Wer das Gesuch um Ergänzungsleistung bei der zuständigen Behörde einreicht, kann gleichzeitig bei der Gebührenerhebungsstelle ein Gesuch um Gebührenbefreiung stellen. Die Gebührenerhebungsstelle sistiert das Verfahren, bis der rechtskräftige Entscheid über das Gesuch um Ergänzungsleistung vorliegt.</p>		
<p>4 Die Gebührenerhebungsstelle kontrolliert in regelmässigen Abständen, ob die Voraussetzungen für eine Gebührenbefreiung noch gegeben sind.</p>		
<p>Art. 61 Gebührenerhebungsstelle (Art. 69 Abs. 1 RTVG)</p>		
<p>1 Das Departement bezeichnet eine Stelle ausserhalb der Bundesverwaltung, welche die Empfangsgebühren erhebt. Die Stelle führt die offizielle Bezeichnung „Schweizerische Erhebungsstelle für Radio- und Fernsehempfangsgebühren“.</p>		
<p>2 Die Gebührenerhebungsstelle ist verantwortlich für:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. die Bearbeitung der Meldungen; b. den Erlass von Verfügungen zur Erhebung von Empfangsgebühren und betreffend Betreibungen; c. die Betreuung säumiger Gebührenpflichtiger; d. das Überweisen der Gebührenerträge an die SRG und an das Bundesamt; e. das Anzeigen möglicher Verstösse gegen die Meldepflicht beim Bundesamt. 		
<p>3 Die Einzelheiten des Leistungsauftrages und die Entschädigung der Gebührenerhebungsstelle werden in einem Vertrag festgelegt, den das Departement mit der Stelle abschliesst.</p>		
<p>Art. 62 Zugriff auf Daten (Art. 69 Abs. 1-4 RTVG)</p>		
<p>1 Die Datenbearbeitung der Gebührenerhebungsstelle und die Aufsicht darüber richten sich nach den für Bundesorgane geltenden Bestimmungen des Bundesgesetzes über den Datenschutz⁸.</p>		

<p>2 Die Gebührenerhebungsstelle kann zum Zwecke des Einzugs von Urheberrechtserschädigungen im Zusammenhang mit Radio- und Fernsehprogrammen die im Rahmen von Artikel 61 Absatz 2 dieser Verordnung bearbeiteten Daten verwenden und den zugelassenen Verwertungsgesellschaften bekannt geben. Die von der Gebührenerhebungsstelle bearbeiteten Daten dürfen auch zum Zwecke der Erhebung von Benutzungsgebühren für den drahtlos-terrestrischen Empfang (Art. 71 RTVG) an die zuständige kantonale Stelle weiter gegeben werden.</p>	<p>Der erläuternde Bericht nennt als Beispiel den Fall Telerätia. Dies ist ein privates Unternehmen zur drahtlosen Verbreitung ausländischer Programme. Wenn schon Telerätia solche Daten zwecks eigener Rechnungsstellung erhält, dann muss mindestens aus Gründen der Rechtsgleichheit die SRG SSR solche Daten ebenfalls erhalten. Die Daten dienen dem Vertragsabschluss und der Rechnungsstellung für den Satellitenempfang.</p> <p>Telerätia ist – entgegen den Erläuterungen – kein kantonaler Verbreiter, sondern in privaten Händen. Der Kanton Graubünden hat Telerätia an Swisscom BCS verkauft. Es ist deshalb falsch bzw. unzulässig, die Daten an kantonale Stellen weiterzugeben. Satz 2 ist deshalb zu streichen, da Art. 71 RTVG obsolet geworden ist mangels kantonaler Verbreiter. Der nebenstehende Vorschlag nimmt den obigen Vorschlag auf.</p>	<p>Abs. 2 Satz 2 (Vorschlag): „Die von der Gebührenerhebungsstelle bearbeiteten Daten dürfen zum Zwecke der Erhebung von Benutzungsgebühren an die Veranstalter weiter gegeben werden.“</p>
