

Bundesgesetz über Radio und Fernsehen
(RTVG)

Vernehmlassung RTVG: Stellungnahme SSM

Zum Entwurf des UVEK vom Dezember 2000 für ein Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG)

Inhalt

1. Vorbemerkung	1
2. Das duale Mediensystem qualitativ richtig definiert	1
4. Balance im dualen System	3
5. Service public	3
6. Qualität	4
7. Auftrag, Privilegien und Einschränkungen der SRG	4
8. Organisationsstruktur der SRG	5
9. Auftrag, Privilegien und Einschränkungen der Privaten	6
10. Finanzierung, Gebühren	6
11. Werbung / Sponsoring	7
12. Beirat, Beschwerdeinstanz, Kontrolle	7
13. Verbreitung (Kabel, Kanäle, Frequenzen)	8
14. Geltungsbereich, Mediengesetz, Internet	8
15. Archivierung von Sendungen (Art. 16)	8
16. Anhang	9

1. Vorbemerkung

Das SSM beurteilt den Gesetzesentwurf im Ganzen als ausgesprochen gut und empfiehlt, darauf einzutreten. **Folgende Punkte betrachten wir als Stärken des Entwurfes:**

- n** Das **duale System** für den Bereich von Radio und TV mit einem starken Service public und einem freien Marktbereich.
- n** Die **Stärkung des Service public** und der SRG.
- n** Die weitere **Deregulierung des Marktbereichs**, welche die Chancen der privaten Anbieter verbessert.
- n** Der **qualitative Ansatz** im Gesetzesentwurf. Das Gesetz muss Rahmenbedingungen schaffen, welche generell eine hohe Programm- und Arbeitsqualität bei Radio und TV fördert und sichert.

2. Das duale Mediensystem qualitativ richtig definiert

Radio und Fernsehen mit ihrer starken Verbreitung und hohen Wirkung haben im Mediensystem weiterhin eine besondere Stellung: Sie tragen wesentlich zur Sicherung der demokratischen Meinungsbildung, zum Zustandekommen des gesellschaftlichen Diskurses und zur kulturellen Entfaltung bei. Es existiert deshalb ein besonderes gesellschaftliches Interesse an einem elektronischen Mediensystem, welches diese Leistungen in hoher Qualität bietet. Der Markt alleine kann dies nicht garantieren. **In einem Umfeld der zunehmenden internationalen Kommerzialisierung des elektronischen Mediensystems müssen diese publizistischen und gesellschaftlichen Bedürfnisse regulativ gesichert werden. Gleichzeitig aber soll der Markt für private Anbieter geöffnet werden. Diese Grundprämissen anerkennt der Gesetzesentwurf und setzt sie mit dem Prinzip des dualen Systems auch um.**

Das elektronische Mediensystem muss unter den spezifischen Bedingungen der Schweiz eine demokratische und kulturell adäquate Versorgung aller vier Sprachregionen und Bevölke-

rungsgruppen garantieren. Ebenso muss im internationalisierten Medienmarkt eine eigen-ständige schweizerische Audiovisions-Kultur und eine entsprechende Produktion erhalten bleiben können.

Nur ein eindeutig definierter Service public garantiert den vier Sprachregionen der Schweiz weiterhin eine adäquate Produktion und Versorgung im Bereich von Radio und TV. Dieses Prinzip des Ausgleichs unter den Regionen ist für die Schweiz enorm wichtig. Zentral ist zudem, dass via Gesetz ein Qualitätsaspekt eingebracht wird, welcher von der besonderen Bedeutung der elektronischen Medien für die Kultur, die demokratische Meinungsbildung und den gesellschaftlichen Diskurs ausgeht: Alle Radio- und TV-Anbieter, welche unter das RTVG fallen, sollen „höheren rechtlichen Anforderungen genügen,“ (Erläuterungen 5.1.3). Dieser **generelle qualitative Ansatz** wird im Gesetzesentwurf auf drei Ebenen umgesetzt:

- n Mit der Verpflichtung auf programmlische Minimalstandards für alle Programmanbieter;
- n Mit dem Anreiz via privilegierte Zugangsrechte bei der Verbreitung von besonderen gesellschaftlichen Leistungen von privaten Anbietern;
- n Mit der Verpflichtung der SRG auf einen qualitativ hohen Leistungsauftrag.**3. Arbeitsbedingungen, Qualität, journalistische Freiheit**

Nur mit einer hohen und einer spezifisch schweizerischen Qualität der Radio- und TV-Programme können sich die Anbieter in der Schweiz gegenüber den ausländischen Mediengiganten behaupten. **Zu einer möglichst hohen Qualität der Radio- und TV-Produktionen tragen bei**

n die Aus- und Weiterbildung

n die Beachtung der journalistischen Berufsregeln

n die Arbeitsbedingungen

n die Prinzipien der journalistischen Freiheit.

