

# **UBI b.651 vom 22. Juni 2012**

UBI, 2012-06-22, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ubi\\_b.651](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ubi_b.651)

FR: UBI b.651 du 22 juin 2012

IT: UBI b.651 del 22 giugno 2012

## **Erwägungen**

### **E. 1**

Die Eingabe wurde zusammen mit dem Ombudsbericht fristgerecht eingereicht und ist hinreichend begründet (Art. 95 Abs. 1 und 3 RTVG)

### **E. 2**

Art. 94 RTVG umschreibt die Beschwerdebefugnis. Zur Beschwerde ist u.a. legitimiert, wer im Beanstandungsverfahren vor der Ombudsstelle beteiligt war und eine enge Beziehung zum Gegenstand einer Sendung nachweisen kann (Art. 94 Abs. 1 Bst. b RTVG, Individual- oder Betroffenenbeschwerde). Der Beschwerdeführer besitzt als Adressat des behaupteten abgewiesenen Gesuchs um Zugang zu den Werbeblöcken des Schweizer Fernsehens die erforderliche Nähe zum Gegenstand der Beschwerdesache (BGE 130 II 514 E. 2.2.1ff. S. 517ff. [„Drohung“]).

### **E. 3**

Die Beanstandung definiert das Anfechtungsobjekt und begrenzt insofern die Prüfungsbefugnis der UBI. Diese ist bei der Prüfung des anwendbaren Rechts frei und nicht an die Vorbringen der Parteien gebunden (BGE 121 II 29 E. 2a S. 31 [„Mansour – Tod auf dem Schulhof“]).

#### **E. 3.1**

Vorliegend macht der Beschwerdeführer eine Zugangsverweigerung zum Werbefernsehen geltend. Anfechtungsobjekt bildet bei Zugangsbeschwerden die Ablehnung eines Begehrens um Zugang zum Programm (Art. 92 Abs. 1 RTVG, Art. 94 Abs. 1 Bst. b RTVG). Die Beschwerdegegnerin erachtet die Voraussetzungen für eine Zugangsbeschwerde als nicht erfüllt, da die erste Version des Werbespots mit dem Einverständnis des Beschwerdeführers ausgestrahlt wurde.

#### **E. 3.2**

Gemäss bundesgerichtlicher Rechtsprechung dürfen die Eintretensvoraussetzungen bei der Zugangsbeschwerde nicht in allzu formalistischer Weise angewendet werden (BGE 136 I 167 E. 3.3.3.f. S. 175). Vorliegend geht aus einer E-Mail vom 16. Dezember 2011 eines Verantwortlichen der publisuisse an den Präsidenten des VgT hervor, dass der neue Spot („www.VgT.ch – was das Schweizer Fernsehen totschweigt“) für die SRG geschäfts- und imageschädigend sei und auch gegen Art. 10 der AGB für Fernsehwerbung verstosse. Ohne schriftlichen Gegenbericht des VgT werde die publisuisse daher den ersten, vom Beschwerdeführer vorgelegten Spot („www.VgT.ch - was andere Medien totschweigen“) ausstrahlen. In der gleichen E-Mail wurde der Beschwerdeführer auch auf die finanziellen Folgen der Ablehnung eines Werbespots hingewiesen. Am 19. Dezember 2011 gab der Präsident des VgT sein Einverständnis zur Ausstrahlung des ersten Werbespots, wobei er

gleichzeitig anmerkte, gegen die Ablehnung des zweiten Werbespots ein Verfahren anzustrengen.

### **E. 3.3**

Aus dem E-Mailverkehr geht hervor, dass die Beschwerdegegnerin die Ausstrahlung des zweiten Spots abgelehnt hat und dem Beschwerdeführer Konsequenzen androht hat, falls er darauf beharren würde. Die Eintretensvoraussetzungen für eine Zugangsbeschwerde sind damit erfüllt. Darin ändert auch nicht der Umstand, dass die der Beschwerdegegnerin genehme erste Version des Spots im Einverständnis mit dem Beschwerdeführer ausgestrahlt wurde. Die Zugangsbeschwerde bedingt keine vollständige Verweigerung

5/7

des Zugangs zum Programm (UBI-Entscheid b. 640 vom 11. Oktober 2011 E. 5.3.1ff. [„La Gauche“]).

