



EIDG. SCHIEDSKOMMISSION FÜR DIE VERWERTUNG VON URHEBERRECHTEN UND VERWANDTEN SCHUTZRECHTEN  
COMMISSION ARBITRALE FEDERALE POUR LA GESTION DE DROITS D'AUTEUR ET DE DROITS VOISINS  
COMMISSIONE ARBITRALE FEDERALE PER LA GESTIONE DEI DIRITTI D'AUTORE E DEI DIRITTI AFFINI  
CUMISSIUN DA CUMPROMISS FEDERALA PER LA GESTIUN DA DRETGS D'AUTUR E DRETGS CUNFINANTS

**Beschluss vom 31. Oktober 2002 / 11. Dezember 2002**

**betreffend den Tarif W**

(Werbesendungen der SRG SSR idée suisse)

## **I. In tatsächlicher Hinsicht hat sich ergeben:**

1. Mit Eingabe vom 1. Juli 2002 stellte die Schweizerische Gesellschaft für die Rechte der Urheber musikalischer Werke (SUISA) den Antrag auf Genehmigung eines neuen *Tarifs W* (Werbesendungen der SRG SSR idée suisse) mit einer Gültigkeitsdauer von zwei Jahren, d.h. bis zum 31. Dezember 2004. Dieser neue *Tarif W* soll nach Auffassung der Antragstellerin den bisherigen Tarif R ablösen, den die Schiedskommission letztmals am 4. Juli 2002 im Sinne einer Übergangsregelung bis zum 31. Dezember 2002 genehmigte.

In ihrer Eingabe geht die SUISA davon aus, dass es sich beim neu vorgelegten Tarif um einen reinen Sendetarif handelt, da mit diesem Tarif ausschliesslich die Senderechte an Musik in den Werbesendungen der SRG SSR idée suisse (SRG) geregelt werden sollen. Als Nutzerinnen der Senderechte werden die SRG beziehungsweise die mit der Akquisition der Werbesendungen beauftragte Publisuisse SA (Publisuisse) bezeichnet und diese beiden Organisationen werden deshalb als die massgebenden Verhandlungspartnerinnen in diesem Tarif angesehen. Dagegen wurden die Tarifpartner des bisherigen Tarifs R (Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW, Bund Schweizer Werbeagenturen BSW, Fédération romande de publicité et de communication, Schweizerischer Markenartikelverband Promarca, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA, Schweizer Werbung SW sowie die Swiss Film and Video Producers SFVP) nicht mehr als Verhandlungspartner des neuen Tarifs anerkannt und die SUISA verlangt denn auch formell deren Ausschluss von der Beteiligung im vorliegenden Genehmigungsverfahren. Weil der SWA sich im Rahmen der Verhandlungen indessen weiterhin als Verhandlungspartner betrachtete, wurde dieser Verband laut Angaben der SUISA über das Verfahren informiert und zu den jeweiligen Sitzungen eingeladen. Die SUISA gibt ebenfalls bekannt, dass sowohl sie wie auch die SRG und die Publisuisse es abgelehnt hätten, einer Verlängerung der zu diesem Zeitpunkt noch nicht genehmigten Übergangslösung betreffend den Tarif R um ein weiteres Jahr zuzustimmen. Es wird betont, dass die Verhandlungen betreffend den neuen *Tarif W* somit mit der SRG und der Publisuisse geführt worden sind.

2. Im Rahmen des neuen *Tarifs W* geht die SUIISA davon aus, dass die Vermarktungsgesellschaft Publisuisse SA als Kundin zu betrachten ist und als Berechnungsgrundlage auf den Betrag abzustellen ist, den die Publisuisse jährlich für den Verkauf von Werbezeit in deren Fernsehprogrammen der SRG überweist (vgl. Ziff. 1 und 4 des Tarifs). Mit den Verhandlungspartnerinnen habe man sich auf einen Tarifansatz von 2,65 Prozent dieses Betrages geeinigt. Aufgrund dieser Einigung bzw. Ausführungen zur pro rata temporis- und der so genannten Ballett-Regel sowie einem Vergleich mit anderen SUIISA-Tarifen hinsichtlich des Gewichtungsfaktors des Musikanteils geht die SUIISA davon aus, dass der *Tarif W* im Sinne von Art. 60 URG angemessen ist. Sie betont indessen auch, dass die Einigung zustande kam, obwohl gewisse Parameter zur Berechnung des Tarifansatzes nicht abschliessend geklärt werden konnten.
  
3. Mit Präsidialverfügung vom 12. Juli 2002 wurde der Antrag der SUIISA gestützt auf Art. 10 Abs. 2 URV sowohl der SRG und der Publisuisse wie auch den bisherigen Tarifpartnern des Tarifs R zugestellt, wobei die letzteren Organisationen insbesondere dazu aufgefordert wurden, mitzuteilen, inwieweit sie vom *Tarif W* betroffene Werknutzer vertreten. Den Vernehmlassungsadressaten wurde eine Frist bis zum 30. August 2002 angesetzt, um sowohl zur Frage der Nutzereigenschaft sowie allenfalls zum Tarif selbst Stellung zu nehmen. Dies unter Hinweis darauf, dass im Säumnisfall davon ausgegangen wird, dass keine entsprechenden Nutzer vertreten werden bzw. der Tarifvorlage zugestimmt wird.

Mit ihren Stellungnahmen vom 30. August 2002 stimmten sowohl die SRG wie auch Publisuisse dem Tarifantrag zu. Die SRG weist darauf hin, dass für die Wahl der Publisuisse als Tarifadressatin gute Gründe sprechen, und sie bestätigt die Einigung auf den Tarifansatz von 2,65 Prozent für die Tarifperiode 2003/2004. Für eine weitere Tarifperiode wird aber eine strenge Angemessenheitsprüfung vorausgesetzt. Daraus wird ebenfalls gefolgert, dass die Grundsätze der Tarifstruktur, der Tarifberechnung und deren Anwendung auf den Tarif für künftige Tarifverhandlungen sowie die Genehmigung künftiger Tarife unpräjudizierlich sind. SRG und Publisuisse sind auch der Auffassung, dass der Systemwandel vom bisherigen Tarif R zum *Tarif W* nicht zu höheren Kosten für die Werbeauftraggeber führen

---

darf. Diese Ertragsneutralität lasse sich aber erst nach einem oder zwei Rechnungsjahren überprüfen. Die Publisuisse schloss sich grundsätzlich - auch hinsichtlich der vorgebrachten Vorbehalte - den Ausführungen der SRG an. Sie ergänzte zudem, dass der neue *Tarif W* wesentliche Ziele erfülle, wie namentlich eine erhöhte Transparenz (insbesondere hinsichtlich der Tarife S und VN), ein vereinfachtes Handling bei Rechnungsstellung und Inkasso sowie eine Kostenreduktion für die Werbeauftraggeber durch den Wegfall der Doppelbelastung.

