



24.10.2006

Revision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)

Bericht über das Ergebnis der Anhörung

1	Allgemeine Bemerkungen zum Anhörungsverfahren	3
2	Überblick über die Anhörungseingaben	3
3	Einzelne Themenkomplexe	4
3.1	Angebote von geringer publizistischer Tragweite (Art. 1)	4
3.2	Melde-, Auskunfts- und Berichterstattungspflichten (Art. 2, 22 – 25).....	4
3.2.1	Angaben meldepflichtiger Veranstalter beim Sendungsbeginn (Art. 2)	4
3.2.2	Melde-, Auskunfts- und Berichterstattungspflichten während der Veranstaltertätigkeit (Art. 22 – 25)	5
3.3	Inhaltliche Grundsätze (Art. 3 – 9)	6
3.3.1	Allgemeines	6
3.3.2	Jugendschutz (Art. 3)	6
3.3.3	Anforderungen an das Programm nationaler und sprachregionaler Fernsehveranstalter..	6
3.3.3.1	Quote für europäische Werke und unabhängige Produktionen (Art. 4)	6
3.3.3.2	Filmförderung (Art. 5).....	7
3.3.3.3	Behindertengerechte Aufbereitung von Fernsehsendungen (Art. 6 und 7).....	8
3.3.3.4	Bekanntmachungspflichten (Art. 8) und Information in Krisensituationen (Art. 9)....	9
3.4	Werbung und Sponsoring (Art. 10 – 21)	9
3.4.1	Allgemeine Forderungen an die Werbeordnung	9
3.4.2	Begriffe Werbung und Sponsoring (Art. 10).....	10
3.4.2.1	Schleichwerbebegriff (Art. 10 Abs. 1)	10
3.4.2.2	Ausnahmen vom Werbebegriff (Art. 10 Abs. 2).....	10
3.4.2.3	Ausschluss von Koproduktion (Art. 10 Abs. 3)	11
3.4.3	Erkennbarkeit der Werbung (Art. 11)	11
3.4.4	Werbung auf geteiltem Bildschirm / Split Screen (Art. 12).....	12
3.4.5	Interaktive Werbung (Art. 13)	13
3.4.6	Virtuelle Werbung (Art. 14).....	13
3.4.7	Alkoholwerbung (Art. 15).....	13
3.4.8	Politische Werbung (Art. 16)	13
3.4.9	Religiöse Werbung	14
3.4.10	Einfügung der Werbung (Art. 17)	14
3.4.11	Dauer der Werbung (Art. 18).....	14
3.4.12	Sponsornennung (Art. 19).....	15
3.4.13	Auftritt des Sponsors in der Sendung (Art. 20)	15
3.4.14	Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG (Art. 21)	16
3.4.14.1	Allgemeine Grundtendenzen zur Bestimmung	16
3.4.14.2	Beschränkung der Unterbrecherwerbemöglichkeit (Art. 21 Abs. 1)	16
3.4.14.3	Split Screen-Werbung nur bei Sportübertragungen (Art. 21 Abs. 2)	16
3.4.14.4	Beschränkung des täglichen Werbekontingents (Art. 21 Abs. 3) und Verbot der Ausstrahlung von Verkaufssendungen (Art. 21 Abs. 4).....	17
3.4.14.5	Eigenwerbung in SRG-Programmen (Art. 21 Abs. 5 und 6).....	17

3.4.14.6	Verbot des Product Placement – mit Ausnahme von Wettbewerbspreisen (Art. 21 Abs. 7).....	17
3.4.14.7	Übriges publizistisches Angebot der SRG (Art. 21 Abs. 8)	18
3.5	Rundfunkstatistik, Konzessionsabgabe und Leistungsvereinbarung über das Auslandangebot der SRG (Art. 27 – 32)	18
3.6	Erhaltung von Programmen	19
3.7	Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag (Art. 33 – 40).....	19
3.7.1	Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme (Art. 33).....	19
3.7.2	Versorgungsgebiete (Art. 35)	19
3.7.3	Gebührenanteile (Art. 36).....	19
3.7.4	Pflichten des Konzessionärs (Art. 37)	20
3.7.5	Sitz und Programmproduktion des Konzessionärs (Art. 38)	20
3.7.6	Konzessionierungsverfahren (Art. 39).....	20
3.7.7	Konzessionen von kurzer Dauer (Art. 40)	20
3.8	Übertragung und Aufbereitung von Programmen (Art. 41 – 52).....	21
3.8.1	Ausreichende Qualität der Verbreitung (Art. 41)	21
3.8.2	Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste (Art. 42)	21
3.8.3	Drahtlos-terrestrische Programmverbreitung (Art. 43 – 47).....	22
3.8.3.1	Nutzung von Funkfrequenzen (Art. 43 und 44).....	22
3.8.3.2	Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen in Berggebieten (Art. 45) .	23
3.8.3.3	Investitionsbeiträge für neue Technologien (Art. 46 – 47)	23
3.8.4	Verbreitung über Leitungen (Art. 48 – 51).....	23
3.8.4.1	Programme ausländischer Veranstalter (Art. 48)	23
3.8.4.2	Höchstzahl der zugangsberechtigten Programme (Art. 49)	24
3.8.4.3	Zur Verbreitung verpflichtete Fernmeldedienstanbieterinnen (Art. 50).....	24
3.8.4.4	Kanalbelegung (Art. 51)	24
3.8.5	Aufbereitung (Art. 52)	24
3.9	Empfang von Programmen (Art. 53 – 63)	25
3.9.1	Gebühren- und Meldepflicht (Art. 53, 56 – 60).....	25
3.9.1.1	Zum Empfang geeignete Geräte (Art. 53)	25
3.9.1.2	Befreiung von der Gebühren- und Meldepflicht (Art. 59).....	25
3.9.1.3	Befreiung von der Gebührenpflicht auf Gesuch hin (Art. 60).....	26
3.9.2	Höhe der Empfangsgebühr (Art. 54 und 55)	26
3.9.3	Gebührenerhebungsstelle (Art. 61 – 63)	26
3.10	Schutz der Vielfalt und Förderung der Programmqualität (Art. 64 – 70).....	27
3.10.1	Zugang zu öffentlichen Ereignissen (Art. 64 – 67).....	27
3.10.1.1	Allgemeines.....	27
3.10.1.2	Umfang des Kurzberichterstattungsrechts bei öffentlichen Ereignissen (Art. 64) ..	27
3.10.1.3	Direkter Zugang zum öffentlichen Ereignis (Art. 65).....	27
3.10.1.4	Signallieferung für die Kurzberichterstattung (Art. 66).....	28
3.10.1.5	Freier Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen (Art. 67).....	28
3.10.2	Förderung von Aus- und Weiterbildung sowie Medienforschung (Art. 68 und 69)	28
3.10.2.1	Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden (Art. 68)	28
3.10.2.2	Medienforschung (Art. 69)	29
3.10.3	Stiftung für Nutzungsforschung (Art. 70).....	29
3.11	Verwaltungsgebühren (Art. 71 und 72)	29
3.12	Unabhängige Beschwerdeinstanz und Ombudsstellen	30
	Liste der Anhörungsteilnehmer:	31
	Abkürzungen	35

1 Allgemeine Bemerkungen zum Anhörungsverfahren

Am 24. März 2006 wurde das total revidierte Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) von der Bundesversammlung mit 161:29 Stimmen bei zwei Enthaltungen (Nationalrat) bzw. 42:0 Stimmen (Ständerat) verabschiedet.

Das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) unterbreitete den interessierten Kreisen am 8. Juni 2006 den Entwurf für eine neue bundesrätliche Radio- und Fernsehverordnung (RTVV), welche Ausführungsbestimmungen zum RTVG enthält, und die dazu gehörenden Erläuterungen zur Anhörung. Die Anhörung dauerte bis zum 18. August 2006.¹

170 Anhörungsadressaten waren eingeladen, zum Entwurf Stellung zu nehmen; dies entspricht annähernd der Zahl der offiziell begrüßten Adressaten der Vernehmlassung zum RTVG (damals waren es 194; bei der Anhörung zur Vollziehungsverordnung wurden insbesondere die Kantone und die politischen Parteien nicht offiziell eingeladen). Beim UVEK trafen insgesamt 135 Stellungnahmen ein. Darunter befanden sich auch verschiedene Eingaben von nicht offiziell zur Anhörung Eingeladenen, beispielsweise von zwei politischen Parteien (SP und CVP) sowie von einer Privatperson.

Das BAKOM hat die Stellungnahmen der Öffentlichkeit im Originalwortlaut auf Internet zugänglich gemacht².

2 Überblick über die Anhörungseingaben

Nur eine Minderheit der Anhörungsteilnehmer äusserte sich gesamthaft zur Stossrichtung des Entwurfs. TeleBärn, EEK, Radio X, Swiss ICT, CRR, SP, ERF, Bauernverband, Schweizer Presse, StarTV, Tamedia, Kanton GR, SAB und Swissfilm Association erachten den Entwurf als grundsätzlich gelungen. Schweizer Presse, StarTV und Tamedia weisen jedoch darauf hin, dass teilweise immer noch unnötige Einschränkungen bestehen. Als Gründe für die Zustimmung zum Entwurf werden genannt, dass er die Leitlinien des RTVG umsetze (Suisse Ice Hockey, RFJ, Medien-Forum), die Werbevorschriften liberalisiere (3 Plus Group, FRC) und die Besonderheiten der Regionalfernsehen berücksichtige (Telesuisse Romande). Als Gründe für eine Kritik am Entwurf wird etwa vorgebracht, dass er eine zu hohe Regelungsdichte aufweise (Swiss Olympic, Gewerbeverband, economiesuisse, cvci) und dass er insbesondere die Anliegen von Berg- und Randregionen zu wenig berücksichtige (Handelskammer Graubünden, Südostschweiz Radio/TV AG, Kanton GR). Nach Ansicht von ARBUS stellt der Entwurf nur eine Momentaufnahme dar, da darin zu wenig auf die sich abzeichnenden Veränderungen der Medienlandschaft und neuen Technologien eingegangen werde.

Einige Anhörungsteilnehmer äusserten sich namentlich zum weiteren Vorgehen. CVP, Radio Munot und Swiss Olympic betonen die Wichtigkeit des zügigen Inkrafttretens des gesamten Pakets. Aus wirtschaftlichen Überlegungen und aus Gründen der Rechtssicherheit sei es unabdingbar, dass das RTVG und die RTVV am 1. April 2007 in Kraft treten und die neuen Konzessionen möglichst noch 2007 erteilt werden können. Im Übrigen wird bemängelt, dass nicht alle in der Verordnung zu regelnden Themen gleichzeitig in die Anhörung gegeben wurden. Es habe das Verfassen einer Stellungnahme erschwert, dass der Verordnungsentwurf nichts zu den festgelegten Konzessionsgebieten, der Höhe der Empfangsgebühr und den Gebührenanteilen sage (Schweizer Presse, Radio Munot, Swiss Olympic).

Die meisten Eingaben beschränkten sich auf Bemerkungen zu einzelnen Themenbereichen der vorgesehenen Verordnung. Klar am meisten Kommentare lösten die vorgesehenen Bestimmungen zu

¹ Der Anhörungs-Entwurf RTVV und die Erläuterungen finden sich unter <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/01483/index.html> (Achtung: Die Nummerierung der Artikel weicht teilweise von jener in späteren Fassungen ab)

² <http://www.bakom.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/01483/01534/index.html?lang=de>

Werbung und Sponsoring (insbesondere auch die spezifischen Schranken für die SRG) aus. Zahlreiche Kommentare gab es etwa auch zur behindertengerechten Aufbereitung, zu den Voraussetzungen des Gebührensplittings, zur Kabelverbreitung von Programmen sowie zur Dauer von Kurzberichten über öffentliche Ereignisse.

3 Einzelne Themenkomplexe

3.1 Angebote von geringer publizistischer Tragweite (Art. 1)

Art. 1 des Entwurfs definiert in Abs. 1 die Kriterien für Angebote von geringer publizistischer Tragweite. In Abs. 2 erfolgt eine beispielhafte Auflistung von solchen Angeboten. Diverse Vernehmlassungsteilnehmer finden die Definition der publizistischen Tragweite anhand dieser Kriterien allgemein zu ungenau, da ihr Inhalt unklar bleibe (CRR, RFJ, SRG, Katholischer Mediendienst, Radio Ri). Impressum findet das Kriterium „in einem der Stand der Technik entsprechenden Qualität“ zu wenig definiert. Insbesondere sei die entsprechende Qualität ein sehr subjektives Element und darum kaum justizierbar. Medien-Forum und D. Grossglauser verlangen eine Anhebung der Limite von 1000 Geräten (numerisches Kriterium), da es für kleine Programmveranstalter möglich sein soll, ihre Aktivitäten ausserhalb des RTVG ohne hohen bürokratischen Aufwand zu betreiben.

Einzelne Stellungnahmen weisen auf redaktionelle Unklarheiten hin. Es scheine, dass Art. 1 Abs. 2 des Entwurfs eine Anwendbarkeit des RTVG bejahe, sobald ein Angebot Werbung oder Sponsoring beinhalte (CRR, SRG). Dieser Widerspruch müsse durch die Umformulierung, dass Angebote nach Abs. 2 weder Werbung noch Sponsoring enthalten dürfen, beseitigt werden (Presse Suisse, FRP, Swiss ICT).

3.2 Melde-, Auskunfts- und Berichterstattungspflichten (Art. 2, 22 – 25)

Die Melde-, Auskunfts- und Berichterstattungspflichten (Art. 2, 22 – 25 des Entwurfs) hängen inhaltlich zusammen. Dementsprechend wurden sie von den Vernehmlassungsteilnehmern auch meist gemeinsam kommentiert. Dies wird ebenfalls im Bericht berücksichtigt.

3.2.1 Angaben meldepflichtiger Veranstalter beim Sendungsbeginn (Art. 2)

ARBUS erachtet die Meldepflicht zur Verhinderung unerwünschter Medienkonzentration und aus Gründen der Transparenz als wichtig. Impressum begrüsst, dass die einzelnen Angaben, die der Veranstalter mindestens zu liefern hat, aufgeführt werden.

Gewisse Angaben, welche Veranstalter von schweizerischen Programmen im Rahmen ihrer Meldepflicht dem Bundesamt abzuliefern haben, werden von einigen Teilnehmern als zu weit gehend und unverhältnismässig empfunden. Schweizer Presse, Tamedia, economiesuisse, Teleclub, PresseTV, Sat.1, Radio Munot, Swisscom, Goldbach, VSP-Telesuisse kritisieren namentlich die Bestimmungen in Art. 2 Abs. 1 Bst. f, g und h des Entwurfs, welche die aktiven und passiven Beteiligungen eines Veranstalters betreffen. Sie verlangen grösstenteils die ersatzlose Streichung von Art. 2 Abs. 1 Bst. f zweiter Halbsatz und/oder Bst. g. Schweizer Presse, Swisscom, economiesuisse, Tamedia, Teleclub, PresseTV und Sat.1 wollen darüber hinaus eine Umformulierung des Art. 2 Abs. 1 Bst. h und Art. 25 Abs. 1 Bst. d. Die Bestimmungen seien dahingehend anzupassen, dass die Beteiligung an anderen Medienunternehmen nur bekannt gegeben werden müsse, wenn der Umfang der Beteiligung mehr als ein Drittel betrage (in Analogie zur Formulierung „namhaft“ in Art. 322 Abs. 2 StGB). Aus Gründen der Verhältnismässigkeit verlangen Viva und Radio Ri eine generelle Beschränkung der Meldepflicht auf Beteiligungen an Unternehmen im Medienbereich. UNIKOM weist darauf hin, dass bei Art. 2 Abs. 1 Bst. f für Veranstalter, die nicht die Rechtsform von Handelsgesellschaften haben, der Stimmrechtsanteil anstelle des Kapitalanteils als Kriterium für wesentliche Beteiligungen herbeigezogen werden könne.

Die SRG erachtet es für unabdingbar, zusätzlich auch alle technischen Angaben, die für Koordination und Betrieb der Verbreitung notwendig sind, zu melden. Für Impressum ist wichtig, dass die Veran-

stalter zudem verpflichtet werden, zu informieren, wie sie die redaktionelle Unabhängigkeit sicherstellen, wie sie die Aus- und Weiterbildung sowie die Arbeitsbedingungen der Medienschaffenden gestalten und auf welche berufsethischen Grundsätze sie ihre Medienschaffenden verpflichten.

Art. 2 Abs. 2 des Entwurfs beschränkt die Meldepflicht für die Veranstaltung eines Programms von einer Dauer von höchstens 30 Tagen. CRR und RFJ äussern sich in grundsätzlicher Weise gegen diese Ausnahme für Kurzveranstaltungen. Die Meldepflicht müsse für sämtliche Aspekte gelten – ausser der Kurzveranstalter besitze bereits eine Konzession (RFJ). ARBUS fordert zusätzlich zu den verlangten Angaben (Bst. a – e) die Offenlegung einer programmlichen Zusammenarbeit mit Dritten (Bst. i).

3.2.2 Melde-, Auskunfts- und Berichterstattungspflichten während der Veranstaltertätigkeit (Art. 22 – 25)

Eine Meldepflicht für Veranstalter besteht nicht nur im Zeitpunkt vor Aufnahme der Programmtätigkeit. Meldepflichtige und konzessionierte Veranstalter müssen über Änderungen der an ihnen Beteiligten (Art. 22 des Entwurfs) sowie über ihre neuen Beteiligungen oder Änderungen ihrer Beteiligungen an anderen Unternehmen (Art. 23 des Entwurfs) informieren, sofern diese eine gewisse Bedeutung haben. Weiter besteht für natürliche und juristische Personen, die im Radio- und Fernsehmarkt oder in einem verwandten Markt tätig sind und entweder eine Beteiligung von mindestens 20 Prozent an einem Veranstalter besitzen oder im Wert von mindestens 20 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte im Besitz eines Veranstalters liegen, eine Auskunftspflicht (Art. 24 des Entwurfs). Konzessionierte Veranstalter sowie andere Veranstalter, deren jährlicher Betriebsaufwand mehr als 200'000 Franken beträgt, müssen schliesslich einen Jahresbericht einreichen (Art. 25 des Entwurfs).

AGRABE weist daraufhin, dass sich Art. 22 des Entwurfs bloss auf Handelsgesellschaften beschränke. Es sollten aber auch Vereine und Stiftungen darunter fallen. Stiftung Wahrheit in den Medien hat Bedenken, dass die Meldepflicht bei Beteiligungsänderungen am Veranstalter ab einem Umfang von 5 Prozent durch Aufteilung unterlaufen werden könne. Sie schlägt stattdessen die Einreichung einer periodischen Mitgliederliste vor.

