



10. Dezember 2009

Anhörung zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)

Zusammenfassung der Ergebnisse

1 Einleitung

In Anwendung von Artikel 10 des Vernehmlassungsgesetzes (SR 172.061) hörte das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) die betroffenen Kreise zu den Änderungsentwürfen der Radio- und Fernsehverordnung vom 9. März 2007 und deren Anhang 3 sowie der Konzession für die SRG SSR idée suisse vom 28. November 2007 an. Die Anhörung der betroffenen Kreise wurde am 24. August 2009 eröffnet und endete am 23. Oktober 2009.

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) erhielt 164 Stellungnahmen (vgl. Anhang). Darunter befanden sich auch Eingaben von nicht offiziell zur Anhörung eingeladenen, beispielsweise von zwei politischen Parteien (SVP und FDP Die Liberalen) sowie von zahlreichen Privatpersonen (105).

Das BAKOM hat die Stellungnahmen - ausser denjenigen der Privatpersonen - der Öffentlichkeit im Originalwortlaut auf Internet zugänglich gemacht (www.bakom.admin.ch -> Dokumentation -> Gesetzgebung -> Vernehmlassungen).

Die Sunrise Communications AG, KV Schweiz und asut hatten keine Bemerkungen. ProCinema und suissimage verzichteten auf eine eigene Stellungnahme und verwiesen auf die Stellungnahme von Cinésuisse; das gleiche gilt für den Schweizerischen Arbeitgeberverband, der auf die Stellungnahme von economiesuisse verwies. Das Centre Patronal hiess den Entwurf ohne Ausführungen vollumfänglich gut.

Die meisten Eingaben beschränken sich auf Bemerkungen zu einzelnen Themenbereichen. Klar am meisten Kommentare lösten die vorgesehenen Änderungen der Werbe- und Sponsoringbestimmungen aus (insbesondere die vorgesehenen Lockerungen zugunsten der SRG).

Die 105 Stellungnahmen der einzelnen Bürgerinnen und Bürger sprachen sich einheitlich gegen die Liberalisierungsbestrebungen im Werbebereich zugunsten der SRG aus.

Neben den Stellungnahmen zu den Entwürfen wurde weiterer Revisionsbedarf angemeldet:

- Die Konsumentenschutzorganisationen fordern ein Werbeverbot für stark zucker-, fetthaltige oder gesalzene Lebensmittel zwischen 6 und 21 Uhr (FRC, Stiftung für Konsumentenschutz, ACSI).

- RadiolIndustrie regt die Schaffung einer Region Zug für die Veranstaltung eines dauerhaften Jugendrädios an.
- Swissfilm Association schlägt vor, die Quote für schweizerische und europäische Werke für konzessionierte Veranstalter auf über 50 % zu erhöhen.
- Verbände der Suchtprävention fordern erhöhten Gesundheits- und Jugendschutz bei der Ausstrahlung von Alkoholwerbung (Fachverband Sucht/Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies, sfa/ispa, GREA).
- Die SRG SSR schlägt vor, swissinfo vom Werbe- und Sponsoringverbot auszunehmen und Art. 14 der SRG-Konzession entsprechend anzupassen.
- Die SRG SSR und publisuisse sprechen sich für eine Anpassung von Artikel 11 RTVV im Zusammenhang mit Programmhinweisen aus.
- Schweizer Presse, Telesuisse und 3 Plus regen an, ORF 1 in der Liste der über Leitungen zu verbreitenden ausländischen Programme (must carry) durch ORF 2 zu ersetzen.
- Telesuisse fordert eine Aufhebung von Artikel 41 Absatz 3 RTVV, welcher das Departement befugt, in der Konzession bestimmte Sendungsarten zu untersagen.
- 3 Plus wünscht sich eine Reduktion des Umfangs des Jahresberichts von nicht konzessionierten Veranstaltern (Art. 27 RTVV), insbesondere sollte die Meldung des Gesamtertrags von Werbung und Sponsoring gestrichen werden.

2 Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)

Art. 6 Abs. 1 (Pflicht zur Förderung des Schweizer Films)

Gemäss dem Entwurf werden die der Filmförderungspflicht unterliegenden sprachregionalen und nationalen Fernsehveranstalter, davon befreit, sofern ihr jährlicher Betriebsaufwand weniger als 200'000 Franken beträgt.

