



April 2018

Vernehmlassung zur Änderung der Radio- und Fernsehverordnung

Zusammenfassung der Ergebnisse

Inhalt

1	Einleitung	1
2	Zu den einzelnen Bestimmungen.....	2
2.1	Zielgruppenspezifische Werbung.....	2
2.1.1	Allgemeines	2
2.1.2	Meldepflicht: Art. 2 Abs. 1 Bst. a ^{bis}	4
2.1.3	Einschränkungen im Umfeld von Sendungen, die sich an Minderjährige richten: Art. 18 Abs. 3 ^{bis} und Abs. 7 RTVV.....	4
2.1.4	Werbebeschränkungen für die SRG: Art. 22 Abs. 1 ^{ter} und Abs. 2 Bst. b und c RTVV .	4
2.1.5	Anforderungen an den Jahresbericht: Art. 27 Abs. 2 Bst. f ^{bis} RTVV.....	6
2.1.6	Zielgruppenspezifische Werbung in Programmen konzessionierter Veranstalter: Art. 35a RTVV	6
2.1.7	Keine Verbreitungspflicht für zielgruppenspezifische Werbung: Art. 51a RTVV	6
2.2	Weitere Punkte.....	6
2.2.1	Verbesserungen für Menschen mit Sinnesbehinderung: Art. 7 Abs. 1, 3 und 4 RTVV	6
2.2.2	Saldi der Abgabenanteile: Art. 40 Abs. 1 und 3 RTVV	8
2.2.3	Unterstützung der Schweizerischen Depeschagentur: Art. 44a RTVV	8

1 Einleitung

In Anwendung von Artikel 3 Absatz 2 des Vernehmlassungsgesetzes (SR 172.061) hörte das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr und Kommunikation (UVEK) die betroffenen Kreise zum Änderungsentwurf der Radio- und Fernsehverordnung vom 9. März 2007 (SR 784.401) an. Die Vernehmlassung wurde am 30. Oktober 2017 eröffnet und endete am 16. Februar 2018.

Das BAKOM erhielt 73 Stellungnahmen (siehe Anhang). Es hat die Stellungnahmen im Originalwortlaut für die Öffentlichkeit im Internet zugänglich gemacht (www.bakom.admin.ch > Das BAKOM > Organisation > Rechtliche Grundlagen > Vernehmlassungen).

Der Vernehmlassungsentwurf sieht die Schaffung von Rechtsgrundlagen vor, damit die SRG und die lokal-regionalen Veranstalter mit einer Konzession künftig zielgruppenspezifische Werbung in ihren konzessionierten Programmen ausstrahlen dürfen. Zudem wird eine Grundlage zur künftigen Unterstützung der Schweizerischen Depeschagentur (sda) geschaffen.

Die geplante Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung führte zu zahlreichen, meist kritischen Eingaben. Die Mehrheit der Kantone befürwortete im Grundsatz die Einführung von zielgruppenspezifischer Werbung, forderte jedoch greifige Rahmenbedingungen. Hauptsächlich ging es darum, ob die vorgesehenen Werbebeschränkungen der SRG für die Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen tauglich sind oder nicht.

Ebenfalls zahlreiche Reaktionen löste die geplante Unterstützung der schweizerischen Depeschagentur (sda) aus. Die Unterstützung wurde im Grundsatz mehrheitlich befürwortet, angesichts der aktuellen Entwicklungen, namentlich dem geplanten Stellenabbau und der Fusion mit Keystone, jedoch kritisch beurteilt.

Die Verbesserungen der Leistungen für Menschen mit Sinnesbehinderungen wurden mehrheitlich gutgeheissen.

Auch drei Themen ausserhalb des Entwurfs wurden angesprochen: IGEM und Goldbach fordern den Schutz der Programmintegralität. Es sei ein Anliegen der Veranstalter, dass die lineare und zeitversetzte Nutzung der Programme in der Schweiz nicht ohne Zustimmung des betroffenen Senders angeboten werden dürfe. Die heutige, einzigartige Schweizer Regelung gefährde das Geschäftsmodell der Sender und damit die Medienvielfalt. Weiter wird ein konsumentenfreundlicheres Inkasso verlangt: Die Quartalsrechnung solle zum Standard werden und es seien keine Rechnungsgebühren zu erheben, unabhängig davon, ob eine Jahres- oder Quartalsrechnung ausgestellt werde (Kantone AR und BL; Gewerkschaftsbund, SSM, Gehörlosenbund, Konsumentenschutz). Die Mediengewerkschaft SSM schliesslich wünscht, dass ein zusätzlicher Artikel zur Finanzierung des schweizerischen Presserats aufzunehmen sei.

Der Kanton AI ist mit dem Entwurf einverstanden. Der Schweizerische Arbeitgeberverband hat auf eine (eigene) Stellungnahme ausdrücklich verzichtet, da diese Frage gemäss Arbeitsteilung mit economiesuisse, dem Verband der Schweizer Unternehmen, in dessen Zuständigkeitsbereich falle. Ebenfalls auf eine Stellungnahme verzichtet hat der Schweizerische Gemeindeverband.

2 Zu den einzelnen Bestimmungen

2.1 Zielgruppenspezifische Werbung

2.1.1 Allgemeines

Die zielgruppenspezifische Werbung wurde mehrheitlich abgelehnt und selbst von denen, die der Änderung grundsätzlich zugestimmt haben, kritisch beurteilt.

