



## **EINSCHREIBEN**

BAKOM  
Herrn Direktor Dr. Martin Dumermuth  
Zukunftstrasse 44  
Postfach  
2501 Biel

Zürich/Lugano, 17. August 2006

## **Anhörung RTVV – Stellungnahme VSP und TELESUISSE**

Sehr geehrter Herr Dumermuth

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit, innerhalb der Anhörung zum Entwurf der RTVV eine Stellungnahme abgeben zu dürfen.

VSP und TELESUISSE haben in der Entwicklung des neuen RTVG intensiv zusammengearbeitet und haben diese Kooperation in der Anhörung zur RTVV weitergeführt. Unsere Position wurde gemeinsam mit den Mitgliedern beider Verbände erarbeitet.

Wir möchten betonen, dass auch für uns die angekündigte Inkraftsetzung des neuen RTVG auf den 1. April 2007 oberste Priorität geniesst. Nach Inkrafttreten des Gesetzes erwarten wir, dass die Ausschreibungen der neuen Konzessionen gemäss Absatz 5 des erläuternden Berichtes unverzüglich stattfinden.

Insbesondere in Regionen, wo sich bezüglich Gebietsverteilung keine Probleme ergeben, bitten wir um eine rasche Konzessionierung. Wir gehen ausserdem davon aus, dass die entsprechenden Gebührenanteile gemäss Art 40 RTVG den Anspruchsberechtigten ab Inkrafttreten des neuen Gesetzes zur Verfügung stehen.

Inhaltlich betreffen unsere Prioritäten folgende Artikel des RTVV-Entwurfs:

### **Art. 36/1a**

*Wir bitten, 30% mit 50% zu ersetzen und folgende Ergänzung bei a wie auch b anzubringen:  
„Beim Bestimmen des Prozentanteils eines Veranstalters wird auf die Konkurrenzsituation und die Marktsituation der anderen Veranstalter im gleichen Versorgungsgebiet Rücksicht genommen.“*

### **Art. 36/2**

*Wir bitten folgendes zu ergänzen:  
„Nach Änderung der Besitzesverhältnisse, bei Beteiligung durch ein gebührenunterstütztes Unternehmen an anderen Unternehmen der gleichen Branche und bei Änderung der Konzession muss das Departement früher als 5 Jahre eine Überprüfung durchführen.“*

### **Art. 41-42**

Das Resultat der Arbeitsgruppe "Signalintegralität", insbesondere im Sinne der Veranstalter (SRG und Private), soll im Artikel 41-42 summarisch einfließen.

### **Ergänzendes Anliegen:**

Für die nach Art. 59, Abs. 3 in ausreichender Qualität unentgeltlich zu verbreitenden Programme (nach Art 59, Abs 1) gilt dies nicht nur für analoge sondern auch zusätzlich für digitale Verbreitung.

### **Grundsätzliche Bemerkungen zu Art. 64-66**

Das Recht auf Kurzberichterstattung ist vor allem für die Regional-TV-Stationen existenziell. Mit der geplanten Reduktion von 3 Minuten auf 90 Sekunden werden die Möglichkeiten der Sender stark verkleinert. Umso wichtiger ist es deshalb, die Zugangsrechte so zu regeln, dass auch diese Sender die Möglichkeit einer möglichst eigenständigen Berichterstattung haben. Für eine publizistisch eigenständige Berichterstattung ist das Recht des "physical access" unverzichtbar. Dieser muss deshalb grundsätzlich gewährleistet sein.

Bei der Zuteilung des "physical access" ist überdies die regionale Nähe eines Senders zum betreffenden Ereignis zu berücksichtigen. Dies ist momentan im Art. 65 nicht der Fall. Zudem sind die gesetzten Vorlaufzeiten und Fristen in der Realität nicht umsetzbar (Bsp. Eishockey-Playoff) und die in Art. 66 Abs. 2 festgehaltenen

Die Entschädigungspraxis ist zu wenig konkret formuliert. Wir beantragen deshalb die Art. 65 und 66 dementsprechend anzupassen.

### **64/1**

Wir bitten, die „90 Sekunden“ durch „180 Sekunden“ zu ersetzen.