Diese Befreiung wird von allen akzeptiert, die sich zu dieser Bestimmung äusserten (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, Cinésuisse, SFP, Alphavision, ARBUS, VSP, suissimage, Telesuisse, 3 Plus, FER).

Weitere Änderungsvorschläge wurden eingebracht: Es sollte deutlich gemacht werden, dass die beiden Buchstaben a und b kumulativ erfüllt sein müssten (Tamedia), es sollten analog des Entwurfs zu Art. 8 Abs. 2 RTVV auch Fernsehveranstalter mit geringer Sendetätigkeit ausgenommen werden (Alphavision), gewinnstrebige kleine Veranstalter sollten eine Pauschalabgabe leisten (ARBUS), die Ausgaben für Schweizer Fernsehfilme und –serien sollten angerechnet werden können (d.h. Änderung von Absatz 2, 3 Plus) und die Befreiung sollte auf einem Betriebsaufwand von 500'000 Franken erhöht werden (FER).

Art. 8 Abs. 2 (Behindertengerechte Aufbereitung durch andere Fernsehveranstalter)

Gemäss dem Entwurf werden die sprachregionalen und nationalen Fernsehveranstalter, die der Verpflichtung zur behindertengerechten Aufbereitung unterliegen, davon befreit, falls ihr jährlicher Betriebsaufwand weniger als 200'000 Franken beträgt, ihr Programm für die behindertengerechte Aufbereitung nicht geeignet ist oder falls es sich um ein Programm mit geringer Sendetätigkeit handelt.

Mit dieser Befreiung sind alle einverstanden, die sich dazu äusserten (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, SGB, Tamedia, sonos, ARBUS, VSP, SRG SSR, Telesuisse, FER). ARBUS spricht sich für eine Kompensation mit einer Pauschalabgabe für gewinnstrebige Veranstalter aus. Die SRG SSR macht darauf aufmerksam, dass die behindertengerechte Aufbereitung eigentlich von den Sozialwerken finanziert werden sollte und nicht über die Empfangsgebühr. Wie bei Artikel 6 Absatz 2 des Entwurfs spricht sich FER auch hier für eine Befreiung bis zu einem Betriebsaufwand von 500'000 Franken aus.

Art. 12 Abs. 1^{bis} und 2 (Erkennbarkeit der Werbung)

Mit Absatz 1^{bis} wird ermöglicht, dass bei der Ausstrahlung eines einzeln gesendeten Spots bis zu einer Länge von 10 Sekunden die dauernde Kennzeichnung als „Werbung“ das Werbeabtrennung ersetzen kann. Absatz 2 wird präzisiert, indem die Formulierung „als Werbung gekennzeichnet“ durch die Formulierung „mit dem Begriff ‚Werbung‘ gekennzeichnet“ ersetzt wird.

Diese Anpassungen werden breit begrüsst oder zumindest akzeptiert (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, SWA, ASW, Schweizer Presse, Publicité Romande, VSP, Swissfilm Association, Presse Suisse, SRG SSR, bsw, Telesuisse, economiesuisse, Schweizer Werbung, SBV, Schweizerischer Arbeitgeberverband, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, IGEM, impressum Die Schweizer Journalistinnen).

Ausdrücklich abgelehnt wird der Verzicht auf das Trennsignet von ARBUS.

Einige Eingaben schlagen vor, die Länge der Singlespots von maximal 10 auf 20 - 30 Sekunden zu erhöhen (SWA, ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen, SRG SSR, bsw, publisuisse, IGEM).

Gegen die Streichung des bisherigen Absatzes 1 sprechen sich der Schweizer Presserat und impressum Die Schweizer Journalistinnen aus. Diese Streichung war allerdings nicht vorgesehen und beruht auf einem Fehler im Anhörungsentwurf: Der in die Anhörung gegebene Absatz 1 sollte korrekterweise Absatz 1^{bis} heissen.

Art. 18 (Einfügung der Werbung)

Der Entwurf gleicht die Unterbrecherwerbung an die europäischen Regelwerke an. Einerseits wird die Ausstrahlung von Singlespots – als Abweichung vom Blockprinzip – bei der Übertragung von Sportveranstaltungen und ausnahmsweise im übrigen Programm als zulässig erklärt (Abs. 1). Neu sollen Kinospiele- und Fernsehfilme, Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen für jeden programmierten Zeitpunkt von 30 Minuten einmal (Abs. 2), alle anderen Sendungen beliebig mit Werbung unterbrochen werden dürfen (Abs. 4). Ausgenommen sind wie bisher die Übertragung von Gottesdiensten und Kindersendungen (Abs. 3). Für nicht konzessionierte Radioprogramme und für nicht konzessionierte, nicht grenzüberschreitende Fernsehprogramme gilt nur noch die Beschränkung in Absatz 3.