In der gemeinsamen Stellungnahme vom 29. August 2002 zusammen mit Promarca bezeichnet sich der SWA als der massgebende nationale Nutzerverband im Bereich des zu beurteilenden Tarifs. Er beanstandet denn auch, dass er im Laufe des Verfahrens zwar durch die SUIISA angehört, aber von den entscheidenden Verhandlungen ausgeschlossen worden sei. Der SWA rügt dies als Verstoß gegen die Pflicht, ernsthafte Verhandlungen zu führen. Er lehnt die Genehmigung des *Tarifs W* in der vorgelegten Fassung ab und verlangt statt dessen im Sinne einer Übergangsregelung die Verlängerung des Tarifs R bis zum 31. Dezember 2003. Eventualiter wird verlangt, die Ansätze im *Tarif W* so herabzusetzen, dass die Tarife VN und W zusammen addiert keine höhere Belastung ergeben als die heutige Regelung im Tarif R abzüglich der Doppelbelastungen. Der SFVP, welcher sich hinsichtlich des *Tarifs W* als Nutzervertreter ebenfalls als aktivlegitimiert betrachtet, hat eine gleich lautende Stellungnahme eingereicht.

Aber auch der ASW und der BSW möchten als Verbände der Werbeagenturen weiterhin zu den Verhandlungen über einen Urheberrechtstarif, welcher die Werbesendungen der SRG regelt, beigezogen werden. Dasselbe gilt für den SW, der allerdings keine materielle Stellungnahme abgab, sich indessen vorbehielt, im Falle der Anerkennung als Nutzerverband die nötigen Abklärungen im Vorstand und bei den Mitgliedern zu treffen.

4. Mit Präsidialverfügung vom 11. September 2002 wurde die Spruchkammer zur Behandlung des *Tarifs W* eingesetzt und gleichzeitig - gestützt auf Art. 15 Abs. 2<sup>bis</sup> des Preisüber-

---

wachungsgesetzes vom 20. Dezember 1985 (PüG) - die Tarifvorlage dem Preisüberwacher zur Empfehlung unterbreitet.

Der Preisüberwacher hat in seiner Antwort vom 14. Oktober 2002 darauf hingewiesen, dass im wesentlichen umstritten ist, welche Verbände im *Tarif W* als massgebende Nutzerverbände zu betrachten sind. Sollten tatsächlich nur die SRG und die Publisuisse als massgebende Nutzerverbände gelten, so geht er davon aus, dass ein einvernehmlich ausgehandelter Tarif vorliegt. In diesem Fall verzichte er gemäss seiner ständigen Praxis auf eine Untersuchung und die Abgabe einer formellen Empfehlung, da die Zustimmung der Betroffenen ein wichtiges Indiz dafür bildet, dass der Tarif nicht auf einer missbräuchlichen Ausnutzung einer Monopolstellung beruht. Er weist ebenfalls darauf hin, dass in materieller Hinsicht unter den betroffenen Nutzern Einigkeit darüber besteht, dass die Ablösung des Tarifs R durch den neuen *Tarif W* kosten- bzw. ertragsneutral ausfallen soll und nach Vorliegen der ersten Jahresergebnisse allenfalls eine entsprechende Korrektur vorgenommen werden müsse.

5. Da keine Einigkeit darüber bestand, welche Verbände und Organisationen als massgebende Nutzerverbände im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG zu gelten haben, wurde für den 31. Oktober 2002 eine Sitzung einberufen, an der die Parteien vorab zu dieser Frage Stellung nehmen konnten (Art. 12 f. URV).

Anlässlich dieser Sitzung bestätigte die SUIISA ihre Auffassung, dass nur noch mit der SRG und Publisuisse zu verhandeln gewesen sei, da lediglich diese Organisationen als Verhandlungspartner zu gelten hätten. Sie verlangte erneut, allen anderen Verbänden die Parteistellung abzusprechen. Dieser Haltung pflichteten SRG und Publisuisse unter Hinweis auf die Praxis der Schiedskommission zu dieser Frage bei.

Die Vertreter der Werbeauftraggeber sowie der Werbeagenturen betonten, dass es sich bei ihren Verbänden um massgebende Nutzerverbände handelt und sie hielten daher an den bereits gestellten Begehren fest.

- 
6. Im Anschluss an die Beratungen teilte die Schiedskommission gleichentags den Parteien mit, dass sie zum Schluss gekommen sei, dass im *Tarif W* weder die Werbeauftraggeber bzw. die Werbeagenturen noch die Publisuisse als massgebende Verhandlungspartner im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG zu betrachten seien. Mit Präsidialverfügung vom 7. November 2002 wurde die SUIISA daher ersucht, den *Tarif W* so anzupassen, dass er diesem Umstand Rechnung trägt.
  
  7. Der von der SUIISA anschliessend zur Genehmigung unterbreitete *Tarif W* (Werbesendungen der SRG SSR idée suisse) in der Fassung vom 21. November 2002 hat in den drei Amtssprachen den folgenden Wortlaut:

**Tarif W**

Fassung 21.11.2002

**Werbesendungen der SRG SSR idée suisse****A. Kundenkreis**

- 1 Dieser Tarif richtet sich an die SRG SSR idée suisse (nachstehend SRG), welche durch die publisuisse AG vertreten wird. Er bezieht sich auf die Werbesendungen in den SRG-Fernsehprogrammen.

**B. Umfang der Erlaubnis**

- 2 Der Tarif regelt die Entschädigung für die Senderechte an Musik in den Werbesendungen der SRG-Fernsehprogramme und in den Programmen von dritten Programmveranstaltern, die eine Konzession zum Senden auf einem Kanal der SRG besitzen.
- 3 Über allfällige Rechte der ausübenden Künstler an ihren Leistungen und der Produzenten von Ton- und Tonbildträgern an ihren Produkten verfügt die SUISA nicht.

**C. Entschädigung**

- 4 Die Urheberrechts-Entschädigung beträgt 2,65% des Betrags, den die publisuisse jährlich für den Verkauf von Werbezeit in den Fernsehprogrammen an die SRG SSR überweist.
- 5 In der Entschädigung ist eine allfällige MWST nicht inbegriffen, welche zum jeweils gültigen Steuersatz hinzukommt.

