

(Entscheid der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen, 16. April 1987)

Fernmeldeverkehr. Fernsehen. Beanstandung einer Unterhaltungssendung, in welcher gewisse Szenen vom Alkoholkonsum handeln. Legitimation des Beauftragten für Prävention eines kantonalen Sanitätsdepartements. Tragweite des Verbots der Werbung für alkoholische Getränke. Keine Konzessionsverletzung angesichts der zeitlich und inhaltlich unerheblichen Bedeutung der beanstandeten Szenen.

Télécommunications. Télévision. Plainte contre une émission récréative dont certains passages ont trait à la consommation d'alcool. Qualité pour agir reconnue au délégué à la prévention d'un département cantonal de la santé publique. Portée de l'interdiction de la publicité pour les boissons alcooliques. Aucune violation de la concession au regard de l'importance insignifiante, en durée et sur le fond, des scènes incriminées.

Telecomunicazioni. Televisione. Ricorso contro un'emissione ricreativa nella quale alcune scene trattano del consumo d'alcool. Legittimazione del delegato alla prevenzione di un dipartimento cantonale della sanità pubblica. Portata del divieto della pubblicità per le bevande alcoliche. Nessuna violazione della concessione in considerazione dell'irrelevante importanza, nella durata e nel contenuto, delle scene incriminate.

I

A. Am 5. Januar 1987 hat das Deutschschweizer Fernsehen (DRS) einen 53 Minuten dauernden Film von Urs Studer und Sepp Trütsch ausgestrahlt, in dem Bilder aus der winterlichen Alpenwelt - untermalt von volkstümlicher Musik - zu sehen sind.

Der Film besteht zur Hauptsache aus beeindruckenden Aufnahmen aus der verschneiten Bergwelt, in der Skifahrer herrliche Abfahrten, Skitouren, Sprünge oder andere akrobatische Skidemonstrationen vorführen. Sepp Trütsch ist mit von der Partie und führt durch die Sendung zu den verschiedenen Orten in den Schweizer Alpen. Er stellt die aus der jeweiligen Gegend stammenden volkstümlichen Musikensembles vor, die die Bilder begleiten oder in Gaststätten aufspielen, und ist auch als Sänger zu hören. Eines seiner Lieder (gesungen zusammen mit Vic Eugster) ist dem «Après-Ski» gewidmet. Gegen Ende der Sendung spielt Trütsch auch in einem Sketch über Alkoholschmuggel aus Samnaun mit.

B. Gegen diese Sendung hat am 13. Januar 1987 der Beauftragte für Prävention eines kantonalen Sanitätsdepartements eine Beschwerde eingereicht. Er beanstandet insbesondere vier Szenen, in denen für alkoholische Getränke geworben worden sei: (a) Das «Après-Ski-Lied» habe suggeriert, mit Alkohol komme man schneller zu einem Kuss. Trütsch habe einer jungen Frau das Glas zum Mund geführt und sie so zum Trinken verleitet. (b) In einer Sequenz sei ein «Trinkgelage» auf der Skipiste gezeigt worden, was angesichts der häufigen Unfälle infolge Alkohols unverständlich sei. (c) In einer weiteren Szene habe Trütsch dem hintersten Fahrer einer startenden Skigruppe zugerufen, er soll den Rucksack mit dem Wein nicht vergessen. (d) Am schweizerisch-österreichischen Zoll hätten die Skifahrer gesagt, man habe alles schon getrunken, und die Mädchen seien jetzt in Stimmung. Ein Mann habe eine Schnapsflasche mit gut sichtbarer Markenbezeichnung gezeigt. Die Sendung beinhalte eine Umgehung des Werbeverbots für Alkoholika. Mit dem Animieren zum Alkoholtrinken - das gerade Jugendliche mit Beziehungsproblemen treffen könne, für die berühmte Persönlichkeiten Vorbilder seien - habe das Fernsehen auch gegen die Konzessionsgebote, insbesondere zur sittlichen Bildung beizutragen und den Interessen des Landes zu dienen, verstossen (Art. 13 Abs. 1 der Konzession SRG, BBl 1981 I 311).

...

II

1. ...

Zur Legitimation führt der Bundesbeschluss aus, dass einzelne Personen, Behörden oder Vereinigungen eine Beschwerde einreichen können, wenn sie eine enge Beziehung zum Gegenstand der beanstandeten Sendung besitzen (Art. 14 Bst. b und c des BB vom 7. Oktober 1983 über die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen, SR 784.45, im folgenden BB). Voraussetzung zum Nachweis der engen Beziehung ist nach Praxis der Unabhängigen Beschwerdeinstanz, dass jemand entweder selber direkt Gegenstand der fraglichen Sendung ist oder sonst ein besonderes persönliches Verhältnis zu ihrem Inhalt hat und sich damit von den übrigen Programmkonsumenten unterscheidet (vgl. VPB 51.29 und 50.20, S. 133).