Diese Anpassungen werden mehrheitlich begrüsst oder akzeptiert (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, SWA, ASW, Publicité Romande, RRR, Swissfilm Association, SRG SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, economiesuisse, Schweizer Werbung, SBV, Schweizerischer Arbeitgeberverband, 3 Plus, kf, Aktion Medienfreiheit, IGEM, impressum Die Schweizer Journalistinnen). Andere begrüssen die Anpassung ebenfalls, zweifeln aber an der Wirkung für die privaten Veranstalter und schlagen eine weitere Öffnung für Filme, Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vor, d.h. Unterbrecherwerbung sollte alle 20 statt alle 30 Minuten zulässig sein (Schweizer Presse, VSP, Presse Suisse, Telesuisse, economiesuisse, Schweizerischer Arbeitgeberverband).

Abgelehnt wird die Liberalisierung von der Stiftung für Konsumentenschutz, von ACSI und von ARBUS, eher abgelehnt von der FER.

Von einigen grundsätzlichen Befürwortern wird vorgeschlagen, bestimmte Sendungen von der Unterbrecherwerbemöglichkeit auszunehmen, nämlich Sendungen, die explizit für den Unterricht produziert wurden (EDK) und Spiel- und Dokumentarfilme (Cinésuisse, SFP, swissimage).

RRR weist darauf hin, dass der unterschiedliche Sendebegriff für Radio und Fernsehen zu berücksichtigen sei.

Der Schweizer Presserat ist gegen die weiteren Ausnahmen vom Blockprinzip neben der Übertragung von Sportveranstaltung, sonst müssten die weiteren Ausnahmen explizit aufgeführt werden.

Demgegenüber begrüssen Swissfilm Association, SRG SSR, Publicitas Cinecom, 3 Plus und publisuisse die Einführung der Singlespots, bedauern aber, dass diese auf die Übertragung von Sportveranstaltungen beschränkt ist. Gemäss IGEM sollte geklärt werden, welches die Ausnahmen sind.

Publicitas Cinecom und 3 Plus sprechen sich dafür aus, dass die Befreiung in Absatz 7 für alle privaten Veranstalter gelten sollte, die nicht im Ausland empfangbar sind, zumindest für diejenigen, die nicht von der Verbreitungspflicht und von Gebührenanteilen profitieren, d.h. auch Veranstalter mit einer altrechtlichen Konzession.

Art. 19 (Dauer der Werbung)

Der Entwurf vereinfacht die Regelung betreffend die Dauer der Werbung und es findet – soweit dies ohne Gesetzesänderung möglich ist – eine Anpassung an die europäischen Regelwerke statt.

Diese Änderung wird mehrheitlich begrüsst bzw. akzeptiert (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, SWA, ASW, Schweizer Presse, Publicité Romande, VSP, Swissfilm Association, Presse Suisse, SRG SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Schweizer Werbung, SBV, Schweizerischer Arbeitgeberverband, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, Aktion Medienfreiheit, IGEM).

Verschiedene Eingaben sprechen sich für eine Aufhebung der Beschränkung der Werbezeit auf 15 % bei nächster Gelegenheit aus (ASW, SGV, SRG SSR, bsw, Tele Südostschweiz, publisuisse, IGEM).

Die Goldbach Media Gruppe und Publicitas Cinecom schlagen vor, die Beschränkung der 12 Minuten Werbung pro Stunde auf eine flexible „rollierende Stunde“ statt auf eine „natürliche volle Stunde“ zu beziehen.

Publicitas Cinecom und 3 Plus sprechen sich dafür aus, dass die Befreiung in Absatz 2 für alle privaten Veranstalter gelten sollte, die nicht im Ausland empfangbar sind, zumindest für diejenigen, die nicht von der Verbreitungspflicht und von Gebührenanteilen profitieren.

Art. 20 Abs. 2 (Sponsornennung)

Die Sponsornennung wird gemäss Entwurf an die europäischen Regelwerke angepasst, indem diese neu keine verkaufsfördernden Hinweise auf Waren oder Dienstleistungen enthalten darf.

