



OFCOM Federal office for communications
OFCOM Office fédéral de la communication
BAKOM Bundesamt für Kommunikation
UFCOM Ufficio federale delle comunicazioni
UFCOM Uffici federal da comunicaziuns

VERFÜGUNG vom 29. September 1999

Das **Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)** hat im Verfahren

gegen

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG

Giacomettistr. 3

3000 Bern 15

betreffend Widerhandlung gegen das Radio- und Fernsehgesetz

den Akten entnommen:

1. Am 26. April 1999 reichte Arbus, die Vereinigung für kritische Mediennutzung, beim BAKOM eine Aufsichtsanzeige ein. Gegenstand der Beschwerde waren Hinweise im Programm von Radio DRS, die das Internet-Angebot der Informations-Sendung „Echo der Zeit“ und die diesbezügliche Zusammenarbeit von Radio DRS mit der NZZ und der UBS zum Gegenstand hatten.
2. Am 4. Mai 1999 ersuchte das BAKOM in seiner Funktion als Aufsichtsbehörde im Rundfunkbereich die SRG um Informationen und Dokumente zur wirtschaftlichen Kooperation der SRG mit der NZZ und der UBS bezüglich des Internet-Angebotes der Radio-Sendung „Echo der Zeit“. Innert der gesetzten Frist erfolgte am 25. Mai 1999 die Stellungnahme der SRG, der auch Auszüge aus Dokumenten beigelegt waren. Die SRG beantragte in ihrem Schreiben, es sei von der Eröffnung eines Aufsichtsverfahrens abzusehen. Auf die rechtlichen Ausführungen in besagtem Schreiben wird in den rechtlichen Erwägungen dieser Verfügung näher eingegangen.
3. Aufgrund der eingereichten Informationen und Dokumente sowie eigener Abklärungen eröffnete das BAKOM am 16. Juni 1999 ein Verwaltungsverfahren gegen die SRG. Das BAKOM äusserte den Verdacht, dass durch das Sponsoring des Internet-Angebotes der Sendung „Echo der Zeit“ durch die UBS eine Verletzung des Sponsoring-Verbotes von Art. 19 Abs. 4 RTVG vorliege, indem der Schutzzweck der Norm schon bei der Erstausstrahlung der Sendung „Echo der Zeit“ unterlaufen werde. Für den Fall, dass sich der Verdacht mit Bezug auf eine Verletzung von Art. 19 Abs. 4 RTVG nicht erhärten sollte, äusserte das BAKOM weiter den Verdacht, dass durch die Ausstrahlung von Programmtrailern, die auf die Zusammenarbeit hinwiesen, das Werbeverbot der SRG (Art. 11 Abs. 1 der Konzession SRG vom 18. November 1992) verletzt worden sei. Schliesslich wurde der Verdacht geäussert, dass auch die regelmässige Nennung der Homepage der NZZ im Programm von DRS 1 und DRS 2 das

Werbeverbot der SRG gemäss Art. 11 Abs. 1 der Konzession SRG verletze. Der SRG wurde Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt.

4. Am 26. Juli 1999 traf die Stellungnahme der SRG innert erstreckter Frist beim BAKOM ein. Auf die Ausführungen der SRG ist weiter unten in den Erwägungen dieser Verfügung einzugehen.

Das BAKOM hat

in Erwägung gezogen:

Gestützt auf Art. 56 Abs. 1 RTVG i.V.m. Art. 51 Abs. 1 der Radio- und Fernsehverordnung vom 6. Oktober 1997 (RTVV) übt das BAKOM die Aufsicht über die Veranstalter auf. Es trifft die administrativen Massnahmen nach Art. 67 Abs. 1 des Gesetzes.

