



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 10. Januar 2001

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

gegen die

Star TV AG

Wagistrasse 2
8952 Schlieren

vertreten durch X

betreffend Verstösse gegen die Werbe- und Sponsoringbestimmungen des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 (RTVG) sowie der Radio- und Fernsehverordnung vom 6. Oktober 1997 (RTVV)

den Akten entnommen:

1. Am 25. Oktober 2000 eröffnete das BAKOM in seiner Funktion als Aufsichtsbehörde ein Verwaltungsverfahren gegen die Star TV AG. Gegenstand des Verfahrens bildet die Sendung „HitzSigg“ vom 2. Oktober 2000 auf Star TV, welche die Vermutung entstehen liess, die Veranstalterin verstosse gegen die Werbe- und Sponsoringbestimmungen des RTVG.
2. Mit Schreiben vom 23. November 2000 nahm der Rechtsvertreter der Star TV AG innert erstreckter Frist zu den erhobenen Vorwürfen des BAKOM Stellung. Auf die Begründung wird in den nachfolgenden Erwägungen eingegangen. Gleichzeitig wurde als Beweismittel ein Sponsoringvertrag zwischen der Star TV AG und der Nestlé Suisse S.A. eingereicht.

Das BAKOM hat

in Erwägung gezogen:

I. Formelles

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 aus. Es trifft die administrativen Massnahmen nach Art. 67 Abs. 1 des Gesetzes.

II. Materielles

1. Werbung für ein Produkt des Sponsors bzw. Schleichwerbung für Maggi-Quick Lunch (Nestlé Suisse S.A.)

- a) Sachverhalt: Nach einem ersten Filmausschnitt am Anfang der Sendung „HitzSigg“ vom 2. Oktober 2000 stellen sich die beiden Moderatoren Hitz und Sigg gegenseitig vor. Zusätzlich erwähnt Helmi Sigg „und das isch euse Maggi-Apparat, wo jetzt grad losgange isch; (...)“. Auf dem Tisch vor den beiden sind drei geöffnete Quick Lunch Becher mit Schriftzug zur Kamera erkennbar. Es folgt ein Kameraschwenk auf den rot-gelben Maggi-Apparat, der während den nächsten ca. 15 Sekunden im Bild bleibt. Im Laufe der Filmbesprechungen nimmt Helmi Sigg einen Löffel aus einem offenen Quick Lunch Becher. Nach einem weiteren Filmausschnitt erscheint wiederum zweimal im unteren Bildschirmteil gross der Schriftzug des Maggi-Apparates gesamthaft während ca. 45 Sekunden sowie der Hinweis auf „www.quicklunch.ch“. Nachdem die beiden Moderatoren die Plätze gewechselt haben, sagt Sigg zu Hitz: „He, das isch min Quick Lunch.“ Es folgt ein weiterer Filmausschnitt. Wieder im Studio erfolgt ca. 7 Sekunden lang eine weitere Einblendung des Maggi-Apparates. Des weiteren isst Helmi Sigg nochmals einen Löffel Quick Lunch.
- b) Zwischen der Star TV AG und der Nestlé Suisse S.A. wurde am 7. Juli 2000 ein für 12 Monate gültiger Sponsoring-Vertrag abgeschlossen. (...) Als Entgelt erhielt die Star TV AG hierfür eine Pauschale von Fr. a.
- c) Gemäss Art. 19 Abs. 3 RTVG darf in gesponserten Sendungen nicht zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen der Sponsoren oder Dritten angeregt werden; insbesondere dürfen keine gezielten Aussagen werbenden Charakters über diese Waren oder Dienstleistungen gemacht werden. Eine Darstellung ist beispielsweise dann werblich, wenn die Anwendung des Produkts gezeigt wird, seine Eigenschaften hervorgehoben oder Auswirkungen seines Gebrauchs dargestellt werden (Sponsoring-Richtlinien BAKOM, Juni 1999, Ziff. 22).