<p>3 Die Gebührenerhebungsstelle muss einer allfälligen Nachfolgerin die für die Gebührenerhebung notwendigen Daten unentgeltlich übergeben und rechtzeitig in elektronischer Form zugänglich machen. Sie ist insbesondere verpflichtet, der Nachfolgerin gegen angemessenes Entgelt die für die Weiterführung der übertragenen Aufgabe unerlässliche personelle und organisatorische Unterstützung zu leisten und die dafür benötigte technische oder informatische Infrastruktur bereitzustellen. Die Höhe der Entschädigung wird auf Verlangen vom Bundesamt festgesetzt.</p>		
<p>Art. 63 Rechnung und Aufsicht (Art. 69 Abs. 5 RTVG)</p>		
<p>1 Die Gebührenerhebungsstelle führt eine eigene Rechnung über den Ertrag aus den Empfangsgebühren und den mit der Bearbeitung der Meldungen und der Erhebung der Empfangsgebühren entstehenden Aufwand. Allfällige andere Tätigkeiten sind buchhalterisch von der Gebührenerhebung zu trennen.</p>		
<p>2 Die Gebührenerhebungsstelle hat dem Bundesamt unentgeltlich Einsicht in alle Akten zu gewähren, die das Amt im Rahmen seiner Aufsichtstätigkeit benötigt. Dazu gehört insbesondere die Abrechnungsbuchhaltung.</p>		
<p>3 Die jährliche Abrechnung über die Empfangsgebühr ist dem Bundesamt zur Genehmigung vorzulegen.</p>		

<p>5. Titel: Schutz der Vielfalt und Förderung der Programmqualität</p>		
<p>1. Kapitel: Zugang zu öffentlichen Ereignissen</p>	<p>Grundsätzlich begrüsst es die SRG SSR, dass die Bestimmungen über die Kurzberichterstattung ausführlicher als bis anhin geregelt werden. Generell ist mit dem vorliegenden Entwurf die in Art 72 und 73 nRTVG vorgesehene News Access-Regelung gegenüber der heutigen Regelung praxisnaher formuliert und stellt eine Verbesserung für die SRG SSR dar. Insbesondere ist die klare Abgrenzung von Umfang, direkter Zugang („Physical Access“) und Signalzugang („Signal Access“) aus Sicht der SRG SSR zu begrüssen.</p>	
<p>Art. 64 Umfang des Kurzberichterstattungsrechts bei öffentlichen Ereignissen (Art. 72 Abs. 1-2 RTVG)</p>		
<p>1 Das Recht auf Kurzberichterstattung über ein öffentliches Ereignis in der Schweiz umfasst in der Regel einen Beitrag von höchstens 90 Sekunden. Die Dauer der Kurzberichterstattung muss dem Ereignis angepasst sein.</p>	<p>Gegenüber der heute geltenden Regelung (höchstens 3 Min.) stellt die Halbierung der Dauer der einzuräumenden Kurzberichterstattung eine Verbesserung dar und ist kongruent mit der internationalen Praxis, dies aus Sicht der SRG SSR auch dann, wenn diese Bestimmung fürs Radio gelten soll. Dies geht jedoch weder aus den Verordnungsbestimmungen, noch aus den Erläuterungen hervor und muss deshalb präzisiert werden. Die Praxis zeigt, dass sogenannte Radio-Rechte in der Schweiz bzw. im Ausland in aller Regel <i>nicht-exklusiv</i> vergeben werden, da es sich eigentlich um Zugangsrechte im Sinne von Art. 65 nRTVV handelt.</p> <p>Es kann allerdings nicht sein, dass z.B. bei einer Fussballrunde in der nationalen Meisterschaft mit 5 Spielen an einem Tag mehr als maximal 3 Minuten gesendet würde, dies entgegen den Ausführungen im erläuternden Bericht S. 31 zu Art. 64 Abs.1.</p> <p>Die Ausnahme von der Regel von 90 Sekunden ist auf eine Höchstdauer von 3 Minuten zu limitieren. Satz 2 ist deshalb zu ergänzen mit „angepasst sein, beträgt jedoch bei Ausnahmen von der allgemeinen Regel maximal 3 Minuten“.</p>	<p>Abs. 1 Satz 2 ergänzen: „...angepasst sein, beträgt jedoch bei Ausnahmen von der allgemeinen Regel maximal 3 Minuten.“</p>