Zur Frage der engen Beziehung zum Thema «Alkoholkonsum/-missbrauch» ist festzustellen, dass sich der Beschwerdeführer damit besonders intensiv befasst. Obwohl sich sein Präventionsauftrag nicht allein auf Alkohol konzentriert, sondern auch andere Suchtmittel wie Tabak, Medikamente oder illegale Drogen umfasst, hebt er sich dennoch von den meisten übrigen Programmkonsumenten ab. Der ausdrückliche Auftrag zur Alkoholprävention unterscheidet ihn beispielsweise von den allgemein in der Medizin tätigen Personen. Er unterscheidet ihn ebenso von anderen, mit der Problematik verbundenen Leuten, die sich vielleicht in grosser Zahl aus Überzeugung damit befassen, aber nicht ein Haupttätigkeitsgebiet darin erblicken; bei deren Anerkennung einer engen Beziehung entstünde in der Tat eine nicht mehr zählbare Menge gleicher Beschwerdeführer, womit die geringe, aber bewusst errichtete Hürde der Populareingabe nach Art. 14 Bst. a BB umgangen wäre. Ist dem im vorliegenden Fall nicht so, kann dem Beschwerdeführer mithin eine enge Beziehung im Sinne des Bundesbeschlusses zugewilligt werden.

Zur Frage, ob eine enge Beziehung zum Hauptgegenstand der Sendung vorliegen muss, hat die Beschwerdeinstanz bis heute nicht explizit, aber sinngemäss Stellung bezogen, indem sie etwa in der Sendung «Le Défi» des welschen Fernsehens vom 6. Februar 1985, in welcher Franz Weber und seine Tätigkeiten im Mittelpunkt standen (Hauptgegenstand), einen kurzen Filmausschnitt untersuchte, der Ciba-Geigy betraf und den diese ausschliesslich beanstandet hatte. Die Beschwerdeinstanz billigte der Firma eine enge Beziehung zu diesem (in der gesamten Sendung nicht zentralen) Gegenstand zu und untersuchte den Fall - ohne die übrigen Passagen zu begutachten (VPB 50.18). In ähnlicher Weise kann auch im vorliegenden Fall der Beschwerdeführer die von ihm aufgezählten Sequenzen beanstanden. Seine Legitimation wäre aber zu verneinen, soweit es um die anderen Themen der Sendung ginge. Ebenso beschränkt sich die Beurteilung der Beschwerdeinstanz auf die Aspekte der Sendung im Zusammenhang mit Alkohol; bezüglich anderer Punkte liegen keine Beanstandungen vor (vgl. Art. 1 BB).

Somit tritt die Unabhängige Beschwerdeinstanz auf die Eingabe ein.

2. Neben der Verletzung von Art. 13 Abs. 1 Konzession SRG macht der Beschwerdeführer auch eine Umgehung des Werbeverbots für Alkoholika geltend.

Das in Art. 9 Bst. e der Weisungen des Bundesrates über die Fernsehwerbung vom 15. Februar 1984 (BBl 1984 I 364) enthaltene Verbot zur Werbung für alkoholische Getränke bezieht sich auf Werbesendungen (Werbespots) und fällt daher in diesem Fall ausser Betracht. Allerdings widerspräche es den Zielsetzungen der Konzession, wenn eine Umgehung des Verbots mittels unzulässiger Schleichwerbung im normalen Programm praktiziert würde. Davon kann aber hier nicht gesprochen werden. Abgesehen von der Frage, ob die vorgeworfene Animierung zu Alkoholkonsum weniger mit dem Problem der in Art. 14 Konzession SRG unter anderem auch erwähnten indirekten Werbung (für ein Produkt oder eine Branche) als vielmehr mit allgemeinen programmlichen Zielsetzungen verbunden ist, hat allein die Tatsache, dass im Film alkoholische Getränke zu sehen sind, noch nichts mit verbotener Werbung zu tun. Ansonsten wären keine Sendungen mehr realisierbar, weil jeder sichtbare Gegenstand auf seine Weise eine gewisse Werbewirkung auslöst. Von Schleichwerbung kann erst gesprochen werden, wenn mit dem betreffenden Produkt allein ein Selbstzweck verfolgt wird, der weder einem Informationsbedürfnis dient, noch sonstwie eine erklärbare Einbettung in einer Sendung findet. Dann kann allenfalls die Werbewirkung derart in den Vordergrund treten, dass offensichtlich Schleichwerbung vorliegt. Im Zusammenhang mit deren Zulässigkeit wäre anschliessend abzuklären, ob weitere programmliche Aspekte (z. B. Transparenz für das Publikum über diese Vorgänge, Alkoholverbot im Sinne seiner gesundheitspolitischen Zielsetzung) oder Vorschriften in finanzieller Hinsicht (z. B. bezahlte indirekte Werbung, was allerdings vom Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement [EYED] zu überprüfen wäre) missachtet worden sind. Im vorliegenden Fall steht aber - wie hinten dargelegt (Ziff. 11) - nicht die Werbewirkung für alkoholische Getränke im Vordergrund. Diese stehen in einem Zusammenhang mit dem übrigen Ablauf der Sendung. Dies gilt insbesondere für die Szene an der Grenze, wo selbst bei Erkennbarkeit der Schnaps-Marke nicht behauptet werden kann, deren Anpreisung habe im Vordergrund gestanden. Von einer Verletzung von Werbebestimmungen kann deshalb nicht gesprochen werden. Das Werbeverbot von Art. 14 Konzession SRG wird nicht berührt.

