

**Bundesgesetz  
über Radio und Fernsehen  
(RTVG)**

784.40

vom 24. März 2006 (Stand am 1. Januar 2017)

---

*Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft,  
gestützt auf die Artikel 71, 92 und 93 der Bundesverfassung (BV)<sup>1</sup>,  
nach Einsicht in die Botschaft des Bundesrates vom 18. Dezember 2002<sup>2</sup>,  
beschliesst:*

**1. Titel: Geltungsbereich und Begriffe**

**Art. 1** Geltungsbereich

<sup>1</sup> Dieses Gesetz regelt die Veranstaltung, die Aufbereitung, die Übertragung und den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen. Soweit in diesem Gesetz nichts anderes vorgesehen ist, richtet sich die fernmeldetechnische Übertragung von Programmen nach dem Fernmeldegesetz vom 30. April 1997<sup>3</sup> (FMG).

<sup>2</sup> Nicht unter das Gesetz fallen Angebote von geringer publizistischer Tragweite. Der Bundesrat bestimmt die Kriterien.

**Art. 2** Begriffe

In diesem Gesetz bedeuten:

- a. *Programm*: Folge von Sendungen, die kontinuierlich angeboten, zeitlich angesetzt und fernmeldetechnisch übertragen werden sowie für die Allgemeinheit bestimmt sind;
- b. *Sendung*: formal und inhaltlich in sich geschlossener Teil eines Programms;
- c. *redaktionelle Sendung*: Sendung, die nicht Werbung ist;
- c<sup>bis</sup>. *redaktionelle Publikation*: redaktionelle Sendung im Programm eines schweizerischen Veranstalters oder von der Redaktion gestalteter Beitrag im übrigen publizistischen Angebot der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) (Art. 25 Abs. 3 Bst. b);
- d. *Programmveranstalter*: die natürliche oder juristische Person, welche die Verantwortung für das Schaffen von Sendungen oder für deren Zusammenstellung zu einem Programm trägt;

AS 2007 737

<sup>1</sup> SR 101

<sup>2</sup> BBl 2003 1569

<sup>3</sup> SR 784.10

<sup>4</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

- e. *schweizerisches Programm*: Programm, das nach den Vorschriften des Europäischen Übereinkommens vom 5. Mai 1989<sup>5</sup> über das grenzüberschreitende Fernsehen der schweizerischen Rechtshoheit unterliegt; diese Vorschriften gelten sinngemäss auch für Radioprogramme;
- f. *fernmeldetechnische Übertragung*: elektrisches, magnetisches, optisches oder anderes elektromagnetisches Senden oder Empfangen von Informationen über Leitungen oder Funk (Art. 3 Bst. c FMG<sup>6</sup>);
- g. *Verbreitung*: für die Allgemeinheit bestimmte fernmeldetechnische Übertragung;
- h. *Fernmeldedienst*: fernmeldetechnische Übertragung von Informationen für Dritte (Art. 3 Bst. b FMG);
- i. *gekoppelter Dienst*: fernmeldetechnischer Dienst, der mit einem Programm eine funktionale Einheit bildet oder zur Nutzung des Programms notwendig ist;
- j. *Aufbereitung*: Betreiben von Diensten oder technischen Verfahren zur Übertragung, Bündelung, Verschlüsselung oder Vermarktung von Programmen oder zu deren Auswahl an den Empfangsgeräten;
- k. *Werbung*: jede öffentliche Äusserung im Programm, welche die Förderung des Abschlusses von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen, die Unterstützung einer Sache oder Idee oder die Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden oder vom Rundfunkveranstalter selbst gewünschten Wirkung zum Zweck hat und gegen Bezahlung oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung verbreitet wird;
- l. *Verkaufsangebot*: Werbung, welche das Publikum zum unmittelbaren Abschluss eines Rechtsgeschäftes über die vorgestellten Waren oder Dienstleistungen auffordert;
- m. *Verkaufssendung*: Sendung, die ausschliesslich Verkaufsangebote enthält und mindestens 15 Minuten dauert;
- n. *Verkaufsprogramm*: Programm, welches ausschliesslich aus Verkaufsangeboten und sonstiger Werbung besteht;
- o. *Sponsoring*: Beteiligung einer natürlichen oder juristischen Person an der direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, mit dem Ziel, den eigenen Namen, die eigene Marke oder das eigene Erscheinungsbild zu fördern;
- p.<sup>7</sup> *Abgabe für Radio und Fernsehen*: die Abgabe nach Artikel 68 Absatz 1.