**D. Abrechnung / Zahlung**

- 6 Die publisuisse meldet der SUISA jährlich bis Ende Februar des folgenden Jahres den gemäss Abschnitt C dieses Tarifs an die SRG SSR überwiesenen Betrag des Vorjahres.
- 7 Die publisuisse entrichtet der SUISA monatlich eine Akontozahlung in der Höhe von 1/12 der Entschädigung des Vorjahres. Für 2003 berechnen sich die Akontozahlungen nach der Höhe der budgetierten Jahresüberweisung. Der Saldo der Schlussabrechnung aufgrund der Angaben gemäss Ziff. 6 wird innert 30 Tagen beglichen.

## **E. Verzeichnis der Sendungen**

- 8** Die publisuisse sorgt dafür, dass der SUISA alle Werbefilme, die zur Ausstrahlung vorgesehen sind und für welche noch keine Bescheinigung vorliegt (SUISA-Nummer), vorgängig gemeldet werden.
- 9** Die SUISA erteilt der publisuisse das "Gut zur Sendung" mit der SUISA-Nummer und stellt damit die SRG von Ansprüchen Dritter hinsichtlich der Senderechte an Musik des von der SUISA verwalteten Repertoires frei.
- 10** Das Einverständnis der SUISA gilt ohne Gegenbericht innert 10 Tagen seit Erhalt der Meldung als erteilt. Die publisuisse gibt keine Werbefilme zur Ausstrahlung frei, für welche nicht eine SUISA-Bescheinigung vorliegt.
- 11** Die publisuisse meldet der SUISA monatlich, wie oft und in welchen Fernsehprogrammen welche Werbefilme ausgestrahlt wurden.

## **G. Gültigkeitsdauer**

- 12** Dieser Tarif ist vom 1. Januar 2003 bis 31. Dezember 2004 gültig.
- 13** Bei wesentlicher Änderung der Verhältnisse kann er vorzeitig revidiert werden.



**Tarif W**

Version du 21.11.2002

**Emissions publicitaires de la SSR SRG idée suisse****A. Clients concernés**

- 1 Ce tarif s'adresse à la SSR SRG idée suisse (ci-après SSR), qui est représentée par publisuisse SA. Il se rapporte aux émissions publicitaires dans les programmes de la SSR.

**B. Etendue de l'autorisation**

- 2 Ce tarif règle l'indemnisation des droits d'émission sur la musique pour les émissions publicitaires des programmes télévisés de la SSR et dans les programmes de tiers qui sont titulaires d'une concession d'émission sur un canal de la SSR.
- 3 SUISA ne dispose pas d'éventuels droits des interprètes sur leurs prestations et de producteurs de phonogrammes et vidéogrammes sur leurs produits.

**C. Redevance**

- 4 La redevance de droits d'auteur équivaut à 2.65% du montant que publisuisse verse chaque année à la SSR SRG pour la vente de temps publicitaire dans les programmes de télévision.
- 5 La redevance ne comprend pas une éventuelle taxe sur la valeur ajoutée, qui est facturée en sus au taux en vigueur.

**D. Décompte / paiement**

- 6 Une fois par an, avant la fin de février, publisuisse déclare à SUISA le montant versé à la SSR conformément à la section C du présent tarif pour l'année précédente.
- 7 Une fois par mois, publisuisse verse à SUISA un acompte correspondant à 1/12 de la redevance de l'année précédente. Pour 2003, le montant des acomptes se calcule sur la base de la redevance annuelle budgétisée. Le solde du décompte final, établi sur la base des indications mentionnées au ch. 6, est payable dans les 30 jours.

## **E. Relevé des émissions**

- 8 publisuisse veille à annoncer à l'avance à SUISA tous les spots publicitaires qui doivent être diffusés et dont il n'existe pas encore de certificat (numéro de SUISA).
9. SUISA donne à publisuisse le « bon à diffuser » avec le numéro de SUISA, libérant ainsi la SSR de toute revendication de tiers en matière de droits d'émission sur la musique du répertoire géré par SUISA.
10. Faute d'indication contraire de SUISA dans les 10 jours après réception de l'annonce, l'accord de SUISA est considéré comme octroyé. publisuisse ne livre à la diffusion aucun spot publicitaire dépourvu du certificat de SUISA.
- 11 Une fois par mois, publisuisse annonce à SUISA quelles émissions publicitaires ont été diffusées, à quelles fréquences et sur quels programmes.

## **G. Durée de validité**

- 12 Ce tarif est valable du 1<sup>er</sup> janvier 2003 au 31 décembre 2004.
- 13 En cas de modification considérable des circonstances, il peut être révisé avant cette échéance.

## **Tariffa W**

### **Emissioni pubblicitarie della SSR SRG idée suisse**

#### **A. Sfera dei clienti**

- 1 Questa tariffa concerne la SRG SSR idée suisse (qui di seguito SSR), la quale è rappresentata dalla publisuisse SA. Si rivolge alle emissioni pubblicitarie nei programmi televisivi della SSR.

#### **B. Estensione dell'autorizzazione**

- 2 La presente tariffa disciplina l'indennizzazione per i diritti d'emissione relativamente alla musica nelle emissioni pubblicitarie dei programmi televisivi della SSR e nei programmi di altri organizzatori titolari di una concessione d'emissione su un canale della SSR.
- 3 La SUISA non detiene eventuali diritti degli interpreti sulle loro prestazioni e dei produttori di supporti sonori e audiovisivi sui loro prodotti.

#### **C. Indennità**

- 4 L'indennità sui diritti d'autore ammonta al 2,65% dell'importo che la publisuisse versa annualmente alla SSR per la vendita di «tempo pubblicitario» nei programmi televisivi.
- 5 Le indennità s'intendono senza un'eventuale imposta sul valore aggiunto che viene sommata all'importo al tasso in vigore.

#### **D. Conteggio/pagamento**

- 6 Una volta all'anno entro la fine di febbraio publisuisse notifica alla SUISA l'importo versato alla SSR in base alla sezione C della presente tariffa per l'anno precedente.
- 7 publisuisse versa alla SUISA, con scadenza mensile, un pagamento in acconto pari a 1/12 dell'indennità dell'anno precedente. Per il 2003 gli acconti vengono calcolati in base all'ammontare dell'indennità annua preventivata. Il saldo del conteggio finale approntato sulla base delle indicazioni menzionate alla cifra 6 è pagabile entro 30 giorni.

**E. Elenco delle emissioni**

- 8 publisuisse fa sì che tutti i film pubblicitari da diffondere e di cui non esiste ancora un certificato (numero SUIA) vengano previamente dichiarati alla SUIA.
- 9 La SUIA dà a publisuisse il «buono per la diffusione» corredato del numero SUIA sollevando così la SSR da ogni rivendicazione di terzi in materia di diritti d'emissione relativamente alla musica del repertorio gestito dalla SUIA.
- 10 Senza avviso contrario nei 10 giorni dopo il ricevimento della dichiarazione, l'autorizzazione della SUIA s'intende concessa. publisuisse non consegna alla diffusione dei film pubblicitari per i cui non c'è un certificato dalla SUIA.
- 11 publisuisse comunica alla SUIA, con scadenza mensile, con quale frequenza e in quali programmi televisivi sono stati diffusi i film pubblicitari.