3. Bezüglich Art. 13 Abs. 1 Konzession SRG verweist der Beschwerdeführer auf den ersten Satz, der verlangt, dass die Programme die kulturellen Werte des Landes zu wahren und zu fördern haben und zur geistigen, sittlichen, religiösen, staatsbürgerlichen und künstlerischen Bildung beitragen sollen. Ausserdem zitiert der Beschwerdeführer die Bestimmung, nach welcher die Programme so zu gestalten sind, dass sie den Interessen des Landes dienen (dritter Satz von Art. 13 Abs. 1 Konzession SRG).

Die Unabhängige Beschwerdeinstanz hat schon mehrfach festgestellt, dass sich die Programmbestimmungen von Art. 13 nur zum Teil auf einzelne, in sich abgeschlossene Aussagen innerhalb eines Beitrages oder auf einzelne oder mehrere Sendungen allein beziehen. Die Zielsetzungen im ersten und dritten Satz von Art. 13 Konzession SRG richten sich an das Programmangebot als Ganzes. Nicht jede Einzelsendung hat einen konkreten Beitrag dazu zu leisten. Unzulässig wären indessen Ausstrahlungen, die in direktem Gegensatz zu diesen Verpflichtungen stünden, ihnen geradezu entgegenwirkten, etwa infolge eines ausschliesslich destruktiven Charakters. Solche Sendungen könnten vor den Anforderungen der Konzession nicht mehr standhalten (vgl. VPB 51.29, VPB 50.81, S. 490).

4. Die Beschwerdeinstanz hat die Fernseh-Sendung visioniert, die beanstandeten Teile auf die in Frage stehenden Bestimmungen hin untersucht und ist zu folgendem Ergebnis gekommen:

a. In der ersten beanstandeten Szene singen Sepp Trütsch und Vic Eugster zusammen in einer Gaststätte das «Après-Ski-Lied». Auf unterhaltsame Weise werden die Tätigkeiten neben der Piste und am Abend geschildert. Dabei ist auch von Wein und Schwips die Rede; und in der Tat soll ein «Gläschen» für den Flirt behilflich sein. Das ganze Lied erweckt aber bei weitem nicht den Eindruck einer übermässigen Aufforderung zum Alkoholkonsum. So wird das Fernsehbild beispielsweise nicht von Weingläsern oder -Haschen dominiert, sondern vom stattfindenden Fondue-Essen. Das Lied besteht aus witzigen Texten mit einer eingängigen Melodie und weist parodistische Züge auf. So erzählt es ebenfalls ausführlich von den Après-Ski-Vorzügen wie geringerer Verletzungsgefahr oder grösserer Munterkeit am Abend im Vergleich zu den müden Skifahrern. Diese Elemente zeigen, dass nicht der Alkohol als solcher im Vordergrund gestanden hat. In diesem Sinne ist auch die Szene, in der Trütsch einer jungen Frau ihr Glas reicht, nicht erheblich neben den weiteren Passagen oder neben den Augenblicken, in denen er anderen Gästen eine Gabel mit Fondue reicht.

b. Bei der zweiten beanstandeten Szene handelt es sich um eine kurze Rast während einer Abfahrt. Im Bild sind für rund 20 Sekunden die Mitglieder der Ski-Gruppe beim Essen und Weintrinken am Rand der Piste zu sehen. In dieser Sequenz kann man sich mit dem Beschwerdeführer fragen, weshalb der Film nicht auf die Präsentation mit Alkohol verzichtet hat. Weder die Sendung noch die Szene selber hätten an Attraktivität eingebüsst. Allerdings kann von einem Trinkgelage nicht die Rede sein. Auch sah man, nur kurz, nicht mehr als vier Personen gross im Bild mit Wein. Deshalb und angesichts der Kürze der ganzen Sequenz erlangt sie keine nennenswerte Bedeutung. Zudem handelt es sich um eine offenbar nicht ganz realitätsferne (Un-)Sitte einer Art von Gipfeltrunk. Insgesamt hinterlässt die Passage keinen entscheidenden Eindruck für die Sendung.

