



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 21. März 2002

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

gegen

SRG SSR idée suisse

Giacomettistrasse 3, 3000 Bern 15

betreffend Verstösse gegen die Werbe- und Sponsoringbestimmungen des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 (RTVG; SR 784.40)

den Akten entnommen:

1. Am 30. August 2000 eröffnete das BAKOM in seiner Funktion als Aufsichtsbehörde aufgrund einer Anzeige ein Verwaltungsverfahren gegen die SRG (Dokument 4). Gegenstand des Verfahrens bilden verschiedene Aussagen in der Sendereihe Kassenssturz auf SF1, die den Verdacht begründeten, die SRG verstosse gegen die Werbebestimmungen des RTVG. Der SRG wurde das rechtliche Gehör gewährt.
2. Die SRG reichte am 20. September 2000 (Dokument 5) sowie am 9. März 2001 (Dokument 8) fristgemäss ihre Stellungnahmen ein. Sie beantragt sinngemäss die Feststellung, die SRG habe nicht gegen die Bestimmungen des RTVG verstossen. Auf die Begründung wird in den nachfolgenden Erwägungen eingegangen.

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; SR 784.401) übt das BAKOM die Aufsicht über die Veranstalter aus. Es trifft die administrativen Massnahmen nach Art. 67 Abs. 1 des Gesetzes.

II. Materielles

A. Sachverhalt

In den insgesamt neun aufeinanderfolgenden Sendungen Kassensturz vom 7. März bis 2. Mai 2000 wurde viermal auf die am nächsten Tag erhältliche Zeitschrift saldo sowie dreimal auf den saldo-Ratgeber „Einkaufsführer durchs Internet“ hingewiesen. Das Buch bzw. die Zeitschrift wurden regelmässig prominent ins Bild gerückt und bei der Zeitschrift die Preisangabe zusätzlich eingeblendet. Die Hinweise sollten dem Zuschauer ermöglichen, sich mit einem behandelten Thema vertieft auseinanderzusetzen und erfolgten jeweils im Anschluss an einen entsprechenden Beitrag.

Die regelmässigen Hinweise auf die Zeitschrift saldo sowie den saldo-Ratgeber im Kassensturz sind Ausdruck eines Medienverbundes zwischen dem Schweizer Fernsehen DRS und der Verlegerin Consuprint AG (Vereinbarung zwischen SF DRS und Consuprint AG vom 30. September 1999, Dokument 5, Beilage 1, nachfolgend mit Ziff. X der Vereinbarung zitiert). Die Zuschauer der Sendungen Kassensturz und Puls sollen durch eine sendebegleitende Zeitschrift und Buchpublikationen medienübergreifend informiert werden. Da die Sendung Puls nicht Gegenstand des Verfahrens ist, bleibt sie in den nachfolgenden Erwägungen unerwähnt.

B. Rechtliches

- 1a) Durch die enge, dauernde und teilweise exklusive journalistische Zusammenarbeit werden die Print-Produkte des Verlags einem breiten Publikum bekannt gemacht und es werden ohne Zweifel auch deren Absatzchancen gefördert. So übernimmt die Zeitschrift saldo exklusiv redaktionelle Beiträge der Kassensturz-Redaktion (Ziff. 3 der Vereinbarung), welche ihrerseits im Einverständnis mit der Zeitschriften-Redaktion saldo-Beiträge kostenlos übernehmen kann (Ziff. 5 der Vereinbarung).
 - b) Für die exklusive Übernahme redaktioneller Beiträge der Kassensturz-Redaktion sowie die Nutzung von Titel und Logo der Fernsehsendung bezahlt der Verlag an SF DRS jährlich pauschal eine Lizenzgebühr von x Franken. Zusätzlich wird eine auflageabhängige Erfolgsbeteiligung von SF DRS an den verkauften Zeitschriftenabonnements und Ratgebern vereinbart (Ziff. 3 der Vereinbarung).
 - c) Dieser Geldfluss von der Verlegerin zur SRG sowie eine gewisse Präsenz der Geldgeberin im Programm sind Anlass für das BAKOM als für die allgemeine Aufsicht zuständige Behörde, die Einhaltung der Finanzierungsvorschriften, namentlich der Werbe- und Sponsoringbestimmungen zu untersuchen. Nicht Gegenstand der Prüfung durch das BAKOM sind programmrechtliche Fragen. In einem ersten Schritt ist nachfolgend zu untersuchen, ob es sich bei den Hinweisen auf die saldo-Publikationen um verbotene Schleichwerbung handelt.
- 2a) 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. Allerdings fällt nicht jeder Werbeeffekt unter das Verbot der Schleichwerbung. Ein Verstoss liegt vielmehr erst dann vor, wenn die Werbewirkung gegenüber dem Informationsgehalt oder dem Unterhaltungswert in den Vordergrund tritt. Ein Hinweis auf ein bestimmtes Produkt

wird erst dann zur Schleichwerbung, wenn damit ein Selbstzweck verfolgt wird, der weder einem Informationsbedürfnis dient, noch sonstwie eine erklärbare Einbettung in einer Sendung findet (Martin Dumermuth, Rundfunkrecht N 289 f., in: Schweizerisches Bundesverwaltungsrecht, hrsg. von Koller/Müller/Rhinow/Zimmerli, Organisationsrecht, Basel und Frankfurt am Main 1996).