### **65/1**

Wir bitten, 65/1 umzuformulieren:

„Verlangen Drittveranstalter für die Berichterstattung direkten Zugang zum öffentlichen Ereignis, so haben sie sich frühzeitig vor dem Ereignisbeginn anzumelden. Der direkte Zugang ist grundsätzlich zu gewähren, ausser wenn klare technische Gegebenheiten dies nachweislich verunmöglichen. Der Organisator des öffentlichen Ereignisses und der über Erstverwertungs- oder Exklusivrechte verfügende Programmveranstalter entscheiden so frühzeitig vor Ereignisbeginn über den Zugang, sodass die Drittveranstalter sein Publikum mit genügender Vorlaufzeit orientieren kann. Die Organisatoren des öffentlichen Ereignisses räumen in erster Linie denjenigen Drittveranstaltern Vorrang ein, die einen regionalen Bezug zum Ereignis haben, in zweiter Priorität jenen, die eine möglichst umfassende Versorgung in der Schweiz gewährleisten.“

### **66/2**

Wir bitten, folgende ergänzende Formulierung zu übernehmen:

„..... Diese beinhalten ausschliesslich die durch den Zugang zum Signal oder die entsprechende Aufzeichnung direkt entstandenen und transparent ausgewiesenen Mehrkosten.“

Alle unsere weiteren Anliegen entnehmen Sie bitte der Beilage. Wir stehen Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung und danken Ihnen und Ihren Mitarbeitern herzlich für die Berücksichtigung unserer Anliegen und Vorschläge.