Deshalb müssen dazu via Gesetz Minimalstandards definiert werden. Ansätze dazu sind im Gesetzesentwurf bereits vorhanden.

Im Bereich der **Aus- und Weiterbildung** soll das Engagement des Bundes grösser und verbindlicher werden (keine „kann“-Formulierung, Art. 69). Durch den Wegfall der Konzessionsabgaben muss die Aus- und Weiterbildung neu durch direkte Bundesgelder finanziert werden. Die Medienunternehmen selbst sollen auf Minimalstandards bei der Aus- und Weiterbildung verpflichtet werden.

Die Verpflichtung aller Programmanbieter auf die **journalistischen Berufsregeln** ist richtig, zum Beispiel im Artikel 3 (Mindestanforderungen an den Programminhalt) oder im Artikel 18 Absatz 4 (Programmauftrag SRG). Diese Verpflichtung sollte sich an den Berufsregeln der Branche selbst (Presserat) orientieren.

Minimalanforderungen an die **Arbeitsbedingungen**, wie sie in Artikel 26 1d (für die SRG) und in Artikel 44 3c (für Private mit Zugangsrechten) formuliert sind, müssen für die ganze Branche gelten (Allgemeinverbindlichkeitserklärung). Als Kriterium sollte der Abschluss eines Kollektivvertrages definiert werden.

Zu den Grundprinzipien der journalistischen Arbeit gehört die absolute **journalistische Freiheit** (Pressefreiheit gemäss BV). Dieses Prinzip ist für das SSM unantastbar. Die journalistische Freiheit ist aber nicht zu trennen von den Prinzipien der journalistischen Verantwortung. Insofern sollen für das journalistische Schaffen bei Radio und TV entsprechend der besonderen Stellung und Wirkung dieser Medien Prinzipien definiert werden, welche einen Missbrauch der journalistischen Freiheit und der gewährten Privilegien möglichst verhindern. Richtig ist es also, wenn das Gesetz Mindestanforderungen an den Programminhalt, die Einhaltung der journalistischen Berufsregeln, spezifische Schutzbestimmungen (zB. Jugendschutz) und einen Programmauftrag für die SRG definiert. Richtig ist auch, wenn Kontrollinstanzen definiert werden. Das SSM geht aber davon aus, dass die journalistischen Berufsregeln und die Durchführung der Kontrolle in Eigenverantwortung der journalistischen Berufsbranche selbst (Prinzip der Selbstkontrolle) wahrgenommen wird. Jeglichen direkten Eingriff von Verwaltung, Behörden oder Justiz in das journalistische Schaffen lehnt das SSM strikte ab. Entsprechend sind Formulierungen im Gesetzesentwurf, welche die konkrete Umsetzung des journalistischen Auftrages justiziabel machen würden (Beispiel: „wählt die Themen

sorgfältig aus“, Art. 18), zu streichen. Ebenfalls zu streichen ist die bisherige UBI als Überwachungsinstanz mit gerichtsähnlichem Charakter.

Als logisches Pendant zur Definition der Grundprinzipien zu Programm und journalistischer Sorgfalt via Gesetz muss auch das Prinzip der redaktionellen Unabhängigkeit (innere Medienfreiheit) neu ins Gesetz aufgenommen werden.

4. Balance im dualen System

Das duale System ist in einer strikt logischen Auslegung (Regulierter Service public mit Programm- und Versorgungsauftrag über Gebühren finanziert einerseits - und unregulierter Markt kommerziell finanziert andererseits) unter schweizerischen Verhältnissen nicht umsetzbar. Auch für das duale System muss deshalb eine Balance definiert werden, welche der SRG einerseits und den privaten Anbietern andererseits finanzielle Ressourcen sichert und unternehmerische Entwicklungsmöglichkeiten bietet. **Zu dieser Balance gehören folgende Grundelemente:**

- n Den Service public mit einem umfassenden Programmauftrag auszustatten.
- n Den Service public vor allem via Gebühren zu finanzieren.
- n Die Privaten vor allem über Werbung/Sponsoring zu finanzieren.

Die „Logik,“ des reinen dualen Systems ist bereits im Entwurf (zB. Werbung im SRG-Fernsehen zugelassen) durchbrochen. Zu einem Ausgleich zwischen SRG und Privaten unter den spezifischen schweizerischen Bedingungen **braucht es eine neue Austarierung der Balance via folgende Elemente:**

Service public-Bereich, SRG

- n Die Grundfinanzierung der SRG über Gebühren muss besser ausgestattet sein. Das SSM schlägt deshalb eine **Indexierung der Gebühren** vor.
- n Die SRG-Sendern müssen die Erfüllung ihres Auftrages auch über kommerzielle Wege finanzieren können. Deshalb **lehnt das SSM das Sponsoring-Verbot für die SRG ab.**
- n Im „regulierten Bereich“ muss die SRG bei ihrem Programmangebot flexibel entscheiden können. Deshalb **lehnt das SSM das Verbot von Spartensendern ab.**

