

CH_VB JAAC 57.51 vom 6. März 1992

Bundesverwaltung, 1992-03-06, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ch_vb_JAAC_57.51__

FR: CH_VB JAAC 57.51 du 6 mars 1992

IT: CH_VB JAAC 57.51 del 6 marzo 1992

Erwägungen

E. 1

und 2. (Formelles) 3.1. (Politische Werbung, vgl. VPB 57.49) 3.2. (Indirekte Werbung, vgl. VPB 55.35) 3.3. In casu ist offensichtlich weder politische Propaganda im Rahmen eines Werbespots noch unbezahlte indirekte Werbung für ein Produkt im Rahmen einer Informationssendung konzessionsrechtlich zu beurteilen. Allerdings sind die vorstehend dargelegten, für andere konzessionsrechtliche Aspekte entwickelten Grundsätze auch für die Beurteilung der gerügten Sendung unter dem Gesichtspunkt von Art. 4 Abs. 2 der Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft vom 5. Oktober 1987 (Konzession SRG, BBl 1987 III 813 f.) von Bedeutung (vgl. Ziff. 5 hiernach).

E. 4

(Art. 4 Abs. 2 Konzession SRG, vgl. VPB 54.15, VPB 51.53, S. 330; VPB 50.18, S. 12; VPB 49.32, S. 182; erhöhte Verpflichtung zur Beachtung der Vielfalt der Ansichten im Vorfeld von Wahlen oder Abstimmungen, vgl. VPB 55.38).

E. 5

Im vorliegenden Fall kann allein aus dem Umstand, dass in einer Informationssendung Kandidaten eines politischen Wahlkampfes gezeigt werden, nicht geschlossen werden, es handle sich um eine Wahlsendung oder 2

eine Sendung mit Wahlcharakter im Sinn der Praxis der UBI (vgl. VPB 55.38 E. 3a). Andernfalls wären keine Sendungen mehr realisierbar, in denen auf irgend eine Weise eine in einem Wahlkampf engagierte Person in Erscheinung tritt oder erwähnt wird. Von einer unter dem konzessionsrechtlichen Pluralitätsgebot unzulässigen Wahlwerbung könnte analog der für die Schleichwerbung entwickelten Grundsätze (vgl. VPB 57.49) erst dann gesprochen werden, wenn bei der Darstellung bestimmter Personen der Werbeeinfluss neben der Information oder einer anderen konzessionsgerechten Funktion (z. B. Unterhaltung) in den Vordergrund tritt und damit einem bestimmten Kandidaten ein Publizitätsvorteil eingeräumt wird. Wenn auch im vorliegenden Fall nicht auszuschliessen ist, dass unter Umständen ein indirekter Werbeeinfluss für Werner Vetterli entstehen konnte, bleibt doch zu würdigen, dass der Beitrag dem Zuschauer hauptsächlich Informationen über die Wahlkampfmethoden und -strategien der beiden bürgerlichen Parteien FdP und SVP vermittelte. Die «10 vor 10»-Redaktion hat damit im Rahmen des konzessionsrechtlichen Leistungsauftrages einem legitimen, öffentlichen Informationsbedürfnis entsprochen. Man kann sich allerdings in casu fragen, ob es notwendig und geschickt war, als Makro im Hintergrund bei der Anmoderation den Kandidaten Werner Vetterli für den Rezipienten klar erkennbar einzublenden - das Plakat war zusätzlich, entgegen der Stellungnahme der SRG, mit dem Namen des Kandidaten beschriftet - und ihn ausserdem beim Gespräch mit dem SVP-Werbemanager ein weiteres Mal, diesmal sogar grossformatig im Hintergrund,

ins Bild zu rücken. In diesem Zusammenhang stellt sich die allerdings nicht von der UBI zu beurteilende Frage, ob dadurch die SRG nicht Sinn und Geist ihrer eigenen «Richtlinien betreffend politischer Mandate von SRG-Mitarbeitern auf eidgenössischer, kantonaler und kommunaler Ebene» vom 10. April 1987 missachtet hat. Die journalistische Sorgfalt hätte bezüglich der formalen Gestaltung nach einer grösseren Sensibilität verlangt, die namentlich im Blick auf eine einigermaßen chancengleiche Behandlung der Kandidaten auch angezeigt gewesen wäre. Bei all diesen berechtigten Kritikpunkten bleibt gleichwohl festzuhalten, dass durch die entsprechende Gestaltung der Sendung die Einblendungen des Konterfeis von Vetterli im Rahmen des Themas der Sendung noch vertretbar war. Damit verbundene politische Werbeeffekte traten jedenfalls gegenüber dem Anliegen, den Stimmbürger über Methoden, Inhalt und Stil der Wahlwerbung zu informieren, zurück. Ausserdem ist zu beachten, dass auch andere Kandidaten aus dem Zürcher Wahlkampf - darunter direkte Gegen- wie auch Mitkandidaten von Vetterli -, im Bild gezeigt wurden, wenn auch die Einblendung ihrer Köpfe wesentlich kürzer und unaufdringlicher war. Aus diesen Gründen kommt die UBI zum Schluss, dass unter Berücksichtigung des Gesamteindrucks der Sendung kein wesentlicher, konzessionsrechtlich relevanter Publizitätsvorteil für den Wahlkandidaten Vetterli entstand und damit die Sendung «10 vor 10» die Konzession nicht verletzt hat. 3

Schweizerisches Bundesarchiv, Digitale Amtsdrukschriften Archives fédérales suisses, Publications officielles numérisées Archivio federale svizzero, Pubblicazioni ufficiali digitali JAAC 57.51 - Auszug aus einem Entscheid der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen vom 6. März 1992 In Verwaltungspraxis der Bundesbehörden Dans Jurisprudence des autorités administratives de la Confédération In Giurisprudenza delle autorità amministrative della Confederazione Jahr 1993 Année Anno Band 57 Volume Volume Seite --- Page Pagina Ref. No 150 001 838 Das Dokument wurde durch das Schweizerische Bundesarchiv und die Bundeskanzlei konvertiert. Le document a été digitalisé par les Archives Fédérales Suisses et la Chancellerie fédérale. Il documento è stato convertito dall'Archivio federale svizzero e della Cancelleria federale.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.