



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

# **Vernehmlassungsantwort zur Anhörung RTVV von Radio Ri**



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

## 1. Vorbemerkung

Grundsätzlich schiessen wir uns der Stellungnahme des Verbands Schweizer Privatradios an, möchten es aber nicht versäumen unsere Anliegen in den folgenden Punkten an Sie heranzutragen mit der Bitte diese entsprechend abzuändern.

## 2. Bemerkungen zu den Artikeln

### 2.1. Geltungsbereich

#### 2.1.1. Artikel 1: Angebote von geringer publizistischer Tragweite

Die geringe publizistische Tragweite ist nicht nur mit einer Messung der Anzahl von möglichen Empfangsgeräten verbunden. Vielmehr ist die publizistische Tragweite eine Frage der Drittebenenwirkung. Wie pflanzt sich das publizistische Produkt fort. Wer nutzt und verbreitet es weiter. Das sind die entscheidenden Fragen. Ansonsten keine Bemerkung.

### 2.2. Veranstaltung von Programmen

#### 2.2.1 Art. 2: Meldepflicht

Sowohl in lit. f, g und h sind wohl nur Beteiligungen an Medienunternehmen gemeint. Alles andere geht das BAKOM wohl nichts an. Es kann nicht sein, dass die Beteiligung an einer Schraubenfabrik offen gelegt werden muss. Ansonsten keine Bemerkungen.

#### 2.2.2 Art. 9: Information in Krisensituationen

Diese Regelung ist grundsätzlich praxisfremd. Im Aargau hat Radio Argovia mit dem Kanton einen Vertrag, im Wallis ist Radio Rottu im Krisenstab mit eingebaut und Bestandteil des selben. Priorität kann lediglich das meistgehörte Radio in einer Region haben und nicht einfach das erste Radioprogramm der SRG. Wer hört in Gondo schon DRS 1? Wer hört im Engadin DRS 1. Es geht hier nicht um eine gesetzgeberische Festlegung der Priorität. Es geht hier um eine möglichst reibungslose und lückenlose Information der Bevölkerung. Also müssen die Krisenstäbe vor Ort entscheiden, welches Medium nun ihr Medium zur Information der Bevölkerung ist.



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

## 2.3. Werbung und Sponsoring

### 2.3.1 Art. 10: Begriffe

Es ist eine vom Gesetzgeber nicht gewollte Bevorzugung der SRG SSR idée suisse, dass für andere Programme der nämlichen Unternehmung Programmhinweise für den anderen Sender gemacht werden dürfen und dies stellt dann in der Folge keine Werbung dar. In der Expace Media Group ist Tele Bärn, CapitalFM und Canal 3 nicht in der gleichen Unternehmung, nur Holding, ergo gelten die gegenseitigen Programmhinweises als Werbung. Dies ist eine Bevorzugung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die der Gesetzgeber so nicht wollte. Das Ansinnen des Gesetzgebers ist es, dass die SRG wohl Programmhinweise von DRS 1 auf DRS 2 machen dürfe. Das die SRG-Radios aber keine Werbung machen dürfen, so ist dies explizit zu erlauben. Problematisch ist aber bei den Privaten nicht die eigentliche Klassierung in Werbung. Problematisch sind die Folgen davon: jegliche Gebühren, die umsatzabhängig sind wie Swissperform, IFPI, Suisa sowie die Mehrwertsteuerproblematik. Wenn Radio Ri auf Programm bei Tele Ostschweiz hinweist und umgekehrt, so ist dies für den jeweiligen Sender immer ein Mehrwert und damit auch abgabepflichtig, obschon nichts eingenommen wurde.

### 2.3.2 Art. 11: Erkennbarkeit der Werbung

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

### 2.3.3. Art. 17: Einfügung der Werbung

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



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

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

Das BAKOM versucht nun die Hürden auf dem Weg der Hintertüre für die Gebührenradios unendlich hoch schrauben zu wollen, da die vom Gesetzgeber beschlossenen 4 % vom BAKOM nie akzeptiert wurden.

#### **2.3.4. Art. 18: Dauer der Werbung**

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

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

**Der Gesetzgeber wollte mit seiner Gebührensplittngregelung die wirtschaftlichen, topografischen und Dichte der Bevölkerung ausgleichen.**

Und nicht asymmetrische Werbebestimmungen. Falls diese eingeführt würden, hätten die Gebührenradios noch mehr Nachteile und es würde sich aus den „schlechten“ Gebieten noch weniger Umsatz generieren lassen.

#### **2.3.5. Art. 21: Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG**

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



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

## 2.4. Konzessionsabgabe

### 2.4.1. Art. 31: Erhebung der Konzessionsabgabe

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

## 2.5. Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag

### 2.4.2. Art. 33: Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme

Auf dem Schleichweg werden nun die Ausbildungsradios, welche auch Werbung und Sponsoring haben, sowie in Werbepools sind, den nicht gewinnorientierten Radios zugeschlagen. Dies ist schlicht absurd. Radio Toxic.fm ist im Swiss Radio Pool und damit ganz klar ein kommerzielles Radio. Wenn auch klein, so doch kommerziell. Diese Art Radios sind klar und deutlich den kommerziellen Sendern zuzuordnen. Der Artikel ist dahingehend zu ändern.