1 Sachverhalt

- 1.1 Radio DRS strahlt wochentags das Informationsmagazin „Echo der Zeit“ aus, und zwar um 18.00 Uhr auf DRS 1 und um 19.00 Uhr auf DRS 2. Die Sendung „Echo der Zeit“ ist laut der Homepage von Radio DRS (www.drs.ch) die älteste politische Hintergrundsendung auf SR DRS und das „Flaggschiff der Abteilung Information“. Sie vermittelt während 45 Minuten News, Reportagen, Interviews und Berichte über das Geschehen in der Welt und der Schweiz.
- 1.2 Seit spätestens April 1999 ist eine Auswahl der Berichte der Sendung „Echo der Zeit“ ab ca. 20.00 Uhr auch auf der Homepage der Neuen Zürcher Zeitung (www.nzz.ch) abrufbar und erlaubt es Internetbenutzern, die Audio-Textbeiträge mittels eines eigenen Zugriffsprogramms (Browser) zu beziehen. Auch Beiträge der letzten fünf Tage sind abrufbar. Daneben können die gleichen Dienste auch auf der Homepage von Radio DRS in Anspruch genommen werden.
- 1.3 Die Zusammenarbeit zwischen Radio DRS und der NZZ im Rahmen des Projekts „Echo der Zeit auf NZZ Online“ regelt eine Vereinbarung vom April 1998. Im Programm von Radio DRS wurde regelmässig (aber nicht immer) auf die Zusammenarbeit von SR DRS mit der NZZ hingewiesen und zwar jeweils nach der Übersicht über die jeweiligen Themen der Sendung „Echo der Zeit“. Der Hinweis lautet wie folgt: „Echo der Zeit, um 18.00 Uhr auf Schweizer Radio DRS 1, um 19.00 Uhr auf Schweizer Radio DRS 2 und ab 20.00 Uhr im Internet, unter www.drs.ch oder www.nzz.ch.“ Die Hinweise auf die NZZ-Homepage wurden bis zum Datum dieser Verfügung immer wieder ausgestrahlt, wenn auch weniger häufig als in den Monaten April/Mai 1999.
- 1.4 Im März 1999 schlossen die SRG und die NZZ mit der UBS eine „Kooperationsvereinbarung“ ab, die sich auf die Projekte „Echo der Zeit/NZZ Online“ bezieht. Laut dem Ingress der dem BAKOM vorliegenden Vereinbarung soll durch die Kooperation das Ansehen des Sponsors UBS in der Öffentlichkeit erhöht werden: Aus diesem Grund bieten SR DRS und die NZZ der UBS die Möglichkeit, als Partner bezüglich des Internet-Angebotes der Sendung „Echo der Zeit“ bekannt gemacht zu werden. Laut der Vereinbarung sind für 1999 90 „Hinweistruiler“ vorgesehen, die sowohl den „Sponsor“ (UBS) wie auch die NZZ in den Programmen von Radio DRS nennen. Der folgende „Hinweistruiler“ wurde bisher ausgestrahlt: „Echo der Zeit, 18 Uhr DRS 1, 19 Uhr DRS 2 und ab 20 Uhr im Internet, unter www.nzz.ch, ermöglicht

durch die UBS.“ Im Gegenzug für die skizzierte Zusammenarbeit bezahlte die UBS laut Vertrag den Betrag von x Franken an SR DRS und die NZZ. Dieser Betrag wurde gemäss den Ausführungen der SRG in ihrer Stellungnahme vom 23. Juli 1999 im Verhältnis 2:7 aufgeteilt. Somit belief sich die Leistung der UBS an die SRG auf Fr. y.

2 Rechtliches

2.1 Art. 19 Abs. 4 RTVG

- 2.1.1 Art. 19 Abs.4 RTVG hält fest, dass Nachrichtensendungen wie Tagesschau und Magazine sowie Sendungen und Sendereihen, die mit der Ausübung politischer Rechte in Bund, Kantonen und Gemeinden zusammenhängen, nicht gesponsert werden dürfen.
- 2.1.2 In casu bestehen Vereinbarungen des Rundfunkveranstalters Radio DRS mit der NZZ und der UBS. Beide Vereinbarungen beziehen sich auf eine Weiterverwertung der politischen Informationssendung „Echo der Zeit“ im Internet, genauer auf der Homepage der NZZ. Der Name der Sendung wird auch im Internet beibehalten (Projekt-Titel: Echo der Zeit auf NZZ Online). Grundlage der Vereinbarungen ist die Sendung „Echo der Zeit“, wie sie von SR DRS produziert und in den Programmen von DRS 1 und 2 ausgestrahlt wird, bevor sie im Internet weiterverwertet wird.
- 2.1.3 Die *Vereinbarung der SRG mit der NZZ* vom März 1998 ist laut ihrer Präambel von folgenden primären Zielsetzungen geprägt: Verbreitung der Audio-Textbeiträge an ein nationales und internationales Publikum, gemeinsame Profilierung der Partner im Internet, Generierung von Erträgen durch Sponsoring und Werbung. Die Leistungen, die die NZZ an SR DRS erbringt, sind der Betrieb und die Wartung eines zentralen EDV-Systems (Webserver), welches Internetbesitzern ermöglicht, ausgewählte Beiträge von „Echo der Zeit“ als Tondateien über das Internet mittels eines Browsers zu beziehen. SR DRS liefert täglich eine selber getroffene Auswahl dieser Beiträge. An den Netto-Werbeerträgen aus dem Projekt „Echo der Zeit auf NZZ Online“ partizipieren die Vertragsparteien laut Vereinbarung je zur Hälfte.
- 2.1.4 Die Vereinbarung zwischen SR DRS und der NZZ lässt sich nach einer eingehenden Prüfung der vorliegenden Angaben nicht unter den Sponsoring-Begriff von Art. 16 RTVV subsumieren. So fliessen zum einen von der NZZ keine Mittel zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung an SR DRS. Zum andern steht im Vordergrund die Profilierung der Vertragspartner im Internet sowie die Generierung von Werbeeinnahmen durch das gemeinsame Internet-Angebot – und nicht die Förderung des Namens, der Marke oder des Erscheinungsbildes (Imagegewinn) des Sponsors durch die Verbindung mit der gesponserten Sendung, wie sie Art. 16 Abs. 1 RTVV voraussetzt. Das BAKOM hat darum bezüglich dieser Kooperation in seiner Verfahrenseröffnung auch nicht den Verdacht einer Verletzung von Art. 19 Abs. 4 RTVG geäussert.
- 2.1.5 Es ist weiter die *Vereinbarung zwischen SR DRS und der NZZ auf der einen und der UBS auf der andern Seite* zu prüfen. Die „Kooperationsvereinbarung“ vom April 1999 weist selber auf die Sponsoring-Bestimmungen von Art. 19 RTVG und Art. 15 RTVV hin. Als Zielsetzung der Vereinbarung wird die Erhöhung des Ansehens des Sponsors UBS in der Öffentlichkeit angeführt. Zur Erreichung des angestrebten Imagegewinns der UBS verpflichtet sich SR DRS, in seinem Programm insgesamt 90 „Hinweistraler“ auszustrahlen, die auf die Kooperation zwischen SR DRS, der NZZ und UBS bei der Weiterverwertung der Sendung „Echo der Zeit“ im