<p>2 Erstreckt sich ein öffentliches Ereignis über höchstens einen Tag und besteht es aus mehreren Teilen, so bezieht sich der Anspruch auf Kurzberichterstattung nicht auf jeden Teil des Ereignisses, sondern auf seine Gesamtheit. Erstreckt sich ein öffentliches Ereignis über mehr als 24 Stunden, so besteht Anspruch auf eine tägliche Kurzberichterstattung.</p>	<p>Die Klarstellung gegenüber der heutigen Regelung ist zu begrüssen.</p>	

<p>3 Der Kurzbericht darf erst nach Beendigung des öffentlichen Ereignisses oder eines in sich abgeschlossenen Teils des Ereignisses ausgestrahlt werden.</p>	<p>Auch diese Klarstellung im Vergleich zur heutigen Regelung wird begrüsst. Aufgrund der dispositiven Natur des Kurzberichterstattungsrechts wird die Praxis - neu in der Schweiz mit dualem Free-TV /Pay TV-System - zeigen müssen, ob sich diese Europäische Regelung (siehe die Ausführungen im erläuternden Bericht S. 31 zu Art. 64 Abs. 3) mit 2,5 Stunden nach Beendigung der Sportveranstaltung als maximale Embargozeit für die verschiedenen Verwertungsvektoren (v.a. bei Pay-Verwertungen) als praktikabel erweist. Es muss in jedem Fall klar festgehalten werden, dass das Sportereignis resp. die Sportveranstaltung von Spielsportarten wie Fussball, Eishockey, Handball, Volleyball, Basketball, Unihockey etc. immer von Anpfiff bis Abpfiff (inkl. Halbzeitpausen, Drittelpausen) plus Schlusszeremonien als gesamtes Ereignis gilt.</p>	
<p>Art. 65 Direkter Zugang zum öffentlichen Ereignis (Art. 72 Abs. 3 Bst. a RTVG)</p>		
<p>1 Verlangen Drittveranstalter für die Berichterstattung direkten Zugang zum öffentlichen Ereignis (Art. 72 Abs. 3 Bst. a RTVG), so haben sie sich mindestens 72 Stunden vor Ereignisbeginn anzumelden. Der Organisator des öffentlichen Ereignisses und der über Erstverwertungs- oder Exklusivrechte verfügende Programmveranstalter entscheiden mindestens 24 Stunden vor Ereignisbeginn, ob die technischen und räumlichen Gegebenheiten den direkten Zugang erlauben. Falls nicht bereits vertragliche Abmachungen bestehen, räumen sie jenen Drittveranstaltern Vorrang ein, die eine möglichst umfassende Versorgung in der Schweiz gewährleisten.</p>	<p>Auch diese Bestimmung stellt gegenüber der heutigen Regelung klar eine Verbesserung für die SRG SSR dar. Von grosser Bedeutung für die SRG SSR im Rahmen der Sublizenzverhandlungen mit den sprachregionalen und regionalen TV-Veranstaltern ist insbesondere die Aussage im erläuternden Bericht, wonach Drittveranstalter keinen Anspruch auf unentgeltlichen Zutritt zum Ereignis haben (s. S. 32 zu Art. 65 Abs. 1).</p>	
<p>2 Der direkte Zugang von Drittveranstaltern darf die Durchführung des Ereignisses und die Ausübung der Exklusiv- und Erstverwertungsrechte nicht beeinträchtigen.</p>	<p>Die Klarstellung gegenüber der heute geltenden Regelung wird begrüsst, insbesondere die Ausführungen im erläuternden Bericht dazu (siehe Bericht S. 32 zu Art.65 Abs. 2).</p>	