Marktbereich, Private

- n Im „freien Marktbereich“ müssen private Anbieter mit besonderem Leistungsangebot (speziell auch nichtkommerzielle Angebote) stärker unterstützt und/oder geschützt werden. Das SSM schlägt deshalb eine **Reihe von indirekten Fördermassnahmen** vor: Gebühren-gelder oder Fördergelder zugunsten von Privaten in Bergregionen, von Privaten mit zwei-sprachigem Programmangebot und von nichtkommerziellen Privaten; Beiträge zugunsten der Aus- und Weiterbildung bei den Privaten; Erlass der Konzessionsabgaben.
- n Im Markt sollen die Privaten vor einer Marktdominanz durch die SRG geschützt werden und es sollen generell Massnahmen gegen die Medienkonzentration möglich sein. Das SSM verlangt deshalb entsprechende **Kompetenzen für den Bundesrat.**
- n Auch im freien Markt unterliegen private Anbieter Regulierungen zugunsten von qualitativen Aspekten. Das SSM unterstützt deshalb **Vorschriften und Privilegien zugunsten von Qualitätsförderung** bei den Privaten.
- n Auch im Marktbereich müssen zugunsten von privaten Anbietern freie Zugangsregelungen zu den Übertragungswegen (also Kabel, Kanäle und Frequenzen) definiert werden. Das SSM verlangt deshalb den **kostenlosen Zugang zu Kabelplätzen für private mit Zugangsrechten** (analog Art. 42).

5. Service public

Die Idee des Service public geht aus von der demokratischen Versorgung mit Gütern, welche nur über diesen Weg so zur Verfügung stehen. Der Service public ist durch Gebührengelder, also „öffentlich“, finanziert und geht von einem Leistungsauftrag aus, welcher gesellschaftlich definierten Bedürfnissen entspricht. Der Service public wird entsprechend öffentlich, also gesetzgeberisch via Leistungsauftrag definiert. Auch im Service public gilt der spezielle Aspekt der Medienfreiheit: Für den Service public müssen klare Aufträge und Rahmenbedingungen definiert werden, dies darf aber zu keinerlei

staatlicher Beeinflussung der eigentlichen Programmarbeit führen. Andererseits hat sich auch der Service public im Medienbereich einer öffentlichen Legitimation und sogar Kontrolle zu unterziehen: Die SRG darf sich deshalb nicht als Staat im Staat definieren.

Der **Programmauftrag an die SRG muss umfassend und präzise formuliert sein**. „Umfassend“: Zum Programm gehören neben Information und Kultur auch Unterhaltung und Sport. „Präzise“: Im Programmauftrag muss festgelegt sein, welche Leistungen Radio und TV bieten sollen (siehe Kapitel 7).

Das „wie“, das heisst über welche Wege der Umsetzung die SRG ihren Auftrag erfüllt, sollte offengelassen werden. Von einer Beschränkung der SRG bei Spartensendern oder Zielgruppenprogrammen ist abzusehen, weil gerade solche Leistungen zu einer Stärkung des Service-public-Angebotes führen können (siehe Kapitel 7).

6. Qualität

Die Qualität der Radio- und TV-Arbeit (und damit letztlich der Programme) soll durch das Gesetz möglichst gefördert werden. Es ist möglich, qualitätsfördernde Rahmenbedingungen zu stärken, ohne dass dadurch das Programmschaffen bevormundet wird. Solche qualitätsfördernden Elemente sieht der Gesetzesentwurf vor. Das SSM bewertet diesen qualitativen Strang positiv und schlägt dazu weitere Elemente vor.

Qualitätsfördernde Aspekte im Gesetz sind:

- n Die Definition von **Mindestanforderungen an den Programminhalt aller Programm-anbieter** (wie in Art. 3 und 4 formuliert), insbesondere die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht.
- n Ein präziser und umfassender **Programmauftrag an die SRG**. (Hier fehlt im Entwurf die bisherige Verpflichtung zur Filmförderung und zur Förderung von Radio- und TV-spezifischer Kulturformen. Siehe unter Kapitel 7).
- n **Anreize (privilegierte Zugangsrechte) und Fördermassnahmen (Finanzbeiträge) für spezifische Leistungen von Privaten**: bei mehrsprachigen Programmen in mehrsprachigen Regionen; bei Sendern in Bergregionen; bei wertvollen nichtkommerziellen privaten Programmen.
- n Die Erwähnung der **journalistischen Berufsregeln** (Referenz: Charta des Presserates) als Grundprinzip; die Einsetzung von **qualitätssichernden Instrumenten der Selbstkontrolle** wie Beirat (in diskursiver Funktion) und Ombudsstelle; neu **die Zusicherung der Inneren Medienfreiheit** als Prinzip der Redaktionsfreiheit.
- n Bestimmungen zur **Förderung der Aus- und Weiterbildung** und der Forschung.
- n **Einschränkungen bei den Werberegungen aus Sicht des Konsumentenschutzes** (Alkohol, Tabak, Medikamente, Kinderwerbung, Unterbrecherwerbung), resp. aus gesellschaftspolitischen Gründen (Verbot von politischer und religiöser Werbung).
- n **Vorschriften betreffend arbeitsrechtlicher Bedingungen** (Siehe an anderer Stelle. Zusätzliches wichtiges Detail: Das Prinzip der Inneren Medienfreiheit sollte ins Gesetz aufgenommen werden).
- n **Massnahmen gegen Monopolisierungstendenzen** (Angebotsvielfalt, Art. 67).
- n **Massnahmen zugunsten von Vielfalt und Qualität** (spez. Zugang zu öffentlichen Ereignissen, Art. 65/66).