Die Anpassung wird mehrheitlich begrüsst (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, SWA, ASW, SVOKR, Schweizer Presse, Publicité Romande, Mehrheit VSP, RRR, SGV, Swissfilm Association, Presse Suisse, SRG SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, UNIKOM, Tele Südostschweiz, Schweizer Werbung, SBV, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, Aktion Medienfreiheit, IGEM).

Einige Stellungnahmen regen an, sich ganz an das europäische Niveau anzupassen, z.B. durch Streichung des ersten Satzes „Die Sponsornennung darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen.“ (Tamedia, Schweizer Presse, Minderheit VSP, SGV, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, Tele Südostschweiz, Aktion Medienfreiheit, IGEM). Eine ähnliche Forderung kommt von SRG SSR und publisuisse, wonach die identifizierenden Elemente gemäss Art. 3f Bst. c der AVMD-Richtlinie übernommen werden sollten. Von ASW und bsw wird auf einen allfälligen Widerspruch in der Regelung respektive auf Unklarheiten hingewiesen.

Die Regelung, wonach die Sponsornennung vor, während und/oder nach der Sendung ausgestrahlt werden könne, sollte gemäss publisuisse ebenfalls von der AVMD-Richtlinie übernommen werden.

ARBUS lehnt den Vorschlag ab und der Schweizer Presserat weist darauf hin, dass damit der Werbetransparenzgrundsatz in Gefahr ist.

Swissfilm Association plädiert für eine Streichung der Insert-Regelung in Absatz 3.

Art. 21 Abs. 2 und 3 (Produkteplatzierung)

Der Entwurf sieht auch in diesem Bereich eine Angleichung an die europäischen Regelwerke vor. Dadurch gibt es eine Verschärfung gegenüber der heutigen Regelung, was die Hinweise auf die Produkteplatzierung betrifft (am Anfang, am Ende sowie nach jeder Werbeunterbrechung), hingegen wird die inhaltliche Deklarationspflicht gelockert. Um eine bestmögliche Angleichung an Europa vornehmen zu können, werden zudem die Begriffe der Produktionshilfen und Preise eingeführt.

Diese Neuerungen werden grundsätzlich akzeptiert (ProSieben Schweiz, EDK, Tamedia, Schweizer Presse, Publicité Romande, Presse Suisse, Telesuisse, kf, FER, impressum Die Schweizer Journalistinnen).

Insbesondere begrüsst werden die vereinfachte Deklarationspflicht (ASW, Swissfilm Association, SRG SSR, bsw, publisuisse) und die Einführung der Produktionshilfen (SRG SSR).

Hingegen wird die wiederholte Deklaration abgelehnt (Swissfilm Association, SRG SSR, Publicitas Cinecom, 3 Plus, publisuisse) bzw. als praktisch nicht umsetzbar angesehen (SWA, ASW, bsw, Allianz Schweizer Werbeagenturen, IGEM).

Verschiedene Vorschläge wurden eingereicht: Der Begriff „valeur négligeable“/„untergeordneter Wert“ (Publicité Romande) bzw. die Unterscheidung von Produkteplatzierung und „Produktionshilfe von untergeordnetem Wert“ (Alphavision) sollte präzisiert werden. Die SRG SSR und publisuisse schlagen eine Bezifferung vor. Wettbewerbspreise sollten nur bei bedeutendem Wert als Produkteplatzierung gelten und somit den strengen Deklarationsvorschriften unterliegen (SRG SSR, publisuisse).

Zum Punkt, welche Filme überhaupt der Deklarationspflicht unterliegen, wurden verschiedene Vorschläge unterbreitet: Das Verbot, in Dokumentarfilmen Produkteplatzierungen vorzunehmen, solle keine Ungleichbehandlung zwischen fremdproduzierten Filmen und solchen, die im Rahmen des Pacte de l'audiovisuel als Koproduktion mit der SRG hergestellt werden, erzeugen (Cinésuisse, SFP, SRG SSR, suissimage). Um eine Beschränkung auf Eigen- und Auftragsproduktionen zu gewährleisten, sollte Art. 3g Bst. d der AVMD-Richtlinie übernommen werden (SRG SSR, 3 Plus). Ko-Produktionen sollten erst ab einer Beteiligung von 50 % darunter fallen (SRG SSR).

Gemäss EDK sollten Sendungen, die explizit für den Unterricht produziert werden, von der Produkteplatzierung ausgenommen werden.