<p>Art. 66 Signallieferung für die Kurzberichterstattung (Art. 72 Abs. 3 Bst. b RTVG)</p>		
<p>1 Der Organisator des öffentlichen Ereignisses und der über Erstverwertungs- oder Exklusivrechte verfügende Programmveranstalter stellen dem interessierten Drittveranstalter das Signal auf dessen Anfrage hin unverzüglich zur Anfertigung eines Kurzberichtes zur Verfügung. Die Anfrage hat mindestens 48 Stunden vor dem Ereignis zu erfolgen.</p>	<p>Diese Klarstellung gegenüber heutigem Recht wird begrüsst. Aus Gründen der Praktikabilität ist die Frist für Anfragen auf 72 Stunden auszudehnen – dies analog zu Art.65 Abs.1 nRTVV.</p> <p>Absatz 1 sollte zudem mit dem wertvollen Hinweis „ist das Signal (ab Übertragungswagen) unverzüglich...“ gemäss erläuterndem Bericht (Bericht S. 32 zu Art.66 Abs. 1) ergänzt werden.</p>	<p>Abs. 1: „...stellen dem interessierten Drittveranstalter das Signal ab Übertragungswagen auf dessen Anfrage hin unverzüglich zur Anfertigung eines Kurzberichtes zur Verfügung. Die Anfrage hat mindestens 72 Stunden vor dem Ereignis zu erfolgen.“</p>

<p>2 Der Drittveranstalter hat die für den Zugang zum Signal entstehenden Kosten abzugelten. Diese beinhalten den technischen und personellen Aufwand sowie eine Entschädigung für zusätzliche Kosten, die mit der Einräumung des Rechts auf Kurzberichterstattung verbunden sind.</p>	<p>Die SRG SSR ist mit dem Wortlaut dieser Bestimmung einverstanden, sie stellt für die SRG SSR eine Verbesserung dar. Im erläuternden Bericht wird jedoch ausgeführt: "Nicht dazu gehören jedoch Ausgaben, welche der Erst- oder der Exklusivveranstalter für den Erwerb ihrer eigenen Erst- oder Exklusivrechte zu leisten hatten." (Bericht S. 32 zu Art. 66 Abs. 2). In der Praxis stellt sich für die SRG SSR die Frage, ob sie überhaupt noch News-Rechte, welche in der Regel Bestandteil der Exklusivrechte sind, für die Schweiz erwerben soll. Unseres Erachtens deckt sich der RTVV-Text <u>nicht</u> mit den Erläuterungen dazu.</p> <p>Der Verordnungstext muss eine klare Auslegung enthalten. Das Prinzip der umfassenden Abgeltung (Rechte, Produktion, Signaltransport) soll anerkannt werden, wonach die Rechteinhaber in der Regel News-Rechte exklusiv erwerben und im Rahmen von Sublizenzen gleichzeitig abtreten und weiterverwerten dürfen.</p> <p>Im internationalen Sportrechtehandel sind die Sportnews-Rechte, auch wenn sie über News-Agenturen wie Reuters etc. erworben werden, nie unentgeltlich zu haben. Die SRG SSR bezahlt für die News-Rechte von ausländischen Sportveranstaltungen mit Schweizer Beteiligung Minutenpreise von 500-3000 Euro. Zum Vergleich: Bis dato bezahlen regionale TV-Veranstalter - sportartenunabhängig - für News-Rechte bis 3 Minuten von in- und ausländischen Sportveranstaltungen, an denen die SRG SSR News-Rechte sublizensieren kann, den symbolischen Betrag von CHF 300. -.</p>	
<p>Art. 67 Freier Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen (Art. 73 Abs. 1 RTVG)</p>	<p>Vorbemerkung: Diese aus dem europäischen Recht übernommene Regelung ist seit der Einführung in der Schweiz noch nie zur Anwendung gekommen.</p>	
