



30. Oktober 2017 (Vernehmlassung)

Teilrevision der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV)

Erläuternder Bericht

1 Einleitung

In der vorliegenden RTVV-Teilrevision werden die Grundlagen für die zielgruppenspezifische Werbung der SRG und der privaten Veranstalter mit einer Konzession geschaffen sowie die Spielregeln für die zielgruppenspezifische Werbung festgelegt. Unter den geltenden rechtlichen Grundlagen ist es der SRG und den anderen Veranstaltern mit einer Konzession nicht erlaubt, ihre konzessionierten Programme mit zielgruppenspezifischer Werbung auszustrahlen. Die SRG-Programme sind in der Konzession detailliert festgelegt, so dass die Möglichkeit, diese Programme mit zielgruppenspezifischer Werbung abzuändern, ebenfalls in der Konzession geregelt wird (dazu wird in einem späteren Zeitpunkt eine Anhörung durchgeführt). Für die lokal-regionalen Veranstalter mit einer Konzession soll die Einfügung von zielgruppenspezifischer Werbung in den konzessionierten Programmen generell- abstrakt in der RTVV verankert werden (Art. 35a). Zudem werden die Werbebestimmungen der SRG angepasst: Aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen sollen spezifische Beschränkungen vorgesehen werden (Art. 22). Für alle Veranstalter gelten soll der Minderjährigenschutz (Art. 18). Aus Gründen der Transparenz und aus aufsichtsrechtlichen Gründen wird eine Melde- bzw. Berichterstattungspflicht eingeführt, sofern Programme mit zielgruppenspezifischer Werbung ausgestrahlt werden (Art. 2 Abs. 1 Bst. a, Art. 27 Abs. 2 Bst. f).

Die Leistungen der SRG zugunsten von Sinnesbehinderten werden ausgebaut (Art. 7). Schliesslich werden die rechtlichen Grundlagen geschaffen, um die finanzielle Unterstützung der Schweizerischen Depeschagentur (sda) zu ermöglichen (Art. 44a).

2 Zu den einzelnen Bestimmungen

2.1 Zielgruppenspezifische Werbung

Art. 2 Abs. 1 Bst. a: Meldepflichtige Programmveranstalter haben gemäss Art. 2 RTVV gewisse Angaben zum Programm und zum Veranstalter zu melden. Ebenfalls zu melden ist die Änderung eines gemeldeten Programmes durch zielgruppenspezifische Werbung (Ausstrahlung von zielgruppenspezifischer Werbung, Verbreitungswege). Damit wird Transparenz hergestellt und die Aufsichtstätigkeit erleichtert. Die Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht nach Art. 20 RTVG gilt auch für Programme mit unterschiedlichen Werbeblöcken.

Art. 18 Abs. 3^{bis}: Im Umfeld von Sendungen, die sich an Minderjährige richten, darf keine zielgruppenspezifische Werbung ausgestrahlt werden. 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 gilt für sämtliche Veranstalter (Abs. 7).

Art. 22 Abs. 1^{ter}: Aus Rücksichtnahme auf andere Medienunternehmen darf die SRG die Zielgruppen für die zielgruppenspezifische Werbung nicht ausschliesslich nach geografischen Kriterien definieren.

Art. 22 Abs. 2 Bst. b und c: Art. 22 RTVV auferlegt der SRG Werbebeschränkungen, die dem Schutz anderer Medienunternehmen dienen. Mit der Einführung der zielgruppenspezifischen Werbung werden weitere Beschränkungen nötig. Die SRG soll von den 12 Minuten Werbung pro Stunde maximal 4 Minuten zielgruppenspezifische Werbung ausstrahlen können. Damit wird der SRG zwar die Möglichkeit gegeben, dieses zukunftsorientierte Werbeinstrument einsetzen zu können, allerdings nur in einem moderaten Ausmass.

Variante

Alternativ zur Beschränkung der zielgruppenspezifischen Werbung auf 4 Minuten pro Stunde könnte eine Obergrenze der Werbeeinnahmen der SRG eingeführt werden. 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 Öffentlichkeit wird im Rahmen der Anhörung zur neuen SRG-Konzession im Detail darüber informiert werden.

Art. 27 Abs. 2 Bst. f: Konzessionierte Programmveranstalter werden verpflichtet, in ihrer Jahresberichterstattung auch Angaben über die zielgruppenspezifische Werbung zu machen (Anzahl Zielgruppen, Verbreitungswege).

Art. 35a: Private Programmveranstalter mit einer Konzession können ihr konzessioniertes Programm mit zielgruppenspezifischer Werbung ausstrahlen. 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).

Art. 51a: Für zielgruppenspezifische Werbung besteht keine Verbreitungspflicht. Hierzu müssen sich die Veranstalter mit den Fernmeldedienstanbieterinnen vertraglich einigen.

2.2 Verbesserungen für Menschen mit Sinnesbehinderung

Art. 7 Abs. 1, 3 und 4: Der Anteil der untertitelten Sendungen in den linearen TV-Programmen und in den von der SRG exklusiv auf Internet veröffentlichten Inhalten (Web-only Inhalte) ist in den nächsten Jahren auf mindestens 75 Prozent zu erhöhen. Gemäss der Vereinbarung zwischen der SRG und den Verbänden von sinnesbehinderten Menschen vom 4. September 2017 ist diese Vorgabe spätestens im Zeitraum 2021/22 zu erreichen. Die rechtliche Vorgabe für gebärdete Beiträge bleibt vorderhand unverändert. Zusätzliche Beiträge, die mit Gebärdensprache zu begleiten sind, wurden in der Vereinbarung festgelegt. Insgesamt wird sich die Anzahl gebärdeter Sendestunden gemäss der Vereinbarung bis 2022 mehr als verdoppeln. Zugunsten der Sehbehinderten verlangt Absatz 3 eine Aufbereitung der Sendungen auf den ersten Programmen im ganzen Hauptabend. Die Vereinbarung geht davon aus, dass sich die Anzahl Stunden bis 2022 gegenüber heute verdoppeln wird. Die aktuelle Vereinbarung, welche die einzelnen Leistungen der SRG und die Zusammenarbeit mit den Verbänden regelt, ist für eine Dauer bis Ende 2022 abgeschlossen. Absatz 4 regelt den Fall, dass die Vereinbarung vorzeitig aufgelöst oder auf Anfang 2023 nicht mehr erneuert werden sollte.

2.3 Abgabenüberschüsse

Art. 40 Abs. 1 und 3: Ab 2019 erhält die SRG einen festen Anteil am Gesamtertrag aus der Radio- und Fernsehabgabe, wie die übrigen Destinatäre der Abgabe 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 Abgabetafeln 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. Art. 40 wird angepasst, so dass auch der Ausgleichssaldo denselben Vorschriften unterliegt.

2.4 Unterstützung der SDA

Art. 44a: 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 Videoproduktionen in ihren Basisdienst aufzunehmen. Die sda leistet einen Beitrag zur Qualitätssicherung bei den lokal-regionalen Programmen. Um den Umfang und den Gehalt dieser Dienstleistungen bei der sda zu sichern, soll die sda mit einem jährlichen Beitrag aus der Radio- und Fernsehgebühr unterstützt werden können. Die Unterstützung wird mit einer Leistungsvereinbarung verknüpft werden, welche die lokal-regionalen Bedürfnisse in den Vordergrund stellt (Art. 68a Abs. 1 Bst. b.).