Internet hinweisen. Als Entgelt für den angestrebten Image-Gewinn bezahlte die UBS laut der dem BAKOM vorliegenden Vereinbarung Fr. x an SR DRS und NZZ, wobei der Anteil der SRG gemäss vertraglichem Verteilschlüssel Fr. y beträgt.

2.1.6 Die SRG macht geltend, dass es sich bei der Internet-Zusammenarbeit von Radio DRS mit NZZ und UBS um eine Tätigkeit ausserhalb der konzessionierten Tätigkeit der SRG handle. Dieser These muss dann nicht nachgegangen werden, wenn sich belegen lässt, dass sich die finanziellen Zuwendungen Dritter letztlich auf das *Programm* von Radio DRS beziehen.

2.1.7 Die Begriffsmerkmale, welche der Gesetzgeber in Art. 16 Abs. 1 RTVV für das Rundfunk-Sponsoring normiert, sind in casu erfüllt:

- *Es fliesst Geld eines Dritten im Zusammenhang mit einer Rundfunksendung:*

Die Geldleistungen der UBS flossen unbestritten mit klarem Bezug zur Sendung „Echo der Zeit“ von Radio DRS, respektive deren Zweitverwertung im Internet. Zwar wendet die SRG ein, es habe „keinerlei Payback“ an die Redaktion von „Echo der Zeit“ stattgefunden. Dass Sponsoring-Geld heute immer häufiger nicht mehr ins Budget der gesponserten Sendung, sondern ins globale Werbebudget des Veranstalters fliesst, wird indessen von der Lehre (vgl. ROLF H. WEBER, SMI 1993, S. 220) und auch von der SRG in Ziff. 11 ihrer Stellungnahme vom 23. Juli 1999 eingeräumt: Diese Aussage lässt sich anhand von gesponserten Dienstleistungen wie der Uhrzeit oder Verkehrsinformationen am besten illustrieren. Dass auch solche Sendungen ohne nennenswerte journalistische Inhalte sponserbar sind, ergibt sich aus dem Entscheid des UVEK in Sachen Zeitsponsoring vom 8. Dezember 1998. Der vorliegende Fall liegt indessen – mit Blick auf das unbestrittene Renommee der Sendung „Echo der Zeit“ – deutlich näher bei der „klassischen“ Sponsoring-Idee, wie sie dem schweizerischen Gesetzgeber vorschwebte (vgl. dazu die Botschaft zum Bundesgesetz über Radio und Fernsehen vom 28. September 1987, Ziff. 156.3).