<p>1 Der freie Zugang zu einem Ereignis von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung ist gewährleistet, wenn jeweils mindestens 80 Prozent der Haushalte in allen Sprachregionen die Übertragung ohne Zusatzaufwendungen empfangen können.</p>	<p>Wichtig für die SRG SSR ist die Bemerkung im erläuternden Bericht, dass der freie Zugang nur gewährt ist, wenn keine Anschaffung eines Entschlüsselungsgeräts notwendig ist.</p>	
<p>2 Ereignisse von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung sind dem Publikum in der Regel zeitgleich in Teil- oder Gesamtberichterstattung zugänglich zu machen. Eine zeitversetzte Teil- oder Gesamtberichterstattung ist ausreichend, falls dies im öffentlichen Interesse liegt.</p>		
<p>3 Kann ein Veranstalter, der zur Übertragung des Ereignisses einen Exklusivvertrag abgeschlossen hat, den freien Zugang nicht garantieren, hat er das Übertragungssignal einem oder mehreren andern Programmveranstaltern zu angemessenen Bedingungen zu überlassen.</p>	<p>Die SRG SSR ist mit dieser Bestimmung einverstanden. Die angemessenen Bedingungen bei der Signalüberlassung im Free-TV müssen jedoch unseres Erachtens bei Sportveranstaltungen zwingend die Kosten für den Rechterwerb mitberücksichtigen (siehe anderslautend der erläuternde Bericht S.33, zu Art. 67 Abs. 3), ansonsten in der Praxis niemand solche Exklusivrechte erwerben und diese Bestimmung zur Makulatur werden wird.</p>	

<p>2. Kapitel: Förderung von Aus- und Weiterbildung sowie Medienforschung</p>		
<p>Art. 68 Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden (Art. 76 RTVG)</p>		
<p>Das Bundesamt fördert die Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden in erster Linie durch mehrjährige Leistungsvereinbarungen mit Institutionen, welche kontinuierlich ein bedeutendes Aus- und Weiterbildungsangebot im Bereich des Informationsjournalismus in Radio und Fernsehen führen. Erstreckt sich eine Leistungsvereinbarung über mehrere Jahre, bleibt die Bewilligung des eidgenössischen Parlaments zum jährlichen Zahlungskredit vorbehalten.</p>		
<p>Art. 69 Medienforschung (Art. 77 RTVG)</p>		
<p>1 Für die Unterstützung von Forschungsprojekten im Bereich von Radio und Fernsehen wird in der Regel mindestens die Hälfte des Ertrags aus der Konzessionsabgabe verwendet.</p>	<p>Die Festschreibung einer Grenze von mindestens der Hälfte des Ertrags aus der Konzessionsabgabe für Forschungsprojekte ist zu strikt. Bereits Art. 22 Abs. 1 nRTVG hält fest, dass der Ertrag der Abgabe in erster Linie zur Förderung von Forschungsprojekten im Bereich von Radio und Fernsehen und zur Finanzierung der Archivierung sowie in zweiter Linie für neue Technologien verwendet wird. Diese gesetzliche Grundlage genügt, Abs. 1 ist deshalb zu streichen.</p>	<p>Abs. 1: streichen</p>
<p>2 Unterstützt werden namentlich wissenschaftliche Forschungsprojekte, deren Ergebnisse Hinweise auf programmliche, wirtschaftliche und technische Entwicklungen bei Radio und Fernsehen liefern und damit der Verwaltung und der Branche ermöglichen, auf diese Entwicklungen zu reagieren.</p>		