Was den Kinderschutz betrifft, wird einerseits das Schutzbedürfnis von Kindersendungen in Frage gestellt angesichts der starken Konfrontation von Kindern durch Computergames (kf), andererseits wird das Abweichen des bisherigen Kinderschutzes abgelehnt (ARBUS).

3 Plus würde es begrüßen, wenn Veranstalter ohne Konzession, Verbreitungspflicht und Gebührenanteil mit nicht grenzüberschreitendem Programm von der verschärften Deklarationspflicht ausgenommen würden.

Art. 22 Abs. 1, 1^{bis} und 2 Bst. a (Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen in den Programmen der SRG)

Gemäss dem Entwurf wird die Werbezeit der SRG von bisher maximal 8 % der täglichen Sendezeit auf 15 % erhöht. Die Unterbrecherwerberegung wird gelockert.

Abgelehnt werden diese Vorschläge von Tamedia, FRC, Stiftung für Konsumentenschutz, SVP, ARBUS, Schweizer Presse, ACSI, VSP, RRR, einige Fachverbände des SGV, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Schweizerischer Arbeitgeberverband, 3 Plus, Aktion Medienfreiheit und FDP Die Liberalen.

Begrüsst werden diese Lockerungen von ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Publicité Romande, Swissfilm Association, Schweizer Werbung, SBV, FER, Cinésuisse, SFP und suissimage. Die Lockerung sollte gemäss SWA, ASW, SRG SSR, bsw und publisuisse sogar noch weiter gehen. Sat.1 Schweiz weist allerdings darauf hin, dass die Liberalisierung mit Augenmass vorgenommen werden sollte.

Die EDK akzeptiert die Lockerung der Unterbrecherwerberegung grundsätzlich, schlägt aber vor, Sendungen, die explizit für den Unterricht an Schulen produziert und entsprechend gesendet werden, von der Unterbrecherwerbemöglichkeit auszunehmen, Cinésuisse, SFP und suissimage machen diesen Vorschlag für Spiel- und Dokumentarfilme.

Gemäss publisuisse sollte das Verbot, Kindersendungen mit Werbung zu unterbrechen, gestrichen werden.

Gefordert wird zum Teil bei einer allfälligen Lockerung die Verknüpfung mit der Gebührenfrage (FRC, Stiftung für Konsumentenschutz).

Eher abgelehnt wird die Erhöhung der täglichen Werbezeit von der EDK. Der Schweizer Presserat und SSM stellen die Akzeptanz der Werbeliberalisierung zugunsten der SRG in Frage.

Art. 23 Bst. d (Werbung und Sponsoring im übrigen publizistischen Angebot der SRG)

Der Entwurf sieht vor, das Werbe- und Sponsoringverbot im übrigen publizistischen Angebot der SRG im Sport- und Unterhaltungsbereich zu lockern. Dies würde in der SRG-Konzession ebenfalls angepasst.

Abgelehnt wird dieser Vorschlag von Tamedia, SVP, Schweizer Presse, VSP, einige Fachverbände des SGV, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Tele Südostschweiz, Schweizerischer Arbeitgeberverband, 3 Plus, Aktion Medienfreiheit und FDP Die Liberalen.

Die Liberalisierung befürworten ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Publicité Romande, Swissfilm Association und SBV, und gemäss SWA, ASW, SRG SSR, bsw und publisuisse sollte sie sogar generell im Online-Angebot der SRG erlaubt werden.

Vom SGV wird sie zumindest nicht abgelehnt bzw. als Alternative das Verbot von Schweizer Werbefenstern vorgeschlagen.

Als vernünftig erachten CRR und RRR die Liberalisierung; diese sollte aber nicht zu Ungunsten der Privaten stattfinden. Für ARBUS ist die Liberalisierung denkbar, müsste aber mit flankierenden Massnahmen begleitet werden (z.B. im Ausmass beschränken, keine Werbe-Intros, keine Beeinträchtigung der Informationen etc.)

Skepsis gegenüber der Lockerung drücken SSM, Schweizer Werbung und FER aus.

Art. 37 (Verbreitung ausserhalb des Versorgungsgebiets)

Der Entwurf sieht vor, dass die Verbreitung von drahtlos-terrestrisch verbreiteten Radioprogrammen mit Gebührenanteil ausserhalb ihres Versorgungsgebiets neben Leitungen auch über Satellit zulässig ist.

Tamedia und Unikom sind vorbehaltlos einverstanden.