Rundfunkrelevantes Sponsoring kann nicht nur bei der Erst-, sondern auch bei Zweitausstrahlungen oder Weiterverwertungen vorliegen. Dies lässt sich anhand des vorliegenden Falles belegen:

Die *Einheit der Sendung* bleibt vorliegend auch bei der Weiterverwertung im Internet gewahrt: Zunächst ist festzuhalten, dass die Ausstrahlung der Sendung „Echo der Zeit“ in den Programmen von Radio DRS *conditio sine qua non* für das Sponsoring der Zweitverwertung der gleichen Sendung im Internet ist – ohne die Radiosendung „Echo der Zeit“ gäbe es auch kein Internet-Angebot dieser Sendung und keine entsprechende Sponsoringvereinbarung. Die integrale Übernahme der wichtigsten „Echo“-Beiträge im Internet ohne redaktionelle Neubearbeitung impliziert zudem, dass die Radioausstrahlung der Sendung von der Sponsoring-Vereinbarung miterfasst wird. Indiz für die *Verknüpfung* von Radiosendung und Internetauftritt ist auch die Nennung des Internet-Angebots im unmittelbaren Umfeld der Ausstrahlung der Sendung im Radio. Schliesslich geht die Nennung in den Programmen von Radio DRS („Echo der Zeit, um 18 Uhr auf DRS 1, um 19 Uhr auf DRS 2 und ab 20 Uhr im Internet“) selber von der Einheit der Sendung aus. Auch objektiv wird die Verknüpfung der Sendung und ihrer Weiterverwertung durch den sehr engen zeitlichen Rahmen hergestellt: Innerhalb von nur zwei Stunden ist die Sendung „Echo der Zeit“ zunächst in den Programmen von DRS 1 und DRS 2 zu hören und anschliessend im Internet abrufbar. In casu bleibt im übrigen die Verantwortung für die Ausstrahlung bzw. Weiterverwertung gemäss vertraglicher

Regelung immer bei der Produzentin der Erstaussstrahlung, nämlich bei Radio DRS.

- *Name, Marke oder Erscheinungsbild des Geldgebers sollen gefördert werden:*

Dass das Geld der UBS als Gegenleistung für einen erhofften Imagegewinn durch die Verbindung des Sponsors mit der angesehenen Informationssendung „Echo der Zeit“ floss, ergibt sich bereits aus der Vereinbarung vom April 1999. Ein gewichtiger Indikator hierfür ist weiter die vertragliche Bestimmung, wonach Radio DRS in Programmtrailern auf die Kooperation mit der UBS bezüglich „Echo der Zeit“ hinzuweisen hat.

- 2.1.8 Im Sinne eines *Zwischenergebnisses* kann somit festgehalten werden, dass die finanziellen Zuwendungen der UBS an Radio DRS mit Bezug auf die Zweitverwertung der Sendung „Echo der Zeit“ sich unter den Sponsoring-Begriff des RTVG subsumieren lassen. Somit erübrigen sich auch Ausführungen zu der von der SRG immer wieder vorgebrachten - und vom BAKOM bestrittenen - These, wonach es neben Werbung und Sponsoring im Rundfunkbereich auch weitere RTVG-kompatible finanzielle Kooperationen gebe (*tertium datur*).
- 2.1.9 Ratio legis von Art. 19 Abs. 4 RTVG ist es, schon der blossen *Gefahr* einer möglichen Einflussnahme von Sponsoren auf Nachrichtensendungen und politische Magazine den Riegel zu schieben. Darum haben sowohl der Schweizer Gesetzgeber wie auch das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (Art. 18 Ziff. 2 EÜGF) ein absolutes Verbot für das Sponsoring von politischen Sendungen verhängt. Es besteht ein herausragendes Interesse der Mitgliedstaaten des Europarates, dass der Pluralismus der Informationsquellen und die Unabhängigkeit der Nachrichtensendungen und –magazine garantiert ist (Rapport explicatif relatif à la Convention européenne sur la télévision transfrontière, Strasbourg, 1990, S. 50). Eine strikte Regelung rechtfertigte sich auch darum, weil Sponsoring in besonderem Masse die Gefahr der Vermischung von (Image-) Werbung mit dem redaktionell gestalteten Programm in sich birgt (Botschaft zum Bundesgesetz über Radio und Fernsehen vom 28. September 1987, Ziff. 156.3). So sind sowohl Art. 19 Abs. 4 RTVG wie auch Art. 18 Ziff. 2 EÜGF als unmissverständliche *Verbotsnormen* ausgestaltet worden.
- 2.1.10 Art. 19 Abs. 4 RTVG hat laut der Botschaft RTVG Ziff. 221.4., S. 47 zwei Schutzzwecke: Zum einen soll die *vielfältige und sachgerechte Information* garantiert werden. Es geht somit um eine Konkretisierung der Grundsätze von Art. 55bis Abs. 2 BV und Art. 4 Abs. 1 RTVG. Aufgrund der Gefahren des Sponsoring und dem herausragenden öffentlichen Interesse an der Unabhängigkeit der Informationssendungen (vgl. Ziff. 2.1.9) hat der schweizerische Gesetzgeber im Einklang mit der europäischen Regelung für ein *absolutes* Sponsoring-Verbot von politischen Sendungen votiert. Es tut demnach nichts zur Sache, wenn laut den Ausführungen der SRG die „Echo“-Redaktion „faktisch“ nichts mit dem Abschluss des Vertrages von SR DRS und der UBS zu tun gehabt habe (Ziff. 9 der Stellungnahme SRG). Nicht nur bei Veranstaltern in den Dimensionen einer SRG ist überdies ohnehin davon auszugehen, dass die Akquisition von Werbe- und Sponsoringeinnahmen nicht Sache der Redaktion ist. Auch die Einschätzung der SRG, wonach es sich bei SR DRS um ein Haus handle, das kommerzielle und redaktionelle Aktivitäten zu trennen wisse, braucht hier nicht kommentiert zu werden.