**F. Periodo di validità**

- 12 Questa tariffa è vevole dal 1° gennaio 2003 al 31 dicembre 2004.
- 13 Essa può essere riveduta prima della scadenza in caso di mutamento sostanziale delle circostanze.

## II. Die Schiedskommission zieht in Erwägung:

1. Die Verwertungsgesellschaft SUISA hat am 23. Mai 2002 hinsichtlich des Tarifs R er-  
sucht, die Frist zur Eingabe dieses Tarifs bis zum 30. Juni 2002 zu erstrecken. Mit der am  
1. Juli 2002 erfolgten Einreichung des nun als *Tarif W* (Fassung vom 28. Juni 2002) be-  
zeichneten Nachfolgetarifs für die Verwendung von Musik in Werbesendungen der SRG  
SSR idée suisse wurde die mit Präsidialverfügung vom 29. Mai 2002 gewährte Verlänge-  
rung der Eingabefrist eingehalten (Art. 9 Abs. 2 URV i.V.m. Art. 20 VwVG). Ebenso ha-  
ben die zur Stellungnahme eingeladenen Verbände und Organisationen die bis zum 30.  
August 2002 eingeräumte Frist beachtet.
2. Die Schiedskommission muss vorab die Frage klären, welche Verbände und Organisatio-  
nen im *Tarif W* als massgebende Nutzerverbände im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG zu  
gelten haben, mit denen die SUISA über die Gestaltung dieses Tarifs verhandeln musste.  
Damit verbunden ist die Frage, ob diese Verhandlungen tatsächlich mit der gebotenen  
Einlässlichkeit (Art. 9 Abs. 3 URG) geführt worden sind und damit auf den *Tarif W* über-  
haupt eingetreten werden kann.

Zunächst ist festzuhalten, dass sich die Schiedskommission gerade hinsichtlich der Ver-  
wendung von Musik im Werbefernsehen schon wiederholt mit der Frage der massgebenden  
Nutzerverbände befasst hat. So hat sie bereits mit Entscheid vom 4. Dezember 1964 zum  
Tarif R befunden (Entscheidung und Gutachten der Eidgenössischen Schiedskommission für  
die Verwertung von Urheberrechten 1941 – 1966, EESchK I, S. 253), dass die SUISA in  
der Wahl ihrer Vertragspartner grundsätzlich frei ist. Im fraglichen Tarif würden daher die  
SRG, welche die Werbesendungen ausstrahlen lässt, die AG für das Werbefernsehen /  
AGW (heute Publisuisse SA), welche die Verträge über die Durchführung der Sendungen  
mit den Firmen abschliesst, sowie die Auftraggeber der Werbesendungen (so genannte In-  
serenten) als Verhandlungspartner in Betracht kommen. Da sämtliche Beteiligten damals  
mit der Absicht der SUISA einverstanden waren, die Ermächtigungsverträge mit den Inse-  
renten abzuschliessen, hatte die Schiedskommission keine grundsätzlichen Einwände ge-

gen die Wahl der Auftraggeber als Tarifpartner. Diese Lösung wurde vor allem deshalb als zweckmässig erachtet, weil sie dem Umstand Rechnung trug, dass die AGW gemäss ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen von den Auftraggebern nur Ton- und Bildträger zur Sendung entgegennahm, für welche diese die erforderliche Benützungserlaubnis der Urheber bereits erworben hatten. Als weiterer Vorteil wurde angesehen, dass diese Lösung es erlaubte, die Sendeentschädigung zugleich mit der Entschädigung für das Recht zur Übertragung des Werks auf den Tonträger abzugelten. Die Vermeidung eines doppelten Einzugs pro Werbefilm sollte – so die diesbezügliche Erwägung - eine beträchtliche Senkung der Unkosten bewirken.

Ein weiterer Tarif R (genehmigt mit Beschluss vom 16. Oktober 1967, EESchK II 1967 - 1980, S. 21ff.) enthielt hinsichtlich der Tarifpartnerschaft die Möglichkeit zur Tarifrevision, falls die Urheberrechtsentschädigungen in die Sendepreise der AGW eingebaut und von dieser gesamthaft an die SUISA geleitet wurden. Von dieser Revisionsmöglichkeit wurde allerdings nie Gebrauch gemacht.

Später hat die Schiedskommission ergänzt (Tarif R vom 14. Mai 1985; EESchK III 1981-1990, S. 169), dass die Frage, ob die SUISA beim Aufbau ihrer Tarife frei darüber entscheiden kann, an welchen Solidarschuldner sie sich halten will, nicht gestützt auf die (damalige) Gutachterkompetenz, sondern lediglich von Fall zu Fall (bezogen auf einen bestimmten Verwertungsbereich) im Rahmen des ordentlichen Genehmigungsverfahrens und unter dem Gesichtspunkt des Monopolmissbrauchs beurteilt werden könne.

Im kürzlichen Beschluss zum Tarif R vom 13. November 2001 (S. 19) bestätigte die Schiedskommission ihre bereits 1964 geäusserte Auffassung, dass sowohl die SRG als Sendeanstalt und die Publisuisse als Vermittlerin bzw. als Veranstalterin von Werbesendungen als Tarifpartnerinnen in Frage kommen. Dies gelte aber auch für die Werbeauftraggeber, welche sich hinsichtlich der SRG-Werbesendungen seit Jahren bereit erklärt haben, nebst den Herstellungsrechten auch die Senderechte zu regeln. Da sich die SUISA und die Nutzer darauf einigen konnten, dass die Werbeauftraggeber im Tarif R weiterhin die mass-

---

gebenden Tarifpartner sein sollten, hatte die Schiedskommission gegen den Einbezug des SWA keine grundsätzlichen Vorbehalte.

Diesen Beschlüssen lässt sich entnehmen, dass die Tarifpartnerschaft hinsichtlich der Werbesendungen seit langem Anlass zu Diskussionen gab und die Teilnahme der Werbeauftraggeber auch historisch bedingt ist: Als es nur eine Fernseh-Sendeanstalt für Werbespots gab, haben sich nämlich alle Beteiligten darauf geeinigt, dass die so genannten Inserenten Verhandlungspartner sein sollen, da die gleichzeitige Wahrnehmung von Herstellungs- und Senderecht das Verfahren vereinfachte und auch kostensparend wirkte. Diese Einigung sowohl innerhalb der Nutzerorganisationen wie auch mit der SUISA ist heute indessen weggefallen.

