

BAKOM, Postfach, CH-2501 Biel

Lettre signature / Rückschein

SRG SSR idée suisse
Rechtsdienst
Giacomettistrasse 3
3000 Bern 15

Referenz/Aktenzeichen : 2005-00035

Sachbearbeiterin :

Tel.

Biel, 28. März 2006

Verfügung

des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM

in Sachen

SRG SSR idée suisse
Giacomettistrasse 3
3000 Bern 15

betreffend

Verletzung der Werbebestimmungen – Sendung Wetterbilder

1. Prozessgeschichte

Mit Schreiben vom 15. September 2005 verlangte das BAKOM von der SRG SSR idée suisse (nachfolgend SRG) Informationen und die Einreichung allfällig bestehender Verträge im Zusammenhang mit der Sendung Wetterbilder auf SF1.

Die SRG lieferte innert erstreckter Frist am 10. Oktober 2005 die angeforderten Informationen und Verträge bezüglich dieser Sendung.

Am 10. November 2005 eröffnete das BAKOM in seiner Funktion als Aufsichtsbehörde ein verwaltungsrechtliches Aufsichtsverfahren gegen die SRG. Gegenstand des Verfahrens bildet die Sendung Wetterbilder auf SF1, die die Vermutung begründet, die SRG habe gegen die Werbe- und Sponsoringbestimmungen verstossen.

Mit Schreiben vom 9. Dezember 2005 nahm die SRG innert erstreckter Frist zu den erhobenen Vorwürfen Stellung und beantragte die Einstellung des Verfahrens. Auf ihre Argumente wird in den nachfolgenden Erwägungen eingegangen.

2. Rechtliches

2.1. Zuständigkeit

Gestützt auf Art. 56 Abs. 1 des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 (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.

2.2. Sachverhalt

In der Sendung Wetterkanal, die täglich ab 6.30 Uhr auf SF1 ausgestrahlt wird, wird ein Teil des Bildschirms mit Panoramabildern aus verschiedenen schweizerischen und österreichischen Tourismus-Destinationen belegt. Gleichzeitig werden Informationen zu den Ortschaften eingeblendet. Neben eigentlichen Wetterinformationen (Temperatur, Luftfeuchtigkeit) und allgemeinen Informationen zu den Themen News, Verkehr, Sport und Börseninfos werden verschiedene Aktionen und Aktivitäten eingeblendet. Die Sendung vom Donnerstag, 15. September 2005, die Anlass zur Eröffnung des Aufsichtsverfahrens gab, wurden beispielsweise folgende Einblendungen ausgestrahlt:

- Toggenburg: "15.09.-15.10. Herbstaktion bei den Chäserrugg-Bergbahnen"
- Hoch-Ybrig: "Kinder bis 16 Jahre fahren im Sommer gratis!" oder „Senioren-Hit Mitte Aug. bis Ende Sept.: Tageskarte Fr. 10.-"
- Stoos: "Stoos-Herbstaktion: Sept. und Okt. Bahnen und Tagesteller ab Fr. 29.-"
- Rigi: "Sa., 01.10.05 – 3. Rigi-Älplermarkt von 10.00-16.00 Uhr auf Rigi Staffel"
- Titlis: "CandleLight Dinner auf 3020 m.ü.M diesen Samstag, 17.09.2005"
- Lungern Schönbüel: "3 Tageswanderferien 2 x HP inkl. 3 Tage Bahnfahrten alle Fr. 164.-"
- Vierwaldstättersee: "Auskunft über 0041 41 678 14 85, info über [www. Panoramawelt.ch](http://www.Panoramawelt.ch)"

Weiter wurde zum jeweiligen Panoramabild das entsprechende Logo der Tourismus-Destination eingeblendet. In der erwähnten Sendung waren es insbesondere folgende Logos:

- "Panorama Welt – Lungern Schönbüel"
- "Jungfraujoch – Top of Europe"
- "www.artfurrer.ch" (+ Telefonnummer)
- "Engadin Scuol – noch zu entdecken"
- "Arosa – all-inclusive.ch"

- "Flims Laax Falera – die Alpenarena"
- "Swiss Knife Valley"

Die Panoramabilder aus den Tourismusregionen werden von der Feratel Media Technologies AG (nachfolgend Feratel) geliefert. Zwischen den Tourismusregionen, die im Wetterkanal berücksichtigt werden, und der SRG besteht kein Vertragsverhältnis. Die Verträge bestehen zwischen den Tourismusregionen und Feratel einerseits sowie zwischen Feratel und SF andererseits.