SP und ARBUS unterstreichen die grosse Bedeutung der Meldepflicht über Beteiligungen des Veranstalters an anderen Unternehmen (Art. 23 des Entwurfs), da damit ein probates Mittel zur Erkennung möglicher Konzentrationstendenzen und Monopolbildungen geschaffen werde. Einige Vertreter der Branche (PresseTV, Sat.1, Tamedia, Teleclub) sowie Swisscom, Schweizer Presse und economieuisse verlangen eine ersatzlose Streichung von Art. 23, da diese Bestimmung unverhältnismässig sei und jeglicher gesetzlicher Grundlage entbehre. Ebendiese Teilnehmer plus Presse suisse und FRP erachten die Entstehung der Auskunftspflicht gemäss Art. 24 des Entwurfs aus Gründen der Analogie zu Art. 322 Abs. 2 StGB erst ab einer Beteiligung von mehr als einem Drittel als notwendig.

SGKM begrüsst in mehrfacher Hinsicht die Pflicht zur Einreichung eines Jahresberichts (Art. 25 des Entwurfs). Zum einen würde sie die Veranstalter anhalten, ihr Tun offen zu argumentieren und über Programminhalt und die Nichterfüllung von Anforderungen kritisch zu reflektieren. Zum andern ermöglichen vor allem die Veröffentlichung dieser Berichte der Öffentlichkeit und der Wissenschaft, diese Argumentationen einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Tamedia, PresseTV und Swisscom schlagen eine ersatzlose Streichung des Art. 25 Abs. 1 Bst. b zweiter Halbsatz und Bst. c vor. Diese Bestimmungen seien ebenso wie Art. 2 Abs. 1 Bst. f zweiter Halbsatz und Bst. g sowie Art. 23 unverhältnismässig und führten weiter als dies Art. 16 RTVG vorsehe.

Wenige Teilnehmer beantragen Ergänzungen. Im Sinne des Transparenzprinzips von Medienunternehmen postuliert SSM, auch die Bilanz und die Erfolgsrechnung der Veranstalter als Bestandteil des einzureichenden Jahresberichts (Art. 25 Abs. 1) zu qualifizieren und somit zu veröffentlichen. SUISA möchte, dass das Bundesamt die Jahresrechnung, welche die konzessionierten Veranstalter zusätzlich zum Jahresbericht einreichen müssen (Art. 25 Abs. 3), den zugelassenen Urheberrechtsverwertungsgesellschaften bekannt geben könne. Die SRG verlangt eine Verlängerung der Berichterstattungsfrist (von Ende April) auf Ende Juni des Folgejahres (Art. 25 Abs. 4).

3.3 Inhaltliche Grundsätze (Art. 3 – 9)

3.3.1 Allgemeines

Gemäss Impressum wäre es angebracht, dass die RTVV in erläuternder Weise, insbesondere zu Art. 4 Abs. 1 und Art. 6 des RTVG klarstelle, dass redaktionelle Inhalte hergestellt werden müssen in einem Umfeld, das die redaktionelle Unabhängigkeit nicht gefährde, damit auch die Grundrechte der Medienschaffenden explizit erwähnt werden.

3.3.2 Jugendschutz (Art. 3)

Art. 3 des Entwurfs sieht vor, dass Veranstalter von Abonnementsfernsehen ihren Abonnenten mittels geeigneter technischer Vorkehrungen ermöglichen, Minderjährige am Zugang zu jugendgefährdenden Inhalten zu hindern.

ARBUS erachtet einen griffigen Jugendschutz im Sinne des Jugendschutzes als wichtig. Besonderes Augenmerk sei dem Werbebereich zuzuordnen.

Teleclub verlangt die ersatzlose Streichung von Art. 3, da der Vorschlag einerseits deutlich strenger sei als das EU-Recht und andererseits die Pay-TV-Veranstalter dadurch schlechter gestellt würden. Zudem sei der Begriff „jugendgefährdende Inhalte“ unscharf. Im Übrigen sei die Bestimmung unnötig, da eine entsprechende Verpflichtung bereits durch Art. 197 Abs. 1 StGB gegeben sei.

Die UBI ist hingegen mit dieser Massnahme für das Abonnementsfernsehen einverstanden. Sie beantragt ausserdem, für sämtliche Veranstalter entsprechend Art. 22 Abs. 3 der EG-Fernsehrichtlinie eine Verpflichtung einzuführen, jugendgefährdende Sendungen mit optischen oder akustischen Mitteln zu kennzeichnen.

3.3.3 Anforderungen an das Programm nationaler und sprachregionaler Fernsehveranstalter

3.3.3.1 Quote für europäische Werke und unabhängige Produktionen (Art. 4)

Die Einführung von Mindestanteilen europäischer Werke und unabhängiger Produktionen für Veranstalter von nationalen und sprachregionalen Fernsehveranstaltern und deren Umsetzung in Art. 4 des Entwurfs werden im Grundsatz von verschiedener Seite ausdrücklich begrüsst (Presserat, ARBUS, SFP, SFV-ASDF, SP, Lia Rumantscha, Eidg. Filmkommission, GARP, Swissfilm Association).

Ein Teil der direkt betroffenen Fernsehveranstalter (3 Plus Group, Teleclub, StarTV) verlangt die Anpassung der Bestimmung an den Wortlaut der EU-Fernsehrichtlinie. Die im Entwurf gewählte Formulierung sei sehr weitgehend und insbesondere weitergehend als die entsprechende europäische Richtlinie, womit die Schweizer Fernsehveranstalter gegenüber der Auslandskonkurrenz benachteiligt würden. Viva verlangt eine Ausnahme für Spartenprogramme, namentlich sei der Mindestanteil von 50 Prozent europäischer Werke unzumutbar.

Gewisse Teilnehmende äussern Bedenken bezüglich der Klarheit der Bestimmung. Die Stiftung Wahrheit in den Medien verlangt die Präzisierung des Begriffs „europäisch“. Es solle geklärt werden, dass darunter nicht allein die EU verstanden werde. Ebenfalls zu präzisieren sind gemäss SGKM die Formulierung „im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln“ sowie der Begriff „Hauptteil“. Alphavision beantragt diesbezüglich, dass das BAKOM bei der Umsetzung und der Anwendung von Art. 4 des Entwurfs Richtlinien oder Weisungen für die Veranstalter erlasse, welche klare und verbindliche Anforderungen formulieren.

Dass die Quote in Art. 4 Abs. 1 Bst. a in erster Linie Produktionen aus dem europäischen Ausland zugute kommen könnte, ist für GARP und Swissfilm Association unvermeidbar. Sie schlagen deshalb zur Verbesserung der Chancen schweizerischer Produktionen als Ergänzung von Bst. a vor, dass das BAKOM, in Konsultation mit dem Bundesamt für Kultur (BAK) und gegebenenfalls unter Einbezug des

Bundesamtes für Statistik, regelmässige Erhebungen über die Erfüllung der Quotenvorgabe vornehmen. Der Bundesrat solle auf der Grundlage dieser Daten regelmässig während der Geltung der RTVV darüber befinden, ob die Quote nach oben an die tatsächlichen Verhältnisse anzupassen sei. Bezüglich Art. 4 Abs. 1 Bst. b schlagen sie einerseits aus Gründen der Klarheit vor, anstelle von „Programmkosten“ von „Haushaltmittel für die Produktion“ zu sprechen. Anstelle „veranstalterunabhängiger Produzenten“ solle es andererseits „von Herstellern...“, die von Fernsehveranstaltern unabhängig sind“ heissen, damit unabhängige Produzenten nicht benachteiligt würden, wenn sie zukünftig bestimmte technische und wirtschaftliche Möglichkeiten der Werkverwertung (z.B. im Internet) selbst wahrnehmen.

Nicht zur massgebenden Sendezeit im Sinne von Abs. 1 zählen Nachrichten, Berichte über Sportereignisse, Spielshows, Werbung und Bildschirmtext (Abs. 2 des Entwurfs). Der Katholische Medien dienst wünscht, dass auch die Übertragung von Gottesdiensten in die Liste aufgenommen werde.

Die SRG erachtet die Berichtspflicht über die Einhaltung der Mindestanteile im Jahresbericht (Abs. 3 des Entwurfs) als sinnvoll. Ein Grossteil der Filmbranche (Eidg. Filmkommission, Cinésuisse, SFV-ASDF, GARP, Swissfilm Association, SFP) äussert hingegen Bedenken, dass das BAKOM gestützt auf die Berichterstattung der Veranstalter nicht in der Lage sein werde, die Einhaltung der Quoten zu überprüfen, bzw. sich mit den Argumentationen der Veranstalter auseinanderzusetzen. Es sei deshalb in einem neuen Abs. 4 zu konkretisieren, dass das BAKOM dem BAK und den massgebenden Organisationen der schweizerischen Filmwirtschaft Gelegenheit gebe, zu den Angaben über die Erfüllung der Anforderungen Stellung zu nehmen. Ebendiese Vertreter der Filmbranche verlangen zudem eine Ermessensbeschränkung des BAKOM auf die blosser Prüfung des Genügens oder Ungenügens der Information oder der getroffenen Massnahmen. Die Kann-Formulierung in Abs. 4 des Entwurfs sei zu streichen und die Bestimmung sei gesamthaft neu in einem Abs. 5 zu statuieren. Für eine gesamthafte Streichung der Absätze 3 und 4 des Entwurfs plädiert Teleclub, da sonst Schweizer Veranstalter gegenüber der Auslandskonkurrenz benachteiligt würden.

3.3.3.2 Filmförderung (Art. 5)

Einige Teilnehmer erachten die Bestimmung zur Förderung Schweizer Filme (Art. 5 des Entwurfs) ausdrücklich als sinnvoll (Presserat, SP, ARBUS, GARP, Swissfilm Association). Im Speziellen ARBUS, GARP und Swissfilm Association begrüessen insbesondere, dass auch ausländische Mantelprogramme in die Pflicht genommen werden.

Diverse Stellungnahmen äussern sich zur Definition der Begriffe „Film“ und „Schweizer Film“. Die SGK vermisst eine eindeutige Definition der Bedingungen, welche erfüllt sein müssen, damit ein Film als Schweizer Film gelte. GARP und Swissfilm Association machen darauf aufmerksam, dass durch die Verwendung ein und desselben eingeschränkten Filmbegriffs sowohl für den Anwendungs- als auch für den Förderbereich von Art. 5 des Entwurfs gewisse sprachregionale und nationale Veranstalter nicht unter die Förderpflicht fallen. Mehrere direkt betroffene Fernsehveranstalter (3 Plus Group, Teleclub, PresseTV, Sat.1) und Goldbach verlangen, dass der Filmbegriff insofern umformuliert werde, als dass er der Definition in Art. 2 des Bundesgesetzes vom 14. Dezember 2001 über Filmproduktion und Filmkultur (SR 443.1) entspreche. Die Einschränkung auf Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilme bedeute einerseits einen unnötigen Ausschluss für beliebte einheimische audiovisuelle Produktionen wie TV-Soaps oder Sitcoms (3 Plus Group) und stehe andererseits im Widerspruch zum Gesetz (Teleclub). Zudem verlangen 3 Plus Group und StarTV, dass bei der Berechnung der 4 Prozent der Bruttoeinnahmen eines Programmveranstalters auch die Vermittlung (z.B. das Bewerben von Schweizer Filmen) mitberücksichtigt werden könne.

PresseTV und Sat.1 beantragen die Einfügung eines klärenden Absatzes, wonach für die Filmförderungspflicht bei Veranstaltern eines nationalen oder sprachregionalen Programmfensters in einem ausländischen Fernsehprogramm, welches Filme ausstrahlt, einzig die Bruttoeinnahmen aus dem schweizerischen Programmfenster massgebend seien. Vertreter der Filmbranche (SFP, Cinésuisse, GARP, Swissfilm Association) schlagen vor, in einem Art. 5 Abs. 1bis (neu) zu regeln, dass die betroffenen Veranstalter in Rahmenabkommen mit den massgebenden Verbänden der schweizerischen

Produktionsfirmen von Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilmen die Ausrichtung und die Abwicklung dieser Filmförderung vereinbaren.

Die Eidg. Filmkommission, Cinésuisse, SFV-ASDF, GARP sowie die Swissfilm Association befürchten, dass die Kontrollmöglichkeit des BAKOM über die Filmförderung (Abs. 2 des Entwurfs) ungenügend ausgestaltet sei. Sie verlangen deshalb, dass die Veranstalter ihre geltend gemachten Ausgaben für Filmförderung durch Detailbelege nachweisen müssen. Viva fordert, dass bei Spartensendern die Ausgaben für den Ankauf, die Produktion oder die Koproduktion von schweizerischen Sitcoms, Soaps, Videoclips, Fernsehserien und Musikvideos sowie –interviews hinzugezählt werden, ansonsten die Filmförderungsbestimmung für solche keinen Sinn machen werden.

3.3.3.3 Behindertengerechte Aufbereitung von Fernsehsendungen (Art. 6 und 7)

Die im Entwurf vorgesehene Verpflichtung zur behindertengerechten Aufbereitung von Fernsehprogrammen der SRG (Art. 6) und der übrigen nationalen oder sprachregionalen Fernsehveranstalter (Art. 7) wird von keinem der Anhörungsteilnehmer bestritten. Grundsätzlich begrüsst wird die Verpflichtung primär durch die Behinderten-Organisationen (Blindenverband, Gehörlosenbund, Fachstelle Egalité, Agile u.a.) aber auch durch die SP sowie SSM, ARBUS und Kathol. Mediendienst/Reformierte Medien.

Die durch Art. 6 in die Pflicht genommene SRG weist auf die erheblichen finanziellen Konsequenzen dieser neuen Bestimmung hin. Sie erklärt sich zur Erfüllung dieser zusätzlichen Verpflichtungen bereit. Als grosse Unbekannte bezeichnet die SRG aber die künftige Unterstützung durch das Bundesamt für Sozialversicherung, da keine Zusicherung bestehe, dass wie bisher 45 Prozent der anfallenden Kosten übernommen werden. SSM verlangt, dass die gesamten Leistungen über die Sozialversicherung, einen spezifischen Bundesbeitrag oder über einen separat ausgewiesenen Anteil einer Erhöhung der Empfangsgebühren beglichen werden.

Zu den einzelnen Aspekten der behindertengerechten Aufbereitung durch die SRG gibt es zahlreiche Bemerkungen:

Zur Untertitelung (Abs. 1): Dass der Anteil untertitelter Fernsehsendungen der SRG schrittweise auf einen Drittel der gesamten Sendezeit auszubauen ist, finden die Behinderten-Organisationen, die SP und ARBUS vorläufig gut. Sie verlangen jedoch auf Verordnungsebene die Verankerung eines längerfristigen Ziels – Umfang der zu untertitelnden Sendezeit, der Zeitraum, in welchem dies zu erreichen ist, sowie die Anpassung der Anzahl behindertengerechter Sendungen aufgrund neuer technischer Möglichkeiten. Verlangt wird auch, dass Sendungen und Filme, welche im Ausland bereits untertitelt sind, in der Schweiz automatisch so ausgestrahlt werden (SP, ARBUS). Alphavision äussert seine Bedenken bezüglich der Umsetzbarkeit der Anforderungen von Art. 6 Abs. 1 mit einer wöchentlichen Sendung von 30 Minuten.

Bei der Gebärdensprache (Abs. 2) akzeptieren verschiedene Behindertenorganisationen, SP und ARBUS die Regelung des Entwurfs, wonach im SRG-Programm zunächst täglich mindestens eine Informationssendung aufbereitet werden soll. Im Verordnungstext sei aber eine Frist zur Überprüfung der Pflicht und zum Einbezug neuer technischer Möglichkeiten vorzusehen. Der Gehörlosenbund und einige andere Organisationen verlangen zudem eine Verordnungsbestimmung, welche die SRG nicht nur zum begleitenden Einsatz von Gebärdensprache verpflichtet, sondern auch zu einer monatlichen Spezialsendung. Der Blindenverband stellt zwar keine entsprechende Forderung, unterstützt aber das Anliegen. Die SP weist darauf hin, dass eine entsprechende Vorschrift fehlt.

Bei den minimalen Leistungen für Sehbehinderte (Audio Description; Abs. 3) wird die Anforderung, wonach die SRG pro Monat zwei Sendungen mit Audio Description anzubieten hat, von den Behindertenverbänden und der SP als ungenügend bezeichnet. Sie verlangen darüber hinaus eine neue Bestimmung, welche die SRG ausdrücklich dazu verpflichtet, die Fernsehschaffenden behindertenspezifisch auszubilden (z.B. Sprechtechnik). Blindenverband und SZB wünschen während Wortbeiträgen am Radio und im Fernsehen einen generellen Verzicht auf Hintergrundmusik.

Absatz 4 hält fest, dass zwischen der SRG und den Behindertenverbänden eine Vereinbarung zu schliessen ist. Die SRG begrüsst diesen Ansatz zur Selbstregulierung, die Behindertenverbände machen verschiedene Ergänzungsvorschläge.

Vergleichsweise wenig Bemerkungen hat Artikel 7 ausgelöst, welcher die behindertengerechte Aufbereitung durch die anderen nationalen oder sprachregionalen Fernsehveranstalter regelt. Die Behindertenverbände begrüssen die Inpflichtnahme der privaten Veranstalter und verlangen, dass die wöchentlich auszustrahlende Sendung mindestens 90 Minuten dauert. Viva verlangt eine Ausklammerung von Spartensendern von Artikel 7, denn der Aufwand für behindertengerechtes Fernsehen sei für solche Veranstalter mit kleinem Zielpublikum extrem hoch.

3.3.3.4 Bekanntmachungspflichten (Art. 8) und Information in Krisensituationen (Art. 9)

Zur Bekanntmachungspflicht (Art. 8) und zur Information in Krisensituationen (Art. 9) gibt keine grundsätzlichen Vorbehalte, wohl aber verschiedene Einzelbemerkungen: Die Kommission ABC-Schutz verlangt, dass die programmverbreitenden Fernmeldediensteanbieterinnen im gleichen Mass in die Pflicht genommen werden wie die Programmveranstalter. Zahlreiche Bemerkungen gibt es zur behindertengerechten Aufbereitung dieser Bekanntmachungen, Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen. Diese müssten auch Menschen mit Behinderungen zugänglich sein (Blindenverband, Gehörlosenbund, Fachstelle Egalité, Agile, Teletextkommission, SP, ARBUS). Es wird auch vorgebracht, die Verbreitungspflicht sollte sich nicht auf die Veranstalter beschränken, in deren Gebiet Gefahr droht, sondern auch Veranstalter umliegender Gebiete erfassen (Swiss ICT).