Solange sich die verschiedenen möglichen Partner in dieser Frage einigen konnten, sah sich die Schiedskommission nicht veranlasst, eine Verständigungslösung in Frage zu stellen. Es entspricht der pragmatischen Praxis der Kommission, der SUISA sowie den anderen Verwertungsgesellschaften in diesem Bereich einen gewissen Freiraum bei der Auswahl ihrer Tarifpartner zuzugestehen.

Auch im vorliegenden Fall wird der SUISA diese Freiheit bei der Wahl ihrer Verhandlungspartner eingeräumt. Gemäss ständiger Praxis der Kommission ist es aber auch so, dass Tarifpartner nur ein Nutzerverband sein kann, der tatsächlich die wesentlichen Nutzerkreise vertritt. Diese selbstverständliche Schranke wurde im Rahmen der Gesetzesrevision in Art. 46 Abs. 2 URG verankert.

3. Die Schiedskommission hat in der Folge im Lichte der bisherigen Rechtsprechung unter verschiedenen Gesichtspunkten geprüft, wer im neu vorgelegten *Tarif W* als massgebender Verhandlungspartner zu gelten hat:
  - a) Der abzulösende Tarif R richtet sich ausdrücklich an die Werbeauftraggeber, die Werbesendungen im Fernsehen durch die SRG senden lassen und regelt einerseits

---

das Senderecht und andererseits das Recht zur Herstellung (d.h. das Aufnehmen von Musik auf Tonbildträger) von Werbespots (vgl. Ziff. 1 und 2 des bisherigen Tarifs R). Der vorgelegte *Tarif W* richtet sich dagegen an die Vermarktungsgesellschaft Publisuisse (Fassung vom 28. Juni 2002) bzw. an die SRG (Fassung vom 21. November 2002) und regelt ausschliesslich die Entschädigung für die Senderechte an Musik in den Werbesendungen der SRG-Fernsehprogramme. Nicht mehr im *Tarif W* geregelt ist somit das Herstellungsrecht (vgl. Ziff. 1 und 2 des *Tarifs W*). Berechnungsbasis für die Entschädigung sollen neu die Einnahmen der SRG bzw. der von Publisuisse überwiesene Betrag aus dem Verkauf der Werbezeit sein (Ziff. 4). Als Nutzer der Senderechte werden von der SUISA ausschliesslich die SRG bzw. die mit der Akquisition der Werbesendungen beauftragte Publisuisse angesehen.

Als Ausgangspunkt für die neu vorgeschlagene Regelung ist der Nichtgenehmigungsentscheid der Schiedskommission vom 13. November 2001 im *Tarif R* zu sehen. In diesem Beschluss hat die Kommission die Entflechtung von Herstellungs- und Senderecht angeregt. Der *Tarif W* regelt nun ausschliesslich das Senderecht gemäss Art. 10 Abs. 1 Bst. d URG und stellt somit ein Ergebnis des vorgenommenen Entflechtungsprozesses dar. Dies hat aber auch die Wahl der Verhandlungspartner beeinflusst, indem der *Tarif W* grundsätzlich mit der SRG und der Publisuisse verhandelt wurde.

Massgebende urheberrechtliche Nutzung im *Tarif W* ist somit das Senden. Ist aber das Senden der wesentliche Anknüpfungspunkt kann es nicht relevant sein, wer für den Inhalt eines Werbespots zuständig ist, bzw. wer über die Musik in einem Werbespot bestimmt oder wer festlegt, welcher Spot, wann und wie oft gesendet wird. Die Schiedskommission kann somit der Auffassung der Werbeauftraggeber nicht folgen, wonach die SRG lediglich den Sendeplatz für die Werbung zur Verfügung stellt, aber nicht als Veranstalter der Werbesendungen zu gelten hat. So hat beispielsweise das Bundesgericht den Anspruch eines Vereins auf Ausstrahlung eines bestimmten Werbespots verneint und die Haltung der SRG geschützt, welche sich geweigert hatte,



---

diesen Spot auszustrahlen (BGE 123 II 402). Im übrigen hat auch das BAKOM im Fall 'Feldschlösschen' mit Entscheid vom 13. Juni 2000 (E. 1.6) befunden, dass die SRG durch die Auslagerung der Werbeakquisition die eigene Verantwortlichkeit im Bereich der Werbebestimmungen des RTVG nicht ausschliessen kann, denn letztlich entscheide die SRG über die Ausstrahlung der Werbespots und sei dafür auch verantwortlich. Die SRG wurde in der Folge zu einer Busse verurteilt und die Einnahmen aus der unerlaubten Werbung wurden eingezogen. Dies zeigt deutlich, dass hinsichtlich der Sendetätigkeit von Werbespots die SRG zuständig bleibt und hierfür auch die Verantwortung zu übernehmen hat. Unter diesem Gesichtspunkt trifft die Auffassung der Werber nicht zu, dass die SRG ausschliesslich für den redaktionellen Teil des Fernsehprogramms verantwortlich ist.

Die entsprechende Sendehoheit für Werbespots liegt vollumfänglich bei der SRG. Somit geht die Schiedskommission davon aus, dass es sich bei der SRG zweifelsohne um eine massgebende Nutzerin im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG handelt und die SUIISA zu Recht mit ihr über den *Tarif W* verhandelt hat.

- b) Wie vorne ausgeführt, wurde mit dem Entscheid der Schiedskommission vom 13. November 2001 eine Entflechtung zwischen den Verwertungstatbeständen der Herstellung und der Sendung eingeleitet, da die Kommission damals feststellte, dass die Tarife R und VN (Aufnahmen von Musik auf Tonbildträger, die nicht ans Publikum abgegeben werden) tatsächlich nicht optimal aufeinander abgestimmt sind und dies zu Doppelbelastungen führen kann. So komme es häufig vor, dass dieselben Werbespots sowohl in den Programmen der SRG wie auch im Privatfernsehen zu sehen sind. Damit werde aber für die Herstellung ein und desselben Werbespots einerseits über den Tarif R und andererseits über den Tarif VN abgerechnet. Mit der neuen Regelung können diese Doppelbelastungen ausgeschlossen werden. Da sich der neue *Tarif W* nur noch auf das Senden bezieht und für die Herstellung der Tarif VN gilt, ist es nicht mehr relevant, dass die Werbeauftraggeber bzw. die -agenturen bestimmen, ob ein Werbespot produziert wird und sie auch die entsprechende Musik aus-

wählen. Dieser Umstand wird neu nämlich ausschliesslich und in jedem Fall unter dem für die Produktion von Werbespots massgebenden Tarif VN berücksichtigt. In diesem Tarif sind aber die Werbeauftraggeber Tarifpartner, und sie haben damit die Möglichkeit, ihre Rechte unmittelbar in diesem Tarif wahrzunehmen.