SVOKR ist der Meinung, dass die Verbreitung über Satellit unverschlüsselt geschehen müsste. Verschiedene Eingaben sprechen sich dafür aus, diese Ausweitung auch für konzessionierten Radioveranstalter ohne Gebührenanteil einzuführen (Schweizer Presse, RRR, Presse Suisse, Telesuisse). Zudem sollte die Verbreitung ausserhalb des Versorgungsgebiets noch auf weitere Technologien, insb. auf digitale Technologien, ausgeweitet werden (Schweizer Presse, VSP, RRR, Presse Suisse, Telesuisse, Radioveranstalter mit Gebührenanteil).

Art. 39 Abs. 1 (Festlegung des Gebührenanteils)

Die Obergrenze des jährlichen Gebührenanteils für die komplementären Radioveranstalter soll von 50 auf 70 % der Betriebskosten angehoben werden.

Diese Änderung wird weitgehend akzeptiert bzw. begrüsst (Tamedia, ARBUS, Publicité Romande, Vorstand VSP, UNIKOM, FER, Minderheit RRR,). Gemäss ARBUS sollten allerdings die Rechnungslegungsvorschriften angepasst werden.

Eine Mehrheit von RRR zieht die bisherige Fassung vor.

Die Gebührenradiomitglieder des VSP und die Radioveranstalter mit Gebührenanteil sprechen sich für die bisherige Fassung aus (Mehrheit), es sei denn, die Ausdehnung auf maximal 70 % gelte für alle gebührenberechtigten Radioveranstalter (Minderheit).

Art. 44 (Konzessionen für Programme von kurzer Dauer)

Die bisher auf UKW-Radioprogramme beschränkte Möglichkeit von zeitlich und örtlich begrenzten Veranstaltungen soll gemäss Entwurf neu auf andere drahtlos-terrestrische Verbreitungstechnologien und auf Fernsehen ausgedehnt werden. Zudem soll pro Veranstalter maximal eine Kurzveranstaltungskonzession pro Jahr erteilt werden können.

Diese Bestimmungen werden nicht grundsätzlich abgelehnt, es gibt aber zahlreiche Vorschläge für eine Anpassung:

Gefordert wird eine vorgängige Anhörung der betroffenen Veranstalter im jeweiligen Sendegebiet (Tamedia, CRR, Schweizer Presse, VSP, RRR, Presse Suisse, Telesuisse). Einige sind gegen die Erteilung von Kurzveranstaltungskonzessionen für regionale Programme und sprechen sich für eine Beschränkung auf lokale Programme aus (CRR, VSP, RRR). Zudem müssten diese Veranstalter den gleichen Bedingungen wie die konzessionierten Veranstalter unterliegen, z.B. bezüglich Werbung und Radarwarn-Verbot (CRR, RRR).

Teils wird die Regelung als zu streng erachtet: Die Beschränkung auf eine Konzession pro Jahr sei zu streng (Goldbach Media Gruppe, FER), Kurzveranstaltungskonzessionen sollten auf 60 statt auf 30 Tage beschränkt sein und auch die Anknüpfung an ein Ereignis im Versorgungsgebiet wird als zu eng erachtet (SVOKR).

Die Goldbach Media Gruppe schlägt eine Beschränkung der Norm auf Radioprogramme vor, da Fernsehveranstalter seit dem neuen RTVG nur noch meldepflichtig seien.

Art. 49 Abs. 3 und 3^{bis} (Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen)

Mit dieser Änderung soll die Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen verbessert werden.

Diese Änderung wird von niemandem abgelehnt, begrüsst wird sie von Tamedia, VSP, RRR, Telesuisse, den Radioveranstaltern mit Gebührenanteil und von der FER.

ARBUS spricht sich dafür aus, in Absatz 1 explizit die komplementären Radioveranstalter als Unterstützungsberechtigte aufzuführen.

Die Radioveranstalter mit Gebührenanteil schlagen vor, Absatz 3^{bis} zu ergänzen, um zu klären, wie übrig gebliebenes Geld ausbezahlt werden kann, wenn in einer Verfügung der Betrag bereits festgelegt war.

Art. 51 (Investitionsbeiträge für neue Technologien: Voraussetzungen und Bemessung der Beiträge)

Der Entwurf sieht vor, die Förderung der Infrastruktur für neue Technologien zu verbessern. Neu sollen Beiträge auch direkt an Investitionen ausgerichtet werden können statt wie bisher nur auf Abschreibungen.

