



representing the
recording industry
worldwide



Offizielle Schweizer Hitparade Reglement

Stand 30.12.2022ⁱ

1. Gegenstand und Zweck	3
2. Definitionen und Zuordnungen.....	3
2.1 Definitionen.....	3
2.2 Zuordnungen	5
3. Chartkommission und Kontrollbeauftragte(r).....	5
3.1 Zusammensetzung Chartkommission	5
3.2 Reglementserlass.....	5
3.3 Beschlussfähigkeit	5
3.4 Kompetenzen Chartkommission	6
3.5 Kompetenzen Kontrollbeauftragte(r).....	6
3.6 Ausstandsregeln	6
3.7 Geheimhaltung.....	6
4. Anforderungen an Verkaufsstellen («Wer kann melden?»)	6
4.1 Händlerpanel	6
4.2 Meldeberechtigung von Verkaufsstellen	6
4.3 Abgabezeitpunkt, Datenformat und Datenübermittlung	7
5. Anforderungen an GfK («Wie ermittelt GfK die Charts?»).....	7
5.1 Prozess.....	7
5.2 Zeitlicher Ablauf der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade	7
5.3 Mindestanzahl von Verkaufsmeldungen.....	8
6. Anforderungen an Verkäufe («Was kann gemeldet werden?»).....	8
6.1 Grundsätzliches	8
6.2 Verkäufe an EndverbraucherInnen in der Schweiz	8
6.3 Keine Gratis-Abgaben.....	9
6.4 Anzahl Verkaufsstellen	9
6.5 Maximale Anzahl Titel pro KünstlerIn	9
6.6 Versionen / «ähnliche» Produkte.....	9
6.7 Unerheblichkeit der Unterscheidung zwischen physischem und digitalem Vertrieb	9
6.8 Beimischung von Streams	10
7. Veröffentlichung der Offiziellen Schweizer Hitparade	10
8. Beschwerdeverfahren («Wer kann sich beschweren?»).....	10
8.1 Einleitung Beschwerdeverfahren	10
8.2 Fortführung Beschwerdeverfahren.....	10
8.3 Abschluss Beschwerdeverfahren	11
9. Kontrollmechanismen («Wie werden Fehler und Manipulationen verhindert?»)	11
9.1 Allgemeine Kontrolle	11
9.2 Verkaufsstellenbezogene Kontrolle	11
9.3 Produktbezogene Kontrolle.....	11
9.4 Kontrolle bei Missbrauchsverdacht bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade..	12
10. Verfahren, Massnahmen und Sanktionen gegen Missbräuche bzw. Missbrauchsversuchen..	12
10.1 Verfahren.....	12
10.2 Sofortmassnahmen	13
10.3 Sanktionen.....	13

1. Gegenstand und Zweck

Die Offizielle Schweizer Hitparade ist eine wöchentliche Ermittlung der in der Schweiz meistverkauften bzw. meistgestreamten aktuellen Alben und Singles. Initiatorin der Offiziellen Schweizer Hitparade ist IFPI Schweiz, der Branchenverband der Schweizer Musiklabels (nachfolgend "IFPI").

Die Offizielle Schweizer Hitparade ist ein Marktforschungs-, Informations- und Kulturförderungsprojekt, das schnell, sicher und zuverlässig aktuelle Marktentwicklungen von Musikprodukten in Form von Ranglisten abbildet. Sie ist ein Abbild der Nachfrage der Schweizer EndverbraucherInnen für aktuelle Musikaufnahmen, die sich in geldwerten Kauf- bzw. Hörentscheidungen manifestiert.

Sie wird von der GfK Entertainment AG (nachfolgend "GfK") im Auftrag von IFPI anhand anerkannter wissenschaftlicher Regeln der Marktforschung und Statistik ermittelt. Die GfK ist ein unabhängiges Marktforschungsinstitut.

Das Bedürfnis nach einer repräsentativen Offiziellen Schweizer Hitparade macht gewisse Regeln zur Vereinheitlichung und einen Kontrollmechanismus zur Verhinderung von Manipulationen unabdingbar. In diesem Sinne erlässt die Chartkommission als unabhängiges Gremium, bestehend aus VertreterInnen verschiedener Interessengruppen, das Hitparadenreglement. Das aktuelle Hitparadenreglement wird auf der IFPI-Webseite (www.ifpi.ch) publiziert.

2. Definitionen und Zuordnungen

2.1 Definitionen

Alben bezeichnen Tonträger, die entweder vom gleichen Interpreten (insb. Best-Ofs), einer Musikgruppe (Band), eines Komponisten, einer Darbietung (Live-Performance; Casting- oder TV-Shows; KünstlerInnenprojekt von DJ oder Remixes unter eigenem Namen), andere Projekte (Benefiz- und Tributeprojekte) aber auch Tonträger, welche aus einer audiovisuellen Verfilmung stammen. Comedy- und Wortprojekte (Slam-Poetry) und EPs (Extended Plays) werden auch den Alben zugeordnet. Nicht als Alben angesehen werden insbesondere: Hörbücher, Hörspiele, Podcasts, nicht eigenständig produzierte Remixes/DJ-Sets und Tonträger von Fernsehserien und nicht-musikalischen TV-Sendungen.