Siehe dazu auch die konkreten Vorschläge im Anhang.

7. Auftrag, Privilegien und Einschränkungen der SRG

Vorbemerkung: Während der Vernehmlassungsfrist ist grundsätzlich debattiert worden, wieviel Regelung und Kontrolle ein Medienunternehmen wie die SRG trägt. Das SSM geht von zwei Grundsätzen aus: **Im Programmbereich sollen via Programmauftrag Vorgaben definiert werden, in der Umsetzung des Programmes muss die SRG aber grundsätzlich unabhängig sein.** Das heisst, die SRG sollte frei entscheiden können, mit welchen Programmangeboten und über welche Kanalangebote sie den Programmauftrag erfüllen will (Prinzip der Programfreiheit). Und für die journalistische Arbeit ist es zwar richtig, wenn sich das Gesetz auf die anerkannten Berufsregeln des Journalismus beruft, eine staatliche Einflussnahme auf das journalistische Arbeiten muss aber absolut

ausgeschlossen sein (Redaktionsfreiheit). Falsch ist es deshalb, journalistische Berufsregeln im Detail so im Gesetz zu definieren, dass Programmentscheide letztlich justiziabel würden (Beispiel: „wählt die Themen sorgfältig aus“ in Art. 18 Absatz 4. Siehe dazu auch Kapitel zu „Beirat“).

Im Bereich Unternehmenspolitik befürwortet das SSM eine weitgehende Aufsichts- und Kontrollfunktion der Verwaltung. Wieweit dies im Einzelnen via ein Genehmigungsverfahren oder ein Kontrollverfahren ablaufen soll, muss differenziert Punkt für Punkt beurteilt werden. Dabei scheint uns eine Überarbeitung diverser Einzelbestimmungen Richtung „Vereinfachung“ notwendig. Beispiel: Zwar muss die Reservebildung der SRG transparent erfolgen und kontrolliert werden können; falsch scheint es dem SSM aber, dass das Departement mit Anweisungen zur Reservebildung direkt in die Geschäftsführung der SRG eingreifen kann.

Grundsätzlich richtig ist, die SRG als einzigen Service-public-Veranstalter zu definieren und diesen mit dem Gebührenprivileg, mit den Privilegien bei der Verbreitung und einem Programmauftrag auszustatten. Richtig scheint uns, den **Programmauftrag** genauer zu definieren als bisher (zur Frage der Kontrolle siehe unten). Grosses Gewicht legt das SSM auf die **Definition eines qualitativ griffigen Programm- und Kulturauftrages**: Der sogenannte Kulturauftrag (Artikel 18 3b) ist zu schwammig formuliert. Als Auftrag formuliert werden sollte die Berücksichtigung auch von Kulturformen- und Sparten, welche sich an ein Minderheitenpublikum wenden; ebenso die Förderung der spezifischen Kulturformen bei Radio (Hörspiel) und Fernsehen (Fernsehspiel, Arthouse-Film/Video, Dokumentarfilm). Grundsätzlich spricht sich das SSM gegen Kulturquoten aus: Statt einer Bevormundung der Programmschaffenden via administrative Vorgaben soll ein Diskurs der Kulturredaktionen mit den Kulturschaffenden institutionalisiert werden. Ausgesprochen einverstanden ist das SSM mit der Vorgabe betreffend Programmanteil der europäischen Werke („Hauptanteil der Sendezeit“; Art. 6); diese Bestimmung sollte aber an die EU-Richtlinien angepasst werden.

Bei der Umsetzung der Programmleistungen muss die SRG aber flexibel bleiben können, wir lehnen deshalb Einschränkungen bezüglich Spartenprogramme und Zielgruppenprogramme für die SRG ab. Begründung: Die weitere Differenzierung von Radioangeboten ist ein internationaler Trend, welchem sich die SRG nicht entziehen kann. Ein Jugendsender wie Virus sollte innerhalb einer SRG-Angebotspalette möglich sein – wenn er sich durch Qualität (Service-public-Leistungen) von anderen ähnlichen Angeboten unterscheidet. Und auch spezifische „Service-public-Leistungen“, für kleine Publika könnten via Spartenprogramme angeboten werden. Eine genauere Differenzierung in zulässige/unzulässige Programmtypen scheint uns nicht praktikabel. Um die Privaten vor marktdominierenden Zusatzangeboten zu schützen, schlagen wir eine Interventionsmöglichkeit des Bundesrates als Variante vor.

