



CH-2501 Biel, BAKOM, fim

An alle  
lokalen und regionalen  
Radio- und Fernsehveranstalter

Ihr Zeichen:  
Unser Zeichen: 240  
Sachbearbeiter/in:

**Biel, 26. März 2007**

## **Inkrafttreten des revidierten Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG): Wesentliche Neuerungen für lokale/regionale Radio- und Fernsehveranstalter**

Sehr geehrte Damen und Herren

Am kommenden 1. April 2007 treten das total revidierte Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) sowie die Ausführungsbestimmungen in der neuen Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) in Kraft. Dieses Schreiben soll Ihnen aufzeigen, welche Änderungen das neue RTVG für die Veranstalter lokaler und regionaler Radio- und Fernsehprogramme mit sich bringt.

### **1. Veranstalterkonzessionen**

Nach dem neuen RTVG benötigen Programmveranstalter nur noch dann eine Konzession, wenn sie einen Gebührenanteil und/oder einen garantierten Zugang zur drahtlos-terrestrischen Verbreitung beanspruchen (nach Art. 38 bzw. 43 RTVG).

Die Veranstalterkonzessionen für Radio- und Fernsehprogramme nach neuem Recht werden jedoch erst ab ca. Mitte 2008 erteilt werden. Während der **Übergangsphase** bis zur Erteilung dieser neu-rechtlichen Konzessionen können *bisherige* Konzessionen von Radio- und Fernsehveranstaltern verlängert werden.

In dieser Übergangsphase **benötigen** folgende Radio- und Fernseh-Veranstalter weiterhin eine Konzession:

- Radioveranstalter mit UKW-Verbreitung, mit oder ohne Gebührensplitting  
Die Konzessionen diese Veranstalter wurden im Rahmen der UKW-Weisungen vom 27.10.2004 vom UVEK bereits verlängert (bis 5 Jahre nach Inkrafttreten RTVG; mit Kündigungsmöglichkeit). Mit der Konzession verbunden ist das Zugangsrecht zu den UKW-Frequenzen.

- Fernsehveranstalter, die in der Übergangsphase bis zur Erteilung der neuen Konzessionen (mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil) nach bisherigem Recht einen Gebührenanteil für die Jahre 2007-2008 erhalten

Die Konzessionen der Empfänger von Gebührenanteilen nach bisherigem Recht werden vom UVEK automatisch bis Ende 2008 verlängert, damit diese in der Übergangsphase weiterhin einen Gebührenanteil erhalten können.

- Fernsehveranstalter ohne Gebührenanteil, die eine drahtlos-terrestrische Frequenz (im VHF/UHF-Bereich) verwenden

Die Konzessionen dieser Veranstalter werden vom UVEK automatisch bis Ende 2008 verlängert werden, damit das Zugangsrecht zur Frequenz bestehen bleibt.

**Keine Konzession** benötigen in der Übergangsphase die folgenden Radio- und Fernseh-Veranstalter:

- Radioveranstalter ohne UKW-Frequenz (d.h. mit Verbreitung über Leitung und/oder Satellit)

Die Konzessionen dieser Veranstalter laufen weiter bis zu ihrem ordentlichen Ablauf, sofern der Veranstalter nicht vorher ausdrücklich darauf verzichtet (Art. 107 Abs. 1 RTVG).

- Fernsehveranstalter, die nach bisherigem Recht kein Gebührensplitting erhalten, und deren Verbreitung über Leitung / Satellit stattfindet

Die Konzessionen dieser Veranstalter laufen weiter bis zu ihrem ordentlichen Ablauf, sofern der Veranstalter nicht vorher ausdrücklich darauf verzichtet.

Ein Veranstalter, der auf seine weiterlaufende Konzession nach altem Recht verzichten will, muss dies der Konzessionsbehörde schriftlich mitteilen.