Von Veranstalterseite wird zudem die Klarstellung verlangt, dass es Sache der Behörden sei, die auszustrahlenden Informationen zu den Programmveranstaltern zu bringen (SRG, VSP-Telesuisse). Radio Rottu und Viva wünschen, dass in den Verordnungsanhang eine Prioritätenliste der informierenden Ämter aufgenommen wird.

Die Bestimmung über die Information in Krisensituationen (Art. 9 – mit einem Vorrang für die ersten Radioprogramme der SRG) wird ausdrücklich durch die SRG unterstützt, denn sie führe eine bewährte Praxis fort. CRR hält fest, die SRG genieesse Priorität, aber nicht Exklusivität. VSP-Telesuisse sowie die Radios Rottu, Ri und Munot wollen den Vorrang von den ersten Radioprogrammen auf die im Gebiet konzessionierten Privatradios ausdehnen, SAB zusätzlich auch noch auf die im Gebiet konzessionierten Fernsehveranstalter.

3.4 Werbung und Sponsoring (Art. 10 – 21)

3.4.1 Allgemeine Forderungen an die Werbeordnung

Die durch den Entwurf statuierte Werbeordnung wird von den verschiedenen Teilnehmern unterschiedlich beurteilt. Mehrere Vertreter aus dem Bereich der Werbung (IGEM, SW, BSW), economiesuisse und die Weko bemängeln, dass die Regelungen betreffend Werbung und Sponsoring ausserordentlich detailliert seien und die im neuen RTVG vorgenommenen Anpassungen durch Restriktionen wieder eingeschränkt würden. Die SRG verlangt, dass bei der Ausgestaltung der Bestimmungen insbesondere der Umstand zu beachten sei, dass Schweizer Fernsehveranstalter von potenten ausländischen Programmen konkurrenziert werden. Konsumentenorganisationen (ACSI, FRC, KF) sowie ARBUS und Presserat fordern klar umschriebene Vorgaben im Bereich von Werbung und Sponsoring. Namentlich zu erreichen sei eine möglichst klare Trennung zwischen Programm und Werbung.

Swiss Ice Hockey begrüsst den offenen Ansatz bezüglich neuer Werbeformen und Werbemöglichkeiten. Die Swiss Football League und SFV plädieren für den Bereich des Sportes im Allgemeinen und für jenen des Spitzensportballs im Besonderen für eine möglichst liberale Regelung bei der Werbung und beim Sponsoring.

3.4.2 *Begriffe Werbung und Sponsoring (Art. 10)*

3.4.2.1 *Schleichwerbebegriff (Art. 10 Abs. 1)*

Unter den Schleichwerbebegriff des Entwurfs fallen neben entgeltlichen explizit auch unentgeltlich ausgestrahlte Äusserungen im redaktionellen Teil. Die Äusserungen müssen einerseits eine werbliche Wirkung enthalten, welche vom Veranstalter beabsichtigt ist (Bst. a) und das Publikum muss andererseits hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irreführt werden können (Bst. b).

Die Definition der Schleichwerbung wird, mit Ausnahme der SP, welche den im Gegensatz zur EU-Fernsehrichtlinie weiter gefassten Begriff ausdrücklich begrüsst, mehrheitlich kritisiert. Alphavision, Kanal K und SGKM beanstanden die unbestimmte und unklare Formulierung der Definition. Sie lasse viel Raum für Ermessen im Einzelfall. Namentlich SGKM empfiehlt, die Definition ausschliesslich am Kriterium Art. 10 Abs. 1 Bst. b festzumachen. SwissICT bezweifelt, dass die gegenüber der EU-Fernsehrichtlinie erweiterte Definition praktikabel sei und Radio Rottu vermisst darin die Abgrenzung von der Schleichwerbung zu den Sonderwerbformen, wie Product Placement. Etliche Vernehmlassungsteilnehmer verlangen sodann die ersatzlose Streichung von Art. 10 Abs. 1 des Entwurfs (CRR, Teleclub, SW, Tele Bärn, Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, StarTV, VSP-Telesuisse, Pool 2000, Radio Munot, Publisuisse, economiesuisse, PresseTV, Sat.1, SRG). Namentlich wird vorgebracht, die Definition sei in Anbetracht von Art. 2 Bst. k RTVG überflüssig und führe deshalb zu Überreglementierung, Verwirrung und Umsetzungsschwierigkeiten. Zudem dürfe der Begriff keinesfalls auf unentgeltliche redaktionelle Äusserungen ausgedehnt werden. Die Swissfilm Association schlägt deshalb vor, die Definition dahingehend zu ändern, dass nur kommerzielle Äusserungen, welche gegen Entgelt in der redaktionellen Sendung gemacht werden, unter den Begriff der Schleichwerbung fallen. Für die Beibehaltung der heutigen Schleichwerbedefinition (Art. 15 Abs. 2 RTVV vom 6. Oktober 1997) äussert sich CTVR.

Vertreter des Sports (Swiss Olympic, Suisse Ice Hockey) beantragen, die Definition entsprechend zu präzisieren, dass Werbeaufschriften bei Sportveranstaltungen ausdrücklich nicht als Schleichwerbung angesehen werden können.

3.4.2.2 *Ausnahmen vom Werbebegriff (Art. 10 Abs. 2)*

Art. 10 Abs. 2 des Entwurfs nimmt Hinweise auf das eigene Programm, in welchem sie ausgestrahlt werden (Bst. a), Hinweise auf konkrete Sendungen in anderen Programmen des gleichen Unternehmens mit direktem inhaltlichem Zusammenhang zur Sendung, in welchem sie ausgestrahlt werden (Bst. b) und Hinweise auf Begleitmaterialien, welche ohne Gegenleistung erfolgen und inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden, vom Werbebegriff aus.

Einzig CRR erachtet Art. 10 Abs. 2 des Entwurfs im Grundsatz ausdrücklich als gerechtfertigt. PresseTV, Sat.1, Goldbach, StarTV, IGEM, economiesuisse, Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell und Radio Munot verlangen hingegen dessen gesamthafte und ersatzlose Streichung, da die vorgeschlagenen Einschränkungen (Bst. a – c) weder notwendig noch sachlich richtig seien. Für StarTV, Schweizer Presse, Tele M1 und Tele Tell käme, wenn überhaupt, allenfalls eine positive Umschreibung der Eigenwerbung, welche unter den Werbebegriff fallen würde, in Betracht.

Swissfilm Association begrüsst, dass Art. 10 Abs. 2 Bst. a die Möglichkeit zur Eigenwerbung auf die Werbung für das eigene Programm insgesamt ausdehnen will, schlägt jedoch vor, dass in Bst. a in Abgrenzung zu Bst. b ausdrücklich klargelegt werde, dass dies für Hinweise sowohl auf das Programm als solches, als auch für dessen einzelne Sendungen gelte. Die SRG schlägt ihrerseits vor, in Bst. a den Begriff „eigene Programme“ zu verwenden.

Vornehmlich Vertreter der Rundfunkbranche (VSP-Telesuisse, Radio Rottu, Viva, Radio Ri, Radio Munot) sowie Pool 2000 und IGEM bemängeln, dass sich Art. 10 Abs. 2 Bst. b ausschliesslich auf Hinweise auf konkrete Sendungen in anderen Programmen des gleichen Unternehmens beschränke.

Sie schlagen deshalb vor, dass auch Hinweise auf konkrete Sendungen in anderen Programmen der gleichen Unternehmensgruppe (Holding) sowie den publizistisch oder wirtschaftlich verbundenen Unternehmen möglich seien. CRR verlangt, Bst. b des Entwurfs sei entsprechend anzupassen, damit die bisherige Praxis des BAKOM (Cross media) integriert werden könne. Einige Vernehmlassungsteilnehmer verlangen eine gesamthafte (Tamedia, StarTV) oder teilweise Streichung – namentlich „die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen, in welcher sie ausgestrahlt werden“ (SRG) bzw. „des gleichen Unternehmens“ (UNIKOM) – von Bst. b.

UNIKOM, ARBUS und AGRABE verlangen die ersatzlose Streichung des Begriffs „ohne Gegenleistung ausgestrahlt“ in Art. 10 Abs. 2 Bst. c. Darüber hinaus will AGRABE, dass auch Veranstaltungshinweise und Rezensionen vom Werbebegriff ausgenommen sowie eine Ausnahme für Medienpartnerschaften vorgesehen (in Analogie zu Art. 21 Abs. 6 des Entwurfs für die SRG, vgl. Ziff. 3.4.14.5) werde. Die SRG möchte klargestellt haben, dass die Beteiligung an den im Handel verkauften Begleitartikel nicht als „Gegenleistung im Sinne von Bst. b zu verstehen sei. Für Alphavision wäre wünschenswert, den Begriff der Begleitmaterialien in der Verordnung aufzunehmen und StarTV vermisst Ausführung dazu, was gelte, wenn auf Materialien verwiesen werde, die nicht als Begleitmaterialien qualifiziert werden könnten. Im Sinne eines ergänzenden Bst. d wird vorgeschlagen, auch einfache Veranstaltungshinweise, die inhaltlich in direktem Zusammenhang mit der Sendung stehen (UNIKOM), sowie die interaktive Werbung (Swisscom) ausdrücklich vom Werbebegriff auszunehmen.

3.4.2.3 Ausschluss von Koproduktion (Art. 10 Abs. 3)

Art. 10 Abs. 3 des Entwurfs nimmt die Koproduktion durch natürliche und juristische Personen, die im Radio- oder Fernsehbereich oder in der Produktion audiovisueller Werke tätig sind, vom Sponsoringbegriff aus. SGKM begrüsst die vorliegende Klärung des Begriffs Koproduktion und SSAB merkt an, dass auch ihre Kooperation mit dem Schweizer Fernsehen im Sinne dieser Definition als Koproduktion zu verstehen sei. Hingegen wird die Formulierung von der Mehrheit der Vertreter der Filmbranche (Eidg. Filmkommission, SFP, SFV-ASDF, GARP, Swissfilm Association, Cinésuisse) abgelehnt. Sie sei missverständlich und unnötig, da mit ihr der Eindruck entstehen könnte, dass natürliche und juristische Personen, die nicht im audiovisuellen Bereich tätig sind und koproduzieren, als Sponsoren gelten.

Diverse Vernehmlassungsteilnehmer (RRR, RFJ, UNIKOM, ARBUS, VSP-Telesuisse, Pool 2000) beantragen, dass die Ausnahme vom Sponsoring um den Fall der Medienpartnerschaft erweitert werde. Ein weiterer Vorschlag geht dahin, wie die europäischen Regelwerke Sponsoring von Produktionsbeihilfen zu unterscheiden (Presserat).

3.4.3 Erkennbarkeit der Werbung (Art. 11)

Verschiedene Vernehmlassungsteilnehmer (Presserat, SGKM, Reformierte Medien, impressum) begrüssen grundsätzlich, dass die deutliche Erkennbarkeit der Werbung, insbesondere durch das Trennungsgebot zwischen Werbung und redaktionellem Programm, gewährleistet wird. Für SW sind jedoch die medienspezifischen formalen Konkretisierungen in einer Verordnung nicht notwendig. Angesichts des schnellen Wandels von Medienformen solle primär auf die Generalklausel aus dem RTVG (Art. 9) abgestellt werden. Im Falle klarer Erkennbarkeit der Werbung ist es für StarTV nicht nachvollziehbar, weshalb zusätzlich gefordert werde, der Hinweis auf die Werbung müsse sich deutlich vom Senderlogo, von Programmankündigungen und anderen verwendeten Signeten unterscheiden.

Zu Art. 11 Abs. 1 des Entwurfs gibt es diverse Änderungs- und Ergänzungsvorschläge. Impressum möchte, dass auch im Radio der Begriff „Werbung“ im entsprechenden akustischen Signal verwendet werde. Presse Suisse und FRP verlangen, dass im Fernsehen auch andere Begriffe als „Werbung“ für das Werbetrennsignet verwendet werden dürfen. Gemäss VSP-Telesuisse und Pool 2000 reiche es, wenn im Radio ein Trennsignet den Beginn des Werbeblocks markiere. Nach dem Werbeblock sei der Wechsel in das redaktionelle Programm für das Publikum klar erkennbar.

In sich geschlossene Werbesendungen im Fernsehen, welche länger als 60 Sekunden dauern, müssen durchgehend und deutlich erkennbar als Werbung gekennzeichnet werden (Art. 11 Abs. 2). Im

Radio dürfen in sich geschlossene Werbesendungen, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, nicht länger als 60 Sekunden dauern. Für CRR sind die Absätze 2 und 3 nicht genügend klar. Sie verlangt eine bessere Unterscheidung zwischen Spotwerbung und Verkaufssendungen. Bezüglich dieser beiden Absätze sind ansonsten zwei generelle Stossrichtungen in den Eingaben auszumachen: Für die SRG, SP und ARBUS gehen die Bestimmungen zu wenig weit. In sich geschlossene Sendungen müssten unabhängig von ihrer Dauer durchgehend und deutlich als Werbung gekennzeichnet werden. SSM schlägt im Sinne besserer Transparenz vor, die durchgehende Kennzeichnung als Werbung bereits ab einer Dauer von 30 Sekunden einzuführen. Einem Grossteil der Vernehmlassungsteilnehmer (IGEM, Schweizer Presse, economiesuisse, Radio Munot, Goldbach, Tele M1, Tele Tell, Presse suisse, VSP-Telesuisse, Pool 2000, Radio Rottu, Radio Ri, RRR, RFJ, Swiss ICT) geht hingegen namentlich Abs. 3 zu weit. Diese Bestimmung sei grundsätzlich zu streichen, da sie zu einer ungerechtfertigten Benachteiligung des Radios führe. Allenfalls sei eine wiederholte Deklaration, dass es sich bei dieser Sendung um eine Werbesendung handle, denkbar. ARBUS verlangt demgegenüber, dass diese Werbeform im Medium Radio aus Gründen der Umsetzbarkeit und Transparenz nicht zuzulassen sei.

Die Möglichkeit lokaler und regionaler Radio- und Fernsehveranstalter mit entsprechendem Versorgungsgebiet (Radio: weniger als 150'000 und Fernsehen: weniger als 250'000 Einwohner ab 15 Jahren), ihre Programmmitarbeiter in der Werbung auftreten zu lassen (Art. 11 Abs. 4), hat unterschiedliche Reaktionen ausgelöst: 3 Plus Group und Viva plädieren dafür, diese Ausnahme auch für sprachregionale Programme bzw. Spartensender zuzulassen. Restriktivere Grenzwerte bezüglich der Versorgungsgebiete (Radio: 75'000; Fernsehen: 125'000) fordert die SP. ARBUS verlangt die ersatzlose Streichung dieser Bestimmung.

3.4.4 Werbung auf geteiltem Bildschirm / Split Screen (Art. 12)

Die Zulassung des Split Screen wird vornehmlich von Vertretern der Radio- und Fernsehveranstalter (3 Plus Group, Alphavision, SRG, Tele M1, Tele Tell, VSP-Telesuisse) sowie SGKM, Schweizer Presse, Goldbach und Pool 2000 ausdrücklich begrüsst. Die SRG fügt jedoch an, dass sich das sie betreffende generelle Verbot der Werbung auf geteiltem Bildschirm – mit Ausnahme von Sportübertragungen – nicht rechtfertige. Zum Teil heftige Kritik an der Zulassung von Split Screen-Werbung äussern namentlich Konsumentenorganisation (FRC, ACSI, KF), der Presserat und ARBUS. Sie widerspreche dem Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellem Programm. Differenzierter äussert sich SSM, welches Split Screen-Werbung nur in der restriktivsten Variante zulassen möchte.

Eine überwiegende Mehrheit der sich diesbezüglich äussernden Vernehmlassungsteilnehmer, insbesondere ein Grossteil der Fernsehveranstalter (Tele M1, Tele Tell, Tamedia, Teleclub, StarTV, PresseTV, Sat.1, VSP-Telesuisse, Tele Bärn) sowie Schweizer Presse, SW, Goldbach, IGEM, Publisuisse, Swiss Football League, SRG, Pool 2000 und economiesuisse, verlangt die Streichung aller bzw. einer der in Art. 12 Abs. 1 Bst. a, c und d des Entwurfs formulierten Voraussetzungen für die Split Screen-Werbung. Schweizer Programmveranstalter seien darauf angewiesen, bei den entsprechenden Kriterien gleich lange Spiesse wie die Sender im benachbarten Ausland zu haben. Die Forderung nach einer klaren Trennung und Erkennbarkeit der Werbung gemäss Art. 9 RTVG bzw. Art. 12 Abs. 1 Bst. b des Entwurfs genüge. Im Übrigen sei es unter diesen strengen Voraussetzungen nicht nachvollziehbar, die Split Screen-Werbung der Werbezeit (vgl. Art. 18 des Entwurfs) anzurechnen, wie dies Art. 12. Abs. 2 vorsehe. Die Swisscom bemängelt, dass die Voraussetzungen in Art. 12 Abs. 1 Bst. a – d die Möglichkeit der Wiedergabe auf den Endgeräten je nach Art der Verbreitung auf unangemessene Weise einschränke und verlangt deshalb, nur wenige grundsätzliche Anforderungen in der Verordnung zu regeln.

Als ausdrücklich positiv werden die Einschränkungen für Split Screen-Werbung in Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Kindersendungen und Übertragungen von Gottesdiensten (Art. 12 Abs. 3 des Entwurfs) von der SP, der SRG, dem Katholische Mediendienst und StarTV empfunden. KF möchte die Einschränkungen zudem auch für Jugendsendungen und SSM ebenfalls für Spiel- und Dokumentarfilme anwendbar wissen.

3.4.5 Interaktive Werbung (Art. 13)

PresseTV, Sat.1, Goldbach, StarTV und SP begrüßen die Einführung interaktiver Werbung grundsätzlich. SP und ARBUS weisen jedoch daraufhin, dass bei der interaktiven Werbung der Preisbekanntgabepflicht besonders Rechnung zu tragen sei.

Namentlich von Konsumentenorganisationen (FRC, KF, ACSI) und dem Presserat wird hingegen vorgebracht, interaktive Werbung gefährde das Trennungsgebot. Die ersatzlose Streichung von Art. 13 des Entwurfs verlangen Teleclub, economiesuisse, Swiss Football League und Swisscom, SRG und Publisuisse. Die SRG sowie die Publisuisse sind insbesondere der Ansicht, ein interaktives Signet als Split Screen zu betrachten (Art. 13 Abs. 2 des Entwurfs) sei nur zulässig, wenn dieses tatsächlich Werbung enthält. Alphavision bezweifelt die Verständlichkeit der inhaltlichen Ausformulierung in Art. 13 Abs. 1 Bst. c.