Art. 19 Abs. 3 RTVG umfasst auch die Schleichwerbung. Als Schleichwerbung gilt insbesondere die gegen Entgelt vorgenommene Darstellung werbenden Charakters von Waren und Dienstleistungen ausserhalb der Werbung und ist nach Art. 15 Abs. 2 RTVV verboten. Das Schleichwerbeverbot konkretisiert letztlich die gesetzliche Verpflichtung von Art. 18 Abs. 1 RTVG, Werbung als solche zu kennzeichnen und vom Programm deutlich zu trennen.

Product Placement gilt als Anwendungsfall des Sponsoring. Erlaubt ist Product Placement, wenn die Ware oder Dienstleistung und die Art ihrer Präsentation dem dramaturgischen Ablauf der Sendung entsprechen und keine unnötigen Erwähnungen, Hervorhebungen etc. vorgenommen werden. Problematisch wird eine solche Platzierung dann, wenn sie die Werbewirkung in den Vordergrund treten lässt. Als unerlaubte Schleichwerbung ist ein Product Placement schliesslich dann einzustufen, wenn der Rundfunkveranstalter dafür eine Gegenleistung in Empfang nimmt.“ (Martin Dumermuth, Rundfunkrecht, in Schweizerisches Bundesverwaltungsrecht, Rolf H. Weber (Hrsg.), Informations- und Kommunikationsrecht, Basel 1996, Rz. 291).

- d) In der beanstandeten Sendung wird Maggi bzw. Quick Lunch verschiedentlich und auf überaus auffällige Weise ein Auftritt ermöglicht, sei dies mittels sehr langen und häufigen Kameraeinstellungen auf den Maggi-Apparat, welcher ohne dramaturgischen Kontext in die Sendung eingebaut ist, oder sei dies mittels direkten verbalen bzw. nonverbalen Moderatoren-Hinweisen auf denselben oder auf die Quick Lunch Becher. Dabei handelt es sich um gezielte Aussagen werbenden Charakters für ein Produkt des Sponsors, welche gemäss Art. 19 Abs. 3 RTVG verboten sind. Die Werbewirkung tritt in den Vordergrund der Sendung. Zweifelhaft ist zudem, ob sich das fragliche Sponsoringpro-

dukt Quick Lunch überhaupt in die Dramaturgie der beanstandeten Sendung, wo es um die Besprechung von DVD- und Videofilmen geht, einbetten lässt.

- e) (...) Produktehinweise und qualitative Informationen in Zusammenhang mit Product Placement führen zu einer Vermischung von Sponsoring und Werbung, was das Trennungsgebot von Art. 18 Abs. 1 RTVG verletzt.
- f) (...)
- g) Das BAKOM stellt fest, dass die Star TV AG Art. 19 Abs. 3 RTVG verletzt hat, indem in der Sendung HitzSigg unzulässige Werbewirkungen für das Produkt Maggi-Quick Lunch des Sponsors Nestlé Suisse S.A. erzeugt worden sind. Gleichzeitig wurde gegen das Schleichwerbeverbot (Art. 18 Abs. 1 RTVG i.V.m. Art. 15 Abs. 2 RTVV) verstossen.

2. Fehlende Sponsornennung am Anfang und am Ende der Sendung

- a) Sachverhalt: In der Sendung „HitzSigg“ vom 2. Oktober 2000 wurde die Nestlé Suisse S.A. resp. Maggi-Quick Lunch weder am Anfang noch am Schluss der Sendung als Sponsor genannt.
- b) Art. 19 Abs. 2 RTVG bestimmt, dass bei gesponserten Sendungen oder Sendereihen die Sponsoren und allfällige Bedingungen, die sie in bezug auf den Inhalt der Sendungen gestellt haben, jeweils am Anfang und am Schluss genannt werden müssen. Diese Bestimmung soll in erster Linie Transparenz schaffen in bezug auf die Finanzierung der gesponserten Sendung. Bei jeder Nennung des Sponsors muss dem Publikum durch einen geeigneten Hinweis klargemacht werden, dass Sponsoring vorliegt (Sponsoring-Richtlinien BAKOM, Juni 1999, Ziff. 10).
- c) (...)
- d) Das BAKOM stellt fest, dass durch die Unterlassung der Nennung des Sponsors Nestlé Suisse S.A. resp. Maggi-Quick Lunch am Anfang wie am Ende der Sendung „HitzSigg“ vom 2. Oktober 2000 Art. 19 Abs. 2 RTVG verletzt worden ist.