<sup>5</sup> SR 0.784.405

<sup>6</sup> SR 784.10

<sup>7</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

**2. Titel: Veranstaltung schweizerischer Programme****1. Kapitel: Allgemeine Bestimmungen****1. Abschnitt: Melde- und Konzessionspflicht****Art. 3<sup>8</sup>**

Wer ein schweizerisches Programm veranstalten will, muss:

- a. dies vorgängig dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) melden;  
oder
- b. über eine Konzession nach diesem Gesetz verfügen.

**1a. Abschnitt:<sup>9</sup> Unabhängigkeit vom Staat****Art. 3a**

Radio und Fernsehen sind vom Staat unabhängig.

**2. Abschnitt: Inhaltliche Grundsätze****Art. 4** Mindestanforderungen an den Programminhalt

<sup>1</sup> Alle Sendungen eines Radio- oder Fernsehprogramms müssen die Grundrechte beachten. Die Sendungen haben insbesondere die Menschenwürde zu achten, dürfen weder diskriminierend sein noch zu Rassenhass beitragen noch die öffentliche Sittlichkeit gefährden noch Gewalt verherrlichen oder verharmlosen.

<sup>2</sup> Redaktionelle Sendungen mit Informationsgehalt müssen Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darstellen, so dass sich das Publikum eine eigene Meinung bilden kann. Ansichten und Kommentare müssen als solche erkennbar sein.

<sup>3</sup> Die Sendungen dürfen die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, ihre verfassungsmässige Ordnung oder die Wahrnehmung völkerrechtlicher Verpflichtungen der Schweiz nicht gefährden.

<sup>4</sup> Konzessionierte Programme müssen in der Gesamtheit ihrer redaktionellen Sendungen die Vielfalt der Ereignisse und Ansichten angemessen zum Ausdruck bringen. Wird ein Versorgungsgebiet durch eine hinreichende Anzahl Programme abgedeckt, so kann die Konzessionsbehörde einen oder mehrere Veranstalter in der Konzession vom Vielfaltsgebot entbinden.

<sup>8</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>9</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

**Art. 5** Jugendgefährdende Sendungen

Programmveranstalter haben durch die Wahl der Sendezeit oder sonstige Massnahmen dafür zu sorgen, dass Minderjährige nicht mit Sendungen konfrontiert werden, welche ihre körperliche, geistig-seelische, sittliche oder soziale Entwicklung gefährden.

**Art. 5a<sup>10</sup>** Mindestanforderungen an das übrige publizistische Angebot der SRG

Von der Redaktion gestaltete Beiträge im übrigen publizistischen Angebot der SRG müssen den Programmgrundsätzen nach den Artikeln 4 und 5 genügen. Das Vielfaltsgebot (Art. 4 Abs. 4) gilt ausschliesslich für Wahl- und Abstimmungs dossiers.

**Art. 6** Autonomie<sup>11</sup>

<sup>1</sup> Soweit das Bundesrecht nichts anderes bestimmt, sind die Programmveranstalter nicht an die Weisungen von eidgenössischen, kantonalen oder kommunalen Behörden gebunden.