Art. 19 Abs. 4 RTVG schützt die vielfältige und sachgerechte Information im Bereiche der politischen Informationssendungen absolut, d.h., es soll jede Möglichkeit einer Beeinflussung durch dritte Geldgeber eliminiert werden – ohne dass auf die Verhältnisse in concreto eingegangen wird. Oder anders gesagt: Sobald das

Geld eines Dritten mit Bezug auf eine politische Informationssendung fließt, wird der Schutzzweck von Art. 19 Abs. 4 RTVG tangiert – unabhängig davon, ob die finanziellen Leistungen des Dritten die Berichterstattung beeinflussen oder nicht. Unerwünscht ist somit schon eine abstrakte Gefährdung der geschützten Rechtsgüter.

Finanzielle Zuwendungen einer Grossbank mit Bezug auf eine (oder besser: DIE) Informationssendung auf Radio DRS bilden ein geradezu idealtypisches Beispiel für eine wirtschaftliche Kooperation, die unter das Verbot von Art. 19 Abs. 4 RTVG fällt. Daran vermag auch der Ingress der entsprechenden Vereinbarung, wonach der Sponsor „in keiner Weise in die redaktionelle Freiheit von SR DRS...“ einzugreifen gedenke, nichts zu ändern.

Dabei kann es keine Rolle spielen, ob die Erst- oder Zweitausstrahlung bzw. -verwertung einer politischen Rundfunksendung gesponsert wird. Denn die Informationsgrundsätze, die Art. 19 Abs. 4 RTVG so rigoros verteidigt, werden auch dann gefährdet, wenn sich ein dritter Geldgeber nicht an der Erst-, aber bei der Zweitausstrahlung, bzw. -verwertung beteiligt. Die finanziellen Zuwendungen des Dritten könnten sich bei der Auswahl, Aufbereitung und Gewichtung der *Erstausstrahlung* der politischen Sendung auswirken. Genau diese Gefahr aber will Art. 19 Abs. 4 RTVG eliminieren.

Im übrigen ist auch die Missbrauchsproblematik mitzuberücksichtigen: Es kann nicht angehen, dass ein Rundfunkveranstalter ein Sponsoringverbot des RTVG umgeht, in dem er eine nicht sponserbare Sendung im Internet weiterverwertet, diese Weiterverwertung von einem Dritten finanzieren lässt und in seinem Programm auf dieses Sponsoringverhältnis hinweist.

- 2.1.11 Das zweite durch Art. 19 Abs. 4 RTVG geschützte Gut ist die *freie Meinungsbildung* des Publikums. Im Bereich der politischen Information hat der Gesetzgeber diesen Schutz äusserst restriktiv ausgestaltet, d.h. er lässt die für das Sponsoring anderer als politischer Sendungen ausreichenden Bestimmungen über die Transparenz des Sponsoring (Art. 19 Abs. 2 RTVG) nicht genügen, sondern schliesst Sponsoring in diesem Bereich generell aus. Die Ausführungen der SRG über die Einhaltung des Transparenzgebotes (vgl. Ziff. 2, 10 und 16 der Stellungnahme) sind daher vorliegend, wo wir uns - im Gegensatz zu den beigezogenen Vergleichsfällen - im Anwendungsbereich einer absolut ausgestalteten Verbotsnorm befinden, unerheblich. Ein Interpretationsspielraum für das BAKOM entfällt, sobald die Anwendbarkeit einer eindeutigen Verbotsnorm bejaht wird.
- 2.1.12 Die SRG führt in ihrer Stellungnahme vom 23. Juli 1999 aus, nach der „Logik“ des BAKOM würden auch andere Tätigkeiten der SRG ausserhalb der konzessionierten Rundfunktätigkeit das RTVG verletzen. So könne man seit vielen Jahren die „Radiopredigt“ bei einer Betriebsstelle der Landeskirchen in schriftlicher Form beziehen. Die Drucksachen würden somit von einem Dritten „gesponsert“ und es bestehe weiter auch der Verdacht der religiösen Propaganda.