Vielfach wurde der Zeitpunkt der Revision und der Vernehmlassung kritisiert: Zuerst sei die Abstimmung über die Initiative zur Abschaffung der Radio- und Fernsehempfangsgebühren abzuwarten (Aktion Medienfreiheit, AZ Medien, die Grünliberalen, Kanton SG), resp. es seien zuerst die rechtlichen und wettbewerbpolitischen Fragen im Zusammenhang mit Admeira zu klären (SVP, Aktion Medienfreiheit, VSM, Kantone SZ und TG). Andere sind der Ansicht, es müsste zuerst eine Diskussion über den Leistungsauftrag der SRG resp. den Service public geführt werden, bevor mit der RTVV-Revision neue Fakten geschaffen würden (Aktion Medienfreiheit, SVP, FDP, Kantone OW und SZ) und wenn schon, sei das Ganze in einem Gesetz zu regeln (BDP, FDP, Grüne, Kanton AG, AZ Medien, IGEM, Médias Suisses, VSM). Die FRC fordert zuerst eine Studie über ökonomische Auswirkungen. Impressum ist der Ansicht, es müsse zuerst vertieft abgeklärt werden, ob der verfassungsmässige Schutz privater Medien ausreichend gewährleistet sei, ob besondere oder erweiterte schützende Werbebeschränkungen und neue Schutzbestimmungen notwendig seien und wie verhindert werden könne, dass die Programmgestaltung beeinflusst werde.

Der zielgruppenspezifischen Werbung inklusive der vorgesehenen Einschränkungen (Jugendschutz, zusätzliche Einschränkungen für die SRG) zugestimmt haben die Kantone AI, BS, BE, GL, UR, VS und ZH; asw, Kommunikation Schweiz, Konsumentenschutz, asut, Swisscom, Bauernverband und Städteverband. Auch Telebasel, SWA, Travail Suisse und die Kantone AR, BL, FR, NE, SO, SG, TI, VD und ZG sind nicht grundsätzlich gegen eine Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung, sie äussern teilweise jedoch starke Bedenken und fordern Verbesserungen an der Vorlage.

Häufig geäussert wurde die Kritik, dass durch die Möglichkeit der zielgruppenspezifischen Werbung für die SRG der Druck auf die regionalen Medien noch weiter verstärkt werde (Kantone GE, LU, NW, SH, SZ; FDP, die Grünliberalen, AZ Medien, BNJ, FRC, Médias Suisses, RRR, VSM). Die zielgruppenspezifische Werbung bringe keinen Mehrwert für die konzessionierten privaten Veranstalter, weil in den bereits sehr kleinen Regionen eine weitere Fragmentierung des Publikums wirtschaftlich nicht sinnvoll sei (Kanton TG, Gewerbeverband, die Grünliberalen, Telesuisse), es handle sich im Gegenteil um eine eigentliche Lex SRG, da nur diese die kritische Grösse habe, um sich dieser Werbeform gewinnbringend zu bedienen (SuisseDigital, upc, SSM, VSM).

Telesuisse gab auch zu bedenken, dass die Veranstalter für die Umsetzung von zielgruppenspezifischer Werbung auf die Zusammenarbeit mit den Verbreitungsunternehmen angewiesen seien und so neue und nicht gewünschte Abhängigkeiten innerhalb der Wertschöpfungskette entstünden. Die regulatorischen Rahmenbedingungen seien so auszugestalten, dass alle im Markt werbefinanzierten Veranstalter diese neue Werbeform in der Praxis auch nutzen könnten. Die Verbreiter seien dazu zu verpflichten, die Fernsehprogramme integral zu verbreiten und den Veranstaltern den diskriminierungsfreien Zugang zu jenen Daten und Schnittstellen zu ermöglichen, die für die Aussteuerung von zielgruppenspezifischer Werbung erforderlich seien (IGEM, Goldbach, die Grünliberalen, Kantone BL und BS).

Verschiedentlich wurde gefordert, der SRG dürfe kein weiterer Ausbau im Werbebereich mehr erlaubt werden (VSP, Gewerbeverband, SVP, die Grünliberalen, Grüne, Gewerkschaftsbund, Centre Patronal, ARBUS, BNJ), die Grünen forderten gar eine Reduktion der Werbemöglichkeiten und einen Verzicht auf Sponsoring am Radio. Für SSM ist es grundsätzlich vorstellbar, die SRG ausschliesslich über Gebühren zu finanzieren.

Weiter wurden grundsätzliche Bedenken bezüglich Vereinbarkeit von zielgruppenspezifischer Werbung mit dem Service-public-Grundsatz geäussert: Der Vorteil der Gebührengelder dürfe nicht dazu eingesetzt werden, sich im Werbemarkt weitere Vorteile gegenüber rein privat finanzierter Konkurrenz zu verschaffen (Kanton SH), zudem würde durch die Erlaubnis der zielgruppenspezifischen Werbung die Kommerzialisierung der gebührenfinanzierten Medienangebote vorangetrieben, was mit dem Service-public-Auftrag nur schwer vereinbar sei (ARBUS, Grüne). Eine Personalisierung von Inhalten fördere die Tendenzen einer verstärkten Fragmentierung des Publikums und laufe dem Service-public-Grundsatz zuwider (VSM). Die Finanzierung der SRG sollte möglichst wenig Anreize für eine kommerziell ausgerichtete Programmgestaltung schaffen; ein Service-public-Anbieter solle zudem nicht private Daten von Einwohnerinnen und Einwohnern nutzen, um ihnen kommerzielle Botschaften zuzustellen (EMEK).

