



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Zukunftsstrasse 44
Postfach 252
2501 Biel

Zürich, 07. Februar 2018

Vernehmlassungsverfahren zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) - Stellungnahme des Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) bedankt sich für die Einladung zur Vernehmlassung zu der oben erwähnten Verordnung.
Folgende grundsätzliche Bemerkungen haben wir zum Vernehmlassungsentwurf:

Grundsätzliche Überlegungen

In der vorliegenden Revision der RTVV werden unter anderem Grundlagen für die zielgruppenspezifische Werbung geschaffen und zwar für private Anbieter wie auch für die SRG.

Mögliche Werbeformen und -volumina bei der SRG beurteilt das SSM immer im Verhältnis zum Finanzbedarf, der für die Erfüllung des Programmauftrags nötig ist. Grundsätzlich wäre es vorstellbar, den ganzen Etat allein über Gebühren zu finanzieren. Bei einer Finanzierung AUCH über Werbung sollen aber formale Grenzen beachtet werden, durch welche die Art der Werbung der SRG (Volumen und Form) sich von kommerziellen Sendern unterscheidet. Aus dieser Optik („Unterscheidbarkeit“) ist das SSM gegenüber zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG skeptisch, aber nicht absolut ablehnend. Entscheidend ist, wie Zielgruppen definiert und erhoben werden. Eine Verwertung von individuell erhobenen Nutzungsdaten lehnt das SSM ab.

Die Einführung zielgruppenspezifischer Werbung bei der SRG, lässt private Veranstalter befürchten, dass die SRG in den regionalen Werbemarkt einsteigt. Die vorliegende Revision will dies verhindern, was das SSM unterstützt.

Unter dem Titel *Massnahmen zur Qualitätsförderung* soll die rechtliche Grundlage für eine direkte Unterstützung der schweizerischen Depeschagentur SDA geschaffen werden. Mit Blick auf die neusten Ereignisse bei der SDA steht das SSM dieser Absicht sehr kritisch gegenüber.

Das SSM empfiehlt zudem die Einführung einer weiteren Massnahme zur Qualitätsförderung und die Wiedereinführung der Quartalsrechnung als Standardrechnung für die Haushaltsabgabe.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Zu den einzelnen Bestimmungen

Zielgruppenspezifische Werbung

Das SSM begrüsst die Meldepflicht für zielgruppenspezifische Werbung. Die Herstellung der Transparenz ist allerdings nur gegeben, wenn die entsprechenden Angaben interessierten Kreisen, zumindest auf Anfrage, zugänglich gemacht werden.

Art. 2 Abs. 1 Bst. a^{bis}: keine Bemerkungen.

Art. 18 Abs. 3^{bis} und 7: keine Bemerkungen.

Art. 22 Abs. 1^{ter}: Im erläuternden Bericht wird dargelegt, dass das Ziel der vorliegenden RTVV sei, der SRG aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen, auch im Bereich der zielgruppenspezifischen Werbung, Werbebeschränkungen aufzuerlegen. Die gewählte Formulierung ist aber nicht eindeutig genug. Das SSM verlangt daher, dass sie entsprechend angepasst wird, damit der Werbebereich der konzessionierten regionalen Radio- und TV-Stationen tatsächlich geschützt werden kann.

Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c: Keine Bemerkungen.

Art. 27 Abs. 2 Bst. f^{bis}: keine Bemerkungen.

Art. 35a: keine Bemerkungen.

Art. 51a: keine Bemerkungen.

Verbesserungen für Menschen mit Sinnesbehinderungen

Als Service Public Leistungserbringerin steht die SRG in der Pflicht ihr Programm möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen, insbesondere auch Personen mit Sinnesbehinderungen. Das SSM ist zwar einverstanden mit dem schrittweisen Ausbau des Angebotes für sinnesbehinderte Personen, fordert aber, dass als Ziel 100% festgelegt wird. Der Fokus soll dabei nicht primär auf Audio-Beschreibung sondern auf Zugänglichkeit gelegt werden.

Art.7 Abs. 1: Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) ist verpflichtet den Anteil untertitelter Beiträge sowohl im Fernsehprogramm als auch bei den Angeboten, die nur im Internet verfügbar sind in jeder Sprachregion, auf drei Viertel 100 Prozent des jeweiligen Programms oder Angebots der gesamten Sendezeit ihrer redaktionellen Sendungen auszubauen (..).

Art.7 Abs. 3: Die SRG ~~bereitet~~ **macht** die Sendungen, die in den ersten Fernsehprogrammen zwischen 18 und 22.30 Uhr ausgestrahlt werden, so weit als möglich ~~mit Audio-Beschreibung~~ **auf zugänglich**. Der Ausbau kann schrittweise erfolgen.

Art.7 Abs. 4: keine Bemerkungen.

Abgabenüberschüsse

Art. 40 Abs. 1 und 2: keine Bemerkungen.



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

Unterstützung der SDA

Eine Unterstützung der SDA via Gebührenanteil entspricht einer Empfehlung der EMEK und ist als Investition in die gemeinsame Infrastruktur der Schweizer Medien zu verstehen. Das SSM begrüsst diese geplante Massnahme grundsätzlich.

Vor dem Hintergrund der jüngsten Entwicklungen, namentlich dem geplanten massiven Stellenabbau und der Fusion mit Keystone, steht das SSM der geplanten Unterstützung der SDA aber sehr kritisch gegenüber.