Die Produktion von regionalen Fenstern in Radioprogrammen (Regionaljournale) muss für die SRG angesichts der bisherigen Tradition und Leistungen ohne Bewilligung möglich sein. Die vorgesehene notwendige Genehmigung des Departementes muss gestrichen werden (Art. 22). (Keine Einwände hat das SSM gegen die Unzulässigkeit von subregionalen TV-Fenstern, siehe 6.4.4 der Erläuterungen).

Im Bereich der **unternehmerischen Aktivitäten** stimmen wir der Bewilligungspflicht für Beteiligungen an anderen Unternehmen (Art. 25) zu, ebenfalls unterstützen wir klare Kontrollmechanismen. Gewisse Einschränkungen in den unternehmerischen Freiheiten scheinen uns hingegen zu eng gefasst: Die SRG muss auch in Erfüllung des Service public unternehmerisch flexibel bleiben können.

Bei der Programmproduktion unterstützen wir ausdrücklich die Verankerung der regionalen Produktion (Art. 21), speziell auch im Hinblick auf die Erläuterungen zum Radio (6.4.5, d.h. keine weitere Zentralisierung der Radiostudios in der Deutschschweiz). Ebenso unterstützen wir eine definierte Quote (10%) für die Vergabe von SRG-Produktionsaufträgen an private Firmen zur Förderung einer differenzierten Audiovisions-Branche in der Schweiz (Art. 6).

8. Organisationsstruktur der SRG

Aus Optik des SSM könnten die Trägerschaft(en) der SRG organisatorisch verbessert werden. In der Vergangenheit haben diese in ihrer Aufsichtsfunktion gegenüber dem Betrieb SRG eine oft zu

unkritische Haltung eingenommen. Trotzdem scheint es uns **falsch, das bisherige System der regionalen Trägerschaften durch eine grundsätzlich andere Organisationsform zu ersetzen**. Die in den Erläuterungen postulierte Form einer Aktiengesellschaft lehnt das SSM grundsätzlich und vehement ab: Eine AG widerspricht dem Gedanken des Service public. Die Wahl der ganzen Oberleitung (bisher ZRA) durch den Bundesrat entspricht zwar einer System-Logik, trotzdem lehnt das SSM dieses Modell ab: Zu gross scheint uns dadurch der Einfluss staatlicher Behörden auf die Politik eines Medienunternehmens zu werden.

9. Auftrag, Privilegien und Einschränkungen der Privaten

Grundsätzlich beachten die Privaten keine Konzession mehr und werden entsprechend auch nicht auf einen Programmauftrag verpflichtet. Im Sinne von Art. 4 unterliegen auch die Privaten den Mindestanforderungen an den Programminhalt aller Programmanbieter und sollen auch auf die Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht verpflichtet werden. Auch für die Privaten sollen die Minimalanforderungen an die Arbeitsbedingungen gelten und eine Verpflichtung zur Aus- und Weiterbildung festgeschrieben werden. Jene Privaten, welche Spielfilme ins Programm aufnehmen, sollen zu einer Filmförderungsabgabe zur Förderung des Filmschaffens in der Schweiz verpflichtet werden.

Jene privaten Programmanbieter, welche sich auf ein Programm mit spezifischen Leistungen von öffentlichem Interesse verpflichten, erhalten spezielle Zugangsrechte. Zweisprachige Sender, Sender in Berggebieten und spezifische Angebote von nicht-kommerziellen Anbietern sollen Fördergelder erhalten.

Entsprechend den wenigen generellen Verpflichtungen sollen auch die Privaten durch das Gesetz generelle Privilegien erhalten: Beiträge zur Aus- und Weiterbildung, Zugang zu den Verteilkanälen, bestimmte Privilegien bei der Werbung, Schutz vor Monopolisierungstendenzen.

10. Finanzierung, Gebühren

Sowohl für die Privaten (hier ausschliesslich) wie auch für die SRG (neben den Gebühren) bilden die Einnahmen aus Werbung und Sponsoring eine existenzielle Basis. Deshalb ist bei der Regelung der Finanzierungsmöglichkeiten zu beachten, dass die **kommerziellen Finanzierungschancen sowohl für die SRG wie auch für den Marktbereich genügend hoch sind und die Balance zwischen den beiden Sektoren stimmt**. In den Erläuterungen fehlen uns entsprechende Modellberechnungen.