Mit freundlichen Grüssen

**VERBAND SCHWEIZER PRIVATRADIOS**

**TELESUISSE**

Jürg Bachmann, Präsident

Filippo Lombardi, Präsident

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 2</b> Meldepflicht (Art. 3 Bst. a RTVG)</p> <p><sup>1</sup>Meldepflichtige Veranstalter haben dem Bundesamt insbesondere folgende Angaben zu liefern:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Name des Programms sowie Grundzüge des Programminhalts;</li> <li>b. Name des redaktionell Verantwortlichen;</li> <li>c. Wohnsitz bzw. Sitz des Veranstalters (einschliesslich Zustelldomizil in der Schweiz);</li> <li>d. Angaben, die dem Publikum eine rasche und unkomplizierte Kontaktaufnahme mit dem Veranstalter ermöglichen (insbesondere das elektronische Postfach und die Webadresse);</li> <li>e. Art und Gebiet der technischen Verbreitung;</li> <li>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;</li> <li>g. Identität der Mitglieder des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung und deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen;</li> </ul>	<p><b>2/1 f</b></p> <p><b>Wir bitten .... sowie deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen... zu streichen</b></p> <p><b>2/1 g</b></p> <p><b>Wir bitten .... und deren Beteiligung von mindestens 20 Prozent an anderen Unternehmen ... zu streichen</b></p> <p>Begründung: Die Bekanntgabe von Beteiligungen an anderen Unternehmen ist nicht relevant und nicht datenschutzkonform. Wenn schon, dann eine Offenlegung der Beteiligungen an anderen Medienunternehmungen.</p>
<p><b>Art. 8</b> Bekanntmachungspflichten (Art. 8 Abs. 1 - 3 RTVG)</p> <p><sup>1</sup>Dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen können anordnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. die zuständigen kantonalen Behörden bei Ereignissen, für deren Bewältigung die Kantone zuständig sind;</li> <li>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).</li> </ul> <p><sup>2</sup>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><b>8/3</b></p> <p><b>Wir bitten, den Satz wie folgt zu ergänzen:</b></p> <p><b>Sämtliche Veranstalter..... sowie Hinweise auf Sirenentests. Es ist Sache der Behörden, dass die ausstrahlenden Bekanntmachungen zum Veranstalter gelangen.</b></p>
<p><b>Art. 9</b> Information in Krisensituationen (Art. 8 Abs. 4 RTVG)</p> <p><sup>1</sup>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><sup>2</sup>Die Bundeskanzlei gewährleistet, dass die nicht zugelassenen Programmveranstalter unverzüglich und unentgeltlich Zugang zum entsprechenden elektronischen Rohmaterial der SRG erhalten.</p>	<p><b>9/1</b></p> <p><b>Wir bitten .. die ersten Radioprogramme der SRG, sowie die im Gebiet konzessionierten Privatradios, Vorrang. ... zu ergänzen</b></p> <p>Begründung: Gerade bei Krisensituationen haben die Privatradios mehrmals bewiesen, wie wichtig ihre Informationsleistungen für die Bevölkerung sind. Diese Leistungen wurden sowohl von den Krisenstäben, wie auch von den Kantonsregierungen immer wieder gelobt (Beispiel: Radio Rottu).</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 10</b>      <b>Begriffe</b>                      (Art. 10 Abs. 3; Art. 2 Bst. k und o RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. der Veranstalter diese Werbewirkung beabsichtigt und</li> <li>b. das Publikum hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irregeführt werden kann.</li> </ul> <p><sup>2</sup> Nicht als Werbung gelten namentlich</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hinweise auf das Programm, in welchem sie ausgestrahlt werden;</li> <li>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;</li> <li>c. ohne Gegenleistung ausgestrahlte Hinweise auf Begleitmaterialien, die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden.</li> </ul>	<p><b>10/1</b>  <b>Wir bitten, 10/1 ersatzlos zu streichen.</b></p> <p>Begründung: Der im RTVG definierte Werbebegriff (Art. 2) und auch die zusätzlichen in der Verordnung gemachten Ausführungen im Bereich "product placement" reichen aus um Kontrolle und Korrektheit der Abläufe sicherzustellen.</p> <p><b>10/2 b</b>  <b>Wir bitten folgende Formulierung zu übernehmen:</b></p> <p><b><i>Hinweise auf Sendungen in anderen Programmen des gleichen Unternehmens, der gleichen Holding oder in Sendern, welche publizistisch vernetzt sind und die inhaltlich ....</i></b></p> <p><b>10/3</b>  <b>Wir bitten, gemäss Art 21 folgende Ergänzung aufzunehmen:</b></p> <p><b><i>Hinweise auf Anlässe, für welche Medienpartnerschaften eingegangen werden, 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 Anlasses eine Zusammenarbeit besteht.</i></b></p> <p>Begründung:                      Auch die privaten Veranstalter dürfen Medienpartnerschaften wie die SRG Art 21/6 als Eigenwerbung deklarieren</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 11</b> Erkennbarkeit der Werbung (Art. 9 Abs. 1 und 2 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> In sich geschlossene Werbesendungen im Fernsehen, welche länger als 60 Sekunden dauern, müssen durchgehend und deutlich erkennbar als Werbung gekennzeichnet sein.</p> <p><sup>3</sup> In sich geschlossene Werbesendungen am Radio, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, dürfen nicht länger als 60 Sekunden dauern.</p> <p><sup>4</sup> 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><b>11/1</b> <b>Wir bitten..... von den anderen Programmteilen zu Beginn durch ein ..... zu ergänzen</b></p> <p>Begründung: Es reicht, wenn zB im Radio ein Werbesignet den Werbeblockanfang markiert, denn nach einem Werbeblock kommt meistens Musik oder dann klar erkennbare Sendeverpackungen.</p> <p><b>11/3</b> <b>Wir bitten, 11/3 zu streichen</b></p> <p>Begründung: Am Fernsehen können längere Werbesendungen mit einem Einblender erkennbar gemacht werden. Bloss weil dies am Radio aus systembedingten Gründen nicht möglich ist, darf das Radio diesbezüglich nicht benachteiligt werden. Es muss auch am Radio möglich sein, sogenannte Publireportagen oder verkaufte Produktepräsentationen (z.B. Autotests) auszustrahlen. Die Radiohörer sind mündig genug, ein Publireportagen o.ä. als solche zu erkennen, wenn die entsprechende Deklaration am Anfang und am Schluss der Sendung stattfindet. Allenfalls wäre eine wiederholte Deklaration nach 180 Sekunden (3 Minuten) akzeptierbar, falls ein solches Gefäss diese Länge überschreitet. Es ist jedoch davon auszugehen, dass ein solches Gefäss selten länger als 2 Minuten ist.</p>