3.4.6 Virtuelle Werbung (Art. 14)

Eine überwiegende Mehrheit der Vernehmlassungsteilnehmer steht der Zulassung virtueller Werbung positiv gegenüber, finden aber die in Art. 14 Abs. 2 des Entwurfs statuierten Zulässigkeitsvoraussetzungen insgesamt im Vergleich zum umliegenden Ausland und namentlich die Beschränkung auf Sportübertragungen (Bst. a) zu einschränkend (Presse suisse, FRP, PresseTV, Sat.1, Goldbach, Tamedia, StarTV, Viva, Swiss Olympic, Swiss Football League, SFV, SRG, Alphavision, SW, Pro Helvetia, Teleclub, SWA, CTVR, economiesuisse, SGK, Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, Swiss ICT, IGEM, CRR). FRC, ACSI, ARBUS, SP betonen jedoch, dass virtuelle Werbung nur akzeptabel sei, solange sie sich auf Sportübertragungen beschränke.

Gegen die Zulassung virtueller Werbung votieren der Presserat, KF und SSM, da diese das Trennungsgebot weder in zeitlicher noch in räumlicher Hinsicht einhalte und die kommerziellen Interessen zu stark gewichte. SGK befürchtet, dass die Nichtanwendbarkeit von Art. 9 – 11 RTVG auf virtuelle Werbung (Art. 14 Abs. 3 des Entwurfs) dazu führen könne, dass ein erheblicher Teil der Spotwerbung durch programminterne Werbung substituiert und somit die Wirksamkeit einer Regulierung der Werbedauer in Frage gestellt werde.

3.4.7 Alkoholwerbung (Art. 15)

Die Bestimmung zur Alkoholwerbung wird in den Stellungnahmen kontrovers diskutiert. Es sind drei grundsätzliche Tendenzen auszumachen:

- Sowohl die Mehrheit der Radio- und Fernsehveranstalter (RRR, RFJ, SRG, Viva, VSP-Telesuisse, Tele M 1, Tele Tell, Radio Munot, Teleclub, StarTV, PresseTV, Sat.1) als auch ein Grossteil der Vertreter der Werbebranche (SWA, Pool 2000, SW, IGEM, Publisuisse, Goldbach, FRP) sowie Presse suisse, Schweizer Presse, SAB, Weko, Brauereiverband, SSV, ASCV, Gewerbeverband, Swiss Olympic und economiesuisse begrüßen die Lockerung des Alkoholwerbverbots, verlangen jedoch verschiedentlich weitergehende Liberalisierungen, namentlich bezüglich den einzuhaltenden Regeln für Alkoholwerbung (Art. 15 Abs. 1 Bst. a – f) und der Werbemöglichkeit für Veranstalter, die einem Werbeverbot für alkoholhaltige Getränke unterliegen (Art. 15 Abs. 4).
- Gegen die Aufhebung des absoluten Alkoholwerbverbots bzw. zumindest für mehr Restriktionen im Falle der Aufhebung plädieren Vertreter der Konsumentenorganisationen und Suchtpräventionsverbände (Blaues Kreuz, Fachverband Sucht, sfa, FRC, ACSI) plus ARBUS und SP. Verlangt werden insbesondere restriktivere Einschränkungen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen.
- Eine dritte Tendenz betrifft die inhaltliche Ausformulierung von Art. 15 des Entwurfs. Bemängelt werden sowohl die zum Teil nur schwer fassbaren Merkmale zur Regulierung der Alkoholwerbung als auch die Verwendung von unbestimmten Begriffen, welche insgesamt zu Unklarheiten und einem weiten Auslegungsspielraum führen können (Swissfilm Association, Alphavision, SP, IGEM).

3.4.8 Politische Werbung (Art. 16)

Bezüglich der Absätze 1 und 2 von Art. 16 des Entwurfs wird die Befürchtung geäußert, die Begriffe „politische Partei“ und „politische Ämter“ seien zu eng definiert, weshalb das Verbot politischer Wer-

bung leicht umgangen werden könne (Stiftung Wahrheit in den Medien, SP, RRR, Presse suisse, FRP, CRR, RFJ, SSM, ARBUS, Katholischer Mediendienst). Einzig Alphavision beanstandet die im Entwurf vorgesehenen Definitionen ausdrücklich nicht.

Gewisse Vernehmlassungsteilnehmer kritisieren, dass das Werbeverbot für Themen, welche Gegenstand einer Volksabstimmung sind, ab dem Zeitpunkt der Bekanntgabe des Abstimmungstermins durch die zuständige Behörde gelte. IGEM, Publisuisse, SP und die SRG verlangen die Festlegung einer festen Sperrfrist. Gemäss SSM solle das Werbeverbot mindestens bereits ab dem Feststehen einer Volksabstimmung gelten.

3.4.9 Religiöse Werbung

Art. 10 Abs. 1 Bst. e RTVG wird im RTVV-Entwurf nicht konkretisiert. Dies wird von VFG, ERF, Alphavision und Katholischer Mediendienst bemängelt. Es sei insbesondere klarzustellen, dass wirtschaftliche Tätigkeiten von Trägerschaften mit religiösem Hintergrund nicht benachteiligt werden.

3.4.10 Einfügung der Werbung (Art. 17)

Die Bestimmung über die Einfügung der Werbung im redaktionellen Programm (Art. 17 des Entwurfs) wird aufgrund der damit einhergehenden Liberalisierung (der Unterbrecherwerberegulierung) von Alphavision, PresseTV, Sat.1, SRG, Swissfilm Association, IGEM, Goldbach und Swiss Olympic ausdrücklich begrüsst, von Konsumentenorganisationen (FRC, ACSI) und SSM dagegen abgelehnt.

CRR, CTVR, Tele Bärn, SRG, VSP-Telesuisse, Pool 2000 und Radio Munot weisen im Speziellen darauf hin, dass der Begriff „Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen“ in Art. 17 Abs. 2 des Entwurfs nirgends näher definiert werde. Durch die Verwendung des Begriffs „Sendungen“ würde zudem ein Widerspruch mit Art. 2 Bst. b RTVG entstehen.

Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, Radio Munot, Goldbach, SW, VSP-Telesuisse, Pool 2000, RRR, RFJ, SAB und IGEM verlangen eine Präzisierung von Art. 17 Abs. 4 des Entwurfs für den Radiobereich. Problematisch sei insbesondere Bst. b, da Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen am Radio in der Regel so ausgestaltet seien, dass sie sich über einen längeren Zeitraum erstrecken und mehrmals von Musik unterbrochen werden. Ein Verbot der Unterbrecherwerbung für die in Bst. b erwähnten Sendungen beantragen ARBUS und SSM.

Etliche Vernehmlassungsteilnehmer verlangen die ersatzlose Streichung von Art. 17 Abs. 5 und 6 des Entwurfs (VSP-Telesuisse, Pool 2000, RRR, RFJ, Radio Rottu, Radio Ri, IGEM, Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell), da keine Unterschiede zwischen den verschiedenen Radio-Kategorien gemacht werden sollen. Bezüglich Art. 17 Abs. 7 des Entwurfs möchten Presse suisse und CRR geklärt haben, welche Rechte der Rechteinhaber gemeint seien. Gemäss Teleclub, SRG und SW gehöre der Urheberpersönlichkeitsschutz in den Bereich des Privatrechts, weshalb dieser Absatz zu streichen sei.

3.4.11 Dauer der Werbung (Art. 18)

Ausdrücklich begrüsst werden die in Art. 18 des Entwurfs gemachten Regelungen durch IGEM und Swissfilm Association, da sie gegenüber heute wesentlich liberaler seien und die europäischen Vorgaben (Art. 12 Abs. 1 und 2 EÜGF) ausschöpfen würden. Vertreter der Konsumentenorganisationen (FRC, ACSI) widersetzen sich jedoch der vorgesehenen weitgehenden Lockerung bei der Unterbrecherwerbung und verlangen insbesondere stärkere Einschränkungen bei Kindersendungen.

Die Beschränkungen für Werbespots, länger dauernde Werbeformen, Verkaufssendungen und Verkaufsprogramme (Art. 18 Abs. 1 bis 4) haben kaum Bemerkungen ausgelöst. SSM beantragt die Streichung von Abs. 2 des Entwurfs. Zudem solle die Beschränkung der Werbung auf höchstens 15 Prozent der täglichen Sendezeit und höchstens 12 Minuten innerhalb einer natürlichen vollen Stunde (Abs. 1) für Werbung und länger dauernde Werbeformen innerhalb der Zeit von 18 bis 24 Uhr gelten. Swissfilm Association schlägt vor, klarzustellen, dass die Beschränkungen in Abs. 3 nicht auf Verkaufsprogramme anwendbar seien.

Aus denselben Gründen wie bei Art. 17 Abs. 5 und 6 des Entwurfs (vgl. Ziff. 3.4.10) verlangen VSP-Telesuisse, Pool 2000, Radio Rottu, Radio Ri, CRR, IGEM, Schweizer Presse, Tele M1 und Tele Tell die Streichung von Art. 18 Abs. 5 und 6 des Entwurfs.

3.4.12 Sponsornennung (Art. 19)

Impressum und SP erachten eine eindeutige Sponsornennung im Sinne der Transparenz als wichtig und begrüssen ausdrücklich, dass die Bestimmung das Sponsoring zwar ermögliche aber gleichzeitig seine unlautere Nutzung verhindere. Swiss ICT verlangt hingegen eine Reduktion der Regulierung auf das Minimum. Diesfalls wäre jedoch ein strikter Vollzug (u.a. durch Sponsoring-Richtlinien) durch das BAKOM anzustreben (FRP). Ergänzungen von Art. 19 des Entwurfs verlangen Alphavision und SW. Alphavision empfiehlt, dass Wettbewerbspreisstifter, welche lediglich einen geringen Preis stiften, nicht unter das Sponsoring fallen und SW möchte, dass in der Verordnung klargestellt werde, dass auch das Rubrikensponsoring möglich sei.

Vornehmlich Radio- und Fernsehveranstalter und Vertreter der Werbebranche fordern Liberalisierungen im Bereich der Ausgestaltung der Sponsornennung (Abs. 2). Namentlich wird verlangt, auch akustische Signete und Slogans sowie akustische CI (corporate identity) zuzulassen (IGEM, VSP-Telesuisse, Pool 2000, Radio Munot, Schweizer Presse), ansonsten Radioveranstalter gegenüber dem Fernsehen benachteiligt würden. Für eine ersatzlose Streichung von Abs. 2 Satz 1 plädiert StarTV bzw. für eine ersatzlose Streichung von Abs. 2 Satz 2 PresseTV, Sat.1 und SGKM.

Gemäss Abs. 3 des Entwurfs darf während der Ausstrahlung einer Fernsehsendung pro zehn Minuten Sendezeit in knapper Form an das Sponsoring erinnert werden (Insert). PresseTV, Sat.1 und SW bemerken, dass Abs. 3 dahingehend zu konkretisieren sei, dass pro zehn Minuten Sendezeit und pro Sponsor eine solche Sponsornennung zulässig sei. Zu weit geht die im Entwurf vorgesehene Erinnerungsmöglichkeit UNIKOM, SSM und ARBUS. Dies laufe auf Werbung im Programm hinaus und sei deshalb zu beschränken. Zu unterstützen sei jedoch der Ausschluss von Inserts in Kindersendungen (ARBUS, SP). Die SRG und Swissfilm Association beantragen dagegen die Streichung einer quantitativen Einschränkung der Anzahl Inserts.

3.4.13 Auftritt des Sponsors in der Sendung (Art. 20)

Ausdrücklich gegen die Zulassung von Product Placement äussern sich die Konsumentenorganisationen (FRC, ACSI, KF), SP und ARBUS, da dadurch das Trennungsgebot gefährdet werde. Alphavision und Impressum befürchten, dass das Kriterium der Werbewirkung, welche im Rahmen des Product Placement zu vermeiden sei, ein erheblicher Ermessensspielraum schaffe. Impressum würde deshalb eine Konkretisierung begrüssen.

Die Streichung von Abs. 1 Satz 2 wird aus zwei Gründen verlangt. Dass mit dem Product Placement keine besondere Werbewirkung erzielt werden dürfe, stehe einerseits bereits in Art. 12 Abs. 3 des Gesetzes (Publisuisse, IGEM). Zudem sei andererseits die werbliche Wirkung nicht messbar und deshalb nur bedingt nachweisbar (SGKM, Presse suisse, FRP).

Radio- und Fernsehveranstalter (Tele M1, Tele Tell, PresseTV, Sat.1, StarTV, Tamedia, Viva), Vertreter der Werbebranche (IGEM, SW, Goldbach, Publisuisse) und der Filmbranche (SFP, Cinésuisse, GARP) sowie Schweizer Presse wehren sich zum Teil heftig gegen Abs. 2 des Entwurfs, wonach Produkteplatzierungen am Anfang einer Sendung gekennzeichnet werden müssen. Verlangt wird die ersatzlose Streichung von Abs. 2 bzw. zumindest die Aufnahme der alternativen Deklarationsmöglichkeit am Anfang oder am Schluss. Für eine umfassendere Deklarationspflicht am Anfang sowie am Schluss der Sendung votieren einzig Presse suisse und FRP.

SRG, SWA und Publisuisse schlagen bezüglich Abs. 3 des Entwurfs vor, die Präsentation von Wettbewerbspreisen vom Verbot von Product Placement in Kindersendungen auszunehmen.

3.4.14 Zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG (Art. 21)

3.4.14.1 Allgemeine Grundtendenzen zur Bestimmung

Der Art. 21 des Entwurfs, welcher zusätzliche Werbe- und Sponsoringbeschränkungen für die SRG vorsieht, hat in der Anhörung am umfangreichsten zu Stellungnahmen Anlass gegeben. Gesamthaft betrachtet können in den zahlreichen Eingaben zwei divergierende Stossrichtungen ausgemacht werden:

- Einige der sich zu Art. 21 des Entwurfs äussernden Vernehmlassungsteilnehmer begrüssen die zusätzlichen Restriktionen im Bereich von Werbung und Sponsoring für die SRG (VSP-Telesuisse, Pool 2000, SAB, ARBUS, FRC, SP, Suisse Ice Hockey). Dass eine asymmetrische Regelung zwischen Privaten und SRG spielen solle, entspreche einerseits der Logik des Gesetzes und wirke andererseits einer übermässigen Wettbewerbsverzerrung aufgrund der Dominanz der gebührenfinanzierten SRG entgegen. StarTV, Goldbach, Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, Tamedia, PresseTV und Sat.1 begrüssen die vorgeschlagenen Asymmetrien im Ansatz auch, verlangen darüber hinaus jedoch weiterführende Restriktionen für die SRG, insbesondere ein generelles Split Screen-Verbot (Abs. 2) und die Reduktion der Höchstgrenze für Werbespots innerhalb der Primetime (Abs. 3).
- Ein weitaus grösser Teil der Stellungnahmen lehnt jegliche bzw. einzelne zusätzlichen Beschränkungen für die SRG entweder kategorisch ab oder verlangt aber die Beibehaltung des Status Quo (Lia Rumantscha, CRR, CTVR, Presserat, SW, IGEM, Action Swiss Music, SSAB, CVP, Katholischer Mediendienst, Suisa, SIG, Pro Helvetia, GARP, Swissfilm Association, Swiss Olympic, Swiss Ski, Swiss Football League, SFV, Cablecom, Swisscable, Orange, FRP, SW, Publisuisse, SWA, SGKM, SSM, Cinésuisse, SRG, economiesuisse, Eidg. Filmkommission, SFP). Namentlich wird vorgebracht, gegen eine asymmetrische Werbe- und Sponsoringordnung sei zwar grundsätzlich nichts einzuwenden. Die in Art. 21 des Entwurfs vorgesehenen Restriktionen für die SRG seien jedoch unverhältnismässig und würden die SRG gegenüber der ausländischen Konkurrenz nachhaltig schwächen.

3.4.14.2 Beschränkung der Unterbrecherwerbemöglichkeit (Art. 21 Abs. 1)

Gemäss Art. 21 Abs. 1 des Entwurfs dürfen Sendungen in den Fernsehprogrammen der SRG einmal durch Werbung unterbrochen werden, wenn sie länger als 90 Minuten dauern. Nicht durch Werbung unterbrochen werden dürfen Kinospiele und Fernsehfilme. Namentlich das absolute Unterbrecherwerbverbot für Kinospiele- und Fernsehfilme wird von den spezifisch zu Art. 21 Abs. 1 des Entwurfs Stellung nehmenden Vernehmlassungsteilnehmern einhellig abgelehnt (Suisa, GARP, Swiss Football League, SFV, Orange, SW, Publisuisse, SWA, SGKM, CTVR, IGEM, FRP, Presserat, SSM, Cinésuisse, Swissfilm Association, SRG, CRR, Swiss Ski, Pro Helvetia). Diese Verschärfung des Status quo benachteilige die SRG einerseits gegenüber Kinobetreibern und ausländischen Fernsehveranstaltern und sei andererseits funktionswidrig und schikanös, da die meisten Kinofilme so aufgebaut seien, dass ungefähr in der Mitte eine Pausenmöglichkeit bestehe. Im Übrigen sei Unterbrecherwerbung beim Publikum längst akzeptiert und werde heute von diesem sogar gewünscht.

3.4.14.3 Split Screen-Werbung nur bei Sportübertragungen (Art. 21 Abs. 2)

Die beschränkte Zulassung von Split Screen-Werbung einzig bei Sportübertragungen wird aus verschiedenen Gründen kritisiert. Konsumentenorganisationen (ACSI, FRC, KF), der Presserat und ARBUS plädieren für die generelle Unzulässigkeit von Split Screen-Werbung für alle Fernsehveranstalter (vgl. Ziff. 3.4.4). Ein ausnahmsloses Verbot von Werbung auf geteiltem Bildschirm für die SRG schlagen Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, StarTV und Tamedia vor. Da Sportveranstaltungen den Hauptanwendungsfall für Werbung auf geteiltem Bildschirm bilden, sei die vermeintliche Asymmetrie mit der vorgeschlagenen Ausnahmeregelung faktisch keine mehr. Die Ungleichbehandlung der SRG im Bereich der Split Screen-Werbung bemängeln hingegen die SRG, SSM, Pro Helvetia sowie Vertreter der Werbebranche (SW, IGEM). Grundsätzlich sollen für die SRG und andere Veranstalter keine Unterschiede gelten.