Das von der SRG angeführte Beispiel unterscheidet sich vom hier zu beurteilenden Fall markant. Zum einen handelt es sich bei der Radiopredigt um eine sponserbare Sendung, die nicht vom absoluten Sponsoringverbot von Art. 19 Abs. 4 RTVG erfasst ist. Ob beim angeführten Vergleichsfall überhaupt Sponsoring im Sinne des RTVG vorliegt, lässt sich aufgrund der vorliegenden Angaben zudem nicht schlüssig beantworten. Im Fall Radiopredigt könnten - wie im Fall „Radio-magazin“, den die SRG in ihrem Brief vom 25. Mai 1999 beizog - ein Dienstleistungselement und die Eigenwerbung (Bindung der Hörer an die Programme von Radio DRS) im Vordergrund stehen. Dagegen ist der Auftritt der Sendung „Echo

der Zeit“ im Internet eindeutig von finanziellen Überlegungen geprägt, wie die Vereinbarungen mit der NZZ und der UBS unschwer erkennen lassen. Im Bereich der Politik aber sind der Geldbeschaffung eines Rundfunkveranstalters durch das Sponsoringverbot politischer Sendungen und dem Verbot der politischen Propaganda (Art. 18 Abs. 5 RTVG) engste Grenzen gesetzt. Diesen klaren Willen des Gesetzgebers gilt es auch im vorliegenden Fall zu respektieren.

- 2.1.13 Als Ergebnis steht somit fest, dass die SRG durch das Sponsoring des Internet-Angebotes der Sendung „Echo der Zeit“ auf Radio DRS durch die UBS gegen Art. 19 Abs. 4 RTVG verstossen hat.

2.2 Art. 11 Abs. 1 der Konzession SRG

- 2.2.1 Art. 18 Abs. 4 Bst. b RTVG gibt der Konzessionsbehörde die Möglichkeit, die Werbung in einzelnen Programmen eines Veranstalters ganz auszuschliessen. Die geltende Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft vom 18. November 1992 enthält in Art. 11 Abs. 1 ein entsprechendes Verbot für die Radioprogramme der SRG.
- 2.2.2 Es stellt sich die Frage, ob die im Programm von Radio DRS 1 und 2 wiederholt ausgestrahlten Trailer und weiteren Hinweise auf die UBS und die NZZ im Zusammenhang mit dem Internet-Angebot der Sendung „Echo der Zeit“ gegen dieses Werbeverbot verstossen.
- 2.2.3 Was die *Programmtrailer* mit dem Hinweis auf die *UBS* betrifft („Echo der Zeit, 18 Uhr DRS 1, 19 Uhr DRS 2 und ab 20 Uhr auf dem Internet, unter www.nzz.ch, ermöglicht durch die UBS“), so wurde in Ziff. 2.1. bereits ausführlich dargelegt, dass das Sponsoring des Internet-Angebots der Sendung „Echo der Zeit“ gegen Art. 19 Abs. 4 RTVG verstösst. Somit ist bei den Programmtrailern, die auf die Kooperation mit der UBS hinweisen, am ehesten von einer - unkorrekt platzierten – Sponsoransage im Sinne von Art. 19 Abs. 2 RTVG auszugehen. Obschon aufgrund des absoluten Sponsoring-Verbotes von politischen Sendungen die durch diesen Hinweis geschaffene Transparenz nicht mehr als ein untauglicher Versuch zur Wahrung des rechtmässigen Zustandes bleibt (vgl. Ziff. 2.1.12 weiter oben), braucht die Verletzung von Werbebestimmungen infolge der Anwendung von Art. 19 Abs. 2 RTVG nicht geprüft zu werden.
- 2.2.4 Anders verhält es sich mit den regelmässigen *Hinweisen* auf die Homepage der *NZZ*. Der Hinweis „Echo der Zeit: 18 Uhr auf DRS 1, 19 Uhr auf DRS 2 und ab 20 Uhr auf Internet unter www.drs.ch und www.nzz.ch“ wurde (und wird) meist zwischen dem Nachrichtenblock und den darauf folgenden Hintergrundberichten platziert. Laut den Ausführungen der SRG in ihrem Schreiben vom 25. Mai 1999 bestand bezüglich der Nennung der NZZ-Homepage keine entsprechende Grundlage im Vertrag zwischen SR DRS und der NZZ, diese sei auf einen „autonomen Entscheid der Echo-Redaktion“ zurückzuführen. Die erstere Aussage kann nach Konsultation der dem BAKOM vorliegenden Vereinbarung zwischen SR DRS und NZZ insoweit verifiziert werden, als eine Nennung der NZZ in den Programmen von Radio DRS nicht explizit geregelt ist. Immerhin ist aber eine Bewerbung der Dienstleistung „Echo der Zeit auf NZZ Online“ in Ziff. 4 der Vereinbarung ausdrücklich vorgesehen und wird dem *gemeinsamen* Zuständigkeitsbereich der Vertragspartner zugewiesen.