Beimischungsfaktor bestimmt das Verhältnis der durchschnittlichen Wertschöpfung von einem Stream zu einem Download. Für die Ermittlung des Beimischungsfaktors erhebt die GfK regelmässig von mindestens fünf umsatzstarken Musikproduzenten der Schweiz die notwendigen Basisdaten, anhand derer sie nach anerkannten Regeln der Marktforschung und Statistik Durchschnittswerte als Beimischungsfaktor berechnet. Ziel ist eine äquivalente Anrechnung von Streams im Verhältnis zu den verkauften physischen und digitalen Einheiten. Der Beimischungsfaktor wird veröffentlicht sowie regelmässig überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Compilations sind eine Zusammenstellung von bereits veröffentlichten Musikaufnahmen in Sinne einer Zweitverwertung auf Tonträger. Diese werden in einer separaten Hitparade gewertet und veröffentlicht.

Downloads bezeichnen die digitalen Verkäufe von Musik (nur Audio). Nicht als Download gilt jede Form von Streaming (Audio und Video), auch wenn sie entgeltlich angeboten wird.

Einstandspreis bezeichnet den um die Bezugskosten (z.B. Transportkosten, Zoll) erhöhten Nettoeinkaufspreis (Listenpreis minus Rabatte, Skonti usw.).

EP (Bezeichnung für Extended Play bzw. auch Extended Player) ist ein Tonträger, der zwischen Single und Album (LP, Long-Play) einzuordnen ist. EPs werden im Sinne dieses Reglements als Alben angesehen.

Händlerpanel bezeichnet sämtliche Verkaufsstellen, deren Verkaufsmeldungen von GfK bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade berücksichtigt werden können.

Label bezeichnet die Hersteller von Tonträgern.

Lockvogelangebote bezeichnen ausgewählte – meist aktuelle – Alben und Singles, die unter Einstandspreis angeboten werden mit dem Zweck, Verbraucher anzulocken und eine Umsatzsteigerung mit dem restlichen gewinnbringenden Sortiment zu erzielen.

Physische Bundles bezeichnen das Kombinieren von physischen Alben (Tonträger) mit artfremden Produkten (Beigaben), die als Merchandising-Artikel einen klaren Bezug zum Artist bzw. zum Album haben müssen. Zugelassene haptische Beigaben sind bspw. Bündelungen von CDs mit einem T-Shirt; zugelassene, nicht-haptische Beigaben sind bspw. Konzerttickets, Meet & Greets oder Backstage-Pässe. Physische Bundles müssen als selbständiges Produkt mit eigenem EAN auf dem Markt angeboten werden. Nicht für die Hitparade zugelassen und von der Wertung ausgeschlossen sind Bundles von bspw. Geldscheine, Gutscheine, Lose, Gewinnspiele, illegale Produkte und weitere Teilnahme- und Zugangsberechtigungen (bspw. TV-Shows, Freizeitaktivitäten). Ebenfalls nicht für die Hitparade zugelassen und von der Wertung ausgeschlossen sind physische Bundles mit Singles. Im Zweifelsfall kann ein physisches Bundle mindestens drei Tage vor dem Release bei der GfK zur Prüfung eingereicht werden.

Premiumprodukt bezeichnet Alben und Singles, die dem Verbraucher beim Kauf von anderen Produkten geschenkt werden (z.B. Single als Geschenk beim Kauf von bestimmten Getränken).

Publizierende Medien bezeichnen die offiziellen Medienpartner von IFPI, welche die Offizielle Schweizer Hitparade beziehen und veröffentlichen.

Singles bezeichnen Tonträger, bei denen im Gegensatz zu Alben ein Musiktitel im Vordergrund steht.

Streams bezeichnen ganz oder teilweise übermittelte Datenströme von Musikdateien (Audio und Video), ab 30 Sekunden Hördauer), wie sie von Anbietern wie Deezer, Apple Music, Spotify oder YouTube angeboten werden. Berücksichtigt werden werbefinanzierte Streams (d.h. Streams, bei denen der Musikkonsum dauerhaft an die Kenntnisnahme von bezahlter Werbung Dritter gekoppelt ist) und Streams aus kostenpflichtigen Abonnements von EndverbraucherInnen. Nicht als Streams gelten insbesondere Simulcasts, Webcasts sowie Live-Streams.

Verkäufe im Sinne dieses Reglements sind Verkäufe von physischen Tonträgern, Downloads von Dateien sowie Streams.