Der Verzicht auf die Konzession bewirkt, dass künftig keine Konzessionsabgabe mehr geschuldet ist, allfällige konzessionsrechtliche Leistungsaufträge dahinfallen und das Verbreitungsgebiet frei gewählt werden kann. Zudem können die Veranstalter von Programmen, die im Ausland nicht empfangbar sind (d.h. bei Verbreitung nur über Leitung innerhalb der Schweiz) von grösseren Freiheiten bei der Einfügung und Dauer der Werbung profitieren (*s. Ziffer 5 dieses Schreibens*). Auch sind die Anforderungen an die Melde- und Auskunftspflicht bei Beteiligungen sowie bei der Berichterstattungspflicht wesentlich reduziert.

Die Weitergeltung der Konzession begünstigt andererseits die (wenigen) Veranstalter, die unter dem alten Recht in den Genuss einer Aufschaltungsverfügung nach Artikel 47 Absatz 1 RTVG 1991 gekommen sind. Diese Verfügung bleibt nur wirksam, wenn die altrechtliche Konzession des betreffenden Veranstalters weiterhin gilt. Zwar besteht auch eine Aufschaltungsmöglichkeit nach neuem Recht (Art. 60 RTVG), doch sind die Voraussetzungen für eine zwangsweise Aufschaltung auf bestimmten Leitungsnetzen strenger.

Anzumerken ist, dass Veranstalter nach Verzicht oder Ablauf ihrer Konzession die Meldepflicht nach Artikel 3 Buchstabe a des RTVG erfüllen müssen, wenn sie weiterhin ein Radio- oder Fernsehprogramm veranstalten (*s. nachfolgende Ziffer dieses Schreibens*).

## 2. Meldepflicht

Ab dem 1. April 2007 unterstehen alle Programmveranstalter, die keine Konzession besitzen, der Meldepflicht nach Artikel 3 Buchstabe a RTVG. Welche Angaben dem BAKOM vor dem Sendestart zu melden sind, ist in Artikel 2 des neuen RTVV umschrieben. Es handelt sich um Informationen über den Veranstalter, die verantwortlichen Personen, die Trägerschaft, das Programm und dessen Verbreitung sowie über Kooperationen und Beteiligungen. Diese Informationen, die auch publiziert werden können, erlauben eine klare Identifikation des Programmanbieters und seines Programms, auch vor dem Hintergrund der Medienkonzentration. Es ist denkbar, dass ein meldepflichtiger Veranstalter seinen Sitz im Ausland hat; in diesem Fall muss er über eine Korrespondenz-Adresse in der Schweiz verfügen.

Das Formular für die Meldepflicht finden Sie ab 1. April 2007 auf unserer Internetseite ([www.bakom.ch](http://www.bakom.ch))

### 3. Jahresbericht und Jahresrechnung

#### a) Jahresbericht

Gemäss Artikel 18 des neuen Radio- und Fernsehgesetzes müssen **alle Veranstalter** schweizerischer Radio- und Fernsehprogramme dem BAKOM weiterhin einen Jahresbericht einreichen. Von dieser Pflicht befreit sind lediglich Veranstalter mit einem jährlichen Betriebsaufwand von höchstens 200 000.- Franken (Art. 27 Abs. 1 RTVV).

Der Jahresbericht wird neu mit Hilfe eines **Online-Fragebogens** erhoben. Sie erhalten hierzu anfangs April auf postalischem Weg einen Benutzernamen und ein Passwort, mit dem Sie sich einloggen und den Fragebogen ausfüllen können.

Die Frist zum Ausfüllen des Fragebogens ist der **30. April 2007**.

#### b) Jahresrechnung

Zusätzlich zum Jahresbericht müssen **konzessionierte Veranstalter** eine Jahresrechnung einreichen (Art. 27 Abs. 5 RTVV). Die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) ist wie bisher gemäss unserem Muster-Kontenplan in Papierform einzureichen. Den Muster-Kontenplan finden Sie auf unserer Internetseite ([http://www.bakom.ch/themen/radio\\_tv/marktuebersicht/00527/index.html?lang=de](http://www.bakom.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/00527/index.html?lang=de)).

Wir bitten Sie, uns die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) sowie den Revisorenbericht inkl. genehmigter Jahresrechnung 2006 bis zum **30. April 2007** zuzustellen.