3.4.14.4 Beschränkung des täglichen Werbekontingents (Art. 21 Abs. 3) und Verbot der Ausstrahlung von Verkaufssendungen (Art. 21 Abs. 4)

Die Beschränkung des täglichen Werbekontingents auf 8 Prozent gemessen an der täglichen Sendezeit (Art. 21 Abs. 3 Bst. a) wird von CRR und Swiss Ski ausdrücklich abgelehnt. Die vorgesehene Regelung sei ein Handicap und inkohärent, zumal die ausländischen Fensterprogramme keine entsprechenden Beschränkungen kennen. Vertreter der Fernsehbranche (Tele M1, Tele Tell, StarTV, Tamedia, PresseTV, Sat.1) sowie Schweizer Presse und Goldbach begrüssen dagegen zwar die Beschränkung des täglichen Werbekontingents auf 8 Prozent der täglichen Sendezeit (Bst. a), verlangen jedoch darüber hinaus auch eine verhältnismässige Reduktion des stündlichen Werbekontingents in der Primetime (18 bis 23 Uhr) gegenüber anderen Veranstaltern.

Ebenfalls für die Streichung von Art. 21 Abs. 4 des Entwurfs, welcher die Ausstrahlung von Verkaufssendungen untersagt, äussern sich die SRG und Swiss Ski.

3.4.14.5 Eigenwerbung in SRG-Programmen (Art. 21 Abs. 5 und 6)

Die SRG und die Billag verlangen, dass Hinweise auf die Melde- und Gebührenpflicht auch als Informationen gelten, welche gemäss Art. 21 Abs. 5 des Entwurfs als Eigenwerbung ausgestrahlt werden dürfen. Dasselbe habe zudem auch für Image- und Mitgliederwerbung zu gelten (SRG und Swiss Ski).

Gemäss Art. 21 Abs. 6 des Entwurfs gelten auch Hinweise auf Medienpartnerschaften als Eigenwerbung, sofern sie überwiegend der Publikumsbindung dienen. Die SRG begrüsst, dass mit Abs. 6 des Entwurfs zur bereits bestehenden Möglichkeit des Sponsorings neu die Möglichkeit von Eigenwerbung geschaffen werde, dies alternativ oder kumulativ. Gegen die Unterstellung von Medienpartnerschaften, welche überwiegend der Publikumsbindung dienen, unter die Eigenwerbung wehrt sich Tamedia, da damit gegen das Verbot von Werbung in Radioprogrammen verstossen werde. Etwas differenzierter äussern sich diesbezüglich Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell und Goldbach. Sie schlagen vor, Abs. 6 dahingehend zu präzisieren, dass Gegenleistungen für Medienpartnerschaften ausschliesslich Vorteile vor Ort oder ähnliche Vergünstigungen sein dürfen, nicht aber Geldleistungen.

Die Gleichbehandlung der Radio- und Fernsehveranstalter im Programm fordern Viva, Radio Ri und Radio Rottu. Wenn die SRG Eigenwerbung (z.B. Medienpartnerschaften) ausstrahlen dürfe, ohne dass dies Werbung sei, müsse gleiches für private Veranstalter auch gelten.

3.4.14.6 Verbot des Product Placement – mit Ausnahme von Wettbewerbspreisen (Art. 21 Abs. 7)

Art. 21 Abs. 7 des Entwurfs, gemäss welchem in den Programmen der SRG die Platzierung von Waren und Dienstleistungen des Sponsors, mit Ausnahme der Präsentation von Wettbewerbspreisen, unzulässig ist, ist umstritten. Vertreter der Werbe- (IGEM, Publisuisse, SW, FRP, SWA, BSW) und Filmbranche (SFP, Cinésuisse, GARP, ProCinema, Swissfilm Association) sowie economiesuisse, SRG, Swiss Olympic, Suisse Ice Hockey und Pro Helvetia lehnen das spezifische Verbot für die SRG vehement ab. Sie befürchten vornehmlich, dass dadurch das Schweizer Filmschaffen, insbesondere Koproduktionen mit SRG-Beteiligungen, verunmöglicht werden.

Differenziert äussern sich diesbezüglich die Eidg. Filmkommission, PresseTV, der Presserat, SSM und SGKM: Sofern es sich um Programminhalte handle, welche die SRG in Eigenregie und ohne unabhängige Produzenten produziere, könne das Verbot des Product Placement bestehen bleiben (Eidg. Filmkommission, PresseTV). Der Presserat erachtet das Verbot namentlich bezüglich Kinospiele und Fernsehfilmen als schikanös. Die Freigabe des Product Placement in Kinospiele- und Fernsehfilmen postuliert auch SSM. Dabei sei aber absolute Transparenz und ein massvoller Umgang anzustreben. Ein absolutes Verbot des Product Placement erachtet schliesslich die SGKM als in der Realität nicht praktikabel. Um eine exakte Werbebeschränkung dennoch festzuhalten, solle diese besser auf der Basis einer maximal erlaubten Anzahl von Produkteplatzierungen pro Sendung formuliert werden.

Gegen die generelle Zulassung des Product Placement äussern sich ausdrücklich die Konsumentenorganisationen (KF, ACSI, FRC), SP und ARBUS (vgl. Ziff. 3.4.13).

3.4.14.7 Übriges publizistisches Angebot der SRG (Art. 21 Abs. 8)

Das Werbe- und Sponsoringverbot im übrigen publizistischen Angebot der SRG (Art. 21 Abs. 8 des Entwurfs) begrüssen Schweizer Presse, Goldbach und economiesuisse ausdrücklich. Gegen das Verbot stellen sich hingegen SRG, Publisuisse, Presserat, SSM, Swiss Ski und Pro Helvetia. Das Verbot sei zu restriktiv. Es müsse der SRG möglich sein, auch im Online- und Multimediabereich massvoll Werbung und Sponsoring zu betreiben, ansonsten damit nicht zur Erfüllung des Programmauftrags beigetragen werden könne. Geteilter Meinung hinsichtlich dieser Bestimmung ist FRP. Einerseits müsse das übrige publizistische Angebot der SRG auch der kommerziellen Kommunikation zugänglich sein, andererseits sei dieses gebührenfinanziert und habe deshalb dem Leistungsauftrag zu entsprechen.

3.5 Rundfunkstatistik, Konzessionsabgabe und Leistungsvereinbarung über das Auslandangebot der SRG (Art. 27 – 32)

Die SRG macht darauf aufmerksam, dass der mögliche Zusatzaufwand für die Erhebung weiterer Daten im Sinne von Art. 28 Abs. 2 des Entwurfs nur schwer abschätzbar und kostenintensiv sei. Sie erwartet deshalb, dass sie bei umfangreichen Zusatzstatistiken vor Beginn der Erhebungen miteinbezogen und weiter eine Entschädigung der Veranstalter in Betracht gezogen werde. Sie sowie Mediapulse verlangen zudem die Erarbeitung einer Systematik für die Form der Datenlieferung. EDÖB regt an, die Rundfunkstatistik auch in den Anhang der Verordnung vom 30. Juni 1993 über die Durchführung von statistischen Erhebungen des Bundes (SR 431.012.1) aufzunehmen.

Gemäss SRG und EDÖB soll der Passus „oder es sei für die Evaluation der Rundfunkgesetzgebung notwendig“ in Art. 29 Abs. 1 des Entwurfs gestrichen werden, da er viel zu offen formuliert sei und eine x-beliebige Verwendung im Zusammenhang mit der Rundfunkgesetzgebung, auch ohne gesetzliche Grundlage, ermögliche. Zudem verstehen SRG und Mediapulse Art. 29 Abs. 3 des Entwurfs so, dass die Daten von Dritten nicht kommerziell vermarktet werden dürfen. Der Erhebungsaufwand liege bei den Veranstaltern, welche die Daten zudem unentgeltlich zur Verfügung stellen müssten.

Bezüglich Art. 30 Abs. 1 des Entwurfs fordert die SRG einerseits, dass die Veranstalter am Erlös zu beteiligen seien, sofern das Bundesamt nicht veröffentlichte Ergebnisse gegen Entgelt herausgebe und andererseits seien solche Daten für wissenschaftliche Zwecke unentgeltlich herauszugeben. Im Übrigen werde mit dem Verweis auf das öffentliche Interesse ein weiter Spielraum dafür geöffnet, welche Daten schliesslich publiziert werden. Die Stiftung Wahrheit in den Medien bemängelt, dass in Art. 30 Abs. 3 Satz 2 des Entwurfs nicht ersichtlich werde, ob sich die Ausnahmen auf die Verwendung statistischer Ergebnisse oder auf die Quellenangabe beziehe.

Die Regelung in Art. 31 Abs. 1 des Entwurfs, wonach die Konzessionsabgabe auf den Bruttoeinnahmen geschuldet ist, wird von 3 Plus Group, StarTV und Teleclub als unverhältnismässig kritisiert. Die SRG verlangt, dass neben Mengenrabatten auch Provisionen und Beraterkommissionen an vom Veranstalter unabhängige Dritte von den relevanten Erträgen abgezogen werden können. Problematisch finden Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, Radio Rottu, VSP-Telesuisse und Radio Munot die Festsetzung des Freibetrags bei 500'000 Franken (Art. 31 Abs. 2 des Entwurfs). Namentlich bei den Privaten führe alleine der neue Umstand, dass nun auch die Sponsoringeinnahmen der jährlichen Konzessionsabgabe unterliegen, zu einer Verdoppelung der Abgaben. Sie verlangen deshalb die Festsetzung des Freibetrags bei 750'000 Franken.

Impressum und Präsenz Schweiz erachten im Gegensatz zur Stiftung Wahrheit in den Medien die Regelung zum publizistischen Angebot der SRG für das Ausland (Art. 32 des Entwurfs) auf Verordnungsstufe als notwendig. Impressum würde es jedoch begrüssen, wenn neben dem zeitlichen Rahmen auch der Zweck der Vereinbarung und der Umfang des Bundesbeitrages in der Verordnung geregelt würden. Präsenz Schweiz möchte ihrerseits in Ergänzung von Art. 32 des Entwurfs klargestellt

haben, dass sich das publizistische Angebot für das Ausland nicht mit der Landeswerbung überschneiden dürfe.

3.6 Erhaltung von Programmen

Der RTVV-Entwurf sieht keine Ausführungsbestimmungen zum Artikel 21 nRTVG über die Erhaltung von Programmen vor. Dies regen aber Memoriav und Audiorama an. Memoriav verlangt eine Bestimmung, in welcher die Programmveranstalter zur Zusammenarbeit mit Archiven und Bibliotheken verpflichtet werden und auf deren Grundlage der Bundesrat dem Netzwerk Memoriav die Koordination der Arbeiten und die Auswahl der zu erhaltenden Programme übertragen soll. Audiorama wünscht, dass die Verordnung ausdrücklich die finanziellen Beiträge des Bundes an Audiorama zur Erhaltung von Wiedergabegeräten erwähnt.

3.7 Andere Veranstalter mit Leistungsauftrag (Art. 33 – 40)

3.7.1 Komplementäre nicht gewinnorientierte Radioprogramme (Art. 33)

Das grundsätzliche Verbot kommerzieller Finanzierung bzw. im Speziellen das Sponsoringverbot (Art. 33 Abs. 2 Satz 1 des Entwurfs), wird vornehmlich von den direkt betroffenen Komplementärradios (Radio X, Kanal K, AGRABE, Radio RaSa, Radio 3fach, UNIKOM) sowie WEKO, WSD BS, FKD BL, ARBUS und SP abgelehnt. Namentlich wird vorgebracht, das Unterdrücken dieser Einnahmemöglichkeit werde zu existentiellen Problemen dieser Radios führen. Werbe- und Sponsoringrestriktionen für Komplementärradios sollen allenfalls situativ in den jeweiligen Konzessionen geregelt werden, jedoch nicht in grundsätzlicher Weise in der Verordnung.

Die Möglichkeit für Komplementärradios, Eigenwerbung mit überwiegender Publikumsbindung auszustrahlen (Art. 33 Abs. 2 Satz 2 des Entwurfs) wird zwar begrüsst – SRG, CRR, RRR, RFJ und Radio Rottu verlangen zudem die Streichung des Begriffs „ausnahmsweise“ – hingegen äussern sich die Vernehmlassungsteilnehmer uneinheitlich bezüglich der Ausnahmeregelung für Radios in Sendegebietern mit weniger als 75'000 Einwohnern (Art. 33 Abs. 2 Satz 3 des Entwurfs). Schweizer Presse, VSP-Telesuisse, Radio Rottu, Radio Ri, Radio BeO, RRR, RFJ beantragen dessen ersatzlose Streichung, da ansonsten eine Vermischung der Radiogattungen stattfinde. Begrüsst wird die Ausnahmeregelung von UNIKOM, Radio toxic, VWD SG, St. Galler Tagblatt Medien, Stadt St. Gallen, Universität SG. Namentlich Radio toxic fragt sich aber, ob eine flexiblere Handhabung der Einwohnerbeschränkung aufgrund des demographisch-geographischen Wandels nicht vorzuziehen wäre.

3.7.2 Versorgungsgebiete (Art. 35)

Gemäss Stiftung Wahrheit in den Medien, Radio Rottu, Radio Ri gehören die Anzahl und die Ausdehnung der Versorgungsgebiete sowie die Verbreitungsart nicht in den Anhang, wie dies in Art. 35 des Entwurfs vorgesehen sei, sondern bereits in die Verordnung. CRR, RRR, Telesuisse romande, RFJ regen an, dass die Ausarbeitung der Versorgungsgebiete beschleunigt werde. Telesuisse romande vermisst zudem Ausführungsbestimmungen bezüglich Art. 39 Abs. 3 RTVG.

3.7.3 Gebührenanteile (Art. 36)

Die in Art. 36 des Entwurfs festgelegten Maximalanteile am Gebührensplitting, namentlich diejenige für Veranstalter eines Radioprogramms (Abs. 1 Bst. a), werden mehrheitlich bemängelt. Einzig die SP findet den Vorschlag zum Gebührensplitting sinnvoll. Schweizer Presse, Tele M1 und Tele Tell weisen allgemein darauf hin, dass in Unkenntnis der Versorgungsgebiete und des Gebührenverteilungsschlüssels keine Stellungnahme zu den Maximalanteilen gemacht werden können. Konkret werden verschiedene konzeptionelle Änderungsvorschläge unterbreitet:

- Mehrheitlich wird eine Erhöhung des Maximalanteils für Radioveranstalter auf 50% (CRR, CTVR, RRR, RFJ, VSP-Telesuisse, Radio Ri, Radio Munot, CVP, Katholischer Mediendienst, Bündner Gewerbeverband, Südostschweiz Radio/TV AG, alternativ auch Handelskammer Graubünden) bzw. auf 50 bis 70% der Betriebskosten (Radio Rottu) gefordert. Da bereits das RTVG vorsehe,

dass die Gebührenanteile sowohl für Radio als auch Fernsehen je vier Prozent der Empfangsgebühren betragen, dürfe auch bei der konkreten Bemessung der Gebührenanteile kein Unterschied zwischen TV und Radio gemacht werden. Einzig eine Privilegierung für Berg- und Randregionen-Radios wird von Radio BeO, Radio Rottu und Radio Munot gewünscht. Der Bündner Gewerbeverband und die Handelskammer Graubünden verlangen darüber hinaus auch eine Erhöhung des Maximalanteils für Fernsehveranstalter (Abs. 1 Bst. b) auf 80% der Betriebskosten.

- Die Handelskammer Graubünden und Südostschweiz Medien votieren dafür, dass vorgängig keine fixen Prozentsätze festgelegt werden. Der Gebührensplittunganteil ergebe sich für alle splittingberechtigten Veranstalter aus der Differenz des Betriebsaufwandes unter Berücksichtigung des Leistungsauftrags und der Refinanzierbarkeit in den Konzessionsgebieten.
- Alternativ schlägt Südostschweiz Medien vor, für splittingberechtigte Fernsehveranstalter sei ein Sockelbeitrag von höchstens drei Millionen Franken auszuschreiben. Reichen diese Mittel nicht, so könne ein weiterer Anteil von höchstens 50% der Betriebskosten ausgesprochen werden.

3.7.4 Pflichten des Konzessionärs (Art. 37)

Art. 37 des Entwurfs verpflichtet Veranstalter mit Gebührenanteil zu Massnahmen, welche die Erfüllung des Leistungsauftrages und das unabhängige Programmschaffen sicherstellen soll. Die vorgeschlagenen Massnahmen werden von ARBUS, SP und SSM ausdrücklich und mit Vehemenz begrüsst. Impressum wünscht, dass zur Sicherstellung der redaktionellen Unabhängigkeit zusätzlich auch die Einhaltung standesrechtlicher Arbeitsbedingungen der Journalistinnen und Journalisten und der „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“, Aus- und Weiterbildungen sowie ein Redaktionsstatut vorgesehen werden. In dieselbe Richtung zielt das Anliegen von SSM, in der Verordnung zudem Art. 44 Abs. 1 Bst. d nRTVG präziser auszuführen.

Verschiedene Einwände betreffen Art. 37 Abs. 2 des Entwurfs. Namentlich wird die Streichung der Möglichkeit des Departements, beratende Programmkommissionen (CVP, CRR, RRR, RFJ) bzw. eine repräsentative Trägerschaft (CVP, VSP-Telesuisse, Radio Munot) vorzusehen, verlangt. Für Schweizer Presse erscheint die Delegationsnorm an das Departement allgemein sehr unbestimmt und umfassend. Sie erachtet eine abschliessende Aufzählung möglicher Massnahmen im Rahmen der Konzessionierung für angezeigt. Zu wenig verbindlich ist die Formulierung in Abs. 2 für SP und ARBUS.

3.7.5 Sitz und Programmproduktion des Konzessionärs (Art. 38)

Einige Vernehmlassungsteilnehmer (Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, VSP-Telesuisse, Radio Munot, Medien-Forum) empfinden die Bestimmungen, wonach das während der Hauptsendezeit ausgestrahlte Programm in der Regel überwiegend im Versorgungsgebiet produziert werden müsse (Art. 38 Satz 2 des Entwurfs), zu einschränkend und verlangen die ersatzlose Streichung. Nur durch effiziente Nutzung von Synergien könne ein Maximum an Qualität und breiter Berichterstattung erreicht werden.