In ganzseitigen Inseraten bewarb die NZZ (zum Beispiel in der Ausgabe vom 28. April 1999) das Internet-Angebot des „Echos“, auch hier, ohne dass eine Inseratenkampagne in der dem BAKOM vorliegenden Vereinbarung erwähnt wird - ob-

schon es aufgrund der gemeinsamen Zuständigkeit in Werbefragen solcher Vereinbarungen bedarf. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass sich die Beteiligten in einer separaten Vereinbarung über Propagandamassnahmen für die neu lancierte Dienstleistung geeinigt haben.

2.2.5 Laut der Einschätzung der SRG (Schreiben vom 25. Mai 1999) stellt der regelmässige Hinweis auf die Homepage der NZZ einen „Bezugsquellenhinweis“ dar, der den zeitunabhängigen Zugriff auf die Sendung „Echo der Zeit“ im Internet kommunizieren wolle. Dass neben der Homepage von Radio DRS auch diejenige der NZZ genannt werde, sei eine „wahre Information“.

2.2.6 Wie aufgezeigt, stellt die Zusammenarbeit zwischen SR DRS und der NZZ eine wirtschaftlich geprägte Kooperation dar, die die Profilierung der Partner im Internet und die Generierung von Sponsoring- und Werbeeinnahmen zum Ziel hat. Die beiden Parteien profitieren dabei gegenseitig vom hohen journalistischen Ansehen, das Radio DRS (und im speziellen dessen Informationssendung „Echo der Zeit“) auf der einen und das Printmedium NZZ auf der anderen Seite geniessen.

Durch die Erwähnung der Homepage der NZZ im Zusammenhang mit dem Internet-Angebot der Sendung „Echo der Zeit“ erhielt die NZZ einen *regelmässigen* Auftritt in der Prime-Time und in einem idealen redaktionellen Umfeld. Andere „Bezugsquellenhinweise“ für die – je nach Art und Medium – in Einzelfällen ein journalistischer Anlass bestehen kann, sind im hier interessierenden Umfeld einer politischen Informationssendung nur äusserst selten zu hören. Somit war der Auftritt der NZZ auch ein *exklusiver*.

2.2.7 Als *Werbung* gilt jede öffentliche Äusserung zur Förderung des Abschlusses von Rechtsgeschäften von Waren oder Dienstleistungen, zur Unterstützung einer Sache oder Idee oder zur Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden gewünschten Wirkung, wofür dem Werbetreibenden gegen Bezahlung oder eine ähnliche Gegenleistung Sendezeit zur Verfügung gestellt wird (Art. 11 Abs. 1 RTVV). Nachstehend ist zu prüfen, ob sich die regelmässige und exklusive Nennung der NZZ-Homepage in der Prime Time auf Radio DRS 1 und 2 unter diesen Legalbegriff subsumieren lässt.

- *Eine öffentliche Äusserung* liegt ohne Zweifel vor.
- Dass diese Äusserung *zur Förderung des Abschlusses von Rechtsgeschäften von Waren oder Dienstleistungen* erfolgt ist, ergibt sich aus dem Kontext der bisherigen Ausführungen. Eine direkte Aufforderung zum Abschluss eines Rechtsgeschäftes ist zwar in der Nennung der NZZ-Homepage nicht enthalten – eine solche ist aber auch nicht notwendig, damit der Werbebegriff von Art. 11 Abs. 1 RTVV zur Anwendung kommt (vgl. auch den Bericht des Europarates zum EÜGF, Ziff. 62). Die angestrebte Profilierung der beiden Vertragsparteien NZZ und DRS im Internet hat zu einem bedeutenden Teil die Generierung von Werbe- und Sponsoringeinnahmen zum Zweck, wobei sich die kommerziellen Tätigkeiten von Radio DRS im Internet bisher nur auf den Auftritt auf der NZZ-Homepage zu beschränken scheinen. Auf der Internet-Seite von Radio DRS fehlen jedenfalls bis dato Hinweise auf Sponsoring- oder Werbeverhältnisse. Somit wird klar, dass durchaus auch ein *kommerzielles Interesse* für die regelmässige und exklusive Nennung der NZZ-Homepage im Umfeld der Sendung „Echo der Zeit“ bestand: Eine rege Frequentierung der NZZ-Homepage erhöht die Chancen von NZZ und Radio DRS, im Internet Werbe- und Sponsoringgelder zu generieren.