- b) Die SRG betont in ihrer Stellungnahme, der Medienverbund diene der Erhöhung der Publikumsbindung für die Sendungen und die sendebegleitenden Dienstleistungen. Die Hinweise auf den saldo-Ratgeber sowie auf die Zeitschrift saldo erfolgten jeweils im Anschluss an einen Beitrag, dessen Thema in der genannten Publikation vertieft dargestellt würde. Sie seien journalistisch begründet und dienten der Information des Publikums. Der Verlag biete Zeitschrift und Ratgeber den Zuschauern von SF DRS zudem sehr günstig an. Der SRG gehe es nicht um die Erschliessung neuer Finanzierungsmöglichkeiten für ihr Programm.
- c) Bei der Prüfung der fraglichen Hinweise auf die Zeitschrift saldo ergibt sich, dass diese immer einen inhaltlichen Konnex zur entsprechenden Sendung hatten, d.h. es wurde immer auf durch saldo publizierte Zusatzinformationen zu den in den Sendungen behandelten Themen hingewiesen. Die Hinweise auf den saldo-Ratgeber „Einkaufsführer durchs Internet“ erfolgten ferner im Rahmen einer Serie zum Thema e-commerce. Bei dieser Sachlage kann durchaus davon ausgegangen werden, dass die Hinweise in erster Linie der Information des Publikums dienten und durch ein journalistisches Interesse gedeckt waren. Der damit verbundene Werbeeffekt war vor diesem Hintergrund in Kauf zu nehmen.
- d) Die Zusammenarbeit SRG – saldo steigert letztlich auch die Publikumsbindung. Die Sendung „Kassensturz“ wird für das Publikum attraktiver, wenn es sich nicht nur mit den während der Sendung vermittelten – notwendigerweise vereinfachten und flüchtigen – Informationen begnügen muss, sondern Gelegenheit zur Vertiefung und zum Nachschlagen in einem Printmedium erhält. Vor diesem Hintergrund dienen zwar die fraglichen Hinweise der Steigerung der Auflage von saldo, sie liegen aber gleichzeitig im unmittelbaren Interesse der Sendung „Kassensturz“.
- e) Die SRG ist daneben auch finanziell am Verkauf und an einer Steigerung des Absatzes von Zeitschrift und Ratgeber interessiert, denn die SRG erwirtschaftet Lizenzentnahmen, welche auflageabhängig ausgestaltet sind. Angesichts der tief angesetzten Lizenzgebühr und den erheblichen weiteren Eigeninteressen, welche die SRG mit der Medienpartnerschaft verfolgt, muss die wirtschaftliche Förderungsabsicht der SRG als eher marginal und zweitrangig eingestuft werden.

Es stellt sich ferner die Frage, ob die SRG unter dem Gesichtswinkel des Gebots der wirtschaftlichen Betriebsführung (Art. 56 Abs. 3 RTVG) überhaupt berechtigt wäre, saldo ohne Gegenleistung eine Zusammenarbeit mit entsprechendem Image-Transfer zu gewähren. Dieser Problematik ist das BAKOM bereits in den Jahren 1993 bis 1995 nachgegangen in Zusammenhang mit der Kooperation der Publikation K-Tip mit der Sendung Kassensturz des Schweizer Fernsehen DRS. Im damaligen Verfahren erinnerte die Aufsichtsbehörde die SRG daran, sie habe vom Herausgeber des Begleitmediums eine finanzielle Leistung für die eingeräumten Rechte zu verlangen (Brief vom 15. September 1995 an die SRG).

- f) Die offensichtliche zeitliche Abstimmung von Ausstrahlungs- und Erscheinungsdatum - die Zeitschrift saldo erscheint jeden zweiten Mittwoch Morgen unmittelbar nach der Sendung mit den zu vertiefenden Berichten - ist aus journalistischen Gründen legitim.

Die Zeitschrift saldo soll möglichst als Primeur in seinem Medium das Thema aufgreifen dürfen.