Verkaufsstellen bezeichnen die Gesamtheit mehrerer physischer Verkaufsstellen einer Kette, einzelne (unabhängige) Verkaufsstellen sowie jeden einzelnen Download-, Label- und Online-Shop (Mailorder-Versand), die den EndverbraucherInnen in der Schweiz ausschliesslich legale Alben bzw. Singles zum Kauf oder Streaming anbieten. Verkaufsstellen im Sinne dieses Reglements sind auch Streaming-Anbieter. Das Angebot der Verkaufsstellen muss permanent sein

und eine Repertoiretiefe und -breite ausweisen, welche aus marktforscherischer Sicht relevant sind.

Wühltisch-Angebot bezeichnet die Präsentation von ausgewählten – meist nicht mehr aktuellen – Alben und Singles unter Einstandspreis. Solche Angebote appellieren überwiegend an das Schnäppchenfieber oder animieren zu Spontankäufen.

2.2 Zuordnungen

Die Offizielle Schweizer Hitparade wird separat für Singles, Alben und Compilations gewertet und veröffentlicht. Die Art des Tonträgers und seine Verbreitung sind für die Ermittlung und Wertung in der Offiziellen Schweizer Hitparade unerheblich; physische und digitale Formate (Downloads und Streams) werden gleichermassen berücksichtigt. Daneben erhebt die GfK aus den Single- und Album-Charts abgeleitete, weitere Chartderivate wie bspw. Genre-Charts, Geo-Charts und Format-Charts.

3. Chartkommission und Kontrollbeauftragte(r)

3.1 Zusammensetzung Chartkommission

Die Chartkommission besteht aus je einem/einer VertreterIn der SIG (Schweizerische Interpretengenossenschaft), der Swissperform (Gesellschaft für Leistungsschutzrechte) und der IFPI. Diese Organisationen entsenden eine(n) für die Aufgabe qualifizierte(n) ehrenamtliche(n) VertreterIn. Die Chartkommission kann durch einstimmigen Beschluss auch weitere geeignete Mitglieder aufnehmen.

Die Mitglieder der Chartkommission bestimmen aus ihrer Mitte eine(n) Vorsitzende(n).

3.2 Reglementserlass

Die Chartkommission erlässt das Hitparadenreglement und nimmt erforderliche Anpassungen einzelner Bestimmungen vor. Die Chartkommission hat insbesondere die Kompetenz, Ergänzungen und Präzisierungen vorzunehmen. Sie ist ferner befugt, die Regeln nach pflichtgemäßem Ermessen auszulegen, soweit dies im Einzelfall notwendig ist, um allfällige Regelungslücken zu schliessen.

Soweit dieses Reglement für eine Sach- oder Rechtsfrage keine Bestimmung enthält, entscheidet die Chartkommission endgültig unter Beachtung von Rechtsprechung, Lehre und internationalen Usanzen und im Bestreben, eine dem Sinn und Zweck der übrigen Vorschriften dieses Reglements bestmöglich entsprechende Lösung zu finden.

3.3 Beschlussfähigkeit

Die Chartkommission ist beschlussfähig, wenn mindestens drei ihrer Mitglieder oder deren StellvertreterInnen physisch oder mittels Telekommunikation anwesend sind. Sollte ein Mitglied bzw. dessen StellvertreterIn nicht binnen nützlicher Frist erreichbar sein, sind die verbleibenden zwei Mitglieder ebenfalls beschlussfähig.

Die Chartkommission fasst ihre Beschlüsse mit Zustimmung von mindestens zwei ihrer Mitglieder. Zirkulationsbeschlüsse (bspw. per E-Mail) sind zulässig.

Die Chartkommission tagt so oft es die Geschäfte erfordern.

3.4 Kompetenzen Chartkommission

Die Chartkommission erlässt das Hitparadenreglement und entscheidet über Auslegungsfragen (vgl. Ziff. 3.2). Im Beschwerdeverfahren (vgl. Ziff. 8) beschliesst die Chartkommission endgültig. Für die Durchführung des Manipulationsverfahrens (vgl. Ziff. 10) ernennt die Chartkommission eine(n) geeignete(n) unabhängige(n) Kontrollbeauftragte(n) sowie eine(n) StellvertreterIn.

Der Chartkommission kommen weitere Aufgaben gemäss dem Hitparadenreglement zu.

3.5 Kompetenzen Kontrollbeauftragte(r)

Die Chartkommission setzt eine(n) unabhängige(n) Kontrollbeauftragte(n) sowie eine(n) StellvertreterIn ein, welche bei Verdacht auf Manipulation bzw. Manipulationsversuche bei der Hitparadenermittlung und bei Durchsetzungsbedarf des Reglements von GfK beigezogen werden müssen (vgl. Ziff. 10).

3.6 Ausstandsregeln

Stehen der/die unabhängige Kontrollbeauftragte oder ihre/seine StellvertreterIn in einem engen beruflichen oder persönlichen Verhältnis zu einer Partei, welche unter Missbrauchsverdacht steht oder davon betroffen ist, tritt sie/er in den Ausstand. Dies namentlich dann, wenn ihre Unabhängigkeit und Unvoreingenommenheit objektiv als gefährdet erscheint.