Im übrigen haben selbst die Werbeauftraggeber darauf hingewiesen, dass das Aufkommen des Privatfernsehens zu einer wesentlichen Änderung der Strukturen geführt hat (vgl. Genehmigungsverfahren betr. Tarif R im Jahre 2001). Für Privatsender gilt nämlich für Werbespots grundsätzlich der GT S (für die Sendung) bzw. der Tarif VN (für die Herstellung). Verhandlungspartner im GT S sind indessen die Verbände der Privatsender und nicht etwa die Werbeauftraggeber. Damit gilt aber auch das 1964 geltend gemachte Argument nicht mehr, wonach die Zusammenlegung des Herstellungs- und des Sendetarifs zur Einsparung administrativer Kosten führt, wurden doch bei Privatsendern diese Rechte schon seit jeher getrennt behandelt.

Einer der problematischen Punkte, welcher zur Nichtgenehmigung des Tarifs R führte, war denn auch die unterschiedliche Behandlung der TV-Werbespots in SRG-Programmen bzw. in privaten TV-Sendern. Mit dem neuen Tarif werden nun sämtliche Herstellungsrechte über den Tarif VN geregelt und damit kann auch diese Ungleichbehandlung zwischen Privatsendern und SRG beseitigt werden. Dies ist ein weiterer Schritt zur Harmonisierung der Tarife und zur Vermeidung von Doppelbelastungen. Die SUIISA ist mit der Beschränkung des *Tarifs W* auf das Senderecht einer Empfehlung der Schiedskommission nachgekommen. Dass mit dem *Tarif W* auch ein Wechsel bei den Tarifpartnern stattgefunden hat, ist die konsequente Folge dieses Systemwechsels.

- c) In der nach Ablehnung des Tarifs R zwischen der SUIISA, der Publisuisse sowie dem SWA vereinbarten Übergangsregelung, welche die Schiedskommission mit Beschluss vom 4. Juli 2002 genehmigte, tauchte neu die Abgrenzungsfrage zwischen Werbeauftraggebern und Werbeagenturen auf. Die Werbeauftraggeber bzw. deren

Verband betrachteten sich nämlich als einzigen massgebenden Nutzerverband in diesem Bereich und setzten die Streichung der Ziff. 8 des Tarifs R durch, welche den Werbeagenturen bis zu diesem Zeitpunkt eine erweiterte Rabattregelung einräumte. Die SUIA hat sich diesem Streichungsantrag angeschlossen, da auch sie davon ausging, dass die Branchenverbände der Schweizer Werbeagenturen keine Nutzer des Tarifs R vertreten. Die Schiedskommission lehnte es indessen ab, im Rahmen einer Übergangsregelung die Frage zu beantworten, ob es sich bei den Verbänden der Werbeagenturen um massgebende Nutzerorganisationen im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG handelt oder nicht.

Die Werbeauftraggeber haben – gestützt auf diese Übergangsregelung – in diesem Verfahren darauf hingewiesen, dass sie die Schuldner der Vergütung sind und ihnen auch eine entsprechende Meldepflicht obliegt, was sie ebenfalls als Indiz für ihre Tarifpartnerschaft betrachten. Dazu ist festzuhalten, dass der Übergangsregelung nach Auffassung der Parteien keinerlei präjudizielle Wirkung für die Verhandlungen über einen künftigen Tarif zukommen sollte (vgl. Ziff. 1.3 der Übergangsregelung) und sich die Schiedskommission anlässlich der Genehmigung der Übergangsregelung ausdrücklich vorbehalten hat, falls erforderlich, materielle Änderungen des Tarifs R im Rahmen eines neuen Tarifgenehmigungsverfahrens auf ihre Angemessenheit zu überprüfen. Es ist daher unklar, wie die Werbeauftraggeber aus einer unpräjudiziellen Übergangsregelung eine Tarifpartnerschaft für den völlig neu gestalteten *Tarif W* ableiten wollen, zumal die Übergangsregelung lediglich die Funktion hatte, einen tariflosen Zustand zu überbrücken und sich die SUIA in den so genannten 'Erklärungen zum neuen Tarif 2003' nicht dazu verpflichtete, den neuen Tarif mit dem SWA auszuhandeln. Auch aus der in Ziff. 2.5 festgelegten Meldepflicht lässt sich jedenfalls nicht schliessen, dass die Werbeauftraggeber in einem künftigen Tarif als urheberrechtlich relevante Nutzer gelten sollten.

- d) Verhandlungspartner sind zudem nicht zwingend diejenigen, welche letztlich die entsprechenden Entschädigungen zu tragen haben. Wesentlich ist vielmehr, wer unmit-

---

telbar die urheberrechtlich relevante Nutzungshandlung (wie beispielsweise im *Tarif W* das Senden) vornimmt. Andernfalls müssten die Verwertungsgesellschaften die Organisationen der Konsumenten nämlich regelmässig in die Tarifverhandlungen einbeziehen, werden die urheberrechtlichen Vergütungen doch fast ausnahmslos auf die letzteren überwältzt. Dies ist indessen nicht der Fall.

- e) Die Kommission ist im übrigen zur Auffassung gelangt, dass die Frage einer allfälligen Solidarschuldnerschaft – soweit sie im Rahmen dieses Tarifs überhaupt eine Rolle spielen sollte – in diesem Verfahren offen gelassen werden kann.

Auch das vorgebrachte Argument der vertikalen Preisabsprache kann die Schiedskommission nicht nachvollziehen, da im vorliegenden Tarif mit der SUIISA und der SRG gleichwertige Partner miteinander verhandelt haben und somit allenfalls eine nicht missbräuchliche horizontale Preisabsprache vorliegt.

Zudem kann der Umstand, dass der SWA von der SUIISA über die laufenden Verhandlungen informiert wurde sowie auf seinen eigenen Wunsch hin auch zur Teilnahme an den Sitzungen eingeladen worden ist, nicht bedeuten, dass die SUIISA den SWA als Verhandlungspartner anerkannt hat. Die SUIISA hat nämlich gegenüber dem SWA den ausdrücklichen Vorbehalt angebracht, dass sie ihn in diesem Verfahren nicht als Verhandlungspartner betrachte. Damit unterscheidet sich dieser Sachverhalt von anderen Fällen, in denen die SUIISA trotz objektiv fehlender Nutzerqualität eines Verbandes mit diesem verhandelte und auch keine Einwände hatte, ihn im Verfahren vor der Kommission zuzulassen (vgl. Beschluss vom 27. November 1998 betr. GT 4, Ziff. II/2). Der SWA wusste mit Verhandlungsbeginn, dass ihn die SUIISA nicht als Verhandlungspartner betrachtet und kann daher aus der erfolgten Sitzungsteilnahme keinerlei Ansprüche ableiten. Zudem hat die SUIISA ausdrücklich den Ausschluss des SWA aus dem Verfahren vor der Schiedskommission beantragt.