- *Dem Werbetreibenden wird gegen Bezahlung oder eine ähnliche Gegenleistung Sendezeit zur Verfügung gestellt:* In ihrer Vereinbarung vom April 1998 haben NZZ und Radio DRS ihre Zusammenarbeit bezüglich der Dienstleistung „Echo der Zeit auf NZZ Online“ detailliert geregelt. Aus der Vereinbarung geht hervor, dass beide Parteien Leistungen zu erbringen haben und an möglichen Gewinnen partizipieren sollen. Ebenso lässt sich daraus ableiten, dass der regelmässige und exklusive Auftritt der NZZ-Homepage im Programm von Radio DRS nicht unentgeltlich, sondern mit Blick auf die wirtschaftlich geprägte Kooperation mit der NZZ und den diesbezüglichen Austausch von Leistungen erfolgt ist.

2.2.8 Als Ergebnis der vorstehenden Untersuchungen lässt sich festhalten, dass die regelmässige und exklusive Nennung der Homepage der NZZ im Zusammenhang mit dem Internet-Angebot der Sendung „Echo der Zeit“ als Werbung im Sinne von Art. 11 Abs. 1 RTVV zu qualifizieren ist. Der Rahmen eines Bezugsquellenhinweises oder einer redaktionellen Bekanntmachung wird aufgrund der konkreten Umstände gesprengt. Letztlich ist es die vertragliche Vereinbarung mit der NZZ und nicht journalistische Kriterien, die hinter diesem Hinweis steht. Inwieweit Radio DRS mit der Nennung der NZZ-Homepage auch sein eigenes Programm und eigene Dienstleistungen bewirbt und inwieweit ein solches Vorgehen mit den Bestimmungen des RTVG zu vereinbaren wäre, kann in casu offengelassen werden: Beworben wird in jedem Fall die (Website der) NZZ. Und solche Werbung ist Radio DRS aufgrund von Art. 11 Abs. 1 Konzession SRG untersagt.

3 Sanktionen/Kosten

- 3.1 Stellt die Aufsichtsbehörde eine Rechtsverletzung fest, so kann sie die Konzessionärin auffordern, den Mangel zu beheben oder Massnahmen zu treffen, damit die Verletzung sich nicht wiederholt; die Konzessionärin muss der Behörde mitteilen, was sie unternommen hat (Art. 67 Abs. 1 lit. a RTVG). Sollte die Konzessionärin der Verfügung nicht nachkommen, so stehen der Aufsichtsbehörde weitere Aufsichtsmassnahmen (Art. 67 Abs. 1 lit. b und c RTVG) zur Verfügung.
- 3.2 Gemäss Art. 35 RTVV beträgt die Gebühr für Verfügungen im Bereich Aufsicht zwischen 200 und 5000 Franken. Für die Festsetzung der Gebühr berücksichtigt die Behörde die Bedeutung des Geschäfts und den Aufwand für dessen Erledigung. Unter Berücksichtigung der vorstehenden Kriterien erscheint im vorliegenden Fall eine Gebühr von Fr. 1000.- als angemessen.

Aus diesen Gründen hat das BAKOM

verfügt:

- 1) Es wird festgestellt, dass die SRG seit spätestens April 1999 gegen Art. 19 Abs. 4 des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) verstossen hat, in dem sie das Internet-Angebot der Sendung „Echo der Zeit“ auf DRS 1 und 2 von der UBS sponsern liess.
- 2) Es wird festgestellt, dass die SRG seit spätestens April 1999 gegen Art. 11 Abs. 1 ihrer Konzession verstossen hat, in dem sie auf Radio DRS 1 und 2 im unmittelbaren

Umfeld der Sendung „Echo der Zeit“ regelmässig Hinweise auf die Website der NZZ abgab.

- 3) Die SRG wird aufgefordert, bis am **8. November 1999** den rechtmässigen Zustand wiederherzustellen. Sie hat das BAKOM bis am **8. November 1999** unter Beilage von geeigneten Beweisstücken über die unternommenen Schritte zu informieren.
- 4) Sollte die SRG Ziff. 3 des Dispositivs dieser Verfügung nicht innert der gesetzten Frist nachkommen, werden weitere administrative Massnahmen im Sinne von Art. 67 RTVG ergriffen.
- 5) Die Verfahrenskosten von Fr. 1000.- werden der SRG zur Bezahlung auferlegt. Der Betrag ist zahlbar innert 30 Tagen an das Bundesamt für Kommunikation mittels beiliegendem Einzahlungsschein.
- 6) Gegen diese Verfügung kann Verwaltungsbeschwerde beim Eidg. Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation, 3003 Bern, geführt werden. Die Beschwerde ist innert 30 Tagen seit der Eröffnung der Verfügung der Beschwerdeinstanz im Doppel einzureichen.
- 7) Diese Verfügung wird der SRG mittels eingeschriebener Post mit Rückschein eröffnet.