3.7 Geheimhaltung

Die Mitglieder der Chartkommission sowie der/die unabhängige Kontrollbeauftragte bzw. seine/ihre StellvertreterIn sind zur Geheimhaltung verpflichtet. Als geheim gelten sämtliche Tatsachen, von denen die genannten Personen bei Ausübung ihrer Tätigkeit gemäss dem Hitparadenreglement Kenntnis erlangt haben (z.B. Geschäftsgeheimnisse von GfK und Informationen zu Manipulationsfällen).

4. Anforderungen an Verkaufsstellen («Wer kann melden?»)

4.1 Händlerpanel

GfK stellt nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln der Marktforschung und Statistik ein Händlerpanel von Verkaufsstellen zusammen, deren Verkaufsmeldungen von GfK bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade berücksichtigt werden können ("Händlerpanel"). Nachfolgend werden die Anforderungen für die Aufnahme von Verkaufsstellen ins Händlerpanel beschrieben.

4.2 Meldeberechtigung von Verkaufsstellen

Eine Verkaufsstelle ist meldeberechtigt (d.h., dass sie ihre Verkaufszahlen an GfK melden kann und ihre Verkaufsmeldungen zur Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade herangezogen werden), wenn sie jeweils folgende Anforderungen erfüllt:

- **Physische Verkaufsstellen** müssen in der Schweiz ansässig sein.
- **Online-Verkaufsstellen** (bspw. Download-Shops, Streaming-Anbieter und Mailorder-Shops) müssen eine „**ch-Domain**“ und/oder ihren Firmensitz bzw. eine Niederlassung in der Schweiz haben. Bei ihren Verkäufen muss es sich um direkte Verkäufe

an **Schweizer EndverbraucherInnen** handeln und allfällige Daten von Verkäufen in Territorien ausserhalb der Schweiz müssen getrennt ausgewiesen werden.

- Alle Verkaufsstellen und das Musikangebot an Kunden müssen **permanent** sein.
- Die Verkaufsmeldungen müssen **nachvollziehbar** sein. Die Anforderungen an eine nachvollziehbare Verkaufsmeldung werden von GfK bestimmt und den Verkaufsstellen kommuniziert. Grundsätzlich müssen die Verkaufsstellen ihre Meldungen wöchentlich bis Freitag 10:00 Uhr an GfK senden. Die Meldungen müssen nach Filialen aufgeteilt sein und insbesondere den EAN-Code, den ISRC, die Stückzahl, den Preis, den Titel des Tonträgers, den oder die InterpretIn sowie das Kaufdatum enthalten.
- Das Repertoire der Verkaufsstellen muss ausreichend breit (mind. 200 konstant angebotene Produkte) oder aus **marktforscherischer Sicht sonstwie relevant** sein, um nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln der Marktforschung und Statistik ein repräsentatives Ergebnis gewährleisten zu können.
- Über die **Aufnahme** von Verkaufsstellen in das Händlerchartpanel entscheidet GfK. Die Verkaufsstelle kann gegen den Entscheid der GfK Beschwerde analog Ziff. 8 einlegen. GfK informiert die Chartkommission einmal jährlich über die Verkaufsstellen.

4.3 Abgabezeitpunkt, Datenformat und Datenübermittlung

Der Abgabezeitpunkt, bis zu dem die Verkaufsstellen ihre Verkaufszahlen an GfK weitergeleitet haben müssen, wird von GfK einheitlich bestimmt und den Verkaufsstellen kommuniziert.

Die Verkaufsmeldungen der Verkaufsstellen werden GfK elektronisch übermittelt. Datenformat sowie die Modalitäten der Datenübermittlung der für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade notwendigen Daten werden von GfK einheitlich bestimmt.

5. Anforderungen an GfK («Wie ermittelt GfK die Charts?»)

5.1 Prozess

Die Verkaufsstellen übermitteln GfK die für die Erhebung der Offiziellen Schweizer Hitparade notwendigen Daten täglich bzw. wöchentlich (vgl. Ziff. 4.3). Die übermittelten Daten werden per Datenverarbeitungsanlage ausgewertet. Es erfolgt eine automatisierte Kontrolle (vgl. Ziff. 9) und Zuordnung der Daten, was GfK die Erstellung der Offiziellen Schweizer Hitparade ermöglicht.

