

(Auszug aus einem Entscheid der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen vom 7. Juni 1991)

Fernsehen. Aufsicht über die Werbung.

Art. 17 BB UBI. Art. 4 und 15 Konzession SRG. Art. 3 Abs. 3 der Weisungen des Bundesrates über die Fernsehwerbung (BBI 1984 1364).

- Das Verbot der Mitwirkung eines Fernseh-Mitarbeiters in Werbesendungen bezweckt die Gewährleistung der Transparenz einer Sendung; dementsprechend unterliegt die Beachtung dieser Bestimmung der Programmaufsicht der UBI.

- Keine Rechtsverletzung durch ein Werbespot für eine Anleihe der SRG.

Télévision. Surveillance de la publicité.

Art. 17 AF AIEP. Art. 4 et 15 Concession SSR. Art. 3 al. 3 des Instructions du Conseil fédéral sur la publicité à la télévision (FF 1984 1369).

- L'interdiction faite aux collaborateurs de la télévision de se produire dans des émissions publicitaires vise à garantir la transparence d'une émission; en conséquence la surveillance du respect de cette disposition incombe à l'AIEP.

- Aucune violation du droit dans un spot publicitaire pour un emprunt de la SSR.

Televisione. Vigilanza sulla pubblicità.

Art. 17 DF AIER. Art. 4 e 15 Concessione SSR. Art. 3 cpv. 3 delle Istruzioni del Consiglio federale sulla pubblicità televisiva (FF 1984 1455).

- Il divieto per un collaboratore della televisione di partecipare a trasmissioni pubblicitarie mira a garantire la trasparenza di un'emissione; conseguentemente la vigilanza del rispetto di questa disposizione incombe all'AIER.

- Nessuna violazione del diritto in uno spot pubblicitario per un prestito della SSR.

Erstmals am 29. November 1990 wurde ein Werbespot für eine Anleihe der Schweizerischen Radio und Fernsehgesellschaft (SRG) im Rahmen der Werbeblöcke des Fernsehens der deutschen und der rätoromanischen Schweiz (DRS) ausgestrahlt. Mit dem Logo der SRG gekennzeichnet warb eine unbekannte Stimme für die Unterzeichnung der Anleihe. Stumme Bilder von einigen populären SRG-Produktionen (Informationssendungen, Sportveranstaltungsübertragungen und so weiter) dienten dabei der Untermalung.

Eine bei der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) erhobene Beschwerde beanstandet, die obgenannte Ausstrahlung hätte Art. 4 und 15 der Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft vom 5. Oktober 1987 (Konzession SRG, BBI 1987 III 813 f.) sowie die Weisungen des Bundesrates über die Fernsehwerbung vom 15. Februar 1984 (BBI 1984 I 364 ff.; hiernach Weisungen) verletzt.

Nach Auffassung des Beschwerdeführers ist die genannte Reklame ausserhalb der Werbeblöcke platziert worden. Demzufolge habe diese Sequenz, deren Werbecharakter offensichtlich gewesen sei, den Grundsatz der klaren Trennung von Programm und Werbung (Art. 4 und 15 Konzession SRG in Verbindung mit Art. 3 Weisungen) missachtet. Der gerügte Spot, der weder eine Wirtschaftswerbung - als öffentlich-rechtliche Körperschaft könne die SRG weder Subjekt noch Objekt von Wirtschaftswerbung sein - noch Werbung für gemeinnützige Aktionen darstelle, müsse daher als Werbung in eigener Sache qualifiziert werden. Da dieser Spot auch keine Eigenwerbung im Sinne der Rechtsprechung der UBI sei - zulässige Eigenwerbung zielt auf eine verstärkte Hörerbindung und Identifikation mit dem Programm ab -, sei er gemäss der zitierten Rechtsprechung sowie Art. 8 Weisungen unzulässig.

Der Beschwerdeführer rügt weiter, der Beitrag sei geeignet gewesen, das Publikum in seiner freien Meinungsbildung einseitig zu beeinflussen, da ein Fernsehmitarbeiter mit seiner dem Publikum vertrauten Stimme im Spot mitwirkte.

Schliesslich macht der Beschwerdeführer noch geltend, es fehle für die SRG-Anleihe an einer rechtlichen Grundlage (vgl. Art. 14-16 Konzession SRG: Finanzierung der SRG), und die SRG, die den Spot selbst produziert hätte, habe die Bestimmung betreffend die Aufgabenteilung zwischen der SRG und der Aktiengesellschaft für das Werbefernsehen verletzt (Art. 2 Weisungen).

Nach einem Meinungsaustausch mit dem EVED, insbesondere bezüglich der Zuständigkeit für die konzessionsrechtliche Beurteilung der Frage der Mitwirkung eines SRG-Mitarbeiters in einem Werbespot (Art. 3 Abs. 3 Weisungen), wies die UBI die Beschwerde ab, und stellte fest, dass die beanstandete Werbung die Konzession SRG nicht verletzt hatte.

Aus den Erwägungen:

2. Gemäss Art. 17 beziehungsweise 21 des BB vom 7. Oktober 1983 über die unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (BB UBI, SR 784.45) prüft die UBI, ob eine Sendung Programmbestimmungen der Konzession verletzt hat.