<sup>2</sup> Sie sind in der Gestaltung, namentlich in der Wahl der Themen, der inhaltlichen Bearbeitung und der Darstellung ihrer redaktionellen Publikationen und der Werbung frei und tragen dafür die Verantwortung.<sup>12</sup>

<sup>3</sup> Niemand kann von einem Programmveranstalter die Verbreitung bestimmter Darbietungen und Informationen verlangen.

**Art. 7** Weitere Anforderungen an das Programm von Fernsehveranstaltern<sup>13</sup>

<sup>1</sup> Der Bundesrat kann Fernsehveranstalter verpflichten, im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln:

- a. einen wesentlichen Anteil der massgebenden Sendezeit schweizerischen und anderen europäischen Werken vorzubehalten;
- b. in ihren Fernsehprogrammen einen angemessenen Umfang der Sendezeit oder der Programmkosten der Ausstrahlung schweizerischer und europäischer Werke von unabhängigen Herstellern vorzubehalten.

<sup>10</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>11</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>12</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>13</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>2</sup> Fernsehveranstalter mit nationalem oder sprachregionalem Programmangebot, welche in ihrem Programm Filme ausstrahlen, müssen mindestens 4 Prozent ihrer Bruttoeinnahmen für den Ankauf, die Produktion oder die Koproduktion von Schweizer Filmen aufwenden oder eine entsprechende Förderungsabgabe von höchstens 4 Prozent bezahlen. Diese Pflicht gilt auch für Veranstalter eines nationalen oder sprachregionalen Programmfensters in einem ausländischen Fernsehprogramm, welches Filme ausstrahlt. Sie gilt jedoch nicht für die SRG.<sup>14</sup>

<sup>3</sup> Fernsehveranstalter mit nationalem oder sprachregionalem Programmangebot müssen einen angemessenen Anteil der Sendungen in einer für hör- und sehbehinderte Menschen geeigneten Weise aufbereiten.

<sup>4</sup> Regionale Fernsehveranstalter mit Konzession versehen die Hauptinformationssendungen mit Untertiteln. Der Bundesrat bestimmt den Umfang der Verpflichtung. Die Kosten der Aufbereitung der Sendungen für hörbehinderte Menschen werden vollumfänglich aus der Abgabe für Radio und Fernsehen (Art. 68a) finanziert.<sup>15</sup>

#### Art. 8 Bekanntmachungspflichten

<sup>1</sup> Die SRG sowie die Veranstalter mit einer Konzession gestützt auf Artikel 38 Absatz 1 Buchstabe a oder auf Artikel 43 Absatz 1 Buchstabe a müssen:<sup>16</sup>

- a. dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, die für die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung und Sicherheit oder für die Sicherheit von Personen unumgänglich sind, sowie behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen unverzüglich in ihr Programm einfügen;
- b.<sup>17</sup> die Öffentlichkeit über Erlasse des Bundes informieren, die nach Artikel 7 Absatz 3 des Publikationsgesetzes vom 18. Juni 2004<sup>18</sup> (PublG) dringlich oder nach Artikel 7 Absatz 4 PublG ausserordentlich veröffentlicht werden.

<sup>2</sup> Für Sendungen nach Absatz 1 ist die Behörde verantwortlich, die sie veranlasst.

<sup>3</sup> Der Bundesrat dehnt die Pflichten nach Absatz 1 Buchstabe a soweit erforderlich auf Fernmeldedienstanbieterinnen aus, die Programme verbreiten.

<sup>4</sup> Er sorgt dafür, dass die Information der Bevölkerung über Radio in Krisensituationen gewährleistet ist. Die Konzessionsbehörden regeln die Einzelheiten in den Konzessionen der SRG und der Radioveranstalter nach Artikel 38–43.

<sup>14</sup> Fassung des dritten Satzes gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>15</sup> Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

<sup>16</sup> Fassung gemäss Anhang Ziff. 6 des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Jan. 2016 (AS 2015 3977; BBl 2013 7057).