Vielfach werden präzisere Ausführungen zum Datenschutz gefordert (Kantone NE, LU, ZG und ZH; die Grünliberalen, Grüne, ARBUS, Gewerkschaftsbund). Es sei bisher noch keine öffentliche Diskussion darüber geführt worden, ob und wie weit die bei der SRG und bei der Swisscom anfallenden Daten der Bürgerinnen und Bürger für Werbezwecke eingesetzt werden dürften. Für die Stiftung für Konsumentenschutz sind drei Aspekte zentral: Die Konsumenten müssten wissen, ob zielgruppenspezifische Werbung vorliege, was mit ihren Daten geschehe und von wem die Daten zu welchem Zweck verwendet, bearbeitet und weitergegeben würden und es brauche eine einfache opt-out-Möglichkeit. FRC und syndicom verlangen eine ausdrückliche Zustimmung (opt-in) und jederzeitigen einfachen Widerruf und auch der VSM ist der Ansicht, es dürfe vom Durchschnittszuschauer und der Zuschauerin nicht erwartet werden, dass er resp. sie sich durch diverse Applikationen auf dem Empfangsgerät kämpfen müsse, um sich der spezifischen Werbeverfolgung zu entledigen.

Impressum ist der Ansicht, dass mit dem Einfügen einiger neuer Absätze in bestehende Artikel der Tragweite der zielgruppenspezifischen Werbung nicht genügend Rechnung getragen werde. Diese besondere Werbeform sei in einem eigenständigen Artikel zu regeln, wie es auch schon bei anderen besonderen Werbeformen (z.B. interaktive oder virtuelle Werbung) der Fall sei. Der VSM fordert, dass in der Verordnung mindestens der Begriff der zielgruppenspezifischen Werbung zu definieren und eine klare Abgrenzung zur Online-Werbung festzulegen sei.

2.1.2 Meldepflicht: Art. 2 Abs. 1 Bst. a^{bis}

Meldepflichtige Programmveranstalter haben gemäss Art. 2 RTVV gewisse Angaben zum Programm und zum Veranstalter zu melden. Der Entwurf sieht vor, dass die Änderung eines gemeldeten Programms durch zielgruppenspezifische Werbung (Ausstrahlung von zielgruppenspezifischer Werbung, Verbreitungswege) ebenfalls zu melden ist. Damit soll Transparenz hergestellt und die Aufsichtstätigkeit erleichtert werden. Die Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht nach Art. 20 RTVG gilt auch für Programme mit unterschiedlichen Werbeblöcken.

SWA, syndicom, Gewerkschaftsbund, SP und Grüne stimmen den Informationspflichten zu. Die FER findet den Erlasstext verunglückt.

Die Aktion Medienfreiheit lehnt die Änderung ab.

2.1.3 Einschränkungen im Umfeld von Sendungen, die sich an Minderjährige richten: Art. 18 Abs. 3^{bis} und Abs. 7 RTVV

Die Vernehmlassungsvorlage sieht ein Verbot zielgruppenspezifischer Werbung im Umfeld von Sendungen vor, die sich an Minderjährige richten (Art. 18 Abs. 3^{bis}): Die ursprünglichen Werbeblöcke dürfen sich an die Zielgruppe der Minderjährigen richten, eine weitere Fragmentierung des jugendlichen Publikums ist aber nicht erwünscht. Der Schutz der Minderjährigen vor zielgruppenspezifischer Werbung soll für sämtliche Veranstalter gelten (Abs. 7).

Die Kantone AG, AI, GL, SG, TI und VD sowie die Grünen, SP, ARBUS, Bauernverband, Gewerkschaftsbund und syndicom stimmen der Änderung zu.

AZ Medien und VSM hingegen finden die Regelung inkonsequent: Entweder sei die Werbung Minderjähriger so schädlich, dass sie gänzlich zu verbieten sei oder sie sei grundsätzlich geboten. Der SWA ist für eine Streichung von Absatz 3^{bis}, weil er unnötig sei: der Werbeauftraggeber müsse selber entscheiden, ob er in diesem bereits zielgenauen Werbeumfeld einer Jugendsendung überhaupt einen Mehrpreis bezahlen wolle; zudem sei heute noch nicht klar, wie eine weitere Fragmentierung überhaupt aussehen könnte.

Der VSP ist für eine Ergänzung von Absatz 7: «Für [...] Fernsehprogramme, die nicht im Ausland *terrestrisch* empfangen werden können, gelten keine Einschränkungen...».

2.1.4 Werbebeschränkungen für die SRG: Art. 22 Abs. 1^{ter} und Abs. 2 Bst. b und c RTVV

Art. 22 RTVV auferlegt der SRG Werbebeschränkungen, die dem Schutz anderer Medienunternehmen dienen. Mit der Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung werden weitere Beschränkungen nötig.

Art. 22 Abs. 1^{ter}: Der Entwurf sieht vor, dass die SRG aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen die Zielgruppen für die zielgruppenspezifische Werbung nicht ausschliesslich nach geografischen Kriterien definieren darf.

Der Kanton VS und upc erachten das Verbot regionaler Zielgruppen als essenziell für den Schutz der lokalen und regionalen Veranstalter. Auch der Bauernverband, Kommunikation Schweiz und die Kantone AG und SG finden, dass die geografischen Einschränkungen in die richtige Richtung zielen. Ge-

genteiliger Meinung sind jedoch Telesuisse, Telebasel, EMEK, AZ Medien, ARBUS, SSM, FER, Gewerkschaftsbund, Centre Patronal, SP und CVP: die Einschränkung in Absatz 1 («nicht ausschliesslich geografisch definiert») sei untauglich und nicht kontrollierbar, regionales Targeting müsse jedoch kategorisch und ohne Schlupflöcher verhindert werden. Die Kantone BL und BS fordern, als Zielgruppe dürfe nicht die Bevölkerung eines Versorgungsgebiets eines konzessionierten Veranstalters definiert werden, für den VSP und SH ist minimale geografische Grösse für die Angebote der SRG die Sprachregion.

Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c: Der **Entwurf** sieht eine **zeitliche Werbebeschränkung** vor. Während den 12 Minuten Werbung pro Stunde sollen der SRG maximal 4 Minuten zielgruppenspezifische Werbung erlaubt sein. Damit soll der SRG zwar die Möglichkeit gegeben werden, dieses zukunftsorientierte Werbeinstrument einzusetzen, allerdings nur in einem moderaten Ausmass.

Eine Variante des Entwurfs sieht vor, anstelle der zeitlichen Beschränkung eine **Obergrenze der Werbeeinnahmen** der SRG einzuführen. Sollten dabei die Werbeeinnahmen der SRG eine festzulegende Obergrenze übersteigen, könnte die SRG verpflichtet werden, einen Teil der übersteigenden Einnahmen zugunsten der elektronischen Medien zu verwenden. Die Details würden durch das UVEK geregelt. Eine entsprechende Bestimmung würde aus systematischen Gründen in der SRG-Konzession verankert.

Die Kantone GL und SG stimmen einer Begrenzung auf 4 Minuten grundsätzlich zu. Für GL sind auch noch weitere Einschränkungen wie z.B. ein Unterbrecherwerbverbot prüfenswert. Der Kanton TI und asw finden die zeitliche Einschränkung besser als die Obergrenze der Werbeeinnahmen.

Für ARBUS sind bereits die 12 Minuten Werbung pro Stunde zu viel.

Der SWA lehnt die zeitliche Werbebeschränkung ab: Ohne zu wissen, wie sich die Nachfrage nach dieser Werbeform entwickelt, machten solche Einschränkungen keinen Sinn. Zielgruppenspezifische Werbung sei relevanter für die Zuschauer und würde weniger stören.

VSM und AZ Medien kritisieren, der Begriff «längerdauernde Werbeform» sei unklar.

Einer Obergrenze für Werbeeinnahmen stimmen EMEK, VSP, SWA, Kommunikation Schweiz und der Kanton AG zu. Laut VSP seien dabei die Sponsoringeinnahmen auch zu berücksichtigen. Hingegen lehnen die WEKO, Médias Suisses, Centre Patronal und die Kantone SG und UR eine solche Obergrenze ab.

Der Städteverband findet eine finanzielle Obergrenze sinnvoller als die zeitliche Einschränkung.

VSM und AZ Medien bemängeln, es sei völlig unklar, was unter dem Begriff «elektronische Medien» zu verstehen sei und ob die SRG nach Überschreiten der Obergrenze nach eigenem Gutdünken Projekte finanziell unterstützen könnte. Sollte die SRG auf die Verteilung der Gelder Einfluss nehmen können, würde dies unerwünschte Abhängigkeiten schaffen. Zudem sei die finanzielle Obergrenze alleine ohne zeitliche Beschränkung nicht tragbar, da sich so das Werbeinventar der SRG exponentiell vergrössere.

Laut WEKO sei von Beschränkungen generell abzusehen oder falls ja, seien sie als «Kann-Vorschrift» auszugestalten.

Für SuisseDigital und upc reichen die Einschränkungen in Artikel 22 RTVV zur Erfüllung der Rücksichtnahme gemäss Art. 93 Abs. 4 BV nicht aus. Auch der Kanton NW ist der Ansicht, die SRG, die sich zu drei Vierteln über Gebührengelder finanziert, sollte im Bereich der Werbung keine privilegierte Stellung erhalten, selbst, wenn Einschränkungen bei minderjährigen und regionalen Zielgruppen und Beschränkungen bei der Gesamtwerbbedauer vorgesehen seien. Als zusätzliche Einschränkung zum Schutz der regionalen Veranstalter schlägt der Kanton VD vor, der SRG während bestimmter Zeitabschnitte im Jahr die zielgruppenspezifische Werbung zu verbieten.

2.1.5 Anforderungen an den Jahresbericht: Art. 27 Abs. 2 Bst. f^{bis} RTVV

Der Entwurf sieht vor, dass konzessionierte Programmveranstalter verpflichtet werden, in ihrer Jahresberichterstattung auch Angaben über die zielgruppenspezifische Werbung zu machen (Anzahl Zielgruppen, Verbreitungswege).

SWA, syndicom, Gewerkschaftsbund, SP und Grüne stimmen den Informationspflichten zu. Die FER findet den Erlasstext verunglückt.

2.1.6 Zielgruppenspezifische Werbung in Programmen konzessionierter Veranstalter: Art. 35a RTVV

Der Entwurf sieht vor, dass die privaten Programmveranstalter mit einer Konzession ihr Programm mit zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen können. Das BAKOM ist über die Einzelheiten zu informieren. Damit wird Transparenz hergestellt und die Aufsichtstätigkeit erleichtert. Auch hier gelten die Bestimmungen für konzessionierte Programme (insb. Werbevorschriften hinsichtlich Einfügung und Dauer der Werbung, Art. 18 und 19 RTVV).

Telebasel begrüsst die Änderung, so könnten die konzessionierten Programme das Instrument der zielgruppenspezifischen Werbung auf seine Tauglichkeit prüfen und gegebenenfalls einführen. SWA und syndicom stimmen der Änderung explizit zu. Der VSP wünscht, dass in Absatz 1 der zweite Satzteil («sofern die Konzession dies nicht ausschliesst») gestrichen wird.

2.1.7 Keine Verbreitungspflicht für zielgruppenspezifische Werbung: Art. 51 a RTVV

Der Entwurf sieht vor, dass für zielgruppenspezifische Werbung keine Verbreitungspflicht besteht. Über die Verbreitung müssen sich die Veranstalter mit den Fernmeldediensteanbieterinnen vertraglich einigen.

Telebasel, SWA, Swisscom und asut stimmen der Änderung explizit zu, der VSP hingegen ist für eine Streichung.