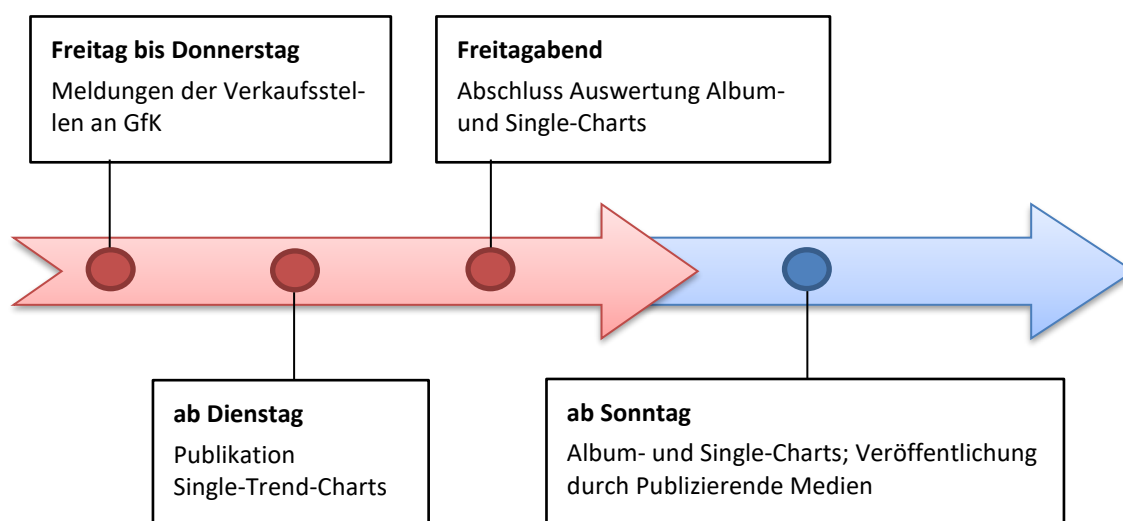
5.2 Zeitlicher Ablauf der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade

Der Zeitraum, in dem die Daten für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade erhoben und ausgewertet werden ("**Ermittlungszeitraum**"), umfasst wöchentlich die sieben Tage von Freitag bis Donnerstag. GfK teilt der Chartkommission, dem unabhängigen Kontrollbeauftragten und den Publizierenden Medien in der Regel am nächsten Tag (Freitag) das Ergebnis ihrer Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade mit. An Feiertagen kann GfK abweichende Ermittlungszeiträume festlegen (bspw. Karfreitag).

Vorbestellungen von physischen und digitalen Produkten werden der Woche ihrer Auslieferung an die EndverbraucherInnen zugeordnet.

Trend-Charts werden jeweils dienstags während des Ermittlungszeitraums erhoben und gleichzeitig den Publizierenden Medien mitgeteilt.

Der zeitliche Ablauf der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade ist wie folgt:



5.3 Mindestanzahl von Verkaufsmeldungen

Zur Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade müssen verwertbare Meldungen von mindestens 70% der dem Händlerpanel angehörenden physischen Verkaufsstellen vorliegen, damit die Qualität der Offiziellen Schweizer Hitparade gewahrt wird.

Ist bis zum Ende des Ermittlungszeitraums trotz Anstrengungen seitens GfK diese Anforderung nicht erfüllt, informiert GfK die Chartkommission. Deren Mitglieder entscheiden über das weitere Vorgehen.

6. Anforderungen an Verkäufe («Was kann gemeldet werden?»)

6.1 Grundsätzliches

Die Offizielle Schweizer Hitparade wird auf der Basis objektiver Kriterien ermittelt. Grundlage für diese Ermittlung bilden die von den Verkaufsstellen an GfK gemeldeten Verkaufszahlen der Schweiz.

Die nachfolgenden Anforderungen an Verkäufe von Alben und Singles müssen erfüllt sein, damit die Verkäufe von GfK bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade berücksichtigt werden. Erfüllen die von den Verkaufsstellen gemeldeten Verkäufe von Alben und Singles die nachfolgend beschriebenen Anforderungen nicht, werden diese Verkäufe nicht für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade gewertet.

6.2 Verkäufe an EndverbraucherInnen in der Schweiz

Damit Verkäufe von Alben und Singles für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade herangezogen werden, muss es sich um Verkäufe an EndverbraucherInnen in der Schweiz handeln.

6.3 Keine Gratis-Abgaben

Gratis-Abgaben von Alben und Singles zählen nicht für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade. Als Gratis-Abgaben gelten auch:

- Gratis-Streams, bei denen der Musikkonsum *nicht* dauerhaft an die Kenntnisnahme von bezahlter Werbung Dritter gekoppelt ist, sowie Gratis-Downloads, insbesondere dann, wenn diese durch spezielle Sponsoringkampagnen finanziert werden;
- Verkäufe von Premiumprodukten (vgl. Ziff. 2.1);
- Lockvogel- sowie Wühltisch-Angebote (vgl. Ziff. 2.1).

6.4 Anzahl Verkaufsstellen

Qualifiziert für die Charts sind Alben und Singles, welche Verkaufsmeldungen von mindestens zwei Verkaufsstellen (physisch oder digital) auf sich vereinen.