<p><b>Art. 12</b> Werbung auf geteiltem Bildschirm (Art. 9 Abs. 1 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Werbung darf während der Ausstrahlung des übrigen Programms auf einem Teil des Bildschirms eingefügt werden, sofern:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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;</li> <li>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;</li> <li>c. die Werbung sich auf die optische Darstellung beschränkt;</li> <li>d. die Rechte von Rechteinhabern nicht verletzt werden.</li> </ul> <p><sup>2</sup> Die Werbung auf geteiltem Bildschirm wird der Werbezeit im Sinne von Artikel 18 dieser Verordnung angerechnet.</p> <p><sup>3</sup> Ausgeschlossen ist die Werbung auf geteiltem Bildschirm in Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, in Kindersendungen sowie während der Übertragung von Gottesdiensten.</p>	<p><b>12/c</b> <b>Wir bitten 12/c ersatzlos zu streichen</b></p> <p>Begründung: Splitscreen-Werbung auch mit akustischer Komponente: Dass Splitscreen-Werbung zugelassen wird, ist begrüssenswert. Die Schweizer Programmveranstalter sind aber darauf angewiesen, dass sie die selben Möglichkeiten wie ausländische Veranstalter haben.</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 15</b>      <b>Alkoholwerbung</b>                      (Art. 10 Abs. 1 Bst. b RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Die Ausgestaltung der Werbung für alkoholische Getränke hat folgende Regeln zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Werbung für alkoholische Getränke darf sich nicht eigens an Minderjährige richten;</li> <li>b. Niemand, der wie ein Minderjähriger aussieht, darf im Werbespot mit dem Konsum alkoholischer Getränke in Zusammenhang gebracht werden;</li> <li>c. Der Konsum von Alkohol darf nicht mit körperlicher Leistung oder mit dem Lenken von Fahrzeugen in Verbindung gebracht werden;</li> <li>d. Alkohol darf keine therapeutische, anregende oder beruhigende Eigenschaft zugesprochen oder als Mittel zur Lösung persönlicher Probleme dargestellt werden;</li> <li>e. Werbung für alkoholische Getränke darf nicht zum unmässigen Konsum von Alkohol ermutigen oder Abstinenz oder Mässigung in einem negativen Licht erscheinen lassen;</li> <li>f. Der Alkoholgehalt darf nicht ungebührlich betont werden.</li> </ul> <p><sup>2</sup> Vor, während und nach Sendungen, die sich an Kinder und Jugendliche richten, darf keine Alkoholwerbung ausgestrahlt werden.</p>	<p><b>15/1c</b>  <b>Wir bitten.... mit körperlicher Leistung oder ... zu streichen</b></p> <p>Begründung:                      Mit dieser Formulierung wäre Alkoholwerbung im Umfeld eines Fussballmatches, einer Live-Disco, etc nicht gestattet; da alle diese Tätigkeiten mit körperlicher Leistung verbunden sind (Fussball spielen, Tanzen, etc)</p> <p><b>15/2</b>  <b>Wir bitten, das Wort „...Jugendlich“ zu streichen.</b></p> <p>Begründung:                      Bier darf auch an 16 Jährige verkauft werden</p>
<p><sup>3</sup> Verkaufsangebote für alkoholische Getränke sind unzulässig.</p>	<p><b>Wir bitten um folgende Ergänzung:</b></p> <p><b><i>Verkaufsangebote für alkoholische Getränke mit unmittelbarer Bestellmöglichkeit sind unzulässig.</i></b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 17 Einfügung der Werbung</b> (Art. 11 Abs. 1 RTVG)</p> <p>1 Bei der Übertragung von Anlässen, die Pausen enthalten, ist das Einfügen von Werbung in den Pausen erlaubt.</p> <p>2 In Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, ist das Einfügen von Werbung nur zwischen diesen Teilen zulässig.</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"> <li>a. Kinospiele 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;</li> <li>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;</li> <li>c. Andere Sendungen dürfen höchstens alle 20 Minuten unterbrochen werden.</li> </ul> <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><b>17/2</b> <b>Wir bitten, 17/2 wie folgt zu ergänzen:</b></p> <p><b><i>In Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, ist das Einfügen von Werbung nur zwischen diesen Teilen zulässig. Eigenständige Teile einer Sendung sind dann gegeben, wenn die Abgrenzung der entsprechenden Programmteile vom Betrachter inhaltlich nachvollzogen werden kann.</i></b></p> <p>Begründung: Innerhalb von Sendungen, welche aus eigenständigen Teilen bestehen, ist unabhängig von deren Sendelänge das Einfügen von Unterbrecherwerbung erlaubt. Weder in der RTVV noch in den dazugehörigen Erläuterungen wird der Begriff des eigenständigen Sendungsteils definiert. Zur Klärung von allfälligen Unsicherheiten beantragen wir dass Art. 17 Abs. 2 ergänzt wird.</p> <p><b>17/4c</b> <b><i>Wenn dies bedeutet, dass Radios nur alle 20 Min einen Werbeblock ausstrahlen können, bitte c streichen</i></b></p> <p>Grundsätzlich müsste dieser Artikel so umformuliert werden, dass er den verschiedenen Bedürfnissen von TV und Radio gerecht wird. Sonst könnten im Radio insbesondere bei 4c bei einer stündigen Nachrichtensendung nur noch 2 Werbeblöcke ausgestrahlt werden</p> <p><b>17/5 und 6</b> <b><i>Bitte kein Unterschied zwischen diesen Radiogattungen / bitte Absatz 5 und 6 streichen</i></b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 18</b>      Dauer der Werbung (Art. 11 Abs. 2 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> Werbespots und länger dauernde Werbeformen dürfen höchstens 20 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen. Hierbei nicht eingerechnet werden Verkaufssendungen.</p> <p><sup>3</sup> Verkaufssendungen dürfen insgesamt während höchstens drei Stunden täglich ausgestrahlt werden. Pro Tag sind höchstens acht Verkaufssendungen zulässig.</p> <p><sup>4</sup> In Verkaufsprogrammen dürfen andere Formen der Werbung als Verkaufsangebote höchstens 15 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen.</p> <p><sup>5</sup> 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><sup>6</sup> Für Veranstalter mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil können in der Konzession Regeln zur Dauer der Werbung vorgesehen werden.</p>	<p><b>18/5 und 6</b></p> <p><b><i>Bitte kein Unterschied zwischen diesen Radiogattungen / bitte Absatz 5 und 6 streichen</i></b></p>
<p><b>Art. 19</b>      Sponsornennung (Art. 12 Abs. 2; Art. 13 Abs. 4 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Jede Sponsornennung muss einen eindeutigen Bezug zwischen Sponsor und Sendung herstellen.</p> <p><sup>2</sup> Die Sponsornennung darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen. Sie darf insbesondere keine werblichen Aussagen enthalten.</p> <p><sup>3</sup> 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><b>19/2</b></p> <p><b>Wir bitten, 19/2 wie folgt umzuformulieren:</b></p> <p><b><i>...keine werblichen Aussagen enthalten. Bei den Privatradioveranstaltern ist ein akustischer CI als zusätzlicher Identifikationsfaktor zulässig.</i></b></p> <p>Begründung: Jede Aufweichung und stärkere Liberalisierung der Sponsoring-Richtlinien verschärfen grundsätzlich das Problem der Werbeabgrenzungen. Da die Privatradios aber im Gegensatz zur SRG Radiowerbung machen dürfen, sind mit der Ergänzung Synergien für Kunden möglich.</p>



Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 21</b>      <b>Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG</b> (Art. 14 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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 Kinospiele und Fernsehfilme.</p> <p><sup>2</sup> Werbung auf geteiltem Bildschirm ist unzulässig, ausser bei der Übertragung von Sportveranstaltungen.</p> <p><sup>3</sup> In den Fernsehprogrammen der SRG gilt für die Dauer der Werbung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Werbung darf höchstens 8 Prozent der täglichen Sendezeit beanspruchen.</li> <li>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.</li> </ul> <p><sup>4</sup> Die Ausstrahlung von Verkaufsendungen ist unzulässig.</p> <p><sup>5</sup> Die SRG darf in ihren Radioprogrammen Eigenwerbung ausstrahlen, sofern diese überwiegend der Publikumsbindung dient.</p> <p><sup>6</sup> 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><sup>7</sup> 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><sup>8</sup> 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Im Programm ausgestrahlte gesponserte Sendungen, die zum Abruf bereitgehalten werden, müssen mit der dazugehörigen Sponsornennung angeboten werden.</li> <li>b. Sendungen, die zum Abruf bereitgehalten werden und Werbung auf geteiltem Bildschirm oder virtuelle Werbung enthalten, dürfen unverändert angeboten werden.</li> <li>c. 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.</li> </ul>	<p><b>21</b></p> <p><b><i>Wir unterstützen den ganzen Artikel des Entwurfes.</i></b></p> <p>Begründung 21/3: Nur durch eine moderate Asymmetrie der Werbeordnung – zugunsten der Veranstalter, die nur 4% der Gebühren, sowie derjenigen, die überhaupt keine Gebührenanteile erhalten – besteht eine Chance, dass die schweizerische elektronische Medienlandschaft sich endlich ausgewogen entwickelt.</p> <p>Begründung 21/8: Gebührenfinanzierte Inhalte dürfen nicht zu Marktverzerrungen in Werbung und Sponsoring führen.</p>
<p><b>Art. 31</b>      <b>Erhebung der Konzessionsabgabe</b> (Art. 15 und 22 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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><sup>3</sup> Die Konzessionsabgabe wird auf Grund der im vorangegangenen Kalenderjahr erzielten Bruttoeinnahmen erhoben.</p>	<p><b>31/2</b></p> <p><b><i>Wir bitten, 500'000 durch 750'000 zu ersetzen</i></b></p> <p>Begründung: Der Betrag soll entsprechend angehoben werden, da neu auch die Sponsoringeinnahmen der jährlichen Konzessionsabgabe unterliegen.</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 33</b> Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme (Art. 38 Abs. 1 Bst. b RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Ein komplementäres nicht gewinnorientiertes Radioprogramm unterscheidet sich thematisch, kulturell und musikalisch von anderen konzessionierten Radioprogrammen, die im fraglichen Versorgungsgebiet zu empfangen sind.</p> <p><sup>2</sup> 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><b>33/2</b> <b>... Die Konzession kann die Ausstrahlung von Werbung und Sponsoring ...</b></p> <p><b>Wir bitten, den ganzen obigen Satz zu streichen.</b></p> <p>Begründung: Eine allfällige „Lex Toxic“ darf nicht dazu führen, dass eine Vermischung der Radiogattungen stattfindet. Entweder ist ein Radio gebührenfinanziert mit Werbung oder dann gebührenfinanziert ohne Werbung und Sponsoring (UNIKOM). Das Gesetz sieht keine solchen Mischformen vor, die mit einem solchen Artikel dann überall gefördert würden.</p>
<p><b>Art. 34</b> 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><b>34</b> <b>Wir bitten ... mit Gebührenanteil ... zu streichen</b></p> <p>Dieser Artikel darf sich nicht nur auf Gebührenradios beschränken, sondern auf alle Veranstalter mit Leistungsauftrag.</p>
<p><b>Art. 36</b> Gebührenanteile (Art. 40 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Der jährliche Gebührenanteil eines Veranstalters darf höchstens betragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. 30 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines Radioprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG;</li> <li>b. 50 Prozent der Betriebskosten eines Veranstalters eines Fernsehprogramms nach Art. 38 Abs. 1 Bst. a RTVG;</li> </ul> <p><sup>2</sup> Das Departement überprüft die Gebührenanteile der Veranstalter in der Regel nach fünf Jahren und legt sie gegebenenfalls neu fest.</p>	<p><b>36/1a</b> <b>Wir bitten, 30% mit 50% zu ersetzen und folgende Ergänzung bei a wie auch b anzubringen:</b></p> <p><b>Beim Bestimmen des Prozentanteil eines Veranstalters wird auf die Konkurrenzsituation und die Marktsituation der anderen Veranstalter im gleichen Versorgungsgebiet Rücksicht genommen</b></p> <p>Begründung: Gebührenanteile sollen diejenigen, die keine erhalten, nicht benachteiligen.