<p>3 Das Bundesamt entscheidet über die Vergabe der Beiträge an Forschungsprojekte. Die Beiträge werden in der Regel auf Grund einer öffentlichen Ausschreibung vergeben; das Bundesamt kann Schwerpunktthemen vorgeben sowie den Höchstanteil eines Beitrags an den anrechenbaren Kosten eines Forschungsprojekts festlegen.</p>	<p>Es ist durchaus sinnvoll, dass das Bundesamt Themenschwerpunkte im Bereich der Forschungsgegenstände vorgibt. Denkbar wäre allerdings, dass das BAKOM die Vergabe der einzelnen Projekte und deren finanzielle Unterstützung an die Stiftung für Nutzungsforschung delegiert, dies im Sinne einer Synergienutzung des dort vorhandenen Knowhows im Bereich der Nutzungsforschung.</p>	

<p>3. Kapitel: Stiftung für Nutzungsforschung</p>		
<p>Art. 70 (Art. 78 - 81 RTVG)</p>		
<p>1 Die Stiftung für Nutzungsforschung (Stiftung) sowie die von ihr beherrschten Unternehmen reichen dem Departement bis Ende April des Folgejahres einen Jahresbericht sowie die Jahresrechnung ein. Das Reglement legt Inhalt und Darstellung der Berichterstattung fest. Die Stiftung und von ihr beherrschte Unternehmen unterliegen der Auskunftspflicht nach Artikel 17 Absatz 1 RTVG.</p>		
<p>2 Die von der Stiftung nach Artikel 79 Absatz 1 RTVG jährlich zu veröffentlichenden wichtigsten Ergebnisse umfassen mindestens die Empfangsmöglichkeiten und den Gerätebesitz des Publikums sowie die Nutzung der in der Schweiz zu empfangenden Radio- und Fernsehprogramme. Die Nutzungsdaten werden ausgedrückt in Hördauer, Tagesreichweite und Marktanteil und aufgeschlüsselt nach Sprachregionen, Konzessions- bzw. Verbreitungsgebieten sowie nach soziodemografischen Merkmalen. Das Departement regelt die Einzelheiten.</p>	<p>Der beschriebene Datenumfang ist fokussiert auf Radio. Die SRG SSR geht davon aus, dass die jährlich zu publizierenden Daten in etwa dem heutigen Jahresbericht Bd 1 des Forschungsdienstes entsprechen. Sie richten sich vorab an eine breite interessierte Öffentlichkeit, sollen aber das Business-Modell der mediapulse AG nicht tangieren. Art. 70 Abs. 2 ist deshalb zu präzisieren. Anzumerken ist, dass mit "Empfangsmöglichkeiten" nicht die technische Reichweite der Verbreitungstechnologien gemeint ist, sondern die Empfangsmöglichkeiten der im befragten Haushalt aktuell vorhandenen Geräte.</p>	<p>Abs. 2 (ergänzt): „Die von der Stiftung nach Artikel 79 Absatz 1 RTVG jährlich zu veröffentlichenden wichtigsten Ergebnisse umfassen mindestens die Verfügbarkeit und die Nutzung der Radio- und Fernseh-Empfangsmöglichkeiten der Bevölkerung sowie die Nutzung der in der Schweiz empfangbaren Radio- und Fernsehprogramme. Die Nutzungsdaten werden ausgedrückt in Reichweite, Nutzungsdauer und Marktanteil; sie werden in den Sprachregionen ausgewiesen und aufgeschlüsselt nach Wochentagen, Sendergruppen oder soziodemografischen Merkmalen. Das Departement regelt die Einzelheiten.“</p>
<p>3 Das Reglement der Stiftung hält fest, welche Daten</p> <ul style="list-style-type: none"> a. nach Artikel 78 Absatz 2 RTVG als hinreichend für Programmveranstalter und wissenschaftliche Forschung betrachtet werden; b. nach Artikel 79 Absatz 2 RTVG zu kostendeckenden Preisen abgegeben werden müssen. 		