SuisseDigital und upc sind mit dem Inhalt einverstanden, haben jedoch eine Anregung zur systematischen Platzierung: der Inhalt soll in Artikel 45 RTVV als neuer Absatz 1^{bis} eingefügt werden, welcher die in Absatz 1 normierte unveränderte Signalweiterverbreitung für zielgruppenspezifische Werbung aufhebt.

2.2 Weitere Punkte

2.2.1 Verbesserungen für Menschen mit Sinnesbehinderung: Art. 7 Abs. 1, 3 und 4 RTVV

Laut Vernehmlassungsentwurf soll der Anteil der untertitelten Sendungen in den linearen TV-Programmen und in den von der SRG exklusiv auf Internet veröffentlichten Inhalten (Web-only Inhalte) in den nächsten Jahren auf mindestens 75 Prozent erhöht werden, unverändert bleibt hingegen die rechtliche Vorgabe für Beiträge, die mit Gebärdensprache zu begleiten sind. Zugunsten der Sehbehinderten verlangt Absatz 3 eine Aufbereitung von Sendungen auf den ersten Programmen im ganzen Hauptabend. Das Angebot für Menschen mit Sinnesbehinderung, der Umfang weiterer Leistungen und der Zeitplan für die Umsetzung werden in einer Vereinbarung zwischen der SRG und den betroffenen Behindertenverbänden festgelegt. Die SRG hat mit den Behindertenverbänden am 4. September 2017 eine solche Vereinbarung abgeschlossen. Absatz 4 regelt den Fall, dass diese Vereinbarung vorzeitig aufgelöst oder nicht mehr erneuert werden sollte.

Die Änderung wird mehrheitlich begrüsst (Kantone AG, GL, GR, NE, NW, OW, SZ, TG, TI, VD, VS und ZH; ARBUS, Bauernverband, Centre Patronal, Gewerbeverband, SWA, TravailSuisse, Städteverband und die Parteien CVP, BDP, die Grünliberalen, SP und SVP). Einem schrittweisen Ausbau stimmen auch die Grünen, Gewerkschaftsbund, SSM und syndicom zu, sie verlangen jedoch, dass alle Beiträge in allen Sprachregionen untertitelt sein müssen; entsprechend seien als Ziel nicht 75 sondern 100 Prozent festzulegen.

SONOS verlangt mehr als 75 Prozent und besteht auf der Umsetzung der Vereinbarung vom 4. September 2017, in der festgelegt worden sei, dass der Anteil von untertitelten Sendungen bis zum Jahr 2022 auf 80 Prozent erhöht werden müsse.

Die Aktion Medienfreiheit begrüsst grundsätzlich eine Erhöhung des Anteils der untertitelten Sendungen im redaktionellen Programm der SRG. Sie lehnt es hingegen ab, dass mit dieser Revision versucht werde, SRG-Angebote, die nur im Internet verfügbar sind, «quasi durch die Hintertür» gesetzlich zu verankern. Die geltende Konzession biete keine Grundlage und enthalte keinen Auftrag für Web-only-Angebote, es sei daher auf diese zu verzichten.

Der Kanton AR, der Gehörlosenbund und die SRG weisen darauf hin, dass die Leistungsvereinbarung vom 4. September 2017 zwischen der SRG und den Behindertenverbänden die Vorgaben des Revisionsentwurfs übertreffe. Um potenzielle Missverständnisse aufgrund des Zusammenspiels zwischen RTVV und Leistungsvereinbarung zu vermeiden, schlagen die SRG und der Gehörlosenbund gewisse Änderungen vor.

Die SRG beantragt, auf die Festlegung des Anteils der zu untertitelnden Web-only Inhalte in Art. 7 Abs. 1 RTVV zu verzichten. Der Umfang der ausschliesslich im Web veröffentlichten audiovisuellen Inhalte könne von Jahr zu Jahr stark schwanken, wodurch die zu erbringenden Untertitelungsleistungen in diesem Bereich entsprechend kaum planbar seien. Im Rahmen der Leistungsvereinbarung hätten die Verbände und die SRG deshalb eine maximale Stundenzahl vereinbart, welche die SRG jährlich untertitelt. Zusätzlich sei vereinbart worden, dass die SRG und die Verbände gemeinsam den Anteil zu untertitelnder Web-only Inhalte neu definieren, wenn sich der Gesamtumfang der Web-only Inhalte erheblich verändert. Auch der Städteverband ist der Ansicht, dass aus diesen Gründen eine maximale Stundenanzahl besser wäre als ein mengenmässiger Anteil.

Der Gehörlosenbund fordert, dass die RTVV nicht weniger weit gehen dürfe als die Vereinbarung vom 4. September 2017. Insbesondere sei Art. 7 Abs. 1 RTVV so anzupassen, dass für Menschen mit einer Hörbehinderung ein vollumfänglicher barrierefreier Zugang zum vollständigen Angebot der SRG durch Untertitel gewährleistet sei, sowohl im linearen Fernsehprogramm als auch bei Web-only Angeboten. Für den Gehörlosenbund gehören zum vollständigen zu untertitelnden Angebot nicht nur redaktionelle Beiträge, sondern explizit auch Werbung, Trailer und Inhalte Dritter. Die Pflicht soll zudem auch für jene Fernsehveranstalter gelten, die ihr Programm in Zusammenarbeit mit der SRG ausstrahlen. Eine Einschränkung, wie sie im Revisionsentwurf vorgesehen ist, stehe dem Wortlaut in Art. 9 des Übereinkommens über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UNO-BRK; SR 0.109) und Art. 8 Abs. 1 und 2 BV entgegen. Aus diesem Grund fordert der Gehörlosenbund auch, dass mindestens 5 Prozent der Erstaussstrahlungen in Gebärdensprache anzubieten seien. Insgesamt sei eine Umsetzung aller geforderten Massnahmen bis im Jahr 2025 realistisch und angemessen.