SRG: Würde die SRG in Zukunft alleine über Gebühren und TV-Werbung finanziert, also ohne Sponsoring, so würde die Finanzierungsbasis der SRG bei gleich bleibenden Gebühren geschmälert. Eine Gebührenerhöhung ist aus politischen Gründen limitiert, d.h. der SRG-Finanzierung fehlt es an dynamischen Entwicklungsmöglichkeiten. **Das SSM verlangt deshalb eine Indexierung der Gebühren und lehnt das Sponsoring-Verbot für die SRG-Programme ab** (Einschränkungen siehe nächstes Kapitel). Gleichzeitig befürwortet das SSM aber Einschränkungen bei den Werberegungen für die SRG (siehe unten).

Grundsätzlich verlangt das SSM **die Wiedereinführung des Finanzausgleichs zwischen den SRG-Medien**: Die Zulassung von Fernsehwerbung und das Verbot der Radiowerbung (Details siehe unten) ist ein ordnungspolitischer Entscheid. Dieses Finanzierungssystem zugunsten der SRG darf aber SRG-intern nicht zu einer finanziellen Benachteiligung des Radiobereichs führen.

Private: Die privaten Radio- und TV-Anbieter sollen sich über Werbung und Sponsoring finanzieren können. Das SSM befürwortet deshalb (Ausnahmen siehe unten) die verbesserten Werbemöglichkeiten im Marktbereich.

Nicht- oder schwachkommerzielle Sender (Beispiele Lora, Radio X, Kanal K) sollen als Ausnahme weiterhin Gebührengelder erhalten können. Diese Stationen bieten kulturelle Nischenprodukte und Innovationen; zudem bieten sie dem Radio-Nachwuchs wichtige Praktikumsplätze; Gebührengelder sollen ebenso (wie im Entwurf vorgesehen) an zweisprachige Sender in zweisprachigen Gebieten

bezahlt werden können. Die Unterstützung von Sendern in Bergregionen mit erschwerten Verbreitungsmöglichkeiten via direkte Bundesgelder ist richtig.

Ein weitergehendes grundsätzliches **Gebührensplitting lehnt das SSM ab. Das SSM baut auf das Modell der indirekten Förderung.** Privatsender, welche in Zukunft nicht mehr in den Genuss von Gebührengeldern kommen, auf diese aber dringend angewiesen sind, werden durch die neuen Gesetzesbestimmungen über andere Wege finanziell besser gestellt: Wegfall der Konzessionsgebühr, verbesserte Werberegulungen, Förderung der Privaten im Bereich der Infrastruktur (Aus- und Weiterbildung, Zugang zu Verteilnetzen), Wegfall eines Programmauftrages.

11. Werbung / Sponsoring

Restriktionen bei der Werbung, welche aus Gründen des Konsumentenschutzes oder aus staatspolitischen Überlegungen erlassen werden, müssen für beide Bereiche (SRG und Private) gleich gelten (also keine spezifische Restriktion für SRG bei Heilmitteln). Das SSM lehnt aus Gründen des Konsumentenschutzes Werbung für Alkohol, Tabak, verschreibungs-pflichtige Heilmittel sowie auf Kinder ausgerichtete Werbung ab; aus staatspolitischen Gründen lehnen wir politische Werbung und religiöse Werbung ab.

Das Programm eines Service public-Anbieters sollte ohne allzu penetrante Werbung konsumiert werden können: Das SSM lehnt deshalb aus Qualitätsgründen in den SRG-Programmen Unterbrecherwerbung, Werbung via Screensplitting und virtuelle Werbung sowie Radiowerbung ab. **Sponsoring hingegen soll auch für die SRG-Programme (Radio und TV) zugelassen werden.** Allerdings dürfen keine Informationssendungen und Sendungen zu gesellschaftlichen Themen mit informativem Charakter (also Dokumentarfilme, entspr. Magazine usw.) gesponsert werden; Sponsoring darf im Programm nicht als Werbung erscheinen und muss eindeutig vom Programmteil abgetrennt sein.

Für den Marktbereich (Private) würden wir empfehlen, die Werberegulungen mit obigen Ausnahmen (Konsumentenschutz, staatspolitische Überlegungen) weitgehend zu liberalisieren. Lediglich die strikte Trennung von Programm und Werbung sowie das Verbot von Sponsoring bei Informationssendungen muss als grundlegendes Prinzip auch hier angewendet werden.