### **E. 4**

Die UBI hat ausschliesslich zu prüfen, ob die Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots rechtswidrig erfolgt ist. Die Beurteilung von allfälligen vertrags- oder lauterkeitsrechtlichen Fragen im Zusammenhang mit den Werbezeitbestellungen fällt dagegen nicht in ihre Zuständigkeit (Art. 96 Abs. 3 RTVG).

### **E. 5**

Eine Verweigerung des Zugangs zum Programm kann insbesondere unzulässig sein, wenn dadurch die Meinungsäusserungsfreiheit (Art. 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention [EMRK; SR 0.101] bzw. Art. 16 der Bundesverfassung [BV; SR 101]) und das Rechtsgleichheitsgebot bzw. das Diskriminierungsverbot (Art. 14 EMRK bzw. Art. 8 Abs. 1 und 2 BV) berührt sind (siehe dazu die bundesrätliche Botschaft zum RTVG, BBl 2003 S. 1670). Das RTVG sieht deshalb neben der Beschwerde gegen ausgestrahlte Sendungen (Programmbeschwerde) gemäss Art. 97 Abs. 2 Bst. a RTVG auch die Möglichkeit einer Zugangsbeschwerde an die UBI vor, welche sich nicht nur auf redaktionelle Sendungen, sondern auf das ganze Programm und damit auch auf die Werbung bezieht (Art. 97 Abs. 2 Bst. b RTVG; siehe dazu Andreas Kley, Beschwerde wegen verweigertem Programmzugang: Trojanisches Pferd oder Ei des Kolumbus?, in: *medialex* 1/08, S. 15ff.). Der Bundesrat hat in seiner Botschaft zum RTVG den Ausnahmecharakter der Zugangsbeschwerde betont und ausgeführt, dass die ablehnende Haltung eines Programmveranstalters nur in seltenen Fällen rechtswidrig sein dürfte (BBl 2003 S. 1741).

### **E. 6**

Wie der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) in seinem - für politische Werbung wegweisenden - Entscheid VgT/Schweiz vom 28. Juni 2001 (Nr. 24699/94) ausgeführt hat, kann die Verweigerung der Ausstrahlung eines Werbespots die Meinungsäusserungsfreiheit von Art. 10 EMRK verletzen (a.a.O., § 77). Botschaft der besagten Fernsehwerbung war die Aufforderung, den Fleischkonsum aus Gründen des Tier- und Umweltschutzes sowie der Gesundheit zu mindern. Der EGMR führte u.a. aus, dass der VgT mit seinem Spot primär einen Beitrag zu einer öffentlichen Debatte um Tierschutz leisten wollte und er keine gleichwertigen Möglichkeiten hatte, um sich in der ganzen Schweiz Gehör zu schaffen (siehe zum ganzen Verfahren VgT/Schweiz: Daniel Rietiker, Chronik der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte in Fällen gegen die Schweiz im Jahr 2009, in: *AJP* 3/2010, S. 366ff.).

### **E. 6.1**

Mit dem vorliegend zu beurteilenden Spot will der VgT auf sich selber aufmerksam machen und sein Engagement für Nutztiere im Bewusstsein des Publikums verankern. Zentrale Bedeutung kommt dabei dem Hinweis auf die Website zu. Im Spot wird die Website noch zusätzlich mit der Aussage angepriesen, dass sie Informationen enthalte, welche das Schweizer Fernsehen „totschweigen“ würde.