<p>6. Titel: Verwaltungsgebühren</p>		
<p>Art. 71 Grundsatz (Art. 100 RTVG)</p>	<p>Art. 71 und 72 Anhörungsentwurf enthalten bezüglich Gebührenpflicht und Berechnung der zu erhebenden Gebühren eine eingehende, genügend bestimmte und sich auf Art. 100 nRTVG stützende spezifische Regelung. Hingegen fehlt es an einer solchen, soweit es um das Verfahren zur Gebührenerhebung, insbesondere um die Regeln der Kostenaufgabe, geht (vgl. BGE 132 II 47, S. 54, Erw. 3.2).</p> <p>Es ist zweckmässig, auf Verordnungsstufe diesbezüglich eine Klärung herbeizuführen. Es bedarf einer differenzierten Lösung, da sich die in Art. 100 nRTVG aufgeführten Verwaltungstätigkeiten unterscheiden: so wird die Verwaltung im Genehmigungsverfahren tätig, weil ein Betroffener danach ersucht (vgl. zu den Beispielen: Botschaft BR zur Totalrevision RTVG, BBl. 2003, S. 1746). Ganz anders ist dies bei Aufsichtsverfahren: hier erfolgt die Verwaltungstätigkeit aufgrund einer Anzeige oder von Amtes wegen. Hier muss eine differenzierte Regelung bezüglich der Kostenaufgabe gelten, wie sie im ähnlich verlaufenden Strafprozess gilt.</p>	
<p>1 Die nach Art. 100 RTVG erhobene Verwaltungsgebühr bemisst sich nach dem Zeitaufwand.</p>		
<p>2 Es gilt ein Stundenansatz von 260 Franken.</p>	<p>Der in Abs. 2 festgelegte Stundensatz findet sich auch im Fernmelderecht (Art. 1 Abs. 2 Verordnung des UVEK vom 22. Dezember 1997 über Verwaltungsgebühren im Fernmeldebereich; SR 784.106.12). Die Höhe dieses Satzes wurde vom Bundesgericht für angemessen erachtet (BGE 132 II 47, S. 58, Erw. 4.4).</p>	
<p>3 Für die Festlegung der Konzessionsabgabe wird eine Verwaltungsgebühr erhoben, wenn der Programmveranstalter durch sein Verhalten ausserordentlichen Aufwand verursacht.</p>		
<p>4 Für die Erfassung der Angaben eines meldepflichtigen Veranstalters und der Änderungen der meldepflichtigen Sachverhalte nach Artikel 2 dieser Verordnung erhebt das Bundesamt eine Gebühr, wenn der Veranstalter durch sein Verhalten einen Aufwand verursacht, der die blosse Erfassung übersteigt.</p>		

<p>5 Für die Bearbeitung von Anfragen ist eine Verwaltungsgebühr geschuldet, wenn sie einen ausserordentlichen Aufwand verursacht. Das Bundesamt unterrichtet die gebührenpflichtige Person vorgängig über die voraussichtliche Gebühr.</p>		<p>Art. 71 Abs. 6 (neu): Für Aufsichtstätigkeiten nach Art. 86 Abs. 1 nRTVG gilt Art. 95 VStrR. Für übrige Verwaltungstätigkeiten gilt Art. 63 VwVG.</p>
<p>Art. 72 Reduktion der Verwaltungsgebühr (Art. 100 RTVG)</p>		
<p>1 Für die Erteilung, Änderung oder Aufhebung einer Konzession für die Veranstaltung eines Radio- oder Fernsehprogramms erhebt die Konzessionsbehörde beim Gesuchsteller 40 Prozent der nach Art. 71 berechneten Verwaltungsgebühr.</p>		<p>Art. 72 Abs. 1 2. Satz (neu): Für Erteilung, Änderungen und Aufhebung von Konzessionen, die von Gesetzes wegen erteilt werden, beträgt die Verwaltungsgebühr höchstens CHF 10'000.-.</p>
<p>2 Für die übrigen Tätigkeiten, ausser im Bereich Aufsicht, erhebt die Aufsichtsbehörde bei den Veranstaltern 75 Prozent der nach Art. 71 berechneten Verwaltungsgebühr.</p>		
<p>3 Die Verwaltungsgebühr kann weiter reduziert werden für</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Programmveranstalter, welchen eine Konzession für die Ausstrahlung eines werbefreien Programms erteilt wurde; b. Programmveranstalter, die nachweisen, dass sie einen Betriebsertrag von weniger als 1 Million Franken haben. Als Betriebsertrag gelten die Einnahmen, die mit der Betriebstätigkeit zusammenhängen, insbesondere Werbe- und Sponsoringeinnahmen sowie Beiträge und Subventionen. 		
<p>7. Titel: Schlussbestimmungen</p>		
<p>Art. 73 Aufhebung bisherigen Rechts</p>		
<p>Die Radio- und Fernsehverordnung vom 6. Oktober 1979 wird aufgehoben.</p>		

Art. 74 Inkrafttreten (Art. 114 Abs. 2 RTVG)		
Diese Verordnung tritt am.....in Kraft.		
Im Namen des Schweizerischen Bundesrates Die Bundespräsidentin: Micheline Calmy-Rey Die Bundeskanzlerin: Annemarie Huber-Hotz		