Es ist geplant, die Online-Erhebung ab 2008 auf weitere finanzspezifische Informationen (zum Beispiel in den gesetzlich vorgesehenen Fälle auf die Bilanz und Jahresrechnung nach BAKOM-Kontenplan) auszuweiten; im laufenden Jahr 2007 werden diese Informationen – wo erforderlich – aus Termingründen noch separat erhoben.

Ausserdem informieren wir Sie darüber, dass das BAKOM ab 2008 einen neuen Muster-Kontenplan für lokale und regionale Veranstalter mit einem Gebührenanteil einführen wird. Einen Entwurf des neuen Dokuments werden wir Ihnen im kommenden Mai zur Stellungnahme unterbreiten.

Bitte beachten Sie, dass gemäss Artikel 90 Absatz 2 Buchstabe f RTVG mit einer Sanktion von bis zu 10 000.- Franken belastet werden kann, wer der Pflicht zur Berichterstattung nicht, verspätet oder unvollständig nachkommt.

### 4. Konzessionsabgabe

#### a) Generell

Mit Inkrafttreten des neuen RTVG wird sich auch die Berechnungsbasis der Konzessionsabgabe ändern. Neu müssen neben den Brutto-Werbeeinnahmen zusätzlich die Bruttoeinnahmen aus dem **Sponsoring** deklariert werden, da nun auch diese der Konzessionsabgabe unterliegen (Art. 22 Abs. 2 RTVG). Weiterhin gilt das Vorjahr als Erhebungszeitraum. Das heisst, ausschlaggebend für die Höhe der Konzessionsabgabe 2007 sind die Werbe- bzw. Sponsoring-Bruttoeinnahmen des Jahres 2006.

In der Konzessionsabgabe-Erklärung wird neu die *Eigenwerbung* separat erwähnt und deklariert. Die Erläuterung zur Eigenwerbung finden Sie auf Seite 2 (Punkt 4) der Konzessionsabgabe-Erklärung. Für die Berechnung der Bruttoeinnahmen bleibt die heutige Praxis bestehen.

Wir bitten Sie, die Konzessionsabgabe-Erklärung, welche Sie auf unserer Internetseite finden ([http://www.bakom.ch/themen/radio\\_tv/marktuebersicht/00527/index.html?lang=de](http://www.bakom.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/00527/index.html?lang=de)), ausgefüllt und unterschrieben per Post **bis zum 30. April 2007** an uns zu schicken.

Sofern Sie dies nicht bereits in Zusammenhang mit der Jahresrechnung getan haben, legen Sie aus-

serdem die Jahresrechnung gemäss BAKOM-Kontenplan sowie den Revisorenbericht inkl. genehmigter Jahresrechnung bei.

#### **b) Veranstalter, die weiterhin eine Konzession besitzen**

Veranstalter, deren Konzession nach dem 31. März 2007 verlängert worden ist, sowie Veranstalter, die nicht auf ihre weiterlaufende Konzession verzichtet haben (*vgl. Ziffer 1 dieses Schreibens*), bezahlen die volle Konzessionsabgabe für das Jahr 2007. Als Erhebungsgrundlage herangezogen werden die gesamten Brutto-Werbeeinnahmen des Jahres 2006 sowie 75 % der Brutto-Sponsoringeinnahmen 2006 (da Sponsoring lediglich pro rata von April bis Dezember berücksichtigt wird).

Sollte die Konzession eines Veranstalters im Laufe des Jahres 2007 enden bzw. verzichtet der Veranstalter auf die Konzession, wird die Konzessionsabgabe 2007 im Jahr 2008 vom BAKOM auf Grund der effektiven Einnahmen in einer Schlussrechnung korrigiert werden.

#### **c) Veranstalter, deren Konzession am 31. März 2007 endet**

Veranstalter, deren Konzession am 31. März 2007 endet, bezahlen die Konzessionsabgabe für Januar bis März 2007 pro rata. Als Erhebungsgrundlage herangezogen werden 25 % der Brutto-Werbeeinnahmen des Jahres 2006. Die Abgabe wird im Jahr 2008 vom BAKOM auf Grund der effektiven Einnahmen in einer Schlussrechnung korrigiert werden.