<sup>17</sup> Fassung gemäss Anhang Ziff. 6 des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Jan. 2016 (AS 2015 3977; BBl 2013 7057).

<sup>18</sup> SR 170.512

### 3. Abschnitt: Werbung und Sponsoring

#### Art. 9 Erkennbarkeit der Werbung

<sup>1</sup> Werbung muss vom redaktionellen Teil des Programms deutlich getrennt und als solche eindeutig erkennbar sein. Der Bundesrat kann diejenigen Formen der Werbung, welche die Trennung oder die Erkennbarkeit gefährden, untersagen oder besonderen Bestimmungen unterwerfen.

<sup>2</sup> Ständige Programmmitarbeiterinnen und -mitarbeiter des Veranstalters dürfen in seinen Werbesendungen nicht mitwirken. Die lokalen und regionalen Veranstalter mit beschränkten finanziellen Mitteln sind von dieser Beschränkung ausgenommen.

#### Art. 10 Werbeverbote

<sup>1</sup> Unzulässig ist Werbung für:

- a. Tabakwaren;
- b.<sup>19</sup> alkoholische Getränke, die dem Alkoholgesetz vom 21. Juni 1932<sup>20</sup> unterstehen; der Bundesrat erlässt zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Einschränkungen;
- c.<sup>21</sup> ...
- d. politische Parteien, für Personen, die politische Ämter innehaben oder dafür kandidieren sowie für Themen, welche Gegenstand von Volksabstimmungen sind;
- e. religiöse Bekenntnisse und die sie vertretenden Institutionen und Personen.

<sup>2</sup> Unzulässig sind:

- a. Werbung für Heilmittel nach Massgabe des Heilmittelgesetzes vom 15. Dezember 2000<sup>22</sup>;
- b. Verkaufsangebote für sämtliche Heilmittel und medizinischen Behandlungen.

<sup>3</sup> Unzulässig sind Schleichwerbung und unterschwellige Werbung.

<sup>4</sup> Unzulässig ist Werbung, welche:

- a. religiöse oder politische Überzeugungen herabmindert;
- b. irreführend oder unlauter ist;
- c. zu einem Verhalten anregt, welches die Gesundheit, die Umwelt oder die persönliche Sicherheit gefährdet.

<sup>5</sup> Der Bundesrat kann zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Werbesendungen als unzulässig erklären.

<sup>19</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 25. Sept. 2009, in Kraft seit 1. Febr. 2010 (AS 2010 371; BBl 2008 9105).

<sup>20</sup> SR 680

<sup>21</sup> Aufgehoben durch Ziff. I des BG vom 25. Sept. 2009, mit Wirkung seit 1. Febr. 2010 (AS 2010 371; BBl 2008 9105).

<sup>22</sup> SR 812.21

**Art. 11** Einfügung und Dauer der Werbung

<sup>1</sup> Werbung muss grundsätzlich zwischen einzelne Sendungen eingefügt und in Blöcken gesendet werden. Der Bundesrat bestimmt, wann von diesem Grundsatz abgewichen werden kann. Abweichungen dürfen den Gesamtzusammenhang und den Wert der betroffenen Sendung nicht beeinträchtigen.

<sup>2</sup> Werbung darf grundsätzlich nicht mehr als 20 Prozent der Sendezeit einer Stunde beanspruchen. Der Bundesrat regelt die Ausnahmen.<sup>23</sup>

<sup>3</sup> Bei der Regelung der Abweichungen von den Grundsätzen nach den Absätzen 1 und 2 berücksichtigt der Bundesrat namentlich die folgenden Kriterien:

- a. die Leistungsaufträge der Veranstalter;
- b. die wirtschaftliche Lage von Radio und Fernsehen;
- c. die grenzüberschreitende Konkurrenz;
- d. die internationalen Werberegulungen;
- e. die Anliegen des Publikums.