3.7.6 Konzessionierungsverfahren (Art. 39)

Wenige Stellungnahmen beziehen sich auf das Konzessionierungsverfahren. SRG und VSP-Telesuisse fordern, dass in der Ausschreibung neben der Beschreibung des versorgten Gebiets und der Art der Verbreitung (Art. 39 Abs. 2 Bst. a des Entwurfs) zusätzlich auch technische Prämissen der Empfangbarkeit und der Nutzungsart sowie die Qualität des Schutzes der Frequenzen ausserhalb des Versorgungsgebiets festgelegt sein müssen. Gemäss VSP-Telesuisse sowie Viva und Radio Ri soll zudem auch die Dauer des Konzessionierungsverfahrens geregelt werden.

3.7.7 Konzessionen von kurzer Dauer (Art. 40)

Grundsätzliche Kritik an Art. 40 des Entwurfs äussert Radio Ri. Es sei schon erstaunlich, dass es für eine kurze Veranstaltungsdauer eine Konzession brauche, nicht so aber für eine dauerhafte Sendetätigkeit eines Veranstalters, der keine Gebühren erhalte. Die SRG bemängelt, dass die Bestimmung bezüglich Konzession von kurzer Dauer im dritten Kapitel und deshalb nur für „andere Veranstalter mit Leistungsauftrag“ geregelt sei. Im Übrigen erachtet sie die inhaltliche Einschränkung einerseits auf die

Verbreitung über Ultrakurzwellen-Frequenzen (UKW) und andererseits auf die Veranstaltung von lokalen oder regionalen Radioprogrammen nicht notwendig.

Hauptsächlich Radio- und Fernsehveranstalter (CRR, RRR, RFJ, Tele Bärn, VSP-Telesuisse) sowie Schweizer Presse, Katholischer Mediendienst und SAB befürchten durch Konzessionen von kurzer Dauer Beeinträchtigungen bestehender Sender und fordern diesbezüglich mehr Restriktionen. Eine Konzession von kurzer Dauer dürfe nur erteilt werden, wenn das bestehende Radio in der betreffenden Region nicht in der Lage sei, den Inhalt, den die Initianten einer Kurzveranstaltung anbieten wollten, abzudecken. Zudem dürfe die Kurzveranstalterkonzession keinesfalls kommerziell sein und den Werbemarkt beeinflussen.

3.8 Übertragung und Aufbereitung von Programmen (Art. 41 – 52)

3.8.1 Ausreichende Qualität der Verbreitung (Art. 41)

Die eingegangenen Einwände zu Art. 41 des Entwurfs betreffen schwergewichtig den Begriff der „ausreichenden Qualität“ (Satz 1). Asut stellt eine qualitätsbezogene Regulierung der Verbreitung grundsätzlich in Frage, da diese aufgrund der ökonomischen Realität selbstverständlich sei. RRR, RFJ, Cablecom, SRG und Sat.1 bemängeln die Unbestimmtheit des Begriffs „ausreichende Qualität“. Von Vertretern der Telekombranche (asut, Cablecom, Swisscable, Swisscom) wird insbesondere die ersatzlose Streichung der qualitätsdefinierenden Kriterien „unverändert“ und „vollständig“ gefordert. Diese Kriterien seien nicht in technischer, sondern ausschliesslich in redaktioneller Hinsicht zu verstehen und deshalb nicht von den Fernmeldediensteanbietern zu gewährleisten. Swisscom verlangt darüber hinaus auch die Streichung des Kriteriums „zeitverzugslos“. Zur „Zeitverzugslosigkeit“ möchte Cablecom und economiesuisse klargestellt haben, dass technisch nicht zu verhindernde Verzögerungen sowie Störungen von ausserhalb das vom Gesetzgeber vorgesehene funktionale Integralitätsprinzip der Programmverbreitung nicht verletzen und die Gewährleistung der ausreichenden Verbreitungsqualität nicht tangieren. Im Übrigen könne ein Kabelverbreiter Qualitätsstandards nur dort gewährleisten, wo er über die Signalqualität noch die hundertprozentige technische Hoheit besitze.

Gemäss Art. 41 Satz 3 des Entwurfs kann das Departement je nach Art des Programms und der Verbreitung unterschiedliche Qualitätsstufen vorsehen. Die mögliche Qualitätsdifferenzierung aufgrund der unterschiedlichen Verbreitungstechniken ist für Cablecom, Swisscable und Glarner Handelskammer unbegründet und willkürlich. Sie schlagen eine auf Empfangsgeräte gestützte Unterscheidung der Qualitätsstandards vor.

Abgesehen von der Kritik an der qualitätsbezogenen Regulierung machen einige Vernehmlassungsteilnehmer Ergänzungsvorschläge zu Art. 41 des Entwurfs. Swisscable und Glarner Handelskammer möchten, dass in einem Abs. 2 statuiert werde, die gegenseitige Störung der verschiedenen Verbreitungstechnologien sei zu verhindern. Ebendiese Vernehmlassungsteilnehmer plus Cablecom befürchten zudem eine Vielzahl von unterschiedlichen Wünschen betreffend das technische Übertragungsverfahren von Seiten der Programmveranstalter. Sie fordern deshalb, dass die Aufbereitung der Programme und der gekoppelten Dienste dem Verbreiter überlassen sein müsse. Schliesslich verlangen SRG und CRR, dass einerseits im Falle der Verschlüsselung von Fernsehprogrammen ein internationaler technischer Standard einzusetzen sei und andererseits die Verbreitung von Radioprogrammen nicht verschlüsselt werden dürfe. Gegen jede Einschränkung der Verschlüsselung im Zusammenhang mit der Konkretisierung der technischen Aufbereitung stellt sich Swisscable. Die Verschlüsselung sei weder Gegenstand der Gewährleistung einer ausreichenden Verbreitungsqualität (Art. 41 des Entwurfs) noch Gegenstand der Gewährleistung der Integralität (Art. 41 und 42 des Entwurfs) noch Gegenstand der Gewährleistung eines diskriminierungsfreien Programmzugangs (Art. 52 des Entwurfs).

3.8.2 Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste (Art. 42)

Art. 42 des Entwurfs führt die vom Veranstalter angebotenen gekoppelten Dienste auf, die ein Fernmeldediensteanbieter mit dem zugangsberechtigten Programm zu verbreiten hat. Gegen die grundsätzliche Statuierung der Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste äussern sich economiesuisse, Swisscom und Cablecom, da die Verbreitung in diesem Bereich eigentlich bereits durch den Markt sicher-

gestellt werde. Im Falle der Verankerung in der Verordnung müsse jedoch in Ergänzung von Abs. 1 des Entwurfs vorgesehen werden, dass Fernmeldediensteanbieter die gekoppelten Dienste nur zu verbreiten haben, soweit es deren technische Übertragungskapazitäten zulassen (Swisscable, Cablecom, Glarner Handelskammer). Viva und Radio Ri würden es hingegen begrüßen, wenn die Liste von gekoppelten Diensten (Abs. 1 Bst. a – g des Entwurfs) jederzeit durch das Departement erweitert werden könnte.

Verschiedene Vernehmlassungsteilnehmer verlangen die Erweiterung des Anwendungsbereichs von Art. 42 des Entwurfs. CRR erachtet die Bestimmung als solche zwar als gerechtfertigt, möchte jedoch sowie auch RRR und RFJ, dass die Verbreitungspflicht nicht nur die in Abs. 1 Bst. a – g des Entwurfs erwähnten gekoppelten Dienste, sondern den gesamten digitalen Dienst beinhalte. Gefordert werden weiter die Erweiterung der Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste auch auf angebotene Programme ohne Zugangsberechtigung (Blindenverband, SZB, Teleclub und Sat.1) sowie die Erweiterung auf sämtliche behindertengerecht aufbereiteten Sendungen (Agile, Gehörlosenbund, Fachstelle Egalité Handicap). Schliesslich soll sich die Verpflichtung, die in Abs. 1 Bst. a – g des Entwurfs aufgelisteten gekoppelten Dienste zu verbreiten, gemäss ARBUS auch auf ausländische Programme beziehen.

Vertreter der Telekommunikationsbranche (Swisscom, asut, Swisscable, Cablecom) sind mit gewissen Formulierungen bezüglich den gekoppelten Diensten (Abs. 1 Bst. a – g des Entwurfs) nicht einverstanden. Swisscom und asut bemängeln, dass die gekoppelten Dienste im Lichte der sich wandelnden Technologien und künftiger Entwicklungen nicht funktionaler bzw. allgemeiner beschrieben werden. Gemäss Swisscable und Cablecom muss namentlich Abs. 1 Bst. g des Entwurfs dahingehend umformuliert werden, dass nur Service-Informationen für den Elektronischen Programmführer (EPG) verbreitet werden müssen, der vom Fernmeldediensteanbieter bereitgestellt werde. Mediapulse und SRG bezweifeln hingegen, ob durch die gewählte Formulierung in Abs. 1 Bst. g des Entwurfs genügend klar werde, dass die Verbreitung des DVB-SI-Standards gemeint sei. Die SRG plädiert darüber hinaus für die Aufnahme digitaler Portalanwendungen des Veranstalters in die Liste der gekoppelten Dienste.

Gemäss Art. 42 Abs. 2 des Entwurfs kann das Departement für bestimmte Techniken Ausnahmen von der Verbreitungspflicht für gekoppelte Dienste vorsehen. Für Cablecom, Swisscable und Glarner Handelskammer liegt das Kriterium zur Statuierung von Ausnahmen der Verbreitungspflicht nicht in bestimmten Verbreitungstechniken, sondern analog ihrer Begehren bezüglich Art. 41 Satz 3 des Entwurfs (vgl. Ziff. 1.7.1) in bestimmten Empfangsgeräten. Zudem schlagen Cablecom und Swisscable vor, dass die Fernmeldediensteanbieter unabhängig von der Übertragungstechnik und vom Endgerät zu Gunsten eines Endkunden nur einmal die Verbreitungspflicht erfüllen müssen.

3.8.3 Drahtlos-terrestrische Programmverbreitung (Art. 43 – 47)

3.8.3.1 Nutzung von Funkfrequenzen (Art. 43 und 44)

Art. 43 des Entwurfs, welcher die Nutzung und Erteilung der für Radio- und Fernsehprogramme vorgesehenen Funkfrequenzen regelt, wird von CRR als wichtige Bestimmung, welche den laufenden Veränderungen Rechnung trage, empfunden. RRR und RFJ weisen jedoch darauf hin, dass der Zugang zu Frequenzen den bestehenden Veranstaltern innert kürzester Frist gewährt werden müsse. In Ergänzung zu Art. 43 des Entwurfs beantragen Swisscable und Glarner Handelskammer, dass der Bundesrat bei der Regelung über die Nutzung und Erteilung der Funkfrequenzen den Grundsatz der störungsfreien Nutzung der Funkfrequenzressourcen sowie der im selben Frequenzbereich arbeitenden drahtgebundenen Verbreitungsverfahren verfolge.

Auch die in Art. 44 des Entwurfs vorgesehene Regelung bezüglich der Kostenberechnung der drahtlos-terrestrischen Programmverbreitung wird von den dazu Stellung nehmenden Vernehmlassungsteilnehmern überwiegend positiv bewertet. AGRABE, SAB, UNIKOM und die Preisüberwachung begrüßen die festgelegten Berechnungskriterien und sehen darin eine echte Chance zur Lösung der jahrelangen Konflikte, zumal die Veranstalter in der Regel mangels Wahlmöglichkeit eine inferiore Verhandlungsposition inne haben. Die SRG verlangt darüber hinaus die Aufnahme einer Regelung für

abgeschriebene Anlagen [Abs. 2 Bst. f (neu)]. Werden abgeschriebene Anlagen weiter betrieben, so habe der Fernmeldedienstanbieter die Kosten entsprechend zu reduzieren.

3.8.3.2 Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen in Berggebieten (Art. 45)

Die Unterstützung der Verbreitung von Radioprogrammen wird im Grundsatz durchwegs begrüsst (ausdrücklich: Handelskammer Graubünden, SP, Südostschweiz Medien). Kritisiert wird hingegen verschiedentlich die Ausgestaltung der Regelung. Die Berechnungsmethode zur Beitragsberechtigung (Abs. 1 des Entwurfs) sei einerseits zu kompliziert und müsse gekürzt werden (Radio Rottu, Radio Ri, cvci) und führe aufgrund der Festlegung der Grenze bei 80 Prozent andererseits zu Benachteiligungen von Radios in schwach besiedelten Gebieten (RRR, RFJ, CRR). Namentlich die Festlegung des Maximalbeitrags auf 25 Prozent des Betriebsaufwands eines Veranstalters (Abs. 2 des Entwurfs) wird mehrfach beanstandet. Verlangt wird sowohl der Verzicht auf die Festlegung einer Höchstgrenze (Handelskammer Graubünden, Bündner Gewerbeverband) als auch die Erhöhung des Höchstanteils eines Beitrags auf 50 bis 90 Prozent des Betriebsaufwands (Südostschweiz Medien, RRR, RFJ, VSP-Telesuisse, Radio Rottu, Radio Ri).

3.8.3.3 Investitionsbeiträge für neue Technologien (Art. 46 – 47)

Die Wichtigkeit einer raschen Entwicklung neuer Technologien wird insbesondere von der CVP unterstrichen. CRR, CTVR, RRR und RFJ erachten es deshalb als nötig, dass das BAKOM die Initiative – z.B. mittels Schaffung eines technischen Kompetenzzentrums – ergreife, um die teure technische Entwicklung voranzutreiben. In Ausweitung des sachlichen Anwendungsbereichs verlangen hingegen Handelskammer Graubünden, Südostschweiz Medien und Bündner Gewerbeverein, Investitionsbeiträge auch für herkömmliche Technologien auszurichten. Die Beschränkung auf neue Technologien verunmögliche, dass Gelder für die Erneuerung oder für den Ausbau von UKW-Stationen ausgesprochen werden können.

Die Voraussetzungen für Investitionsbeiträge (Art. 46 des Entwurfs) werden von UNIKOM und SP begrüsst. Im Gegensatz zu RRR und RFJ, welche allgemein bzw. konkret in Berggebieten keine zeitliche Beschränkung der maximalen Beitragsdauer wünschen, findet die SP namentlich die Beschränkung auf zehn Jahre richtig. VSP-Telesuisse verlangt, den Veranstalter-Verbänden eine laufend aktualisierte Liste der neuen Technologien zur Verfügung zu stellen.

Zum Verfahren auf Investitionsbeiträge für neue Technologien (Art. 47 des Entwurfs) schlagen die SRG und CRR vor, dass nicht einfach individuelle Beiträge zugesprochen werden, sondern, besonders zu Beginn der Digitalisierung der Netze, ein gemeinsamer Approach für alle Beteiligten sichergestellt sei. CRR und RFJ wollen zudem, dass das Verfahren ab 2007 in Kraft trete.

3.8.4 Verbreitung über Leitungen (Art. 48 – 51)

3.8.4.1 Programme ausländischer Veranstalter (Art. 48)

Gemäss Art. 48 des Entwurfs bezeichnet das Departement einzelne ausländische Programme, die in einem bestimmten Gebiet über Leitungen zu verbreiten sind (Abs. 1 des Entwurfs). Abs. 2 des Entwurfs definiert beispielhaft (Bst. a – e) mögliche Voraussetzungen, welche alternativ für die lokale Verbreitungspflicht über Leitungen erfüllt sein müssen. SSM unterstützt diese Bestimmung im Sinne einer Versorgung des Publikums mit einer möglichst breiten Palette von Qualitätsprogrammen. Verschiedene Vernehmlassungsteilnehmer (Swiss ICT, Preisüberwachung, Cablecom, Swisscable, Glarner Handelskammer, economiesuisse) monieren aber die Delegation der Auswahlkompetenz an das Departement. Entscheide über „must carry“ hätten eine Tragweite, welcher mit Verordnungen auf Departementsstufe nicht Rechnung getragen werde. Viva und Radio Ri finden es indes wenig sinnvoll, dass ausländische Programme besser gestellt werden sollen als Schweizer Programme. Schweizer Programme, welche die in Abs. 2 des Entwurfs statuierten Voraussetzungen erfüllen, seien deshalb den ausländischen Programmen mindestens gleichzustellen [Abs. 3 (neu)].

Bezüglich Art. 48 Abs. 2 des Entwurfs gibt es vereinzelt Einwände. Die Preisüberwachung schlägt vor, das Kriterium „in einer schweizerischen Landessprache“ zu streichen, da ansonsten Programme ausgeschlossen würden, für welche in der Schweiz ebenfalls eine grosse Nachfrage bestehe. Der Miteinbezug auch sozialer Phänomene in Abs. 2 Bst. a des Entwurfs verlangen ARBUS und SP. Letztere verlangt zudem eine offenere Formulierung von Abs. 2 Bst. d des Entwurfs. Die einschränkende Formulierung blende verschiedene Zielgruppen mit ebenfalls spezifischen Bedürfnissen aus. Aus Angst vor Begünstigungen von „Offshore“-Sendern, welche sich durch geschickte Wahl des Domizils den gesetzlichen Einschränkungen der Schweiz oder dem hiesigen Steuersystem entziehen, erachtet 3 Plus Group die ersatzlose Streichung von Abs. 2 Bst. d und e des Entwurfs als notwendig. In Ergänzung von Abs. 2 des Entwurfs wünscht schliesslich der Katholische Mediendienst, dass auch ausländische Programme in Betracht kommen, welche Beiträge zum religiösen Verständnis erbringen und somit einem legitimen Interesse in der Schweiz entsprechen.

3.8.4.2 Höchstzahl der zugangsberechtigten Programme (Art. 49)

Die vorgesehenen Höchstzahlen der Programme, die in einem bestimmten Gebiet unentgeltlich über Leitungen zu verbreiten sind (Art. 49 des Entwurfs) werden namentlich von Vertretern der Telekommunikationsbranche (Swisscable, Cablecom) sowie der Glarner Handelskammer und economiesuisse als unverhältnismässig empfunden. Werden die Höchstzahlen nicht gesenkt, werde ein wesentlicher Teil der Kabelnetzkapazität besetzt, wodurch die Kabelnetzunternehmen mangels genügend Kapazität für innovative Kommunikationsdienste wie Internet und Telefonie gegenüber anderen Telekommunikationsunternehmen einen bedeutenden Wettbewerbsnachteil erleiden. Im Übrigen schlagen Swisscable und Cablecom eine spezifische Regelung der Höchstzahlen für die Simulcast-Phase vor, da sich die Abgrenzung zwischen der analogen und der digitalen Verbreitung heute nicht derart klar vornehmen lasse.