Diese Änderung wird grundsätzlich begrüsst (Tamedia, CRR, VSP, RRR, Cablecom, SRG SSR, FER, Telesuisse, FDP Die Liberalen, UNIKOM). Angeregt wird, den Betriff der Investition möglichst weit zu fassen, z.B. auf Mietkosten an Tragwerken oder Investitionen für die Heranführung von digitalen Signalen vom Studio zum Sender (Tamedia, VSP, RRR, Telesuisse).

Es werden aber auch verschiedene Vorbehalte angemeldet: So wird die Einführung einer Transparenz-Regel als wichtig erachtet, d.h. das BAKOM sollte die gesprochenen Subventionen veröffentlichen (Tamedia), ARBUS fragt sich, ob Subventionen in dieser Form praktikabel sind, Cablecom fordert, dass ausgeschlossen werden müsse, dass der Inhaber der Grundversorgungskonzession gleichzeitig Empfänger von Unterstützungsbeiträgen in Investitionen in ein von ihm erstelltes Sendernetz sein könne, und UNIKOM fordert, dass die Veranstalter am Unternehmen, welches das Sendernetz errichtet, zu beteiligen sind.

Für eine noch bessere Technologieförderung sprechen sich CRR, RRR und FDP Die Liberalen aus (2 Jahre 100 %, danach 75 %).

Art. 54 Abs. 2 und 3 (Zur Verbreitung verpflichtete Fernmeldedienstanbieterinnen)

Der Entwurf sieht vor, Fernmeldedienstanbieterinnen von der Verbreitungspflicht zu entbinden, sofern sie aus technischen Gründen die Verbreitung auf das in der Konzession definierte Versorgungsgebiet nicht umsetzen können.

Diese Änderung wird aus verschiedenen Gründen abgelehnt, so wegen der Befürchtung, die must-carry-Regel werde aufgeweicht oder wegen unterschiedlicher Behandlung der Fernmeldedienstanbieterinnen (Tamedia, Schweizer Presse, VSP, RRR, Cablecom, Presse Suisse, Telesuisse).

Swisscable ist mit der Änderung einverstanden, schlägt aber vor, dem Problem der Unter- bzw. Überversorgung grundsätzlich Rechnung zu tragen. Vorschlag: Die Fernmeldedienstanbieterin sollte ein regionales konzessioniertes Fernsehen in ihrem gesamten Versorgungsgebiet verbreiten dürfen, wenn ein wesentlicher Teil des Versorgungsgebiets der Fernmeldedienstanbieterin ins Konzessionsgebiet fällt und eine Beschränkung auf das Konzessionsgebiet aus technischen Gründen nicht möglich ist. Das BAKOM sollte eine Fernmeldedienstanbieterin von der Verbreitungspflicht befreien können, wenn nur ein kleiner Teil ihres Versorgungsgebiets ins Konzessionsgebiet des regionalen konzessionierten Fernsehens fällt und die Beschränkung auf das Versorgungsgebiet aus technischen Gründen nicht möglich ist.

Einverstanden mit dieser Änderung sind die FER, die SRG SSR, wobei die Regelung nicht dazuführen dürfe, dass die IPTV-Anbieter von der Verpflichtung zur zeitsynchronen Ausstrahlung der gekoppelten Dienste ausgenommen würden, der SBV, falls eine zurückhaltende Befreiungspraxis geübt werde und Orange, wobei nicht nur technische, sondern auch ökonomische Gründe ein Befreiungsgrund sein sollten.

Gemäss Orange sollte die Informationspflicht für eine Fernmeldedienstanbieterin, die von der Verbreitungspflicht befreit wird, nicht so weit gehen (statt „informant aneullement l’OFCOM de l’état technique“ genüge, dass „L’OFCOM peut demander ... de fournir les justifications nécessaires.“).

Art. 69 (Direkter Zugang zum öffentlichen Ereignis)

Der Entwurf gestaltet die Fristen im Zusammenhang mit dem direkten Zugang zu öffentlichen Ereignissen praxisnäher aus.

Diese Anpassung wird abgelehnt, weil sie den Zugang erschwere und sich zu Lasten der Veranstalter auswirke (Tamedia, Swissfilm Association), weil die bisherige Fassung das Recht auf Kurzberichterstattung bereits stark einschränke (ARBUS, UNIKOM) bzw. weil sich die Fristen bewährt hätten (Schweizer Presse, Presse Suisse, Telesuisse).