12. Beirat, Beschwerdeinstanz, Kontrolle

Grundlegend für das SSM ist das Prinzip der Medienfreiheit: **Auch Radio und TV müssen in ihrer journalistischen Arbeit unabhängig und frei sein.** Trotzdem ist es aus staatspolitischen Gründen richtig, dass die **Erfüllung des erteilten Programmauftrages kontrolliert wird** (besondere Stellung von Radio/TV sowie Legitimation des Service public). Aber auch diese spezifische Kontrolle sollte ohne verwaltungs- oder gerichtsähnliche Instanzen erfolgen. Insofern begrüsst das SSM die Institutionen der Ombusstellen und des Beirates als qualitäts-sichernde Einrichtungen. Den Beirat versteht das SSM als beratendes, diskursives Organ und nicht als Kontrollbehörde. Entsprechend sind seine Kompetenzen anders zu formulieren, res-pektive die indirekten Sanktionsbefugnisse zu streichen (Antragsrecht auf Konzessionsände-rung, Recht Aufsichtsverfahren zu eröffnen). Ausgehend vom Prinzip der Selbstregulierung der Medien, welches auch für Radio und TV angewendet werden sollte, schlagen wir vor, die **"Aufsichtsfunktion" einem privatrechtlich organisierten Medienrat (analog zum Presse-rat, evtl. auch dem Presserat selbst) zu übertragen.** Neben den Instanzen Ombudsstelle (bisher - allerdings je für alle 4 Sprachregionen), Medienrat (neu) und Beirat (neu) sollte die bisherige unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI), neu in Form der Kommission für Fernmelde-wesen und elektronische Medien, abgeschafft werden. Damit würde eine gerichtsähnliche Überwachungs-Instanz (UBI-Urteile können ans Bundesgericht weitergezogen werden), welche Sonderrecht für Radio und TV darstellte, abgeschafft.

Eine Delegation der UBI-Funktion an die Kommission für Fernmeldewesen und elektronische Medien erscheint uns auch deshalb falsch, weil dieser Kommission zu viele Funktionen zuge-ordnet worden sind.

Pro Sprachregion sollte je ein eigener Beirat geschaffen werden.

13. Verbreitung (Kabel, Kanäle, Frequenzen)

Das Gesetz muss die Position der Programmanbieter gegenüber den mächtigen Kabelgesellschaften stärken.

Grundsätzlich sollte bei der Verbreitung eine möglichst hohe Chancengleichheit aller Anbieter erreicht werden.

Alle Programme mit Zugangsrechten müssen von den Kabelverteilern deshalb auf Antrag unentgeltlich aufgeschaltet und verbreitet werden. Bei der drahtlosen Verbreitung sind alle Programme mit Funkkonzessionen unentgeltlich (ohne „kostenorientierte Entschädigung“) zu übertragen.

14. Geltungsbereich, Mediengesetz, Internet

Der technologieneutrale Ansatz im Gesetzesentwurf scheint dem SSM richtig: Das RTVG erfasst „Programme“ unabhängig von der Übertragungsart. Damit unterliegen auch „Program-me“ über das Internet den Gesetzesbestimmungen.

Unabhängig davon drängt sich auf, die Regelung des online-Bereiches in Angriff zu nehmen. Zu überlegen ist ferner, wieweit Bereiche, welche heute im RTVG geregelt werden, aber nicht nur Radio und TV betreffen, generell in einem Mediengesetz geregelt werden sollten (zB. Aus- und Weiterbildung).

15. Archivierung von Sendungen (Art. 16)

Die Sendungen von Radio und TV bilden einen wichtigen Teil bei der Überlieferung unserer jüngsten Geschichte. Sie sollten deshalb in repräsentativer Form der Nachwelt erhalten bleiben. Die Kosten dafür sind allerdings sehr hoch. Weil es sich beim Aufwand für die historische Dokumentation um eine allgemeine gesellschaftliche Aufgabe handelt, darf diese nicht auf die Medienunternehmen abgewälzt werden. Entsprechend ist ein **verbindliches finanzielles Engagement des Bundes zu definieren**.

Die Formulierung im Gesetzesentwurf ist zu weich („kann-Bestimmung“) ausgefallen. Das SSM schlägt deshalb eine verbindliche Verpflichtung für die Veranstalter und für den Bund vor: Die Veranstalter werden verpflichtet, ausgewählte Programme aufzuzeichnen und zur Verfügung zu stellen. Der Bund sichert die Finanzierung und regelt die Auswahl (wobei die Auswahlkompetenz besser an ein Institut wie memoria v delegiert werden sollte).

16. Anhang

Im Anhang Vorschläge zu einzelnen Artikeln.

30. April / ssm / phc

Verabschiedet vom nationalen Vorstand (CE) des SSM.

Meinungsbildung im SSM an einer nationalen Tagung (mit externen Referenten), einer nationalen Delegiertenversammlung (mit externen Referenten), Gesprächen mit Spitzenverbänden der Branche, Vernehmlassung in den SSM-Sektionen und mehreren Debatten im nationalen Vorstand.

16. Anhang

Anmerkungen zu einzelnen Artikeln. Achtung: Nicht alle allgemeinen Anregungen und Vorschläge der SSM-Vernehmlassung (siehe Text oben) sind in dieser schematischen Zusammenstellung nach Artikeln berücksichtigt.