Gemäss ständiger Rechtsprechung der UBI sind potentiell alle Sendungen, Programmsendungen und Werbesendungen, der Programmaufsicht durch die UBI unterstellt (vgl. VPB 55.35; vgl. auch Siebter Jahresbericht der UBI, Ziff. 5.4). Die Prüfungsbefugnis erstreckt sich dabei auf sämtliche Programmbestimmungen der Konzession, zu denen Art. 4 und Art. 15 Konzession SRG gehören. Art. 1 und 17 BB UBI gehen insoweit Art. 16 Weisungen vor.

Diese konzessionsrechtliche Prüfung geschieht allerdings mit Blick auf die Programmbestimmungen des Konzessionsrechts, deren Zweck die Gewährleistung einer freien Meinungs- und Willensbildung ist: Nach der konstanten Praxis bezüglich der Zuständigkeitsabgrenzung zwischen der UBI und dem EVED ist in der Tat bei der Beurteilung von Werbesendungen ganz allgemein zu unterscheiden zwischen programminhaltlichen Aspekten und solchen rein finanzieller, betriebsrechtlicher oder

organisatorischer Natur. Mithin prüft die UBI nicht alle Vorschriften der Weisungen über die Fernsehwerbung, sondern in erster Linie jene, die im öffentlichen Interesse den Schutz der Informations- und Meinungsbildungsfreiheit bezwecken. Nicht auszuschliessen ist indessen, dass unter Umständen für spezifische Fragen zugleich die Zuständigkeit des Departements gegeben ist (vgl. auch, in diesem Sinne: VPB 51.52 A, sowie die Stellungnahme des Bundesrates vom 21. November 1990 zur Interpellation Vollmer: Politische Propaganda in Werbesendungen der SRG; Amtl. Bull. 1990 NR 2490 f.).

Unter den Werbenormen der Weisungen, die der Sicherstellung des Programmauftrages dienen, befindet sich zum Beispiel das Verbot der Werbung, die gegen die guten Sitten verstösst, sowie der religiösen und politischen Propaganda (Art. 9 Bst. a und b Weisungen). Wie der in dieser Sache mit dem EVED durchgeführte Meinungsaustausch gezeigt hat, entspricht die ratio legis des Verbots der Mitwirkung eines Fernsehmitarbeiters in Werbesendungen (Art. 3 Abs. 3 Weisungen) auch dem konzessionsrechtlichen Grundsatz, die Transparenz einer Sendung zu gewährleisten, damit die Meinungs- und Willensbildung der Zuschauer nicht einseitig beeinträchtigt beziehungsweise manipuliert wird. Entsprechend ihrer programminhaltlichen Natur unterliegt mithin die Beachtung dieser Bestimmung der Programmaufsicht durch die UBI.

3. Die UBI hat die beanstandete Sequenz im Hinblick auf diese Grundsätze geprüft.

a. Sie stellt vorerst fest, dass die Beanstandung auf einer falschen Feststellung des Sachverhalts beruht: Entgegen den Ausführungen des Beschwerdeführers wurde der gerügte Spot im Rahmen der Werbeblöcke ausgestrahlt. Es handelte sich somit um eine direkte Werbung. Mithin sind alle Vorwürfe, die auf dieser falschen Sachverhaltsfeststellung beruhen, offensichtlich gegenstandslos (angebliche Verletzung von Art. 4 beziehungsweise 15 Konzession SRG, von Art. 8 Weisungen sowie von der Rechtsprechung der UBI zur zulässigen Eigenwerbung).

b. Zur Beurteilung der Rügen betriebsrechtlicher beziehungsweise organisatorischer Natur (angebliche Verletzung von Art. 2 Weisungen und Art. 14-16 Konzession SRG) ist nicht die UBI, sondern das EVED zuständig. Da das EVED mit Brief vom 5. März 1991 an den Beschwerdeführer zu seiner Anzeige schon Stellung genommen hat, erübrigt es sich, diesbezüglich die Sache an das EVED weiterzuleiten.

c. Mithin bleibt nur noch die Rüge der angeblichen Verletzung von Art. 3 Abs. 3 Weisungen zu prüfen; danach dürfen die ständig für das Fernsehen tätigen Programm-Mitarbeiter der SRG in Werbesendungen weder im Bild noch als Sprecher mitwirken.

In diesem Punkt stellt die UBI fest, dass kein Anlass besteht, an der Behauptung der SRG zu zweifeln, wonach eine ständig bei der SRG angestellte Person weder im Bild noch im Ton im gerügten Werbespot mitgewirkt hat. Ausserdem war das bildliche und sprachliche Konzept des Spots nicht geeignet, das Fernsehpublikum über den Inhalt der Sequenz zu täuschen: gleich wie jeweils ein Unternehmen seine Konsumgüter beziehungsweise Dienstleistungen am Fernsehen illustriert, stellte die SRG ihre Produkte am Bildschirm vor. Dabei konnte jedoch kein Missverständnis zum Beispiel in dem Sinne entstehen, die im Bild gezeigten Redaktoren beziehungsweise Journalisten aus den ausschnittsweise dargestellten Sendegefässen würden den Zuschauern dazu raten beziehungsweise sie ermuntern, die SRG-Anleihe zu unterschreiben. Der Spot war korrekt gestaltet, zumal die aus verschiedenen Sendegefässen gezeigten Ausschnitte lediglich der Visualisierung des «Produktes» der SRG dienten. Die Ausstrahlung im Werbeblock gab zu keinen Beanstandungen Anlass.

Somit kommt die UBI zum Schluss, dass die gerügte Werbung für eine SRG-Anleihe konzessionskonform war.

Dokumente der UBI