**Art. 12** Sponsoring

<sup>1</sup> Inhalt und zeitliche Ansetzung von gesponserten Sendungen liegen in der alleinigen Verantwortung des Programmveranstalters. Dieser sorgt dafür, dass der Sponsor die Sendung nicht in einer Weise beeinflusst, welche die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigt.

<sup>2</sup> Werden Sendungen oder Sendereihen ganz oder teilweise gesponsert, so müssen die Sponsoren am Anfang oder am Schluss jeder Sendung genannt werden.

<sup>3</sup> Gesponserte Sendungen dürfen weder zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen der Sponsoren oder von Dritten anregen noch Aussagen werbenden Charakters über Waren und Dienstleistungen enthalten.

<sup>4</sup> Sendungen dürfen nicht von Sponsoren finanziert werden, die zur Hauptsache Produkte herstellen oder verkaufen oder Dienstleistungen anbieten, für welche Werbung nach Artikel 10 verboten ist. Im Heilmittelbereich tätige Unternehmen dürfen Sendungen sponsern, sofern dabei keine unter Werbeverbot stehenden Produkte genannt oder gezeigt werden und auch nicht auf eine andere Weise eine Werbewirkung für diese Produkte entsteht.

<sup>5</sup> Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen sowie Sendungen und Sendereihen, die mit der Ausübung politischer Rechte in Bund, Kantonen und Gemeinden zusammenhängen, dürfen nicht gesponsert werden.

<sup>23</sup> Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975).

**Art. 13** Schutz von Minderjährigen

<sup>1</sup> Werbung, die sich an Minderjährige richtet oder in der Minderjährige erscheinen, darf weder deren mangelnde Lebenserfahrung ausnützen noch sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen. Der Bundesrat erlässt entsprechende Vorschriften zur Gestaltung der Werbung.

<sup>2</sup> Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung unterbrochen werden.

<sup>3</sup> Verkaufsangebote dürfen sich nicht an Minderjährige richten.

<sup>4</sup> Zum Schutz der in Absatz 1 erwähnten Anliegen schliesst der Bundesrat bestimmte Formen des Sponsorings von Kindersendungen aus.

**Art. 14** Besondere Bestimmungen für die SRG

<sup>1</sup> In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung verboten. Der Bundesrat kann Ausnahmen für die Eigenwerbung vorsehen.

<sup>2</sup> ...<sup>24</sup>

<sup>3</sup> Der Bundesrat kann die Werbung und das Sponsoring in den Radio- und Fernsehprogrammen der SRG und im übrigen publizistischen Angebot, das zur Erfüllung ihres Programmauftrags notwendig ist und aus den Abgaben für Radio und Fernsehen<sup>25</sup> finanziert wird (Art. 25 Abs. 3 Bst. b), ganz oder teilweise einschränken.

**4. Abschnitt:****Melde-, Auskunfts-, Berichterstattungs- und Aufzeichnungspflichten****Art. 15** Meldung von Einnahmen aus Werbung und Sponsoring

Die konzessionierten Veranstalter schweizerischer Programme müssen dem BAKOM<sup>26</sup> die Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring melden.

**Art. 16** Meldung von Beteiligungen

Veranstalter schweizerischer Programme müssen dem BAKOM Änderungen des Kapitals und der Stimmrechtsverhältnisse sowie namhafte Beteiligungen an anderen Unternehmen melden.

<sup>24</sup> Aufgehoben durch Ziff. I des BG vom 25. Sept. 2009, mit Wirkung seit 1. Febr. 2010 (AS 2010 371; BBl 2008 9105).

<sup>25</sup> Ausdruck gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975). Diese Änd. wurde im ganzen Erlass berücksichtigt.

<sup>26</sup> Ausdruck gemäss Ziff. I des BG vom 26. Sept. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2016 (AS 2016 2131; BBl 2013 4975). Diese Änd. wurde im ganzen Erlass berücksichtigt.