Mit dieser Qualifikationsregel soll verhindert werden, dass durch nicht-repräsentativ hohe Verkaufswerte bei wenigen Verkaufsstellen oder einer kleinen Zahl von Grosskunden oder Handelsketten ungerechtfertigte Platzierung erzielt werden.

Pro Verkaufsstelle werden für die Erhebung aus technischen Gründen nur Verkaufsmeldungen der Top 10'000 Titel berücksichtigt. Erreicht eine Verkaufsstelle diese Schwelle nicht, wird sie für die Mindestanzahl der Verkaufsstellen gemäss Absatz 1 nicht berücksichtigt.

6.5 Maximale Anzahl Titel pro KünstlerIn

Es werden **maximal drei Titel** pro KünstlerIn in den Single-Charts aufgelistet. Falls mehr als drei Titel vom gleichen KünstlerIn gewertet werden könnten, sind nur die drei besten Rangierungen in den Single-Charts aufzulisten.

In Ausnahmefällen, wie z.B. Todesfällen oder besonderen Auszeichnungen von KünstlerInnen, kann von dieser Bestimmung abgewichen werden.

6.6 Versionen / «ähnliche» Produkte

Gemeinsam (d.h. als ein Titel) gewertet werden:

- **Remixe** desselben Titels. Wird dieselbe Komposition bzw. Aufnahme als Remix mit einem neuen Titel versehen, ergibt sich daraus kein neuer Titel.
- **Verschiedene Versionen/Formate** eines Tonträgers, deren Inhalt identisch ist. Weichen einzelne Tonträger voneinander ab (z.B. Bonustitel auf nur einem Format), die jedoch in einem Bezug zum Originalwerk (Standard CD) stehen, werden die Formate trotzdem zusammengezählt.
- Unterschiedliche **Sprachversionen** eines Titels mit gleichem Inhalt.

6.7 Unerheblichkeit der Unterscheidung zwischen physischem und digitalem Vertrieb

Die Vertriebsart ist für die Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade unerheblich. Physischer und digitaler Vertrieb sowie Streaming werden gleichbehandelt. Ebenso ist es (vorbehaltlich abweichender Regelungen in diesen Ausführungsbestimmungen) grundsätzlich unerheblich, ob das Album bzw. die Single selbst nur physisch oder auch (oder nur) digital erhältlich ist.

6.8 Beimischung von Streams

Streams werden für die Ermittlung der **Single-Charts** berücksichtigt und durch den Beimischungsfaktor, also im Verhältnis der durchschnittlichen Wertschöpfung von einem Stream zu einem Download, der Single-Charts beigemischt.

Streams werden auch für die Ermittlung der **Album-Charts** berücksichtigt und wie folgt beigemischt: Die drei meistgestreamten Titel eines jeden Albums werden auf den Streaming-Durchschnitt aller anderen Titel des jeweiligen Albums heruntergestuft. Die Streams der anderen Titel werden unverändert gezählt. Die Summe der Streams der drei abgewerteten Top-Titel und aller anderer Titel des Albums wird dann durch den Faktor 10 (allgemein durchschnittliche Anzahl Titel pro Album) geteilt und nach der Multiplikation mit dem Beimischungsfaktor hinzugerechnet.

7. Veröffentlichung der Offiziellen Schweizer Hitparade

Die Offizielle Schweizer Hitparade und deren Chartderivate werden von GfK an verschiedene Publizierende Medien übermittelt und von diesen veröffentlicht. In der Offiziellen Schweizer Hitparade werden insbesondere Rang, Titel und Interpreten genannt.

8. Beschwerdeverfahren («Wer kann sich beschweren?»)

8.1 Einleitung Beschwerdeverfahren

Beschwerdeberechtigung: Jede natürliche oder juristische Person, welche ein **schutzwürdiges Interesse** hat und die **Vertriebstätigkeit** an der Aufnahme tatsächlich ausübt, kann das Beschwerdeverfahren einleiten, indem sie ihre Beschwerde per E-Mail an GfK (contact.entertainment@gfk.com) richtet. Das schutzwürdige Interesse setzt voraus, dass die Person einen praktischen Nutzen an der Gutheissung der Beschwerde hat und von der Wertung des betreffenden Produkts in der Hitparade unmittelbar betroffen ist. Beschwerdeberechtigt sind auch Verkaufsstellen in Bezug auf deren Aufnahme in das Händlerpanel (vgl. Ziff. 4).

Formelle Prüfung durch GfK: GfK prüft die Beschwerdeberechtigung. Fehlt diese, tritt GfK auf die Beschwerde nicht ein, teilt ihren negativen Entscheid schriftlich mit und ist nicht weiter auskunftspflichtig. GfK kann ihren Entscheid begründen.

Materielle Prüfung durch GfK: Bejaht GfK die Beschwerdeberechtigung, prüft sie materiell die Reglementsconformität der Erhebung. Nach Abschluss der materiellen Prüfung korrigiert GfK die Erhebung oder bestätigt sie gegenüber dem/der BeschwerdeführerIn schriftlich mit der Angabe der summierten Stückzahlen, welche für die die Hitparade gezählt werden.