In der Vereinbarung zwischen SF und Feratel vom Februar 2004 wurde u.a. folgendes abgemacht:

- Feratel liefert täglich Wetterbilder. (Ziff. 2.1)
- (...)
- SF hat keine Verpflichtung, die Wetterbilder zu senden. (...)
- (...)
- Feratel entrichtet für die Ausstrahlung der Wetterbilder eine pauschale jährliche Entschädigung von x Franken (...)

Gemäss Stellungnahme der SRG vom 10. Oktober 2005 erbringt die Meteo-Redaktion von SF weitere Leistungen, so u.a.: Aktualisierung der Punktprognosen, Einbindung der Daten/Bilder ins Meteorama (unter www.sf.tv/sfmeteo), laufende Qualitätskontrolle der Bilder und Wetterdaten, Betreiben eines HTML- und XML-Feeds z.H. der Kamerabetreiber mit Prognosen und Wetterdaten, auch zur Nutzung dieser Infos auf der Homepage der jeweiligen Region, Aufbereitung und Zurverfügungstellung der Bilder, Daten und Prognosen auf verschiedenen Plattformen, z.B. auf www.mySwitzerland.com.

Die Herstellung der Panoramabilder in einzelnen Tourismusregionen ist Gegenstand der Vereinbarung zwischen Feratel und der jeweiligen Region. Im dem BAKOM vorliegenden Vertrag wurde folgendes festgehalten:

- (...)
- Die Tourismusregion bezahlt für die Ausstrahlung der Panoramabilder auf SF jährlich y Franken an Feratel. (Ziff. 4.1)

Der SRG ist bekannt, dass Feratel mit verschiedenen Tourismusregionen einen Ausstrahlungsvertrag eingegangen ist. (...)

2.3. Erwägungen

- a) Gemäss Art. 18 Abs. 1 RTVG muss Werbung vom übrigen Programm deutlich getrennt und als solche eindeutig erkennbar sein. Als Werbung gilt jede öffentliche Äusserung zur Förderung des Abschlusses von Rechtsgeschäften über 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). Wird im redaktionellen Programm Werbung ausgestrahlt, ist neben der Werbetrennung das in Art. 15 Abs. 2 RTVV statuierte Schleichwerbeverbot verletzt. Die Schleichwerbung - die insbesondere gegen Entgelt vorgenommene Darstellung werbenden Charakters von Waren und Dienstleistungen ausserhalb der Werbung - konkretisiert die Verpflichtung von Art. 18 Abs. 1 RTVG, Werbung als solche zu kennzeichnen und vom übrigen Programm deutlich zu trennen.
- b) Es stellt sich die Frage, ob das Werbetrenngebot bzw. das Schleichwerbeverbot verletzt sind. Die während der Sendung Wetterkanal ausgestrahlten Informationen zu den jeweiligen Tourismusregionen sind als werblich i.S. von Art. 11 Abs. 1 RTVV zu qualifizieren. Mit den in der Sendung vom 15. September 2005 eingeblendeten Hinweisen auf Aktionen, Vergünstigungen und spezielle Veranstaltungen - teils mit Preisangabe - verfolgen die Tourismusorte eine Werbeabsicht, nämlich das Publikum zum Besuch ihrer Region zu motivieren und letztlich den Abschluss von Rechtsgeschäften zu fördern.
- c) Der Werbebegriff ist dann erfüllt, wenn der Fernsehveranstalter gegen Entgelt Sendezeit zur Verfügung stellt, damit der Werbetreibende eine von ihm gewünschte Werbewirkung erzielen kann. Die Werbewirkung muss sich nicht auf den Werbetreibenden selbst beziehen, d.h. es kann auch eine Werbewirkung für einen Dritten angestrebt werden. Feratel liefert SF die Panoramabilder und bezahlt jährlich x Franken für die Ausstrahlung der Bilder in verschiedenen Sendungen. Die im Wetterkanal eingeblendeten werblichen Aussagen liegen nicht im unmittelbaren Interesse von Fe-