### 2.4.3. Art. 35: Versorgungsgebiete

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

**Die Erteilung der Konzession „frühestens in der ersten Hälfte 2008“- und damit das Auszahlen von höheren Gebührenanteilen ist für Radio Ri existenzbedrohend und deshalb zu spät . In Gebieten wie in jenem von Radio Ri ist das Erteilen der Konzession früher möglich, da keine Probleme bezüglich der Definition des Verbreitungsgebiets zu erwarten sind.**



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

#### 2.4.4. **Art. 36: Gebührenanteile**

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

Der Gesetzgeber hat die schwierige Situation kleinerer Radioveranstalter in Berg- und Randregionen erkannt. Er wollte mit dem Festschreiben des Gebührenanteils auf 4% die Situation von Stationen wie Radio Ri eine ist, nachhaltig verbessern.

Die Begrenzung des Festschreibung des Gebührensplittings auf 30% (bisher 25%) des Umsatzes kann nie helfen die Situation dieser Radios gemäss dem Willen der Parlamentarier zu verbessern.

Es soll kein Unterschied zwischen TV und Radio gemacht werden. Deshalb auch für Radios 50%. Der Satz, dass „mit einem Fernsehprogramm nicht im selben Verhältnis ein zusätzlicher Werbe- und Sponsoringenertrag erzielt werden kann“ stimmt für die kleinen Radiostationen in Randregionen nicht.

Für uns sehr wichtig ist der Absatz 1 von Artikel 36: „keine signifikante Erhöhung Anzahl der bezugsberechtigten Veranstalter“. Gemäss dem Willen des Gesetzgebers sollen die bisherigen Veranstalter klar mehr Geld erhalten.

**Wir bitten 30% durch 50% zu ersetzen und die folgende Ergänzung bei a wie auch bei b anzubringen:**

**Beim Bestimmen des Prozentanteils eines Veranstalters wird auf die Konkurrenzsituation und die Marktsituation der andern Veranstalter im Gebiet Rücksicht genommen.**

#### 2.4.5. **Art. 39: Konzessionierungsverfahren**

Grundsätzlich ist eine Dauer für das Konzessionierungsverfahren einzuführen. Der Gesuchsteller muss innert nützlicher Frist eine verbindliche Zu- oder Absage haben. Es darf sich nicht wie heute im Fall vom Zürcher Jugendlradio über Jahre hinweg erstrecken. Dies ist insbesondere für künftige Arbeitnehmer bei einem solchen Radio unzumutbar. Ergo ist ein Frist von 12 Monaten als angemessen einzuführen.



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

**2.4.6. Art. 40: Konzessionen von kurzer Dauer**

Es ist schon erstaunlich, dass es für eine kurze Veranstaltungsdauer eine Konzession braucht, nicht so aber für eine dauerhafte Sendetätigkeit eines Veranstalters, der keine Gebühren erhält. Eine Verschärfung dieser Anforderungsvorschriften im leichteren Fall ist nicht einzusehen. Dieser Passus ist gänzlich zu ändern.

**2.5. Übertragung und Aufbereitung von Programmen; Allgemeine Bestimmungen**

**2.5.1. Art. 42: Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste**

Insbesondere Absatz 1 muss dahingehend ergänzt werden, dass das BAKOM die Liste der gekoppelten Dienste jederzeit ergänzen kann (Delegationsnorm).

**2.6. Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen (Art. 45)**

Dem Grundsatz, dass für die Erlangung eines Beitrages der durchschnittliche Betriebsaufwand eines Veranstalters pro versorgte Person massgebend sein soll, kann zugestimmt werden. Der Ansatz der Beitragsberechtigung ist aber schlicht falsch. Der Durchschnittswert hat hier nichts verloren. Es gibt keine vergleichbaren Topografien. Wenn für das Rheintal, Radio Ri, für 80'000 Einwohner und Einwohnerinnen 10 Sender zur Versorgung notwendig sind, dann ist dies topografisch bedingt und hat nichts mit dem Durchschnittswert der anderen Veranstalter zu tun.

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

Zudem ist für die Gebührenradios nicht klar, welche Verbreitungstechnologie sie anwenden müssen.



Radio Ri AG  
Bahnhofstrasse 14  
9470 Buchs

## 2.7. Verbreitung über Leitungen

### 2.7.1. Art. 48: Programme ausländischer Veranstalter

Nach wie vor ist störend, dass ausländische Programme besser gestellt werden sollen als Schweizer Programme. Schweizer Programme mit schweizerischem Inhalt müssten den ausländischen Programmen mit schweizerischem Inhalt mindestens gleichgestellt werden (BV 4).

## 2.8. Schutz der Vielfalt und Förderung der Programmqualität; Zugang zu öffentlichen Ereignissen

### 2.8.1. Art. 67: Freier Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen

Die Definition des freien Zugangs wird der Realität nicht gerecht. Es kann nicht sein, dass im Falle von einer Empfangbarkeit von mindestens 80 % der Haushalte, der freie Zugang gewährt werden muss. Also hätte man bei der Fussball-WM freien Zugang?

Buchs den 17. August 2006

Radio Ri AG

Max Müller  
Geschäftsführer

Reinhard Walser  
Präsident des Verwaltungsrats