Begrüsszt wird die Neuregelung von der FER und der SRG SSR. Die SRG SSR schlägt vor, Tage durch Werktage zu ersetzen und bei kurzfristigen Ereignissen nicht „zum frühestmöglichen Zeitpunkt“, sondern „spätestens innert 12 Stunden seit der Bekanntgabe des kurzfristigen Ereignisses“ die Anmeldung zu verlangen.

Die Reihenfolge der Berücksichtigung gemäss Leistungsauftrag wird von Tamedia als zu absolut abgelehnt („beispielsweise“), hingegen von der SRG SSR befürwortet.

Die SRG SSR regt eine Beschränkung des Kurzberichterstattungsrechts in Artikel 68 auf 90 Sekunden und eine Anpassung der Fristen in Artikel 70 analog denjenigen in Artikel 69 an.

Art. 80a (Schlussbestimmungen: Vollzug)

Ausser Tamedia, die sich mit diesem Vorschlag einverstanden erklärt, nimmt niemand zu diesem Artikel Stellung.

3 Anhang 3 (Liste der über Leitungen verbreitenden ausländischen Programme)

Gemäss der Liste der über Leitungen zu verbreitenden ausländischen Programme muss ARTE gemäss Entwurf nur noch ab 19 Uhr verbreitet werden.

Diese Änderung wird nicht bestritten. Explizit einverstanden sind Tamedia und Swisscable. ARBUS weist darauf hin, dass die Regelung, die zu Lasten von ARTE gehe, bei veränderten Verhältnissen veränderbar sein müsse.

Im Zusammenhang mit dem Anhang 3 wird verschiedentlich angeregt, ORF 1 durch ORF 2 zu ersetzen (Schweizer Presse, Telesuisse, 3 Plus).

4 Art. 13 Abs. 3 der SRG-Konzession

Basierend auf der Änderung von Artikel 23 Bst. d der RTVV soll in der SRG-Konzession das übrige publizistische Angebot der SRG im Sport- und Unterhaltungsbereich für Werbung und Sponsoring geöffnet werden.

Es wird auf die Stellungnahmen im Zusammenhang mit Artikel 23 Bst. d verwiesen.

Gemäss Presse TV müsste diese Bestimmung in die Verordnung.

Die SRG wünscht sich im Zusammenhang mit der Konzessionsänderung eine Anpassung von Art. 14: Das Programm von swissinfo solle ebenfalls vom Werbe- und Sponsoringverbot ausgenommen werden.

Anhang: Liste der Teilnehmenden

3 Plus

ACSI Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

Aktion Medienfreiheit

Alphavision

ARBUS

asut Schweizerischer Verband der Telekommunikation

ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen

bsw Verband der führenden Werbe- und Kommunikationsagenturen

Cablecom GmbH

Centre Patronal

Cinésuisse (Dachverband der Schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche)

CRR Communauté radiophonique romande

economiesuisse

EDK Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren

Fachverband Sucht, Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme sfa, GREA

FDP Die Liberalen

FER Fédération des Entreprises Romandes

FRC Fédération romande des consommateurs

Goldbach Media Group

IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien

impressum Die Schweizer Journalistinnen

Konsumentenforum (kf)

KV Schweiz

Orange Communications SA

Presse Suisse

Presse TV

ProCinema (Schweizerischer Verband für Kino und Filmverleih)

ProSieben (Schweiz) AG

Publicitas Cinecom

Publicité Romande

Publisuisse SA

RadiolIndustrie

Radioveranstalter mit Gebührenanteil

RRR Union romande de radios régionales

Sat.1 (Schweiz) AG

SBV Schweizerischer Bauernverband

Schweizerischer Arbeitgeberverband

Schweizer Presse
Schweizer Presserat
Schweizer Werbung SW
SFP Swiss Film Producers' Association
SGB Schweizerischer Gehörlosenbund
SGV Schweizerischer Gewerbeverband
Sonos Schweizerischer Verband für Gehörlosen- und Hörgeschädigten-Organisationen
SRG SSR idée suisse
SSM Schweizer Syndikat Medienschaffender
Stiftung für Konsumentenschutz
Suissimage (Schweizerische Genossenschaft für Urheberrechte an audiovisuellen Werken)
Sunrise Communications AG
SVOKR Schweizerische Vereinigung für Online und Kabel Radios
SVP
SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Swisscable
Swissfilm Association
Tamedia
Tele Südostschweiz
Telesuisse
UNIKOM Union nicht-kommerzorientierter Lokalradios
VSP Verband Schweizer Privatradios