Der VSP fordert, dass die Beiträge aller in der Konzession festgeschriebenen Inhalte untertitelt werden sollen. Der Kanton ZG vertritt die Ansicht, dass nicht der zeitliche Rahmen der Ausstrahlung von Sendungen entscheidend sein dürfe, welche Sendungen mit Audio-Beschreibungen ausgestattet werden sollen, sondern inhaltliche Kriterien: nationale und regionale News, populäre SRF-Eigenproduktionen und Serien, Sendungen mit gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Inhalten, eigene Kultur- und Dokumentarsendungen, spezielle Sendungen für Kinder und Jugendliche ab Schulalter resp. für ältere Menschen.

AZ Medien und der Kanton AG werfen die Frage auf, ob in Art. 7 Abs. 1 RTVV wirklich ein Drittel des gesamten Programms gemeint sei. Es sei bei der Ausgestaltung der Bestimmung zu präzisieren, ob private Fernsehveranstalter, die mit der SRG kooperieren, einen Drittel ihres Gesamtprogramms untertiteln müssten oder ob sich dieser Anteil auf eine anderweitige Referenzgrösse bezieht. Eine Rechtfertigung dieser Auflage für private Veranstalter sei nicht ersichtlich; sie würde enorm hohe Kosten verursachen. Gegenüber den privaten Veranstaltern sei auf die Auflage zu verzichten.

Auch impressum befürwortet grundsätzlich eine verstärkte Integration, verzichtet jedoch «mangels vertiefter Kenntnisse der Bedürfnisse» auf eine explizite Stellungnahme.

2.2.2 Saldi der Abgabenanteile: Art. 40 Abs. 1 und 3 RTVV

Ab 2019 erhält die SRG einen festen Anteil am Gesamtertrag aus der Radio- und Fernsehgebühr, wie die übrigen Destinatäre auch. Bisher erhielt sie den Gesamtertrag abzüglich sämtlicher übriger Verwendungszwecke gemäss Art. 68a RTVG. Ist der erzielte Ertrag höher als der Bedarf, entsteht ein Saldo. Dieser Saldo soll bei einer nächsten Festlegung der Abgabentarife berücksichtigt werden. Bereits heute sieht Art. 40 RTVV vor, dass die Saldi der vom Bund eingenommenen Abgabenanteile in der Bilanz des Bundes auszuweisen und der Ertrag und die Verwendung (z.B. Untertitelung) zu publizieren sind. Der Entwurf sieht vor, Art. 40 anzupassen, so dass auch der Ausgleichssaldo denselben Vorschriften unterliegt.

Die Kantone AG, AI und TI stimmen der Änderung zu. Auch die Grünen sind grundsätzlich einverstanden, für grössere Investitionen müssten jedoch weiterhin Reserven möglich sein. Es mache wenig Sinn, die Abgabenhöhe laufend zu verändern; eine strategiegebundene Verlässlichkeit und Planungssicherheit sei wichtiger als kurzfristige Anpassungen.

BNJ, RRR und der Kanton JU lehnen die Änderungen ab. Die Saldi dürften nicht in der Bilanz des Bundes ausgewiesen werden, weil die Gebühr für den Rundfunk reserviert sei und nicht für andere Aktivitäten des Bundes gebraucht werden dürfe.

Der VSP und der Kanton SH schlagen vor, den nicht verwendeten Ertrag für gezielte Projekte und Unterstützungen der jeweiligen konzessionierten Veranstalter zu verwenden. Der Kanton TI ist der Meinung, von den Überschüssen könnten die Medien für die Aus- und Weiterbildung profitieren.

Gewerkschaftsbund und Syndicom regen an, mit der Radio- und Fernsehgebühr auch den Presserat zu unterstützen, der ein wichtiges Gremium zur Qualitätssicherung des Service public in den Medien sei. Die Konvergenz der Medien verlange nach einer Qualitätskontrolle, die nicht mehr nach Art der Verbreitung unterscheide, der Presserat müsste daher in Medienrat umbenannt werden.

2.2.3 Unterstützung der Schweizerischen Depeschagentur: Art. 44a RTVV

Die Schweizerische Depeschagentur (sda) spielt eine wichtige Rolle für die journalistische Qualität der lokal-regionalen Radio- und Fernsehveranstalter, indem deren Berichterstattung zu einem bedeutenden Teil auf den Dienstleistungen der sda gründet. Die sda beabsichtigt zudem, neu auch Video-produktionen in ihren Basisdienst aufzunehmen. Um den Umfang und den Gehalt dieser Dienstleistungen bei der sda zu sichern, sieht der Vernehmlassungsentwurf vor, die sda mit einem jährlichen Beitrag aus der Radio- und Fernsehgebühr unterstützen zu können. Die Unterstützung soll mit einer Leistungsvereinbarung verknüpft werden, welche die lokal-regionalen Bedürfnisse in den Vordergrund stellt.

Die Unterstützung der sda löste zahlreiche kritische Reaktionen aus, obwohl sie mehrheitlich aus medien- und staatspolitischen Überlegungen begrüsst wurde.

Eingereicht wurde zudem die von 5962 Personen unterzeichnete «Petition für eine dreisprachige, unabhängige und nicht gewinnorientierte SDA».

Einverstanden mit der Unterstützung ist die Mehrheit der Kantone (AG, AI, BE, BL, BS, FR, GL, GR, JU, NE, NW, OW, SH, SO, TI, UR, VD, VS, ZG und ZH), die WRK, AZ Medien, ARBUS, BDP, EMEK, Bauernverband, Centre Patronal, Grüne, impressum, Médias Suisses, SRG, SSM, SWA, Städteverband, syndicom und Travail Suisse. RRR, BNJ und der Kanton AR sind der Ansicht, der Vorschlag gehe in die richtige Richtung.