III. Administrative Massnahmen

Gemäss Art. 67 RTVG kann die Behörde u.a. folgende administrative Massnahmen ergreifen: Aufforderung zur Mangelbehebung oder zur Ergreifung von Massnahmen, damit sich die Verletzung nicht wiederholt, Ablieferung der Einnahmen, die der Konzessionär bei der Rechtsverletzung erzielt hat.

Die Einziehung ist eine Administrativmassnahme, welche verhindern soll, dass sich Rechtsverletzungen in wirtschaftlicher Hinsicht für den Veranstalter lohnen (Botschaft RTVG, BBI 1987 III 750). Es liegt im Ermessen der Aufsichtsbehörde zu entscheiden, ob im konkreten Fall eingezogen werden soll.

Bei den vorliegend beanstandeten Rechtsverletzungen handelt es sich nicht um Grenzfälle, sondern um krasse und offensichtliche Verstösse gegen das Verbot von Schleichwerbung. Hinzu kommt, dass bereits im Sponsoringvertrag explizit vereinbart wurde, zum Product Placement auch Produktehinweise und qualitative Informationen anzubringen, womit die Parteien eine Verletzung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen eindeutig in Kauf genommen haben.

Unter diesen Umständen erweist sich eine Einziehung der durch das rechtswidrige Verhalten erzielten Gewinne neben der Aufforderung den rechtmässigen Zustand herzustellen als verhältnismässige Massnahme.

(...)

IV. Kosten

Gemäss Art. 35 Abs. 1 lit. c RTVV beträgt die Gebühr für die Verfügungen im Bereich Aufsicht zwischen 200 und 5000 Franken. Bei der Festsetzung der Gebühr berücksichtigt die Behörde die Bedeutung des Geschäfts und den Aufwand für dessen Erledigung (Art. 35 Abs. 2 RTVV). In casu erscheint unter Berücksichtigung der vorgenannten Kriterien eine Gebühr von **Fr. 550.-** als angemessen.

Aus diesen Gründen hat das BAKOM

v e r f ü g t :

1. Es wird festgestellt, dass die Star TV AG gegen die Bestimmungen des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 (RTVG) verstossen hat, indem zumindest in der Sendung „HitzSigg“ vom 2. Oktober 2000
 - a) unzulässige Werbewirkungen für das Produkt Maggi-Quick Lunch des Sponsors Nestlé Suisse S.A. erzeugt worden sind und
 - b) es unterlassen wurde, den Sponsor Nestlé Suisse S.A. resp. sein Produkt Maggi-Quick Lunch am Anfang und am Ende dieser Sendung zu nennen.
2. Die Star TV AG wird aufgefordert, bis zum **11. Februar 2001** in allen in Ziff. 1 beanstandeten Punkten den rechtmässigen Zustand herzustellen, soweit dies nicht bereits erfolgt ist. Die Star TV AG wird aufgefordert, das BAKOM bis am **11. Februar 2001** über die unternommenen Schritte zur Herstellung des rechtmässigen Zustandes zu informieren.
3. Sollte die Star TV AG Ziff. 2 des Dispositivs dieser Verfügung nicht innert der gesetzten Frist nachkommen, werden weitere administrative Massnahmen im Sinne von Art. 67 RTVG ergriffen.
4. Die bei der in Ziff. 1 lit. a festgestellten Rechtsverletzung erzielten Einnahmen von Fr. b werden eingezogen.
5. Die Verfahrenskosten von Fr. 550.- werden der Star TV AG zur Bezahlung auferlegt.
6. Die Rechnung für die Gesamtforderung von **Fr. c** wird nach Rechtskraft dieser Verfügung mit separater Post zugestellt.
7. Diese Verfügung wird dem Rechtsvertreter der Star TV AG mittels eingeschriebener Post mit Rückschein eröffnet.