- 
- f) Aus den obigen Erwägungen ergibt sich, dass weder der Verband der Werbeauftraggeber noch die Verbände der Werbeagenturen als massgebende Nutzerverbände im Sinne von Art. 46 Abs. 2 URG zu betrachten sind. Mit der Ablehnung der Tarifpartnerschaft kann im übrigen auch darauf verzichtet werden, die Frage zu beantworten, ob allenfalls zwischen Werbeauftraggebern und Werbeagenturen zu unterscheiden ist bzw. ob nebst den Werbeauftraggebern auch die Werbeagenturen zu den Verhandlungen hätten beigezogen werden müssen.
- g) Bleibt noch zu klären, ob es sich bei der Publisuisse um eine Tarifpartnerin handelt. Wie anlässlich dieses Verfahrens festgestellt werden konnte, ist die Publisuisse SA eine annähernd 100 prozentige Tochtergesellschaft der SRG, an welche die SRG gemäss ihren eigenen Aussagen aus betriebswirtschaftlichen Gründen die gesamte Vermarktung der Werbespots ausgelagert hat. Dazu kommt ihr die Funktion der Inkassostelle zu. Die Publisuisse wird von sich selber wie auch von der SRG und der SUIISA als Tarifpartnerin betrachtet, da sie eine wesentliche Rolle bei der Vermarktung der Werbesendungen einnimmt.

Ausgehend vom Kriterium des Sendens (vgl. vorne Ziff. II/3a) genügt diese Tätigkeit der Publisuisse allerdings nicht, um auch als Tarifpartnerin im *Tarif W* zu gelten. Sie ist zwar eine selbstständige juristische Person, trägt indessen als solche keine eigenständige Verantwortung für die Werbesendungen der SRG. Die Publisuisse wird daher von der Schiedskommission ebenfalls nicht als massgebende Nutzerorganisation im Sinne des URG betrachtet. Wie sich die SRG betriebswirtschaftlich organisiert oder an wen sie entsprechende Aufträge erteilt, ist eine interne Frage und betrifft die Tarifausgestaltung in keiner Weise. Damit wird auch die Publisuisse aus dem Verfahren ausgeschlossen.

- h) Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der *Tarif W* das Senderecht für Musik in Werbespots regelt, weshalb es vertretbar ist, allein die SRG als Verhandlungspartnerin anzusehen. Die anderen Parteien haben im wesentlichen mit der Herstellung und

der Vermarktung von Werbespots zu tun. Sie sind damit wohl vom Tarif betroffen, aber nicht so massgebend, dass es sich bei ihnen um Tarifpartner gemäss Art. 46 Abs. 2 URG handeln würde. Für die Herstellung von Werbespots gibt es zudem den Tarif VN, und in diesem Tarif sind die Werbeauftraggeber Tarifpartner.

Die SUISA war somit nicht verpflichtet, mit den Werbeauftraggebern bzw. den Werbeagenturen zu verhandeln. Aber auch die Publisuisse ist nicht Tarifpartnerin. Somit werden ASW, BSW, Fédération romande de publicité et de communication, Promarca, SFVP, SWA und SW sowie die Publisuisse SA aus dem Verfahren gewiesen. Mit der SRG hat die SUISA mit der gebotenen Einlässlichkeit verhandelt (Art. 9 Abs. 3 URV). Somit ist auf den *Tarif W* einzutreten.

4. Die Schiedskommission genehmigt einen ihr vorgelegten Tarif, wenn er in seinem Aufbau und in den einzelnen Bestimmungen angemessen ist (Art. 59 f. URG). Ein wesentliches Indiz für die Angemessenheit eines Tarifs ist regelmässig in der Einigung mit den hauptsächlichen Organisationen der Nutzer von Urheberrechten zu sehen. Gemäss Rechtsprechung der Schiedskommission kann in diesem Falle auf eine Angemessenheitsprüfung verzichtet werden. Ebenso hat das Bundesgericht festgestellt, dass im Falle der Zustimmung der Nutzerseite zu einem Tarif davon ausgegangen werden kann, dass dieser Tarif annähernd einem unter Konkurrenzverhältnissen zustande gekommenen Vertrag entspricht (EESchK III 1981-1990, S. 190). Die SRG hat dem *Tarif W* – wenn auch unter Vorbehalt – zugestimmt. Da im Rahmen der obigen Erwägungen auf die von den Werbeauftraggebern und den Werbeagenturen vorgebrachten Einwände nicht mehr eingegangen werden muss, kann gestützt auf diese ständige Praxis der Schiedskommission der *Tarif W* angesichts des Umstandes, dass nur noch die SRG Tarifpartnerin ist, in materieller Hinsicht genehmigt werden.

Anzufügen bleibt, dass die Schiedskommission, müsste sie eine Angemessenheitsprüfung durchführen, dies wohl nicht ohne weiteres tun könnte. So geht beispielsweise die SRG davon aus, dass etliche Parameter und Quervergleiche zu anderen Tarifen noch nicht gänzlich transparent sind. Sie betont auch, dass die Entschädigungen des *Tarifs W* an der oberen

---

Grenze liegen und die Addition der Entschädigungen für das Aufnehmen und die Wiedergabe nicht höher ausfallen dürfen als bis anhin. Es wird denn auch der Vorbehalt einer strengen Angemessenheitsprüfung für die nächste Tarifperiode (ab 2005) ausbedungen. Die SRG hat aber auch die Auffassung vertreten, dass es nun gelte, mit dem *Tarif W* Erfahrungen zu sammeln. Aufgrund eines oder zweier Rechnungsjahre könne dann die Ertragsneutralität des Systemwechsels überprüft werden. Dabei werde sich die Frage der Angemessenheit des *Tarifs W* in objektiviertem Umfeld neu stellen. Aber auch die SUIISA kam zum Schluss, dass die genaue Gewichtung der Musik im *Tarif W* rechnerisch nicht festgestellt werden konnte, diese Frage aber in Anbetracht der Einigung offen gelassen werden könne.