8.2 Fortführung Beschwerdeverfahren

Tritt GfK auf die Beschwerde nicht ein oder bestätigt sie die Korrektheit der Erhebung, kann der/die BeschwerdeführerIn die Beschwerde fortführen. Hierzu hat er/sie den Sachverhalt umfassend schriftlich darzulegen und zu begründen sowie mittels Beilage geeigneter Dokumente und anderer Beweismittel zu belegen. Die Beschwerde ist an GfK per E-Mail einzusenden.

GfK stellt den Sachverhalt, die Korrespondenz, die eingereichten Belege inkl. einer von GfK begründeten Empfehlung zuhanden der Chartkommission zusammen und übergibt das Dossier an

den/die Vorsitzende(n) der Chartkommission. Der/die Vorsitzende der Chartkommission prüft die Vollständigkeit und Qualität der Unterlagen und sendet das Dossier an die Chartkommissionsmitglieder zur Beurteilung.

Heisst die Chartkommission die Beschwerde gut, zählen sämtliche Verkäufe für die nächstfolgende Chartwoche. Es zählen dabei nur diejenigen Verkäufe der beanstandeten Chartwoche. Weist die Chartkommission die Beschwerde ab, erhält der/die BeschwerdeführerIn eine schriftliche Begründung durch den/die Vorsitzende(n) der Chartkommission.

Heisst die Chartkommission eine Beschwerde gegen einen Nichteintretensentscheid der GfK gut, kann sie die Sache zur materiellen Prüfung an GfK zurückweisen oder, falls der Sachverhalt ausreichend klar feststellbar ist, direkt materiell beurteilen.

8.3 Abschluss Beschwerdeverfahren

Die Chartkommission entscheidet endgültig.

9. Kontrollmechanismen («Wie werden Fehler und Manipulationen verhindert?»)

9.1 Allgemeine Kontrolle

GfK überprüft die elektronisch erfassten Verkaufsmeldungen, die hierfür vor der Verarbeitung durch ein mehrstufiges Kontrollverfahren (mittels Fraud Detection System) laufend nach einer Reihe von Kriterien überprüft werden. Hierzu gehören der zeitliche Ablauf von Meldungen eines Albums bzw. einer Single pro Tag und Woche sowie Mehrfachmeldungen eines Albums bzw. einer Single in einem Registriervorgang. Abweichungen von Durchschnittsmeldungen führen zu weiteren Überprüfungen.

GfK vergleicht ausserdem die sich aus den Meldungen ergebenden Verkäufe nach Alben bzw. Singles und Verkaufsstellen und sucht systematisch nach Datenkonstellationen, die unlogisch, unwahrscheinlich oder fehlerhaft sein könnten, um z.B. Erfassungsfehler erkennen und ausschliessen zu können.

9.2 Verkaufsstellenbezogene Kontrolle

Die Meldungen aller einzelnen Verkaufsstellen werden mit der individuellen Höchstgrenze der Meldungen pro Album bzw. Single verglichen, die sich aus dem tatsächlichen gesamten Meldevolumen der jeweiligen Verkaufsstelle ergibt. Stellt GfK nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln der Marktforschung und Statistik Überschreitungen von statistischen Toleranzgrenzen fest, kann die GfK die betreffende Meldung nach anerkannten Regeln der Marktforschung und Statistik sowie nach Rücksprache mit dem unabhängigen Kontrollbeauftragten anpassen.

9.3 Produktbezogene Kontrolle

Nach der Eingabe der Verkaufsmeldungen ermittelt die Datenverarbeitungsanlage die Summe der Meldungen und errechnet hier die Durchschnittsmeldung aller Alben bzw. Singles pro Verkaufsstelle. In einem Prüfungsprotokoll werden pro Verkaufsstelle und pro Album bzw. Single Abweichungen der individuellen Meldung vom vorgenannten Mittelwert ausgewiesen. Übersteigen diese Abweichungen ein nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln der Marktforschung und Statistik üblicherweise zu erwartendes Mass, wird die entsprechende Meldung

geprüft und gegebenenfalls von GfK nach anerkannten Regeln der Marktforschung und wissenschaftlichen Erkenntnissen der Statistik angepasst.

In einem weiteren Prüfungsprotokoll werden pro Album bzw. Single die Meldungen nebeneinander aufgelistet. Erkennbare Unregelmässigkeiten führen zu einer weiteren Kontrolle der jeweiligen Meldung.

Weitergehende Kontrollen werden von GfK nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln der Marktforschung und Statistik titelweise und verkaufsstellenbezogen durchgeführt und permanent weiterentwickelt.

9.4 Kontrolle bei Missbrauchsverdacht bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade

Bei ungewöhnlichen Messungen nimmt GfK eine Prüfung vor, ob Anhaltspunkte für einen Missbrauch vorliegen.