### **E. 6.2**

Mit der Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots wollte die Beschwerdeführerin den VgT offensichtlich nicht daran hindern, Werbung in eigener Sache zu machen. Den inhaltlich praktisch identischen Spot hat das Schweizer Fernsehen in seinen Werbeblöcken denn auch vertragsgemäss gezeigt. Dieser enthält auch eine generelle Kritik an der Medienberichterstattung zu tierschutzrelevanten Aspekten („was andere Medien totschi-

gen“), welche auch das Programm des Schweizer Fernsehens beinhaltet. Auf der im Spot beworbenen Website des VgT ist im Übrigen auch dieser werbende Zusatz mit der generellen Kritik über die Medienberichterstattung enthalten. Die durch die Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots verbundene Einschränkung der Meinungsäusserungsfreiheit gilt es aus den genannten Gründen, erheblich zu relativieren.

### **E. 7**

Die Meinungsäusserungsfreiheit unterliegt Schranken. So sieht Art. 10 Abs. 2 EMRK vor, dass zum Schutz des guten Rufes vorgesehene Vorschriften zulässige Beschränkungen dieses Grundrechts darstellen (Christoph Grabenwarter, Die Europäische Menschenrechtskonvention, Basel/Wien 2009, S. 272ff.). Die in den AGB der Publisuisse für Fernsehwerbung vorgesehene Möglichkeit, als geschäfts- oder imageschädigend erachtete Spots abzulehnen, stellt den Kerngehalt der Meinungsäusserungsfreiheit daher auch nicht in Frage.

### **E. 7.1**

Mit der strittigen Aussage im nicht ausgestrahlten Werbespot („was das Schweizer Fernsehen totschiweigt“) wiederholt der VgT implizit den Boykottvorwurf, den er in einer früheren Zugangsbeschwerde, die sich gegen den redaktionellen Teil des Programms des Schweizer Fernsehens richtete, bereits geltend gemacht hatte. Die UBI und das Bundesgericht wiesen die entsprechenden Beschwerden jedoch als unbegründet ab (Entscheid 2C\_408/2011 des Bundesgerichts vom 24. Februar 2011 [„Berichterstattung über Tierschutzfragen“]). Der in der nicht ausgestrahlten Fernsehwerbung enthaltene Vorwurf, das Schweizer Fernsehen würde tierschutzrelevante Informationen verschweigen, ist geeignet, dessen Ruf zu schädigen. Der Werbezusatz vermittelt nämlich den Eindruck, speziell das Schweizer Fernsehen würde wichtige Themen bewusst unterdrücken.

### **E. 7.2**

Der in Art. 10 AGB der Publisuisse statuierte Vorbehalt der Ablehnung von geschäfts- oder imageschädigenden Inhalten ist Teil der vertraglichen Rahmenbedingungen für Fernsehwerbung. Er gilt grundsätzlich für alle Spots, welche im Programm des Schweizer Fernsehens gegen ein entsprechendes Entgelt gezeigt werden sollen. Es liegen keinerlei Anhaltspunkte vor, dass dieser Vorbehalt vorliegend in willkürlicher oder in diskriminierender Weise gegenüber dem VgT Anwendung findet.

## **E. 8**

Zusammenfassend ergibt sich, dass die Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots nicht rechtswidrig erfolgt ist. Die damit verbundene Einschränkung der Meinungsäusserungsfreiheit ist verhältnismässig, da sie ausschliesslich die Wahrung des guten Rufs des Schweizer Fernsehens bezweckt und keine Anzeichen für eine Diskriminierung vorliegen. Der Umstand, dass ein inhaltlich weitgehend identischer Spot des VgT im gleichen Zeitraum von der Beschwerdegegnerin ausgestrahlt wurde, relativiert im Übrigen die Tragweite der aufgrund der Verweigerung der Ausstrahlung erfolgten Einschränkung der Meinungsäusserungsfreiheit ganz erheblich. Die Beschwerde erweist sich aus diesen Gründen als unbegründet.

7/7

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