### **5. Neue Regeln bei Werbung und Sponsoring**

#### **a) Unterschiedliche Veranstalter – unterschiedliche Regelungen**

Das neue RTVG kennt verschiedene Kategorien von Veranstaltern, für die auch bei der Finanzierung durch Werbung und Sponsoring unterschiedliche Regelungen gelten. Wer Gebühren erhält und/oder Privilegien im Bereich der Verbreitung oder beim Zugang beansprucht, muss am meisten Einschränkungen dulden, während lediglich meldepflichtige Veranstalter ohne solche Privilegien über weit mehr Freiheiten verfügen. Eine Übersicht verschafft das diesem Schreiben beigelegte Schema. Zuerst müssen Sie sich also klar werden, zu welcher Kategorie von Veranstaltern Sie gehören – erst dann können Sie sich einen Überblick über die Ihnen offen stehenden Möglichkeiten bei Werbung und Sponsoring verschaffen.

#### **b) Werbung: Mehr Freiheiten, neue Formen**

Die Werbevorschriften werden im neuen RTVG für gewisse Veranstalter massiv gelockert. Dazu eröffnet das neue RTVG neue Werbemöglichkeiten.

- Die Bestimmungen über die *Platzierung* der Werbung (Stichwort Unterbrecherwerbung) und die maximale *Werbedauer* wurden an das europäische Niveau angepasst. Mit Blick auf das europäische Recht muss namentlich erwähnt werden, dass der Abstand zwischen zwei Unterbrecherwerbeblöcken sendungsunabhängig mindestens 20 Minuten betragen muss. Dieser Mindeststandard, welcher in Art. 18 Abs. 1 Bst. c für „andere Sendungen“ ausdrücklich vorgeschrieben wird, gilt auch für die in Art. 18 Abs. 1 Buchstaben a und b aufgeführten Sendungen.
- Die SRG SSR wird diesbezüglich auf dem Status Quo behaftet. Veranstalter ohne Konzession, welche ihr Programm nur in der Schweiz verbreiten, unterliegen in dieser Hinsicht nur noch minimalen Einschränkungen. Mehr Informationen entnehmen Sie dem Übersichts-Schema.
- Neu können regionale private Radio- und Fernsehveranstalter, sowie nationale, bzw. sprachregionale Radioveranstalter *Werbung für Bier und Wein* ausstrahlen. Dabei ist aber insbesondere den Anforderungen des Jugendschutzes Rechnung zu tragen. Schweizerische Werbefenster ausländischer Veranstalter, sowie die Fernsehprogramme mit nationaler, bzw. sprachregionaler Ausrichtung (inkl. SRG SSR) sind von dieser Werbemöglichkeit ausgeschlossen. Wollen solche Veranstalter Werbung für alkoholfreie Produkte eines Alkoholproduzenten ausstrahlen, so haben sie sicherzustellen, dass diese keine Werbewirkung für alkoholische Getränke entfaltet.

- **Werbeverbote:** Für alle Veranstalter bleibt Werbung für gebranntes Wasser (inklusive Alcopops) verboten. Das gleiche gilt für Tabakwerbung, politische und religiöse Werbung, sowie für Werbung für rezeptpflichtige Medikamente. In den Radioprogrammen der SRG SSR ist Werbung generell verboten; vorbehalten bleibt das Recht zur Eigenwerbung, die überwiegend der Publikumsbindung dient.
- Alle Sendungen müssen die Grundrechte beachten. Unzulässig sind Ausstrahlungen, welche diskriminierend sind, zu Rassenhass beitragen, die öffentliche Sittlichkeit gefährden, grundlose Gewalttätigkeiten zeigen oder die Menschenwürde missachten. Dieses Verbot gilt insbesondere für Sendungen, welche die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können. Das Verbot ist sowohl in redaktionellen Sendungen als auch in Werbespots zu beachten.
- **Sonderwerbformen:** Den Fernsehveranstaltern stehen neue Werbemöglichkeiten offen. So ist die Werbung auf geteiltem Bildschirm (Split Screen) nun zulässig, sofern die Werbung nach den Vorgaben der RTVV gekennzeichnet wird. Bei Übertragungen von Veranstaltungen, bei denen vor Ort Werbung platziert wird (zum Beispiel Bandenwerbung in Sport-Stadien), ist deren Überblendung mit virtueller Werbung möglich – ein entsprechender Hinweis an die Adresse des Publikums ist erforderlich. Für die SRG SSR bestehen diese beiden Möglichkeiten nur bei der Übertragung von Sportveranstaltungen. Schliesslich lässt die RTVV neu auch die interaktive Werbung im Fernsehen zu.