</p> <p><b>36/2</b> <b>Wir bitten folgendes zu ergänzen:</b></p> <p><b>Nach Änderung der Besitzesverhältnisse, bei Beteiligung durch ein gebührenunterstütztes Unternehmen an anderen Unternehmen der gleichen Branche und bei Änderung der Konzession muss das Departement früher als 5 Jahre eine Überprüfung durchführen</b></p> <p>Begründung:</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 37</b> Pflichten des Konzessionärs (Art.41 Abs. 1 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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>Obige Veränderungen sind markant.</p> <p><b>37/2</b></p> <p><b>Wir bitten, ... <i>eine repräsentative Trägerschaft oder .....</i> zu streichen.</b></p> <p>Begründung: Es kann den Veranstaltern mit Gebührenanteil nicht zugemutet werden, ihre bisherigen Besitzer mit einer repräsentative Trägerschaft zu ergänzen/ersetzen.</p> <p>Grundsätzliche Bemerkung: Bei 4% Gebührenanteil können den Gebührenradios keine Pflichten, die nicht auch der SRG zugemutet werden, verlangt werden.</p>
<p><b>Art. 38</b> 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><b>38</b></p> <p><b>Wir bitten den Satz,</b></p> <p><b>..... <i>Das während der Hauptsendezeit ausgestrahlte Programm</i></b></p> <p><b>..... ganz zu streichen.</b></p> <p>Begründung: Technische Synergien und Studioeinrichtungen sollen effizient genutzt werden. Synergien sollen gefördert werden. Nur so kann ein Maximum an Qualität und breiter Berichterstattung erreicht werden.</p>
<p><b>Art. 39</b> Konzessionierungsverfahren (Art. 45 Abs. 1 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Das Bundesamt besorgt die Instruktion der Ausschreibungsverfahren.</p> <p><sup>2</sup> Die öffentliche Ausschreibung einer Konzession muss mindestens enthalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ausdehnung des Versorgungsgebiets und Art der Verbreitung;</li> <li>b. Umschreibung des Leistungsauftrags;</li> <li>c. bei Konzessionen nach Artikel 38 RTVG: Höhe des jährlichen Gebührenanteils;</li> <li>d. Dauer der Konzession;</li> <li>e. Zuschlagskriterien.</li> </ul>	<p><b>39/2 f:</b></p> <p><b>Wir bitten einen neuen Absatz f einzufügen:</b></p> <p><b><i>Neben der Beschreibung des versorgten Gebiets und der Art der Verbreitung muss zusätzlich vorgegeben werden, wie gut innerhalb des Versorgungsgebiets verbreitet wird (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</i></b></p> <p><b>39/3</b></p> <p><b>Wir bitten, einen Absatz 3 einzufügen:</b></p> <p><b><i>Eine Konzession wird innerhalb eines Jahres ab Ausschreibung erteilt.</i></b></p> <p>Begründung: Die Veranstalter möchten keine jahrelangen Unsicherheiten</p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 40</b>      Konzessionen von kurzer Dauer (Art. 45 Abs. 2 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> Das Bundesamt kann Konzessionen von kurzer Dauer für die Veranstaltung von lokalen oder regionalen Radioprogrammen erteilen, die über Ultrakurzwellenfrequenzen (UKW) verbreitet werden. Ein Programm darf an höchstens 30 Tagen innerhalb eines Zeitraums von höchstens 60 Tagen verbreitet werden.</p> <p><sup>2</sup> Konzessionen von kurzer Dauer werden in der Regel auf Gesuch hin erteilt.</p> <p><sup>3</sup> 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><b>40/4</b>  <b>Wir bitten, einen Absatz 4 einzufügen:</b>  <b><i>Vor der Erteilung von Konzessionen von kurzer Dauer müssen die betroffenen Veranstalter wie auch die entsprechenden Veranstalter-Verbände angehört werden. Entsprechende Konzessionen sollen nur bewilligt werden, wenn nachgewiesen kann, dass die bestehende Programmabdeckung für das entsprechende Ereignis nicht ausreicht.</i></b>  <b><i>Jährlich wiederkehrende Konzessionen für identische Konzepte und Veranstalter sollen nicht bewilligt werden.</i></b></p> <p>Begründung:                  Die Veranstalter-Verbände und die betroffenen Veranstalter möchten orientiert werden und allfällige analoge Projekte eingeben können. Zudem möchten die Verbände verhindern, dass zunehmend Kurzversuche anderer Veranstalter eingegeben werden. Die Verbände wehren sich nicht gegen Schulradioversuche, etc, sondern gegen Versuche, die auch kommerziell gegen die bisherigen Veranstalter gerichtet sind.</p>
<p><b>Art. 41</b>      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><b><i>Wir bitten folgenden Inhalt aufzunehmen:</i></b></p> <p><b>41-42</b>  <b><i>Das Resultat der Arbeitsgruppe "Signalintegrität", insbesondere im Sinne der Veranstalter,(SRG und Private)soll im Artikel 41-42,summarisch einfließen.</i></b></p> <p><b><i>Ergänzendes Anliegen:</i></b>  <b><i>Für die nach Art. 59 ,Abs 3 , in ausreichender Qualität unentgeltlich zu verbreitenden Programme (nach Art 59 ,Abs 1) gilt dies nicht nur für analoge sondern auch zusätzlich für digitale Verbreitung.</i></b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 45</b> (Art. 57 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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><sup>3</sup> 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><b>45/2</b></p> <p><b><i>Wir bitten, das Wort „Viertel“ durch „die Hälfte“ zu ersetzen.</i></b></p> <p>Begründung: Gewisse Radios könnten so gewisse Regionen nicht beliefern. Der obgenannte Betrag ist aber nur ein Vorschlag; ein definitiver Betrag kann erst nach dem Kennen der konkreten Beträge beurteilt werden.</p>