Die SDA ist eine Aktiengesellschaft, die grundsätzlich keine Gewinnzwecke verfolgt. Dank den Gewinnen der letzten Jahre besitzt sie eine hohe Eigenkapitalquote. Es scheint geplant zu sein, einen Teil des Eigenkapitals der SDA vor dem Vollzug der Fusion mit Keystone an die Aktionäre auszuschütten. Dies ist besonders stossend, da die SDA-Führung jüngst beschlossen hat, einen massiven Stellenabbau vorzunehmen. Bis vor Kurzem zeigte sie sich sehr entschlossen, diesen rigoros und ohne Einbezug der betroffenen Personen und/oder ihrer gewerkschaftlichen Vertretung durchzuziehen. Verhandlungsergebnisse aus kürzlich aufgenommenen Gesprächen sind erst nach Ablauf der Vernehmlassungsfrist zu erwarten. Durch die Fusion mit Keystone wird die SDA neu strukturiert. Die österreichische Agentur APA wird mit 30% Aktienanteil zur grössten Teilhaberin. Es scheint vorgesehen, dass die neue SDA-Keystone zumindest an die APA Gewinn ausschütten muss. Eine Gebührenzahlung an ein Unternehmen, welches gleichzeitig Gewinne an Aktionäre ausschüttet, ist für das SSM nicht akzeptabel.

Das angekündigte Kürzungsprogramm stellt in Frage, ob die SDA in Zukunft überhaupt noch in der Lage sein wird, ihre Dienstleistungen in allen Sprachregionen in angemessener Qualität anzubieten.

Sollte es zu einer Unterstützung der SDA via Gebührenanteil kommen, ist der Abschluss einer Leistungsvereinbarung wie in Art. 44a vorgeschlagen für das SSM zwingend. Diese Leistungsvereinbarung muss detailliert ausgestaltet werden und enthält einen Passus zur Sozialpartnerschaft. Die SDA schliesst zusammen mit dem Personal respektive seinen Vertretern einen Gesamt- oder Firmenarbeitsvertrag ab.

Die Leistungsvereinbarung muss zudem zwingend festhalten, dass die Gebührenanteile

- nicht zur Gewinnausschüttung verwendet werden dürfen,
- nicht ins Ausland fliessen,
- zum Informationsauftrag in allen Landessprachen eingesetzt werden (Service Public).

Gemäss erläuterndem Bericht sollen, die lokal-regionalen Bedürfnisse in den Vordergrund gestellt werden. Dies befürwortet das SSM sehr.

Weitere Massnahme zur Qualitätsförderung

Als weitere Massnahme zur Qualitätsförderung schlägt das SSM vor, einen zusätzlichen Gesetzesartikel zur Finanzierung des Schweizerischen Presserates aufzunehmen (analog zur Förderung der SDA).

Massnahme zur besseren Akzeptanz der Empfangsgebühr resp. Haushaltsabgabe

Das SSM erachtet die aktuelle Revision als die vermutlich letzte Gelegenheit vor dem Systemwechsel eine konsumentenfreundlichere Regel für die Abrechnung der Empfangsgebühr und späteren Haushaltsabgabe einzuführen. Diese Massnahme könnte die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber der Gebühr deutlich erhöhen.

Die heutige RTVV sieht sowohl für die Billag wie auch für die neue Erhebungsstelle Serafe nach dem Wechsel zur Haushaltabgabe als Standard eine jährliche Rechnung vor. Eine



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat
suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass
media ■ Sindicat svizzer dals meds da massa

quartalsweise Abrechnung ist zwar möglich. Die Konsumentinnen und Konsumenten müssen diese aber erstens ausdrücklich verlangen und zweitens dafür einen Zuschlag von CHF 2.00 pro Dreimonatsrechnung zahlen. Wir erachten dies als sehr unglückliche und konsumentenunfreundliche Regelung. Daher schlagen wir folgende Anpassungen vor:

Art. 58

¹ Die Erhebungsstelle erhebt die Haushaltabgabe für eine Abgabeperiode von jeweils ~~einem Jahr~~ drei Monaten. Sie legt den Beginn der Abgabeperiode gestaffelt fest.

² Jede abgabepflichtige Person kann für den Haushalt, dem sie angehört, ~~Dreimonatsrechnungen~~ Jahresrechnungen verlangen.

³ Die Erhebungsstelle stellt die Rechnung jeweils im ersten Monat der Rechnungsperiode zu.

⁴ Für die Rechnungsstellen stützt sich die Erhebungsstelle auf die Haushaltbildung, welche der Erhebungsstelle zu Beginn des ersten Monats der Abgabeperiode nach Artikel 67 Absatz 3 mitgeteilt wurde.

Art. 60

¹ Die Erhebungsstelle kann folgende Gebühren in Rechnung stellen:

a ~~für jede Dreimonatsrechnung einen Zuschlag für die Rechnungsstellung in Papierform Franken 2.-~~

b a für eine Mahnung Franken 5.-

c b für eine zur Recht angehobene Betreibung Franken 20.-

² unverändert

Art. 60a

¹ Die Gebührenerhebungsstelle erhebt die Empfangsgebühren ~~jährlich~~ jeweils für drei Monate. Die gebührenpflichtige Person kann eine ~~quartalsweise~~ jährliche Erhebung verlangen.

² Die Gebührenerhebungsstelle legt die Rechnungsperiode für die Jahresrechnung gestaffelt fest.

³ Sie stellt die Rechnung frühestens zu folgenden Zeitpunkten:

a bei Jahresrechnungen: im zweiten Monat der Rechnungsperiode

b bei Quartalsrechnungen: im ersten Monat der Rechnungsperiode

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Freundliche Grüsse

Schweizer Syndikat Medienschaffender

Jérôme Hayoz
Zentralsekretär
Schweizer Syndikat Medienschaffender

Melanie Berner
Verantwortliche Fachsekretärin Medienpolitik
Schweizer Syndikat Medienschaffender