#### c) **Sponsoring: Status Quo mit punktuellen Änderungen und Präzisierungen**

Im Sponsoring werden die Regeln des RTVG 1991 und die Sponsoring-Praxis des BAKOM weitgehend ins neue Gesetz übernommen. So dürfen Sponsoren weiterhin keine Werbebotschaften platzieren und müssen ihr Engagement transparent machen, was ihnen gleichzeitig die Möglichkeit gibt, ihr Image zu fördern. Neu ist eine *einmalige Sponsornennung* am Anfang oder am Ende der vom Sponsor finanzierten Sendung ausreichend. Strengere Anforderungen gelten beim *Product Placement*, dessen grundsätzliche Zulässigkeit neu in der RTVV festgehalten wird. Werden Produkte eines Sponsors in einer redaktionellen Sendung platziert, so muss zwingend am Anfang der Sendung auf diese Finanzierungsform hingewiesen werden. In Kindersendungen ist Product Placement verboten.

#### d) **BAKOM Informationen und Richtlinien zum neuen RTVG**

Wir freuen uns, wenn Sie die Website des BAKOM ([www.bakom.ch](http://www.bakom.ch)) besuchen. Diese wird am 1. April 2007 den neuen gesetzlichen Grundlagen angepasst und enthält eine Reihe wissenswerter Informationen - natürlich auch im Bereich Werbung und Sponsoring. So können Sie die Gesetzes- und Verordnungstexte herunterladen und allgemeine Ausführungen zu Werbung und Sponsoring konsultieren, welche der neuen Gesetzgebung angepasst worden sind. Der Text der bestehenden Sponsoring-Richtlinien des BAKOM vom Juni 1999 wurde auf den Stand der neuen gesetzlichen Grundlagen gebracht. Eine umfassende Revision der Sponsoring-Richtlinien ist ebenfalls geplant. Da das BAKOM neu auch für den Werbebereich eine Richtlinie ins Auge fasst und zuerst praktische Erfahrungen mit den neuen Gesetzes- und Verordnungsbestimmungen gesammelt werden sollen, ist diese umfassende Revision der BAKOM-Richtlinien erst für das letzte Quartal von 2007 projektiert.

Das BAKOM plant, seine Praxis im Bereich Werbung und Sponsoring in Zukunft vermehrt auf elektronischem Weg (z.B. durch Newsletter) zu kommunizieren. Damit wir Sie immer auf dem neusten Stand halten können, bitten wir Sie, uns eine E-Mail Adresse zukommen zu lassen, an die wir Ihnen solche Informationen schicken können. Sie können uns diese Adresse an unser allgemeines Postfach: [artv@bakom.admin.ch](mailto:artv@bakom.admin.ch) mailen. An diese E-Mail Adresse können Sie sich weiterhin auch mit Ihren konkreten Fragen zu Werbung und Sponsoring richten. Ausserdem stehen Ihnen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch für telefonische Auskünfte zur Verfügung. Wir bitten Sie aber zu berück-

sichtigen, dass nach dem Inkrafttreten der neuen gesetzlichen Grundlagen mit einem deutlichen Anstieg der Anfragen und damit auch mit Verzögerungen bei deren Beantwortung gerechnet werden muss.

Mit freundlichen Grüßen

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Matthias Ramsauer'.

Matthias Ramsauer  
Vizedirektor

Beilage: Übersichts-Schema zu den Werbe- und Sponsoringbestimmungen des neuen RTVG