3.8.4.3 Zur Verbreitung verpflichtete Fernmeldediensteanbieterinnen (Art. 50)

Der vorbehaltlosen Verpflichtung zur Verbreitung von Programmen über Leitungen von programmverbreitenden Fernmeldediensteanbieterinnen, die mindestens 100 Haushalte erreichen (Art. 50 des Entwurfs) widerspricht die Swisscom. Eine solche generelle Verpflichtung laufe offensichtlich der gesetzlichen Konzeption der Verbreitungspflicht zuwider. Die SRG schlägt aufgrund der Unklarheit betreffend des Begriffs „erreichen“ vor, stattdessen von Fernmeldediensteanbieterinnen zu sprechen, „die über mindestens 100 am Netz angeschlossene Haushalte verfügen“.

3.8.4.4 Kanalbelegung (Art. 51)

Art. 51 des Entwurfs delegiert die Kompetenz, Programme mit Anspruch auf einen bevorzugten Kanalplatz für die leitungsgebundene Verbreitung auszuwählen, an das Departement, was von Swiss ICT moniert wird. Solche potentiell kritischen Entscheide seien nicht durch Departements-Verordnungen zu treffen. Die WEKO erachtet die ersatzlose Streichung von Art. 51 des Entwurfs aus wettbewerbsrechtlicher Sicht als sinnvoll.

Swisscable, Cablecom und CRR wünschen, dass die in Art. 62 RTVG gemachte Einschränkung bezüglich zu übertragender Programme auf bevorzugten Kanalplätzen auch in den Verordnungstext aufgenommen werde.

3.8.5 *Aufbereitung (Art. 52)*

Bezüglich Art. 52 des Entwurfs, welcher zum Schutz der Veranstalter und des Publikums gewisse Anforderung an die Aufbereitung von Rundfunkprogrammen der Fernmeldediensteanbieter enthält, sind in den Stellungnahmen zwei gegensätzliche Positionen erkennbar. So begrüissen namentlich Programmveranstalter (Sat.1, Teleclub) sowie Goldbach die vorgeschlagenen Schutzvorkehrungen zu ihren Gunsten. Für die Fernmeldediensteanbieter (Swisscable, Cablecom) sowie für die Glarner Handelskammer geht Art. 52 des Entwurfs hingegen zu weit.

Swisscable und Cablecom verlangen in Ergänzung von Art. 52 Abs. 1 des Entwurfs, dass die Verschlüsselung des digitalen Angebots durch den Fernmeldediensteanbieter zulässig sein müsse. Die mit

Abs. 1 des Entwurfs beabsichtigte Gewährleistung der vollen Funktionalität des Programmempfangs sei auch mit der Verschlüsselung sichergestellt. Gegen die grundsätzliche Verschlüsselung von unentgeltlichen digitalen Programmen äussert sich die Preisüberwachung. Für den Fall der Verschlüsselungsmöglichkeit solcher Programme müsste aber jedenfalls die Entschlüsselungskarte gratis abgegeben werden.

Deutlich erkennbar sind die gegensätzlichen Auffassungen insbesondere bei Abs. 2 des Entwurfs. Da für die Bestimmung eines vertraglichen Geschäftsmodells betreffend die Zusammenarbeit zwischen Programmveranstaltern und Fernmeldediensteanbietern eine gesetzliche Grundlage fehle, verlangt Cablecom die ersatzlose Streichung, Swisscable und Glarner Handelskammer (alternativ auch die Cablecom) eine Änderung von Art. 52 Abs. 2 des Entwurfs. Grundsätzlich müsse es den Verhandlungen der beteiligten Parteien unterliegen, in welcher Art und Weise sie ihre Vertragsbeziehungen gestalten wollen. Im Übrigen sei es für Fernmeldediensteanbieter unabdingbar, über entsprechende Kundenbeziehungen zu verfügen, ansonsten es ihnen nicht möglich sei, der Kundschaft bestimmte Gesamtangebote zu offerieren. Teleclub plädiert bezüglich der vertraglich zu vereinbarenden technischen und kommerziellen Umsetzung der Verwaltung der Kundenbeziehungen hingegen zusätzlich für eine explizite Verpflichtung der Fernmeldediensteanbieter auf Wahrung der Geschäftsgeheimnisse der Programmveranstalter. Auch wenn Fernmeldediensteanbietern die technische „Hoheit“ eingeräumt werde, müsse die kommerzielle „Hoheit“ des Veranstalters ausdrücklich gewahrt bleiben.

3.9 Empfang von Programmen (Art. 53 – 63)

3.9.1 Gebühren- und Meldepflicht (Art. 53, 56 – 60)

3.9.1.1 Zum Empfang geeignete Geräte (Art. 53)

Art. 53 des Entwurfs definiert die Geräte, welche zum Empfang geeignet sind und deshalb unter die Gebühren- und Meldepflicht fallen. Mit der Definition einverstanden sind vor allem die Konsumentenorganisationen (FRC, ACSI) sowie die SRG. Die Konsumentenorganisationen machen jedoch auf die Notwendigkeit aufmerksam, die Konsumenten durch geeignete Informationen der Gebührenerhebungsstelle – namentlich durch die Auflistung aller gebührenpflichtiger Empfangsgeräte – aufzuklären.

Kritisiert wird insbesondere Art. 53 Bst. b des Entwurfs: Wann der Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen am Computer gebührenpflichtig sei, werde zwar im Entwurf erwähnt, nicht aber deren Höhe, was Tür und Tor für schleichende Gebührenerhöhungen eröffne (Gewerbeverband). Weiter werde durch die Formulierung in Bst. b nicht garantiert, dass immer eine sachgerechte Lösung resultiere bzw. alle Hintertürchen geschlossen seien (Swiss ICT). Schliesslich müssten wie bisher grundsätzlich alle Geräte, die technisch zum Programmempfang in der Lage seien, der Meldepflicht unterstellt werden. Der Anknüpfungspunkt für die Gebühren- und Meldepflicht multifunktionaler Geräte an der Empfangsqualität festzumachen sei unpraktikabel, werde unweigerlich beträchtlichen administrativen und juristischen Aufwand verursachen und zu Rechtsunsicherheit führen (Billag).

3.9.1.2 Befreiung von der Gebühren- und Meldepflicht (Art. 59)

Aufgrund der Tatsache, dass sich in der Praxis wiederholt die Frage stelle, ob die drei Monate am Stück oder insgesamt pro Jahr und dann in welchem Jahr (letzte zwölf Monate oder Kalenderjahr) gelten, möchte die Billag eine Präzisierung von Art. 59 Bst. a des Entwurfs. Der SRG ist bei Bst. b des Entwurfs unklar, ob diese Bestimmung für einzelne Bewohnerinnen und Bewohner oder für die Pflegeheime als Ganzes gelte und wer diesen Sachverhalt allenfalls zu melden habe. Mehrere Vernehmlassungsteilnehmer (Schweiz. Gemeindeverband, Schweiz. Städteverband, SIK, SAB) finden schliesslich die Beschränkung der Privilegierung auf Bundesbehörden (Bst. c des Entwurfs) nicht nachvollziehbar und fordern eine Befreiung von der Gebühren- und Meldepflicht für sämtliche Behörden aller Staatsebenen.

3.9.1.3 Befreiung von der Gebührenpflicht auf Gesuch hin (Art. 60)

Die Pflicht der Gebührenerhebungsstelle, AHV- oder IV-Berechtigte, die Ergänzungsleistungen nach Art. 3 Abs. 1 Bst. a des Bundesgesetzes vom 19. März 1965 über Ergänzungsleistungen zur Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenversicherung erhalten, auf Gesuch hin von der Gebührenpflicht zu befreien, wird durchwegs begrüsst (ausdrücklich CRR, SP, ARBUS). Abgelehnt wird jedoch die gemachte Ausführung in den Erläuterungen zum Entwurf, wonach auch Personen von der Gebührenpflicht befreit werden, die statt einer Auszahlung der jährlichen Ergänzungsleistungen eine Verbilligung der Krankenkassenprämien erhalten. Die Befreiung dürfe nicht entgegen dem klaren Wortlaut in Abs. 1 des Entwurfs auf weitere Kategorien ausgedehnt werden (CRR, RFJ, Billag, Presse suisse, Katholischer Mediendienst, SRG). Die Billag beantragt darüber hinaus, dass trotz Befreiung von der Gebührenpflicht die Meldepflicht weiter bestehen bleibe [Abs. 5 (neu)]. Diese Vorschrift sei nötig, um insbesondere die in Abs. 4 des Entwurfs vorgesehene Überprüfung der Befreiung sicher zu stellen.

3.9.2 Höhe der Empfangsgebühr (Art. 54 und 55)

Für die SRG und Mediapulse ist unklar, wie Untermieter, Kollektivhaushalte, Empfangsgeräte in Ferienwohnungen und Ferienhäusern, die weitervermietet werden, sowie Gewerbebetriebe, die im selben Gebäude wie der Privathaushalt untergebracht sind, in der in Art. 54 Abs. 1 bis 3 gemachten Abstufung (privater, gewerblicher und kommerzieller Empfang) einzuordnen seien. Insbesondere die Abstufung der Kategorien, wie sie in Abs. 3 des Entwurfs vorgenommen werden, erscheint der SRG aber sinnvoll. Diesbezügliche Bedenken hegt hingegen die SUIISA. Die Abstufung nach Empfangsgeräten führe namentlich beim Radio zum stossenden Resultat, dass ein riesiges Warenhaus, welches ohne Probleme mit einem einzigen Radio-Empfangsgerät beschallt werden könne, die gleiche Empfangsgebühr zu entrichten habe wie ein kleiner „Quartierladen“. Sinnvoller sei das Abstellen auf die Anzahl der vorhandenen Lautsprecher (für den Empfang von Radio-Sendungen) bzw. die Anzahl der vorhandenen Bildschirme (für den Empfang von Fernsehsendungen). Zusätzliche Regulierungsbedürfnisse – namentlich die Präzisierung des privaten Empfangs (Abs. 1 des Entwurfs) anhand einer beispielhaften Auflistung, eine separate Gebühren- und Meldepflicht für den Standort des Wochenaufenthaltes und die Statuierung einer Unterbruchsmöglichkeit der Gebührenpflicht – macht die Billag geltend.

Bezüglich der Festlegung der Gebührenhöhe (Art. 55 des Entwurfs) verlangen Konsumentenorganisationen (FRC, ACSI) ein Mitspracherecht bzw. zumindest eine vorgängige Konsultation vor der Festlegung.

3.9.3 Gebührenerhebungsstelle (Art. 61 – 63)

Nur wenige Vernehmlassungsteilnehmer haben sich zu den vorgeschlagenen Ausführungsbestimmungen zur Gebührenerhebungsstelle (Art. 61 – 63 des Entwurfs) geäußert. Die SUIISA regt an, die Ermächtigung der Inkassostelle, Urheberrechtsentschädigungen im Auftrag der zugelassenen Verwertungsgesellschaften einzuziehen (vgl. Art. 48 Abs. 4 RTVV vom 6. Oktober 1997), explizit auch in Art. 61 der neuen Verordnung aufzunehmen.

Diverse Umformulierungs- und Präzisierungsbegehren werden bezüglich Art. 62 des Entwurfs, welcher den Zugriff auf die von der Gebührenerhebungsstelle erhobenen Daten regelt, gestellt: Gemäss Billag müsse der Begriff „kantonale Stelle“ (Abs. 2 des Entwurfs) durch „zuständige Stelle“ ersetzt werden, da heute die Erhebung der Benutzungsgebühren auch von Institutionen erbracht werden, welche keine „kantonalen Stellen“ seien. Im Übrigen verlangt sie die Streichung von Abs. 3 des Entwurfs. Die Formulierung werfe mehr Fragen auf als sie beantworte und zudem sei eine solche Nachfolgeregelung im Vertrag zwischen dem UVEK und der Gebührenerhebungsstelle zu regeln. Inhaltlich einverstanden mit Art. 62 Abs. 2 des Entwurfs ist die SUIISA, schlägt jedoch vor, explizit von „im Zusammenhang mit dem Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen“ stehenden Urheberrechtsentschädigungen zu sprechen. Die SRG fordert schliesslich, dass die von der Gebührenerhebungsstelle bearbeiteten Daten zum Zwecke der Erhebung von Benutzungsgebühren auch an die Programmveranstalter weiter gegeben werden können.

Dass die Gebührenerhebungsstelle dem Bundesamt unentgeltlich Einsicht in alle Akten – insbesondere in die Abrechnungsbuchhaltung – zu gewähren hat, die das Amt im Rahmen seiner Aufsichtstätigkeit benötigt (Art. 63 Abs. 2 des Entwurfs), geht für die Billag zu weit. Sie verlangt die Streichung bzw. eine Präzisierung des Hinweises auf die Abrechnungsbuchhaltung, da ein privatrechtliches Unternehmen auch einen berechtigten Anspruch auf Wahrung der Geschäftsgeheimnisse besitze.

3.10 Schutz der Vielfalt und Förderung der Programmqualität (Art. 64 – 70)

3.10.1 Zugang zu öffentlichen Ereignissen (Art. 64 – 67)

3.10.1.1 Allgemeines

Die Bestimmungen über die Kurzberichterstattung (Art. 64 – 67 des Entwurfs) werden im Grundsatz von der SRG, Swiss Olympic, SFV und Swiss Football League ausdrücklich begrüsst. Die vorgesehene Regelung sei praxisnaher und präziser formuliert als die Bisherige, welche relativ leicht umgangen und ausgehebelt werden können. Swiss Olympic macht jedoch darauf aufmerksam, dass der Organisator eines öffentlichen Ereignisses nicht gegen seinen Willen eine Berichterstattung zulassen müsse, sondern nur, dass das Recht auf Kurzberichterstattung entstehe, wenn dieser Organisator einem Dritten das Exklusivrecht erteile. Die Nennung eines beispielhaften Katalogs öffentlicher Ereignisse in der Verordnung wird von Swiss ICT angeregt.

3.10.1.2 Umfang des Kurzberichterstattungsrechts bei öffentlichen Ereignissen (Art. 64)

Die Beschränkung der Höchstdauer der Kurzberichterstattung auf in der Regel 90 Sekunden (Art. 64 Abs. 1 des Entwurfs) wird von einem Grossteil der direkt betroffenen Radio- und Fernsehveranstalter (CRR, CTVR, RRR, RFJ, TeleBärn, Radio Munot, Tele M1, Tele Tell, UNIKOM, VSP-Telesuisse, StarTV, AGRABE, Viva) sowie CVP, Katholischer Mediendienst, Schweizer Presse und SSM vehement abgelehnt. Diese Beschränkung widerspreche der Zielsetzung von Art. 72 ff. RTVG, welche die Einschränkung der Exklusivrechte bei öffentlichen Ereignissen, und nicht deren Ausbau, bezwecke. Gefordert wird die Beibehaltung der Dauer von drei Minuten oder vereinzelt die Beschränkung der Kurzberichterstattung auf 10 Prozent der Länge des Ereignisses. Teleclub, PresseTV, Sat.1 und die SRG begrüssen hingegen den Regelungsvorschlag, da damit den tatsächlichen Gegebenheiten sowie der internationalen Praxis besser entsprochen werde. Insbesondere die SRG verlangt zudem, dass auch Ausnahmen von der allgemeinen Regel bezüglich der Dauer der Kurzberichterstattung auf maximal drei Minuten beschränkt werden (Abs. 1 Satz 2 des Entwurfs).

Gemäss Art. 64 Abs. 3 des Entwurfs darf der Kurzbericht erst nach Beendigung des öffentlichen Ereignisses oder eines in sich geschlossenen Teils des Ereignisses ausgestrahlt werden. Im Gegensatz zu PresseTV und Sat.1 und SRG, welche diese Bestimmung zum Schutz der Rechteinhaber als notwendig erachten, befürchtet AGRABE, dass namentlich durch die Beschränkung auf in sich geschlossene Teile eines Ereignisses geradezu groteske Situationen resultieren könnten.

3.10.1.3 Direkter Zugang zum öffentlichen Ereignis (Art. 65)

Die vorgeschlagenen Anmeldemodalitäten für Drittveranstalter, welche für die Berichterstattung direkten Zugang zum öffentlichen Ereignis verlangen (Art. 65 Abs. 1 des Entwurfs) hat zu gegensätzlichen Stellungnahmen geführt. Währenddem die SRG, Teleclub, PresseTV und Sat.1 der vorgeschlagenen Regelung positiv entgegenstehen bzw. namentlich die Anmeldefrist von 72 Stunden sogar eher als zu kurz empfinden und eine Abgeltungspflicht für die durch den Zugang der Drittveranstalter entstehenden Kosten wünschen, fordern Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell, Radio Munot, StarTV, Tele Bärn und VSP-Telesuisse entweder die Halbierung oder aber eine abstrakte Formulierung (z.B. „frühzeitig“) der Anmeldefrist. Des Weiteren dürfe der direkte Zugang nicht von „vertraglichen Abmachungen“ abhängig gemacht werden, sondern müsse grundsätzlich gewährt werden, ausser wenn technische und/oder räumliche Gegebenheiten dies offensichtlich und nachweislich verunmöglichen. Sei der Zugang nicht für alle angemeldeten Drittveranstalter möglich, so sei schliesslich jenen Drittveranstaltern

Priorität einzuräumen, die einen regionalen Bezug zum Ereignis haben und erst in zweiter Priorität jenen, die eine möglichst umfassende Versorgung in der Schweiz gewährleisten.

3.10.1.4 Signallieferung für die Kurzberichterstattung (Art. 66)

Analog ihrer Eingaben zu Art. 65 Abs. 1 des Entwurfs (vgl. Ziff. 3.10.1.3) verlangen die SRG, PresseTV und Sat.1 die Ausdehnung der Anmeldefrist auf 72 Stunden, StarTV plädiert hingegen für die Halbierung der in Art. 66 Abs. 1 des Entwurfs vorgesehenen Frist.

Gemäss Art. 66 Abs. 2 des Entwurfs hat der Drittveranstalter den durch den Zugang zum Signal verursachten technischen und personellen Aufwand abzugelten sowie eine Entschädigung für zusätzliche Kosten, die mit der Einräumung des Rechts auf Kurzberichterstattung verbunden sind, zu entrichten. Für Tele Bärn, VSP-Telesuisse, Tele M1, Tele Tell, Radio Munot und StarTV ist diese Entschädigungspraktik zu wenig konkret ausformuliert. Sie schlagen deshalb vor, dass die vom Drittveranstalter abzugeltenden Kosten ausschliesslich die durch den Zugang zum Signal oder die entsprechende Aufzeichnung direkt entstandenen und transparent ausgewiesenen Mehrkosten beinhalten. Indirekte Kosten wie z.B. Lizenzgebühren des Programmveranstalters dürften auf diese Weise nicht überwältigt werden.