Vereinzelt wird eine vorgängige ausführliche Debatte gefordert (EMEK, Kanton SG, CVP, FRC).

Explizit gegen eine Unterstützung der sda haben sich die Aktion Medienfreiheit, WEKO, FER, Gewerbeverband, Gewerkschaftsbund, SuisseDigital, upc, SVP sowie die Kantone GE und SZ ausgesprochen. Auch eher skeptisch sind ARBUS, FRC und VSM.

Die Parteien äussern sich mehrheitlich skeptisch: Die SP wäre «unter normalen Umständen» mit der Unterstützung einverstanden, aber angesichts der aktuellen Entwicklung müsse eine indirekte Subvention der Grossverlage ausgeschlossen werden. Vorgezogen würde eine kurzfristige Unterstützung über das Sprachengesetz. Im Rahmen der Erarbeitung des neuen Mediengesetzes seien danach die rechtlichen Grundlagen zu schaffen, die eine langfristige Finanzierung der sda ermöglichen. Laut CVP und FDP ist zuerst die rechtliche Situation der sda zu klären, bevor über eine eventuelle Unterstützung geredet werden kann. Die SVP lehnt die Unterstützung der sda vollumfänglich ab; sie befürchtet eine «Staats-Depeschenagentur». Auch die Grünliberalen sind mit der vorgeschlagenen finanziellen Unterstützung höchstens im Sinne einer Not- und Übergangslösung einverstanden. Die Frage einer finanziellen Unterstützung der sda sei im Gesamtkonzept des Gesetzes über elektronische Medien zu diskutieren. BDP und Grüne stimmen einer Leistungsvereinbarung mit der sda zu.

Die Aktion Medienfreiheit lehnt die Unterstützung vollumfänglich ab; es sei grundsätzlich falsch, eine private Organisation an gesetzlich bestimmte Finanzierungsquellen zu hängen. Damit verliere die sda ihre Unabhängigkeit von der Politik, was nicht im Sinne von Vielfalt und Freiheit der schweizerischen Medienlandschaft sei.

Als weiteres Argument ins Feld geführt wird, dass die sda ihre Dienstleistungen in erster Linie den Printmedien anbietet und die Unterstützung der sda damit einer indirekten resp. direkten Medienförderung gleichkomme (Gewerbeverband, Kanton TG, Aktion Medienfreiheit, FER), die gesetzliche Grundlage dafür fehle jedoch. Auch der VSM und AZ Medien bezweifeln, dass eine hinreichende Rechtsgrundlage besteht: Aus Art. 68a Abs. 1 Bst. b RTVG ergebe sich allein das Recht des Bundesrates, die Abgabenhöhe zu bestimmen anhand der Kriterien, die Einfluss auf die Abgabenhöhe hätten. Demgegenüber ergebe sich daraus keine Möglichkeit, gestützt darauf eine finanzielle Unterstützung Dritter zu tätigen.

Grosse Bedenken werden insbesondere aufgrund der geplanten Fusion der sda mit Keystone geäussert: Befürchtet wird das Risiko, dass die Unterstützungsbeiträge zweckentfremdet werden und an die Aktionäre oder gar ins Ausland fließen könnten (EMEK, FER, Gewerkschaftsbund, Grüne, Kantone AR, GE und SZ). Ebenso seien grössere Restrukturierungsmassnahmen und der Stellenabbau bei der sda zu sistieren, bis alle Zukunftsoptionen evaluiert seien und ein Leistungsauftrag bestehe (Grüne, Kanton BS). Laut ARBUS, syndicom und SP ist eine Strategie nötig, wie die sda künftig Umfang und Qualität ihrer Dienstleistungen mindestens im bisherigen Umfang aufrechterhalten kann.

Formuliert wurden die folgenden Erwartungen an den Leistungsauftrag:

Die Fördermittel müssen für den journalistischen Service im Inland verwendet werden, dabei sollen lokal-regionale Bedürfnisse im Vordergrund stehen (ARBUS, syndicom, Städteverband; Kantone AG, NW, OW, TI, UR und VD; BNJ, SP). Ein starker Schwerpunkt sei auf die Berichterstattung der lokalen Nachrichten zu legen (Kanton VS) und es sei festzuhalten, welche Leistungen in französischer und italienischer Sprache zu erbringen sind (ARBUS). Impressum fordert, es sei durch Bedingungen sicherzustellen, dass öffentliches Geld auch ausschliesslich für öffentliches Interesse verwendet wird.

Syndicom und Gewerkschaftsbund wünschen, dass die Subvention für den Erhalt und den Ausbau der bisherigen Dienstleistungen verwendet wird; hingegen sehen BNJ, RRR und der Kanton JU keine Notwendigkeit, die Aktivitäten der SDA auszuweiten, die bisherigen Leistungen seien zu verbessern. Der Kanton SH wünscht, dass die Subvention vorwiegend der Bereitstellung von Texten dient, nicht von Bewegtbildern.

Die Arbeitsbedingungen seien kollektiv in einem Gesamtarbeitsvertrag mit den Branchenverbänden zu regeln (syndicom). Die Finanzierung der SDA dürfe nicht aus dem Gebührenanteil der lokalen und regionalen Veranstalter sondern aus den SRG-Anteilen stammen (BNJ, RRR, Kantone JU und SH; VSP).

Eine solche Leistungsvereinbarung sei auszuschreiben, und es sei darzulegen, inwiefern der neue Leistungsauftrag über bestehende Vereinbarungen hinausgehe (WEKO).