- g) Die Präsenz der Produkte des Medienpartners im Kassensturz wird durch erhebliche nicht kommerzielle Interessen der SRG gerechtfertigt. Ein gewisser Werbeeffect zu Gunsten der saldo-Verlegerin muss hingenommen werden, weil in den geprüften Fällen journalistische Interessen der SRG überwiegen. Der Verkauf der saldo-Publikationen dient zudem der Bindung des Publikums an die Sendung Kassensturz. Der Informationsgehalt tritt gegenüber dem werbenden Effect der Hinweise auf Zeitschrift und Ratgeber in den Vordergrund. Als solche sind sie legitim und daher zulässig. Von verbotener Schleichwerbung kann deshalb keine Rede sein.
- 3a) Die Journalisten des saldo stellen der Kassensturz-Redaktion Informationen zur Verfügung (Ziff. 5 der Vereinbarung). Der Verlag erbringt gleichzeitig eine Geldleistung an die Veranstalterin. In casu könnte der Geldgeber mittelbar einen Vorteil aus der Ausstrahlung der Information ziehen, da seine Publikationen als Informationslieferanten erwähnt werden (Dumermuth, a.a.O. N 310; Ziff. 5 der Vereinbarung). Es ist in einem zweiten Schritt zu prüfen, ob das Geld zwischen den Medienpartnern für die Platzierung dieser Informationen im Programm fließt, was als Sponsoring zu behandeln wäre.
- b) Als Sponsoren gilt die Beteiligung einer natürlichen oder juristischen Person, die an der Veranstaltung von Radio- und Fernsehprogrammen oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, an der direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke oder das Erscheinungsbild der Person zu fördern (Art. 16 Abs. 1 RTVV).
- c) Der Verlag darf Beiträge der Kassensturz-Redaktion exklusiv übernehmen sowie Titel und Logo der Fernsehsendung Kassensturz gebrauchen. Die in der Zeitschrift im Zusammenhang mit der Redaktion von Kassensturz erscheinenden Artikel werden mit dem Logo von Kassensturz ergänzt (Ziff. 4 der Vereinbarung). Die Zeitschrift saldo sowie die saldo-Ratgeber werden als die Zeitschrift bzw. als der Ratgeber zur TV-Sendung Kassensturz herausgegeben. Die Zeitschrift saldo führt zudem den Untertitel „Mit Kassensturz und Puls“ (Ziff. 8 der Vereinbarung). Für diese konkreten vertraglichen Leistungen bezahlt die saldo-Herausgeberin an SF DRS eine Lizenzgebühr von mindestens x Franken.
- d) Die Sendung Kassensturz soll durch die vereinbarte Lizenzgebühr weder direkt noch indirekt finanziert werden. Vielmehr bezahlt der Verlag die ihm eingeräumten Nutzungsrechte an Titel und Logo der Fernsehsendung sowie das Exklusivrecht an den Kassensturz-Beiträgen. Die Journalisten des Kassensturz können ihrerseits im Einverständnis mit der Zeitschriften-Redaktion zwar saldo-Beiträge kostenlos übernehmen (Ziff. 5 der Vereinbarung), jedoch wird die Lizenzgebühr dafür nicht entrichtet. Die Bestimmungen über das Sponsoring kommen somit nicht zur Anwendung.
- 4) Zusammenfassung

Dank den Hinweisen auf die saldo-Publikationen in der Sendung Kassensturz erfahren die Zuschauer in erster Linie, wo sie weiterführende schriftliche Informationen zum soeben behandelten Thema finden. Sie sind journalistisch begründet, wirken nicht primär werbend und verletzen deshalb das Schleichwerbeverbot nicht. Die von der saldo-Herausgeberin an SF DRS geleistete Lizenzgebühr entgelt vertragliche Lei-

stungen der Veranstalterin ausserhalb des Programms. Da sie nicht der Finanzierung der Sendung Kassensturz dient, liegt kein Sponsoringverhältnis vor.

III. Kosten

Die Veranstalterin hat durch die Hinweise auf die Zeitschrift saldo sowie auf den saldo-Ratgeber „Einkaufsführer durchs Internet“ in den vorliegend überprüften neun Sendungen Kassensturz das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 nicht verletzt. Es werden deshalb keine Kosten ausgeschrieben.

Das BAKOM verfügt:

1. Es wird festgestellt, dass die SRG durch die Hinweise auf die Zeitschrift saldo sowie auf den saldo-Ratgeber „Einkaufsführer durchs Internet“ in den Sendungen Kassensturz vom 7. März bis 2. Mai 2000 nicht gegen die Bestimmungen des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 21. Juni 1991 verstossen hat.
2. Es werden keine Verfahrenskosten ausgeschrieben.
3. Diese Verfügung wird der SRG mittels eingeschriebener Post mit Rückschein eröffnet.