3.10.1.5 Freier Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen (Art. 67)

Swisscable und Cablecom verlangen eine Konkretisierung von Art. 67 Abs. 1 des Entwurfs. Der freie Zugang zu einem Ereignis von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung solle gewährleistet sein, wenn jeweils mindestens 80 Prozent der Haushalte in allen Sprachregionen die Übertragung ohne Zusatzaufwendungen für ein Pay-TV-Abonnement empfangen können. Mit der Voraussetzung der freien technischen Zugänglichkeit werde ein Verbot der digitalen Verschlüsselung normiert, was weit über die gesetzliche Grundlage hinausgehe, jeder Verhältnismässigkeit entbehre und letztlich sogar das Fortschreiten der Digitalisierung in der Schweiz aufs Spiel setze. Die SRG findet hingegen genau den Umstand, dass der freie Zugang nur gewährt sei, wenn keine Anschaffung eines Entschlüsselungsgeräts notwendig sei, wichtig.

PresseTV und Sat.1, welche sich betreffend dem freiem Zugang zu besonders bedeutenden Ereignissen allgemein eine Regelung wünschen, die das Verhältnis zwischen Pay-TV und Free-TV ausdrücklicher regeln würde, verlangen insbesondere eine Präzisierung von Art. 67 Abs. 2 Satz 2 des Entwurfes.

Art. 67 Abs. 3 des Entwurfes sieht vor, dass ein Veranstalter, der zur Übertragung des Ereignisses einen Exklusivvertrag abgeschlossen hat, den freien Zugang aber nicht garantieren kann, das Übertragungssignal einem oder mehreren anderen Programmveranstaltern zu angemessenen Bedingungen überlassen muss. Die SRG ist mit dieser Bestimmung grundsätzlich einverstanden, macht jedoch darauf aufmerksam, dass insbesondere bei Sportveranstaltungen im Free-TV die Kosten für den Rechteerwerb im Rahmen der angemessenen Bedingungen bei der Signalüberlassung mitberücksichtigt werden müssen, ansonsten in der Praxis niemand solche Exklusivrechte erwerbe und diese Bestimmung zur Makulatur verkomme.

3.10.2 Förderung von Aus- und Weiterbildung sowie Medienforschung (Art. 68 und 69)

3.10.2.1 Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden (Art. 68)

Die Unterstützung von Aus- und Weiterbildung von Programmschaffenden wird von CRR, RRR, RFJ, CRFJ, Presse suisse, FRP und ARBUS ausdrücklich als unabdingbar bezeichnet. Ebendiese Vernehmlassungsteilnehmer würden zudem den Ausbau dieser Unterstützung begrüssen.

Die vorgesehene Regelung in Art. 68 des Entwurfs wird dennoch verschiedentlich kritisiert. AGRABE, UNIKOM, Eidg. Filmkommission, SFP, Cinésuisse, GARP, Swissfilm Association, VSP-Telesuisse, RRR, RFJ und ARBUS verlangen die Streichung der Formulierung „im Bereich des Informationsjournalismus“. Aus- und Weiterbildung dürfe sich nicht auf den Bereich des Informationsjournalismus be-

schränken, sondern solle alle Bereiche des Programmschaffens umfassen. Namentlich VSP-Telesuisse möchte im Weiteren, dass Ausbildungsprojekte von Veranstalterverbänden berücksichtigt werden. SP ist es ein Anliegen, dass in der förderungswürdigen Aus- und Weiterbildung inhaltlich vor allem auch behindertenspezifische Ausbildungsmodulare sowie Gender-Fragen einfließen. ARBUS, SSM und UNIKOM bemängeln, dass bei Leistungsvereinbarungen, welche über mehrere Jahre erstreckt seien, die Bewilligung des eidgenössischen Parlaments zum jährlichen Zahlungskredit vorbehalten bleibe. Es müsse eine Lösung gefunden werden, die eine Planungssicherheit auf mindestens 12 Monate ermögliche.

In Ergänzung des Art. 68 des Entwurfs fordert impressum, dass die RTVV nicht nur die Zusammenarbeit mit Bildungsinstitutionen erwähne, sondern auch die Zusammenarbeit mit den Standesorganisationen, welche sich aktiv im Bereich der Ausbildung engagieren.

3.10.2.2 Medienforschung (Art. 69)

Die in Art. 69 des Entwurfs vorgesehene Unterstützung von Forschungsprojekten wird von SSAB ausdrücklich begrüsst. Bemängelt wird jedoch, dass dafür in der Regel mindestens die Hälfte des Ertrags aus der Konzessionsabgabe verwendet werde, was zu exzessiv sei (CRR, RRR, RFJ). Die Priorität müsse auf der Ausbildung liegen. Auch cvci und die SRG erachten die anteilmässige Festlegung der für Medienforschungsprojekte verwendbaren Finanzen nicht als sinnvoll. Die Unterstützung solle einzig aufgrund der Qualität der Projekte gewährt werden (cvci). Die SRG verlangt dagegen die ersatzlose Streichung von Art. 69 Abs. 1 des Entwurfs, zumal im Übrigen durch Art. 22 Abs. 1 RTVG eine genügende gesetzliche Grundlage dafür bestehe.

Einige Anhörungsteilnehmer verlangen die Erweiterung des Kreises der förderungswürdigen Forschungsbereiche (Art. 69 Abs. 2 des Entwurfs). Gefordert wird, dass auch Forschungsprojekte unterstützt werden, welche Hinweise auf gesellschaftliche, soziale und politische Entwicklungen bei Radio und Fernsehen untersuchen (SP), sowie Auswirkungen auf die Medienkonsumenten und Medienkonsumentinnen (ARBUS).

Gemäss Art. 69 Abs. 3 des Entwurfs entscheidet das Bundesamt über die Vergabe der Beiträge an Forschungsprojekte. VSP-Telesuisse und Radio Munot regen an, die Pflicht zur vorgängigen Anhörung der Veranstalter-Verbände in die Verordnung aufzunehmen. Der Miteinbezug der Stiftung für Nutzungsforschung in den Vergabeprozess würden die SRG und CRR begrüssen.

3.10.3 Stiftung für Nutzungsforschung (Art. 70)

Die sich zu Art. 70 des Entwurfs äussernden Stellungnahmen betreffen ausschliesslich Abs. 2, namentlich den Umfang der von Stiftung nach Art. 79 Abs. 1 RTVG jährlich zu veröffentlichenden wichtigsten Ergebnisse. Mediapulse und die SRG erachten den vorgesehenen Datenumfang als zu gross. Bei der Publikation all dieser Daten werden viele Stationen die Forschung finanziell nicht mehr mittragen, sondern die offizielle Publikation abwarten. Gegen eine Reduktion auf quantitative Angaben stellt sich hingegen AGRABE. Die Stiftung solle verpflichtet werden, in relevantem Umfang eine qualitative Nutzungsforschung zu betreiben. Bedenken haben UNIKOM und ARBUS bezüglich der Vereinbarkeit der in Abs. 2 des Entwurfs vorgesehenen Publikationspflicht von Nutzungsdaten mit der gesetzlichen Verpflichtung der Stiftung auf Wissenschaftlichkeit. Für Sender mit kleinem Zielpublikum seien diese Zahlen ungenau. Zudem können sie nur durch einen unverhältnismässigen Aufwand erhoben werden, weshalb sich die Publikationspflicht auf Sender mit Marktanteilen von mehr als 5 (ARBUS) bzw. 10 Prozent (UNIKOM) beschränken solle. Schliesslich machen Schweizer Presse, Tele M1, Tele Tell und VSP-Telesuisse darauf aufmerksam, dass anstelle von „Hördauer“ besser von „Nutzungsdauer“ gesprochen werden solle, da ja auch der Fernsehkonsum erhoben werde.

3.11 Verwaltungsgebühren (Art. 71 und 72)

Der Stundenansatz von 260 Franken (Art. 71 Abs. 2 des Entwurfs) wird von der SP als zu hoch kritisiert. Sie plädiert für ein differenzierendes Finanzierungsmodell, gemäss welchem für Beiträge, die von allen verlangt werden, nur die Hälfte dieser Summe verrechnet werden dürfe. Ausserordentliche

Aufwände hingegen seien mit einem hohen Ansatz zu verrechnen. Bedenken bezüglich der Normstufe haben CRR, CTVR und RFJ. Eine solche Norm gehöre nicht in die Verordnung, sondern in eine Weisung des Bundesamtes. CRR und CTVR machen zudem darauf aufmerksam, dass der vorgeschlagene Ansatz grosse finanzielle Auswirkungen haben könne und den Dialog mit der Behörde verhindere. Die SRG weist zwar darauf hin, dass das Bundesgericht die Höhe dieses Satzes als angemessen erachte, schlägt in Ergänzung von Art. 71 des Entwurfes jedoch vor, eine differenzierte Kostenregelung für Aufsichtsverfahren vorzusehen [Abs. 6 (neu)]. Namentlich im Unterschied zu Genehmigungsverfahren, welche auf Ersuchen der Betroffenen indiziert werden, erfolge die Verwaltungstätigkeit bei Aufsichtsverfahren aufgrund einer Anzeige oder von Amtes wegen. Im Übrigen fordert sie, dass für die Erteilung, Änderung und Aufhebung von Konzessionen, die von Gesetzes wegen erteilt werden, eine Verwaltungsgebühr von höchstens 10'000 Franken verlangt werden dürfe [Art. 72 Abs. 1 Satz 2 (neu)].

3.12 Unabhängige Beschwerdeinstanz und Ombudsstellen

Die UBI regt verschiedene Präzisierungen der gesetzlichen Bestimmungen zur Unabhängigen Beschwerdeinstanz (Art. 82 – 85 nRTVG) und zu den Ombudsstellen (Art. 91 nRTVG) an, wie sie teilweise bereits heute bestehen. So wünscht die UBI, dass die Verordnung ihre Zusammensetzung festlege (angemessene Vertretung der Geschlechter und der Sprachregionen, Anforderung des Sachverständigen), die Beschwerdeinstanz ausdrücklich dem UVEK administrativ zuordne und die Regelung bestimmter Aspekte der Ombudsstellen regle (z.B. Amtsdauer, konkrete Bedeutung der administrativen Angliederung an die UBI, Rechnungsstellung)

Liste der Anhörungsteilnehmer:

Wirtschaftsverbände

- ASCV Association Suisse du Commerce des Vins
- Bündner Gewerbeverband
- Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie cvci
- Economiesuisse
- Glarner Handelskammer
- Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden
- SBV Schweizerischer Bauernverband
- Schweizer Brauerei-Verband
- Schweiz. Gewerbeverband
- SSV Fédération suisse des spiritueux
- Verband Schweizerischer Elektro-Installationsfirmen VSEI

Religiöse Gemeinschaften

- Schweizerische Bischofskonferenz
- Katholischer Mediendienst
- Reformierte Medien
- VFG Verband evangelischer Freikirchen und Gemeinden

Konsumentenorganisationen

- acsi Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana
- FRC Fédération romande des consommateurs
- kf Konsumentenforum

Medien: Unternehmen, Schaffende, Konsumenten

- Arbus
- Impressum
- Medien-Forum
- Presserat
- Schweizer Presse (Gesamtverband)
- Presse Suisse (Association romande)
- Stampa Svizzera (Associazione ticinese)
- SSM Schweizer Syndikat Medienschaffender
- St. Galler Tagblatt
- Tamedia

Radio- und Fernsehveranstalter

- 3 Plus Group AG
- AGRABE (Radio RaBe)
- Alphavision AG
- CRR Communauté Radiophonique Romande
- CTVR Communauté Télévisuelle Romande
- ERF (Evangelium in Radio und Fernsehen)
- Presse TV
- Radio 3fach
- Radio Fréquence Jura
- Radio Fribourg
- Radio Kanal K
- Radio LuNe

- Radio Munot
- Radio Rasa
- Radio Ri
- Radio Rottu rro
- Radio toxic.fm
- Radio X
- RRR (Union romande des radios régionales)
- Sat 1 Schweiz
- SRG SSR idée suisse
- Star TV
- Südostschweiz Medien
- Teleclub
- Tele Bärn
- Tele M1
- Tele Tell
- Unikom
- Telesuisse Section Romande
- Viva Schweiz
- VSP-Telesuisse

Film und Kino

- Cinésuisse
- Eidg. Filmkommission
- GARP Gruppe Autoren Regisseure Produzenten
- ProCinema
- SFV-ASDF Filmverleiher-Verband
- Swissfilm Association
- SFP Swiss Film Producer's Association
- Verband Filmregie und Drehbuch FDS

Urheber- und Interpretenorganisationen

- SIG Schweizerische Interpreten-Gesellschaft
- Suisa
- Suisseimage

Kultur und Bildung

- action swiss music
- Auditorama
- CRFJ Centre romand de formation des journalistes
- EDK Erziehungsdirektoren
- Lia Rumantscha
- Memoriav
- Pro Helvetia
- SSAB Stiftung für audiovisuelle Bildungsangebote
- Universität St. Gallen

Werbung

- Swiss Leading Agencies BSW
- Fédération romande de publicité et communication FRP
- Goldbach Media AG
- Interessengemeinschaft elektronischer Medien der Schweiz IGEM
- Pool 2000

- Publisuisse
- Schweizer Werbung SW
- SWA (Werbeauftraggeber-Verband)

Telekommunikation

- asut (inkl. Sicta)
- Cablecom
- ComCom Eidg. Kommunikationskommission
- Orange
- Swisscable
- Swisscom
- Swiss ICT

Behinderten-Organisationen

- Agile Behinderten-Selbsthilfe
- Schweizerischer Blindenverband
- Fachstelle Egalité Handicap
- SGB-FSS Schweiz. Gehörlosenbund
- SZB (Sehbehinderte)
- Pro Audito Schweiz
- Teletextkommission Organisationen Hörbehinderter (FSS-SGB, LKH, pro audito, sonos, SVEH)

Sport

- SFV Schweizerischer Fussballverband
- Swiss Football League
- Suisse Ice Hockey
- Swiss Olympic
- SwissSki

Weitere

- Billag
- Blaues Kreuz
- Christlich-demokratische Volkspartei der Schweiz
- Daniel Grossglauser
- EDÖB (Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter)
- Eidg Kommission ABC-Schutz
- Eidg Kommission für Alkoholfragen
- Fachverband Sucht
- Finanz- und Kirchendirektion Kanton BL
- Kanton Graubünden
- Kanton St. Gallen
- Mediapulse (Ex-SRG-Forschungsdienst)
- OSE Organisation des Suisses de l'étranger
- Präsenz Schweiz
- Preisüberwachung
- SAB Schweiz. Arbeitsgemeinschaft Berggebiete
- Schweiz. Gemeindeverband
- Schweizerischer Städteverband
- sfa, Inst. suisse de prévention de l'alcoolisme
- SGK (Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft)
- SIK Schweizerische Informatikkonferenz
- Sozialdemokratische Partei der Schweiz

- Stadt St. Gallen
- Stiftung Wahrheit in den Medien
- UBI (Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen)
- Ville de Genève
- Wettbewerbskommission
- Wirtschafts- und Sozialdepartement BS

Abkürzungen

Abs.	Absatz
ACSI	Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana
Agile	Agile Behinderten-Selbsthilfe
AGRABE	AG für ein Gemeinschaftsradio in Bern
AHV	Alters- und Hinterbliebenenversicherung
ARBUS	Vereinigung für kritische Mediennutzung
Art.	Artikel
ASCV	Association suisse du commerce des vins
Asut / Sicta	Schweizerischer Verband der Telekommunikationsbenutzer
Audiorama	Musée national suisse de l'audiovisuel
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
Bst.	Buchstabe
BSW	Swiss Leading Agencies
bzw.	beziehungsweise
ComCom	Eidgenössische Kommunikationskommission
CRFJ	Centre romand de formation des journalistes
CRR	Communauté Radiophonique Romande
CTVR	Communauté Télévisuelle Romande
CVCI	Chambre vaudoise de commerce et de l'industrie
CVP	Christlich-demokratische Volkspartei der Schweiz
d.h.	das heisst
EDK	Schweizerische Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren
EDÖB	Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter
ERF	Evangelium in Radio und Fernsehen
Fachstelle Egalité	Fachstelle Egalité Handicap
FDS	Verband Filmregie und Drehbuch Schweiz
FKD BL	Finanz- und Kirchendirektion Basel-Landschaft
FRC	Fédération romande des consommateurs
FRP	Fédération romande de publicité et communication
GARP	Gruppe Autoren Regisseure Produzenten
Gewerbeverband	Schweizerischer Gewerbeverband
IGEM	Interessengemeinschaft elektronischer Medien der Schweiz
Goldbach	Goldbach Media AG
IV	Invalidenversicherung
Impressum	Die Schweizer Journalist ^{innen} – Les journalistes suisses
Kf	Kf Konsumentenforum
Mediapulse	Mediapulse AG für Medienforschung
KOMAC	Eidg. Kommission für AC-Schutz
Pool 2000	Basel1 - BE1- BeO – Regenbogen – Emme
RFJ	Radio Fréquence Jura
RRR	Union romande des radios régionales
SAB	Schweiz. Arbeitsgemeinschaft Berggebiete
SFA	Schweiz. Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme
SFP	Swiss Film Producers Association
SFV	Schweizerischer Fussballverband
SFV-ASDF	Filmverleiher-Verband
SGB-FSS	Schweiz. Gehörlosenbund
SGKM	Schweiz. Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
SIG	Schweiz. Interpreten-Gesellschaft
SIK	Schweizerische Informatikkonferenz
SP	Sozialdemokratische Partei der Schweiz
SRG	SRG SSR Idée suisse

SSAB	Stiftung für audiovisuelle Bildungsangebote
SSM	Schweizer Syndikat Medienschaffender
SSV	Fédération suisse des spiritueux
SUISA	Schweizerische Gesellschaft für die Rechte der Urheber musikalischer Werke
SW	Schweizer Werbung
SWA	Schweizer Werbeauftraggeber-Verband
Swiss ICT	Schweiz. Verband der Informations- und Kommunikationstechnologie
SZB	Sehbehinderte
Telesuisse	Verband der Schweizer Regionalfernsehen
Teletextkommission	Teletextkommission Organisationen Hörbehinderter
UBI	Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen
UNIKOM	Union nicht kommerzorientierter Lokalradios
VFG	Verband evangelischer Freikirchen und Gemeinden in der Schweiz
VSP	Verband Schweizer Privatradios
VWD SG	Volkswirtschaftsdepartement St. Gallen
Weko	Wettbewerbskommission
WSD BS	Wirtschafts- und Sozialdepartement Basel-Stadt