<p><b>3. Abschnitt: Investitionsbeiträge für neue Technologien</b></p> <p><b>Art. 46</b> Voraussetzungen (Art. 58 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> Das Departement bezeichnet die nach Absatz 1 förderungswürdigen Übertragungsarten und bestimmt den Zeitraum der Förderung.</p>	<p><b><i>Wir bitten, den Veranstalter-Verbänden eine laufend aktualisierte Liste der neuen Technologien zur Verfügung zu stellen.</i></b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 64</b>      Umfang des Kurzberichterstattungsrechts bei öffentlichen Ereignissen  <small>(Art. 72 Abs. 1-2 RTVG)</small></p> <p><sup>1</sup>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><sup>2</sup>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><sup>3</sup>Der Kurzbericht darf erst nach Beendigung des öffentlichen Ereignisses oder eines in sich abgeschlossenen Teils des Ereignisses ausgestrahlt werden.</p>	<p><b>64/1</b>  <i>Wir bitten, die „90“ sec durch „180“ sec zu ersetzen.</i></p> <p>Begründung:                  Die heutige schweizerische Regelung hat sich trotz neuer EU Norm bewährt. Insbesondere für die Veranstalter in schwächeren Wirtschaftsgebieten ist eine schweizerische Lösung wichtig.</p> <p><b>Grundsätzliche Bemerkungen zu Art. 64-66</b></p> <p><b>Das Recht auf Kurzberichterstattung ist vor allem für die Regional-TV-Stationen existenziell. Mit der geplanten Reduktion von 3 Minuten auf 90 Sekunden werden die Möglichkeiten der Sender stark verkleinert. Um so wichtiger ist es deshalb, die Zugangsrechte so zu regeln, dass auch diese Sender die Möglichkeit einer möglichst eigenständigen Berichterstattung haben. Für eine publizistisch eigenständige Berichterstattung ist das Recht des "physical access" unverzichtbar. Dieser muss deshalb grundsätzlich gewährleistet sein. Bei der Zuteilung des "physical access" ist überdies die regionale Nähe eines Senders zum betreffenden Ereignis zu berücksichtigen. Dies ist momentan im Art. 65 nicht der Fall. Zudem sind die gesetzten Vorlaufzeiten und Fristen in der Realität nicht umsetzbar (Bsp. Eishockey-Playoff) - und die in Art. 66 Abs. 2 festgehaltene Entschädigungspraktik ist zu wenig konkret formuliert. Wir beantragen deshalb die Art. 65 und 66 anzupassen.</b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 65</b> Direkter Zugang zum öffentlichen Ereignis (Art. 72 Abs. 3 Bst. a RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> Der direkte Zugang von Drittveranstaltern darf die Durchführung des Ereignisses und die Ausübung der Exklusiv- und Erstverwertungsrechte nicht beeinträchtigen.</p> <p><b>Art. 66</b> Signallieferung für die Kurzberichterstattung (Art. 72 Abs. 3 Bst. b RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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><b>65/1</b> Wir bitten, 65/1 umzuformulieren:</p> <p><i><b>Verlangen Drittveranstalter für die Berichterstattung direkten Zugang zum öffentlichen Ereignis, so haben sie sich frühzeitig vor dem Ereignisbeginn anzumelden. Der direkte Zugang ist grundsätzlich zu gewähren, ausser wenn klare technische Gegebenheiten dies nachweislich verunmöglichen. Der Organisator des öffentlichen Ereignisses und der über Erstverwertungs – oder Exklusivrechte verfügende Programmveranstalter entscheiden so frühzeitig vor Ereignisbeginn über den Zugang, dass die Drittveranstalter sein Publikum mit genügender Vorlaufzeit orientieren kann. Die Organisatoren des öffentlichen Ereignisses räumen in erster Linie denjenigen Drittveranstaltern Vorrang ein, die einen regionalen Bezug zum Ereignis haben, in zweiter Priorität jenen, die eine möglichst umfassende Versorgung in der Schweiz gewährleisten.</b></i></p> <p>Begründung: Ist dies nicht der Fall, könnten zB alle privaten Veranstalter von der EM08 und vielen weiteren wichtigen nationalen Ereignissen ausgeschlossen werden.</p> <p><b>66/2</b> Wir bitten, folgende ergänzende Formulierung zu übernehmen:</p> <p><i><b>..... Diese beinhalten ausschliesslich die durch den Zugang zum Signal oder die entsprechende Aufzeichnung direkt entstandenen und transparent ausgewiesenen Mehrkosten.</b></i></p>
<p><b>Art. 67</b> Freier Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen (Art. 73 Abs. 1 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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><sup>3</sup> 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><b>Müsste gemäss unseren Wünschen im 65 angepasst werden</b></p>