ARTIKEL	
Artikel 3 Abs. 2	<i>Neu:</i> Journalistische Inhalte sind nach den anerkannten Berufsregeln zu verfassen und gestalten. Insbesondere müssen Ereignisse (<i>Fort. wie bisher</i>).
Artikel 5 Abs. 4	<i>neu:</i> Die innere Medienfreiheit /Unabhängigkeit der Redaktion gegenüber Unternehmen) ist zu gewährleisten.
Artikel 6 Absatz 1	<i>An EU-Richtlinien anpassen</i>
Absatz 3	<i>Neu:</i> Fernsehveranstalter, welche Spielfilme ausstrahlen, sind zu einer Filmförderungsabgabe verpflichtet.
Artikel 10 Abs. 1 f	<i>neu:</i> Werbung, welche sich spezifisch an Kinder richtet.
Artikel 16 Abs. 1	Der Bundesrat verpflichtet Programmveranstalter
Abs. 2	Für den Aufwand nach Absatz 1 werden Programmveranstalter ...
Abs. 3 Aufzeichnungen. Er stellt insbesondere Datenträger und bezeichnet ein Organ....
Artikel 18	
Absatz 3, b	... schweizerischer Produktion; <i>neu:</i> die SRG fördert Radio- und Fernsehspezifische Kulturformen (wie Hörspiel, Fernsehfilm, Videokunst) und fördert das schweizerische Filmschaffen.
Absatz 4	Bei der Erfüllung des Programmauftrages nach Absatz 3 gelten die Anforderungen nach Artikel 3. Im Sinne der Ausgewogenheit trägt die SRG dabei ihrer speziellen Stellung Rechnung. <i>Rest streichen.</i>
Artikel 20 Absatz 2	<i>neue Fassung:</i> Der Bundesrat kann einzelne zielgruppenorientierte Programme und Spartenprogramme der SRG die Konzession verweigern, falls sie den Entfaltungsspielraum der anderen Programmveranstalter übermässig einschränken.
Artikel 22 Absatz 1	<i>streichen:</i> ... mit Genehmigung des zuständigen Departementes...
Artikel 25 Absatz 1	... könnten, (<i>neue Fassung:</i>) müssen die SRG und von ihr beherrschte Unternehmen das Departement informieren. Das Departement kann ein Veto einlegen.
Artikel 26 Absatz 1 d	...gewährleistet sind; <i>neu:</i> es ist ein Gesamtarbeitsvertrag anzustreben.
Artikel 27 Absatz 1	<i>neue Fassung:</i> In die von der Trägerschaft der SRG gewählte Oberleitung des Gesamtunternehmens kann der Bundesrat eine bestimmte Zahl von Mitgliedern, aber nie deren Mehrzahl, ernennen. Der Oberleitung obliegt (<i>Fort. wie bisher</i>)
Artikel 28 Absatz 2a	<i>streichen. Ersetzen durch:</i> Radiowerbung ausschliessen.
Absatz 2d	... gelten. <i>Neu:</i> Namentlich unzulässig sind Unterbrecherwerbung, Screensplitting und virtuelle Werbung.
Artikel 29 Abs. 4	<i>Flexibler formulieren</i>
Artikel 31	<i>neu:</i> Der Beirat hat drei Kammern und besteht aus je 5-7 unabhängigen ... (<i>Fort. wie bisher</i>) ... aller Regionen. (<i>Rest streichen</i>)
Artikel 33 Absatz 2	<i>streichen</i>
Artikel 44 Absatz 3c	... gewährleisten; <i>neu:</i> es sind Gesamtarbeitsverträge anzustreben.
Artikel 51	<i>Postulat der kostenlosen Verbreitung via Kabel für zugangsberechtigte Veranstalter einbauen</i>

	<i>und Text entspr. ändern.</i>
Artikel 63 Absatz e	... veranstalten; <i>neu</i> : Unterstützung von nicht- oder schwach-kommerziellen Programmveranstaltern, welche eine besondere Leistung erbringen.
Artikel 64 Absatz 1	... der Empfangsgebühr. <i>Neu</i> : Die Empfangsgebühr ist indexiert. Der Bundesrat berücksichtigt (<i>Fort. wie bisher</i>)....
Artikel 69	Der Bund fördert die Aus- und Weiterbildung (<i>Fort. wie bisher</i>)
Artikel 87 Absatz 1	Die Kommission bestimmt für die vier Sprachregionen je eine unabhängige Ombudsstelle.
Artikel 90 - 94	<i>Streichen. Ersetzen durch Artikel, welcher einen Medienrat als Organ der Selbstkontrolle (analog Presserat) vorschreibt.</i>
Artikel XX	<i>Möglich unter 6. Titel, 4. Kapitel, also neuer Artikel 70 (Förderung der Programmqualität) - oder auch als neuer Art. 4 unter 2. Titel 1. Kapitel/1. Abschnitt (inhaltliche Bestimmungen, Inhaltliche Grundsätze). Entsprechend würden Art. 26 1d und 44 3c entfallen: Neu: Die Arbeitsrechtlichen Vorschriften müssen eingehalten und die Arbeitsbedingungen der Branche gewährleistet sein. Es sind kollektivvertragliche Arbeitsverhältnisse anzustreben.</i>