ratel, sondern in jenem der Tourismusregionen. Diese erbringen für die Platzierung der in ihrem Interesse liegenden Werbebotschaften keine direkte Geldleistung an SF. Hingegen bezahlen sie Feratel y Franken pro Jahr, damit Feratel dafür sorgt, dass die Panoramabilder aus ihrer Region auf SF 1 ausgestrahlt werden. Gemäss www.feratel.ch (Rubrik Produkte/Panorama-bilder) bietet Feratel die Anreicherung der Panoramabilder mit weitergehenden Informationen an: "Neben Wetterinformationen wie z.B. Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Windgeschwindigkeit, die von Sensoren erfasst werden, können zusätzliche Informationstexte (Web-Adresse, Veranstaltungshinweise, Buchungshotline, ...) sowie das Logo eingeblendet werden." Die Geldleistung der Tourismusregionen gilt die Leistungen von Feratel ab. Diese bestehen in der Zusage, die Bilder auf SF senden zu lassen, in der technischen Infrastruktur für die Übermittlung der Bilder an SF, aber auch in der Möglichkeit, die Bilder mit Werbebotschaften anzureichern.

- d) (...) Die beiden Vertragsverhältnisse Tourismusregion-Feratel / Feratel-SF hängen eng zusammen: Feratel liefert SF die fertigen Panoramabilder und bezahlt zusätzlich für die Ausstrahlung x Franken pro Jahr. SF weiss, dass Feratel mit verschiedenen Tourismusregionen einen Ausstrahlungsvertrag abgeschlossen hat (vgl. oben Ziff. 1 letzter Absatz). Es ist offensichtlich, dass Feratel SF diese Panoramabilder nur darum unentgeltlich zur Verfügung stellen und darüber hinaus (...) für die Ausstrahlung bezahlen kann, weil die Produktion refinanziert werden kann. Andererseits bezahlen die Tourismusregionen u.a. deshalb den vereinbarten Geldbetrag, weil sie einerseits attraktive Bilder auf SF 1 ausstrahlen und diese zusätzlich mit werblichen Zusätzen versehen können. Im Normalfall muss ein Fernsehveranstalter die Kosten für die Produktion einer redaktionellen Sendung selbst tragen bzw. eine Fremdproduktion einkaufen. Hier liegt die umkehrte Konstellation vor: SF strahlt eine Sendung aus, die auf aufwendigen fremdproduzierten Elementen basiert und erhält erst noch eine Geldleistung.

Die Leistungen von Feratel an SF (Bilder, Geldleistungen) setzen also voraus, dass Feratel durch die Tourismusregionen Einnahmen generieren kann. Ein Teil der von den Tourismusregionen erbrachten Geldleistungen fliesst an SF weiter. Zudem ist die SRG verantwortlich für den Inhalt der Sendung; sie ist verantwortlich, wenn die ausgestrahlten Wetterbilder mit werblichen Botschaften angereichert werden. Diese Anreicherung der Bilder lässt sich wiederum Feratel von den Tourismusregionen finanzieren und ist so in der Lage, die Entschädigung an die SRG zu leisten.

- e) (...)
- f) (...)
- g) Schlussfolgerung: Es wird festgestellt, dass ein Teil der Geldleistungen, welche die Tourismusregionen an Feratel erbringen, indirekt zur SRG fliessen und die SRG als Gegenleistung in der Sendung Wetterkanal Werbebotschaften der Tourismusregionen ausstrahlt. Dies betrifft die werblichen Zusätze in den Logos sowie die eingeblendeten werblichen Botschaften der Tourismusregionen insbesondere in Bezug auf spezielle Angebote, Aktionen mit Preisangaben und verschiedene Kontaktmöglichkeiten. Somit verletzt die SRG das Werbetrenngebot gemäss Art. 18 Abs. 1 RTVG und das Schleichwerbeverbot nach Art. 15 Abs. 2 RTVV.
- h) Wegen der zugrundeliegenden Finanzierung der Sendung wäre für eine zukünftige rechtskonforme Ausgestaltung nur Werbung oder Sponsoring denkbar. Im Falle von Werbung wären insbesondere die Werbetrennung und die Werbedauer zu berücksichtigen. Ein Sponsoring wäre entsprechend zu deklarieren, die Sendung dürfte keine werblichen Aussagen der Sponsoren enthalten und die Auswahl der ausgestrahlten Wetterbilder müsste nach journalistischen Gesichtspunkten erfolgen.

(...)