Art RTVV	Gemeinsame Anliegen VSP und Telesuisse
<p><b>Art. 68</b> 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><b>68</b> <b>Wir bitten die Formulierung "Informationsjournalismus" wie folgt zu ersetzen:</b></p> <p><b>"...und Weiterbildungsangebot im Bereich einer Radio- und Fernsehstation führen."</b></p> <p>Begründung: Der Journalismus ist ein sehr wichtiger Bereich aber die Formulierung muss die qualitative Förderung des gesamten Programmbereichs und aller "Programmschaffenden" zulassen. Als Beispiele: Moderationen von Unterhaltungsprogrammen, richtige Auswahl einzelner Programmgefässe (z.B. in einer Morgensendung), Produktion von Programm-Jingles und Signeten, Zusammenstellung eines Musikprogramms, hörerdienliches Teasing von Programmgefässen etc.</p> <p><b>Wir bitten folgendes zu ergänzen:</b></p> <p><b>. ...Im Weiteren werden Ausbildungsprojekte von Veranstalterverbänden berücksichtigt.</b></p> <p>Begründung: Die Veranstalter-Verbände der elektronischen Medien möchten zunehmend wie früher ihre Ausbildungsangebote fördern und ausbauen.</p>
<p><b>Art. 69</b> Medienforschung (Art. 77 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> 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><sup>3</sup> 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><b>69/3:</b> <b>Wir bitten, den Art wie folgt zu ergänzen:</b></p> <p><b>.. entscheidet nach Anhörung der Veranstalter-Verbände über die Vergabe.</b></p> <p>Begründung: Die Verbände möchten den Nutzen für die Veranstalter einbringen können</p>
<p><b>Art. 70</b> (Art. 78 - 81 RTVG)</p> <p><sup>1</sup> 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><sup>2</sup> Die von der Stiftung nach Artikel 79 Absatz 1 RTVG jährlich zu veröffentlichen 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><b>70/2:</b></p> <p><b>Wir bitten das Wort Hördauer durch Nutzungsdauer zu ersetzen.</b></p> <p>Begründung: Muss auch für TV gelten.</p>