Aufgrund dieser Voraussetzungen ist es zumindest fraglich, ob die Schiedskommission sämtliche Elemente kennt, die es ihr erlauben würden, den neuen *Tarif W* auf seine Angemessenheit gemäss Art. 60 URG zu prüfen. Sie kann sich aber der Auffassung der SRG, die im übrigen auch vom Preisüberwacher vertreten wird, anschliessen. Grundsätzlich geht auch sie davon aus, dass die urheberrechtlichen Entschädigungen der Tarife *W* und *VN* zusammen nicht zu einer höheren Vergütung führen dürfen als unter dem bisherigen *Tarif R*. Eine eingehende Angemessenheitsprüfung der Gesamtabgabe kann demnach frühestens vorgenommen werden, wenn mit dem *Tarif W* die erforderlichen Erfahrungen gesammelt werden konnten. Dies dürfte, da ja die Tarife mindestens sieben Monate vor dem vorgesehenen Inkrafttreten der Schiedskommission vorgelegt werden müssen (Art. 9 Abs. 2 URV), erst mit Ablauf der beantragten Gültigkeitsdauer von zwei Jahren der Fall sein. Immerhin bleibt anzufügen, dass sich die Berechnungsgrundlage für die Urheberrechtsentschädigung (Ziff. 4) nach den Einnahmen der SRG aus dem Verkauf von Werbezeit richtet und damit sowohl mit Art. 60 Abs. 1 Bst. a URG wie auch mit dem Berechnungsmodell im *GT S* (Ziff. 8) übereinstimmt.

Die Kommission ist sich indessen auch bewusst, dass die Ausscheidung des Betrags, der effektiv als Urheberrechtsvergütung überwältzt werden kann, praktische Probleme bieten kann. Bei einer Erneuerung des *Tarifs W* ist daher auch der Frage der Transparenz erhöhte Bedeutung beizumessen. Gestützt auf den Umstand, dass nur noch die SRG als Tarifpart-

---

nerin zu gelten hat, wäre allenfalls auch zu überlegen, ob und wie der *Tarif W* inskünftig in den Tarif A integriert werden könnte.

5. Gemäss Art. 59 Abs. 2 URG i.V.m. Art. 15 Abs. 1 URV gibt die Schiedskommission, falls sie einen Tarif oder einzelne Bestimmungen eines Tarifs nicht für genehmigungsfähig hält, vor ihrem Entscheid den Verwertungsgesellschaften Gelegenheit, ihre Tarifvorlage so zu ändern, dass eine Genehmigung möglich ist. Machen diese hiervon keinen Gebrauch, so kann die Schiedskommission die notwendigen Änderungen selber vornehmen (Art. 15 Abs. 2 URV).

Mit Verfügung vom 7. November 2002 erhielten die Tarifpartner Gelegenheit, den *Tarif W* so anzupassen, dass er dem Umstand Rechnung trägt, dass nur noch die SRG massgebende Verhandlungspartnerin ist. In ihren Stellungnahmen hielten indessen sowohl die SUISA wie auch die SRG grundsätzlich am *Tarif W* in der Fassung vom 28. Juni 2002 fest. Lediglich für den Fall, dass die Schiedskommission diesen Tarif nicht genehmigen sollte, wurde die abgeänderte Fassung vom 21. November 2002 vorgelegt.

In der Folge bestätigte die Schiedskommission im internen Zirkularverfahren, dass der Tarif in der ursprünglichen Fassung vom 28. Juni 2002 nicht genehmigungsfähig ist, da die im Tarif erwähnte Publisuisse nicht Tarifpartnerin ist. Aber auch in der abgeänderten Tarifvorlage vom 21. November 2002 bezieht sich die SUISA weiterhin weitgehend auf die Publisuisse. Damit ist sie der Aufforderung nach Änderung des Tarifs nur unvollkommen nachgekommen, weshalb sich die Schiedskommission veranlasst sieht, die erforderlichen Tarifierneuerungen selber vorzunehmen. Der *Tarif W* wird daher so geändert, dass er sich nunmehr ausschliesslich an die SRG richtet und auch von den Werbeeinnahmen der SRG ausgeht bzw. der Ausdruck 'Publisuisse' durch 'SRG' ersetzt wird. Zulässig soll es indessen sein, dass die SRG einen Dritten mit der Erfüllung der sich aus diesem Tarif ergebenden Verpflichtungen beauftragt.



---

Im übrigen ist die SUIISA in der Ziff. 5 des Tarifs mit dem Zusatz '*allfällige*' Mehrwertsteuer der Auffassung der Schiedskommission gefolgt, dass hier eine Angleichung an andere Tarife erfolgen sollte (vgl. Beschluss vom 22. November 2001 betr. GT K).

Mit Beschluss vom 11. Dezember 2002 genehmigt die Schiedskommission den *Tarif W* in der abgeänderten Fassung.

6. Die Gebühren und Auslagen dieses Verfahrens richten sich nach Art. 21a Abs. 1 und Abs. 2 Bst. a und d URV und sind gemäss Art. 21b URV von der SUIISA zu tragen.

### **III. Demnach beschliesst die Eidg. Schiedskommission:**

1. Tarifpartnerin der SUIISA im *Tarif W* ist ausschliesslich die SRG SSR idée suisse. Die weiteren Organisationen [Allianz Schweizer Werbeagenturen (ASW), der Branchenverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen (BSW), die Fédération romande de publicité et de communication, der Schweizerische Markenartikelverband Promarca, der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA), die Schweizer Werbung (SW), die Swiss Film and Video Producers (SFVP) sowie Publisuisse SA] werden aus dem Verfahren gewiesen.
2. Der *Tarif W* (Werbesendungen der SRG SSR idée suisse) in der Fassung vom 28. Juni 2002 wird nicht genehmigt.
3. Der *Tarif W* (Werbesendungen der SRG SSR idée suisse) in der Fassung vom 21. November 2002 wird mit der vorgesehenen Gültigkeitsdauer bis zum 31. Dezember 2004 mit folgenden Änderungen genehmigt:

- 
- a) Die Ziff. 1 lautet neu: *'Dieser Tarif richtet sich an die SRG SSR idée suisse (nachstehend SRG) und bezieht sich auf die Werbesendungen in den SRG-Fernsehprogrammen'*.
  - b) In den Ziffern 4, 6 und 7 ist von den Jahreseinnahmen der SRG für den Verkauf von Werbezeit in den Fernsehprogrammen auszugehen und 'Publisuisse' entsprechend durch 'SRG' zu ersetzen.
  - c) In den Ziff. 8 bis 11 ist 'Publisuisse' durch 'SRG' zu ersetzen.
  - d) Nach der Ziff. 11 ist folgende neue Ziffer einzuschieben: 'Die SRG kann einen Dritten mit der Erfüllung der sich aus diesem Tarif (Ziff. 6 bis 8 und 11) ergebenden Verpflichtungen beauftragen'.

(...)