Ein Missbrauch liegt insbesondere dann vor, wenn:

- Verkaufs- bzw. Streamingzahlen oder entsprechende Daten vorgetäuscht, unterschlagen, gefälscht oder verfälscht werden;
- Musikprodukte unlauter angekauft/gestreamt werden, um die chartrelevanten Gesamtmeldungen verzerrend in die Höhe zu treiben;
- Produkte, die der Chartermittlung unterliegen, wissentlich mit falschen Bestell- oder Katalognummern versehen werden.

10. Verfahren, Massnahmen und Sanktionen gegen Missbräuche bzw. Missbrauchsversuchen

10.1 Verfahren

Bei Verdacht auf Missbrauch(versuch) bei der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade prüft die GfK die Sachlage und zieht den / die unabhängige(n) Kontrollbeauftragten bzw. den/die StellvertreterIn bei. Dieser bzw. sein(e) StellvertreterIn muss GfK noch gleichentags Rückmeldung erstatten, sofern die Meldung von GfK vor 12 Uhr bei ihm eingetroffen ist. Erfolgte die Meldung nach 12 Uhr, so muss die Rückmeldung bis spätestens um 12 Uhr des Folgetages bei GfK eingetroffen sein. GfK steht für weitere Abklärungen und Rückfragen zur Verfügung, wozu den Betroffenen (Vertrieb und Künstler) Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt wird.

Sind weder der unabhängige Kontrollbeauftragte noch sein(e) StellvertreterIn am Tag der Meldung erreichbar oder in der Lage, die erforderlichen Ermittlungen fristgerecht durchzuführen, sind ausnahmsweise die erreichbaren Mitglieder der Chartkommission befugt, die Funktion des/der Kontrollbeauftragten auszuüben. Gleiches gilt, falls sowohl der/die Kontrollbeauftragte als auch sein(e) StellvertreterIn in den Ausstand treten.

Den verdächtigten Betroffenen wird angemessen Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt.

10.2 Sofortmassnahmen

Besteht begründeter Verdacht, dass ein Missbrauch(versuch) vorliegt, kann GfK das Produkt, auf das sich der begründete Verdacht bezieht, bis zur Aufklärung, längstens jedoch vier Wochen, von der Aufnahme in die Offizielle Schweizer Hitparade ausschliessen.

Die Sofortmassnahme ist unverzüglich aufzuheben, sobald die Ermittlungen den Verdacht nicht bestätigen bzw. der Verdacht nicht mehr begründet ist.

10.3 Sanktionen

Stellt der/die Kontrollbeauftragte abschliessend einen Missbrauch bzw. Missbrauchsversuch fest, verfügt er/sie angemessene produktbezogene und/oder persönliche Sanktionen und unterrichtet die Chartkommission, GfK und die von den Sanktionen unmittelbar betroffenen Personen. Die Massnahmen und Sanktionen sind sofort vollziehbar.

Missbräuchliches Verhalten Dritter ist dem Verstossenden zuzurechnen, wenn der Verstossende das Verhalten veranlasst, unterstützt oder geduldet hat.

Die Verfahrenskosten sind dem/der Sanktionierten angemessen aufzuerlegen. Bei nicht fristgerechter Bezahlung verfügt der/die Kontrollbeauftragte ersatzweise zusätzliche persönliche und/oder produktbezogene Sanktionen.

Produktbezogene Sanktionen: Das betroffene Produkt kann für eine Dauer von bis zu sechs Monaten von der Offiziellen Schweizer Hitparade ausgeschlossen werden. Die Dauer einer allfälligen Sofortmassnahme wird an die Dauer des Ausschlusses angerechnet.

Im Wiederholungsfall können mehrere oder sämtliche Produkte des gegen das Hitparadenreglement Verstossenden für eine Dauer von bis zu zwölf Monaten von der Ermittlung der Offiziellen Schweizer Hitparade ausgeschlossen werden.

Persönliche Sanktionen: Als persönliche Sanktionen kommen insbesondere in Frage:

- **Strafzahlung** von bis zu Sfr. 10'000, zahlbar an die Stiftung Phonoproduzierende, Bern. Wird die Strafzahlung nicht fristgerecht geleistet, wird sie vom / von der Kontrollbeauftragten in eine angemessene andere persönliche oder produktbezogene Sanktion umgewandelt.
- **Veröffentlichung** der Verfügung des/der Kontrollbeauftragten.
- **Mitteilung der Verfügung** an einen Berufs- bzw. Branchenverband, dem der / die Sanktionierte angehört.

Weitere Sanktionen durch Branchen- und Berufsverbände gemäss deren Regularien bleiben vorbehalten.

ⁱ Fassungen:

In Kraft seit 12. Juli 2012, revidiert per 1. Januar 2014, 27. Juni 2014, 1./29. April 2016, 30. September 2016, 13. April 2017, 1. Januar 2018, 7. Mai 2021, 30. Dezember 2022.