c. Die vorstehenden Ausführungen gelten auch in bezug auf den Satz von Trütsch, mit dem er einen Fahrer erinnert, den Wein im Rucksack nicht zu vergessen. Zunächst bleibt die Aussage auch ohne weiteren Zusammenhang im Raum stehen. Erst nach der Abfahrt, die beim österreichischen Zollhaus endet, kann man bei entsprechender Erinnerung erraten, dass damit offenbar der nachfolgende Schmuggelsketch eingeleitet werden sollte. Wenn auch vielleicht überflüssig, darf dieses drei Sekunden dauernde Zwischenspiel nicht überbewertet werden.

d. Die Szene an der schweizerisch-österreichischen Grenze weist einen deutlich kabarettistischen Charakter auf und stellt weniger den Alkohol in den Vordergrund als die Darstellung des offensichtlich sehr unbeholfenen Versuchs, zu schmuggeln, oder gar die Zöllner dazu zu bewegen, grosszügig wegzusehen. Dass der Film bei seinem Halt im Samnaun dieses Thema aufgreift, hat nach Auffassung der Beschwerdeinstanz weniger mit der Anpreisung von Alkohol zu tun, als mit dem von der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) erwähnten «Schnaps Tourismus» infolge der zollfreien Zone, der ein geeignetes Sujet für einen Sketch abgegeben hat. Jedenfalls kann man nicht von einer unzulässigen Verherrlichung oder Förderung des Konsums sprechen. Der Sketch hat, auch mit dem Versuch der Sprecher der Gruppe, die österreichische Sprache nachzuahmen, ein weiteres auflockerndes Element in die Sendung gebracht.

Wenn man den ganzen Film betrachtet, so ist festzustellen, dass den beanstandeten Sequenzen von der zeitlichen, aber auch von der inhaltlichen Bedeutung her mit Bezug auf die Vorwürfe des Beschwerdeführers kein grosses Gewicht zukommt. Vergleicht man die Sendung mit anderen Beiträgen, beispielsweise Berichterstattungen in Nachrichtensendungen mit oftmals

krassen Bildern (etwa von kriegerischen Auseinandersetzungen) oder auch mit vielen Spielfilmen, so nehmen sich die hier zur Diskussion stehenden Passagen einigermaßen harmlos aus; man kann ihnen keinesfalls jene destruktive Wirkung beimessen, die eine Konzessionsverletzung begründete. Der Film hat nicht geradezu zum Alkoholkonsum verleiten wollen.

5. Gleichwohl kann man sich fragen, weshalb ein Film dieser Art, der selber nicht unbedingt ein realistisches Bild aus der schweizerischen Alpenwelt vermitteln will, sondern laut Sepp Trütsch eine Auswahl schöner Gegenden zeigt, nun gerade in der Darstellung des Alkohols die Realität nachzeichnen oder nachempfinden soll, wie es die SRG erklärt. In dieser Beziehung sind die Einwände des Beschwerdeführers, die er auch mit verschiedenen Zeitungsausschnitten dokumentiert, berechtigt und verständlich. Wie oben dargelegt, sind sie aber konzessionsrechtlich nicht relevant. Es fällt in die Kompetenz des Fernsehens als «gesellschaftliches Medium», hier das ihm richtig erscheinende Mass an Realität zu finden. So, wie es auch in den anderen Sendungen abwägen muss, wieviel «Realität» - auch was etwa das Angebot auf dem Spielfilmmarkt anbelangt - es an das Publikum weitervermitteln will, verhält es sich im vorliegenden Fall. Damit ist auch gesagt, dass die Konzession - mit Ausnahme von krassen Auswüchsen - keine genügende Rechtsgrundlage bildet, um mittels Radio und Fernsehen gesellschaftliche Phänomene zu steuern (vgl. VPB 51.29).

6. Was die Anregung des Beschwerdeführers bezüglich einer verbindlichen Regelung über Tabak- und Alkoholkonsum während der Ausstrahlung von Sendungen anbelangt, so ist die Unabhängige Beschwerdeinstanz dafür der falsche Adressat; der Bundesbeschluss gestattet ihr nur die Überprüfung von Sendungen hinsichtlich der Konzession (vgl. Art. I und 17 BB) und gibt ihr keine Kompetenz zur Anordnung irgendwelcher Massnahmen (vgl. Art. 21 und 22 BB). Der Beschwerdeführer kann seinen Wunsch - soweit er nicht schon erfüllt ist - nur an die SRG selber richten.

7. Damit gelangt die Beschwerdeinstanz zum Ergebnis, dass die Sendung aus konzessionsrechtlicher Sicht nicht beanstandet werden kann.

Dokumente der UBI