Anhang: Liste der Teilnehmenden

Kantone / Cantons / Cantoni

AG	Aargau / Argovie / Argovia
AI	Appenzell Innerrhoden / Appenzell Rh.-Int. / Appenzello Interno
AR	Appenzell Ausserrhoden / Appenzell Rh.-Ext. / Appenzello Esterno
BE	Bern / Berne / Berna
BL	Basel-Landschaft / Bâle-Campagne / Basilea-Campagna
BS	Basel-Stadt / Bâle-Ville / Basilea-Città
FR	Freiburg / Fribourg / Friburgo
GE	Genf / Genève / Ginevra
GL	Glarus / Glaris / Glarona
GR	Graubünden / Grisons / Grigioni
JU	Jura / Giura
LU	Luzern / Lucerne / Lucerna
NE	Neuenburg / Neuchâtel
NW	Nidwalden / Nidwald / Nidvaldo
OW	Obwalden / Obwald / Obvaldo
SG	St. Gallen / Saint-Gall / San Gallo
SH	Schaffhausen / Schaffhouse / Sciaffusa
SO	Solothurn / Soleure / Soletta
TG	Thurgau / Thurgovie / Turgovia
TI	Tessin / Ticino
UR	Uri
VD	Waadt / Vaud
VS	Wallis / Valais / Vallese
ZG	Zug / Zoug / Zugo
ZH	Zürich / Zurich / Zurigo
WRK / CGSO	Westschweizer Regierungskonferenz / Conférence des Gouvernements de Suisse occidentale

In der Bundesversammlung vertretene politische Parteien / Partis politiques représentés à l'Assemblée fédérale / Partiti rappresentati nell'Assemblea federale

BDP	Bürgerlich-Demokratische Partei Schweiz
CVP	Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz
FDP	FDP.Die Liberalen
Grünliberale	Grünliberale Partei Schweiz

Grüne	Grüne Schweiz
SP	Sozialdemokratische Partei der Schweiz
SVP	Schweizerische Volkspartei

Gesamtschweizerischer Dachverband der Gemeinden, Städte und Berggebiete / Associations faitières des communes, des villes et des régions de montagne qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dei Comuni delle città e delle regioni di montagna

Schweizerischer Gemeindeverband
Schweizerischer Städteverband / Union des villes suisses / Unione delle città svizzere

Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft / Associations faitières de l'économie qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dell'economia

CP	Centre Patronal
FER	Fédération des Entreprises Romandes
sbv / usp / usc	Schweizer Bauernverband / Union Suisse des Paysans / Unione Svizzera dei Contadini
Schweizerischer Arbeitgeberverband	Schweizerischer Arbeitgeberverband / Union patronale suisse / Unione svizzera degli imprenditori
SGB / USS	Schweizerischer Gewerkschaftsbund / Union syndicale suisse / Unione sindacale svizzera
sgv usam	Schweizerischer Gewerbeverband / Union suisse des arts et métiers / Unione svizzera delle arti e mestieri
Travail.Suisse	

Medien, Medienschaffende, Medienkonsumenten / Médias, professionnels des médias, consommateurs de médias / Media, esperti dei media, consumatori del mercato dei media

Aktion Medienfreiheit	
ARBUS Schweiz	Vereinigung für kritische Mediennutzung
AZ Medien	AZ Medien AG
BNJ	BNJ FM SA (RJB, RTN, RFJ)
impresum	Die Schweizer Journalist ^{innen} / Les journalistes suisses / I giornalisti svizzeri
IGEM	Interessengemeinschaft elektronische Medien
Médias Suisses	Association des médias privés romands
RRR	Radios Régionales Romandes
SRG SSR	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft / Société suisse de radio-diffusion et télévision / Società svizzera di radiotelevisione

SSM	Schweizer Syndikat Medienschaffender / Syndicat suisse des mass media / Sindacato svizzero dei mass media
syndicom	Gewerkschaft Medien und Kommunikation
Telebasel	
Telesuisse	Verband der Schweizer Regionalfernsehen / Association des télévisions régionales suisses / Associazione delle televisioni regionali svizzere
VSM	Verband Schweizer Medien / Médias suisses / Stampa svizzera
VSP	Verband Schweizer Privatradios

Werbewirtschaft / Branche publicitaire / Industria pubblicitaria

asw	Allianz Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen
Goldbach	Goldbach Group AG
Kommunikation Schweiz	Dachorganisation der kommerziellen Kommunikation
SWA/ASA	Schweizer Werbe-Auftraggeberverband / Association Suisse des Annonceurs / Utenti Svizzeri Pubblicità

Telekommunikation / Télécommunications / Telecomunicazioni

asut	Schweizerischer Verband der Telekommunikation / Association Suisse des Télécommunications / Swiss Telecommunications Association
SuisseDigital	Verband für Kommunikationsnetze / Association des réseaux de communication
Swisscom	Swisscom AG
upc	upc Schweiz GmbH

Gehörlosen- und Hörbehindertenverbände / Associations de sourds et de malentendants / Associazioni delle persone audiolese e non udenti

SGB-FSS	Schweizerischer Gehörlosenbund
SONOS	Schweizerischer Hörbehindertenverband

Konsumentenorganisationen / Associations de consommateurs / Organizzazioni dei consumatori

FRC	Fédération romande des consommateurs
SKS	Stiftung für Konsumentenschutz

Weitere Teilnehmer / Autres participants / Altri partecipanti

EMEK	Medienkommission
Petition	Marco Fähndrich und 5962 Unterzeichner einer «Petition für eine dreisprachige, unabhängige und nicht gewinnorientierte SDA»
WEKO	Wettbewerbskommission