

JAAC 51.52C

Entscheid des Eidgenössischen Verkehrs- und
Energiewirtschaftsdepartements vom 3. November
1986

Radio et télévision. Interdiction de la publicité payante indirecte à la télévision, selon la concession SSR.

Plainte contre l'octroi de marchandises comme prix à des concours et contre la vente, par la radio, des mêmes produits, qui portent un slogan publicitaire en faveur de la radio. Examen, par le DFTCE, à titre de dénonciation. Aucune violation de la concession, vu que cette publicité propre ne favorise aucun intérêt de tiers et que la vente en question constitue une source licite de financement.

Radio und Fernsehen. Verbot der indirekten bezahlten Fernsehwerbung gemäss SRG-Konzession.

Beanstandung der Abgabe von Waren als Wettbewerbspreise und des Verkaufs der gleichen Produkte, die mit Werbung für das Radio versehen sind, durch das Radio. Prüfung, durch das EVED, als Aufsichtsbeschwerde. Keine Konzessionsverletzung, da diese Eigenwerbung keine Interessen Dritter begünstigt und der betreffende Verkauf eine zulässige Finanzierungsquelle darstellt.

Radio e televisione. Divieto della pubblicità pagante indiretta alla televisione, secondo la concessione SSR.

Ricorso contro il rilascio di merci quali premi in concorsi e contro la vendita, da parte della radio, degli stessi prodotti che portano impressa la pubblicità in favore della radio. Esame da parte del DFTCE

a titolo di denuncia all'autorità di vigilanza. Nessuna violazione della concessione, considerato che tale pubblicità non favorisce alcun interesse di terzi e che la vendita in questione costituisce una fonte lecita di finanziamento.

In einer Eingabe vom 24. August 1986 wurde beanstandet, dass das dritte Programm des Deutschschweizer Radios (DRS 3) für gewisse Produkte Werbung betreibt und diese Waren verkauft. Es war vorerst die Frage zu klären, ob die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) oder das Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) zuständig sind. Zu diesem Zweck wurde mit der UBI ein Meinungsaustausch geführt.

Ausgehend von der Unterscheidung zwischen programmlichen und rein finanziellen Gesichtspunkten gelangt die UBI zum Schluss, dass die Instanz dann zuständig ist, wenn der Aspekt der unabhängigen Willensbildung des Publikums zur Debatte steht. Demgegenüber, so die UBI weiter, fallen finanzpolitische und unternehmerische Fragen in die Kompetenz des EVED. Hinsichtlich dieser Eingabe vertritt die UBI die Meinung, dass die finanzielle Seite im Vordergrund steht und die Beanstandung somit vom Departement zu behandeln ist^[6]. Dieses kann sich dieser Auffassung anschliessen und bejaht aus dieser Sicht seine Zuständigkeit, insoweit die anderen Voraussetzungen hierfür gegeben sind.

Nach Art. 25 der Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft vom 27. Oktober 1964/22. Dezember 1980 (Konzession SRG, BBl 1981 I 285 1151) ist das EYED «mit der Aufsicht über die Einhaltung der Konzession betraut». Es wird gerügt, die Praktiken von DRS 3 seien als verbotene Werbung und unzulässige Finanzierung zu betrachten. Somit wird eine Verletzung des Art. 14 Abs. 1 sowie der Art. 20 ff. der Konzession SRG geltend gemacht. Mithin ist die funktionelle und sachliche Zuständigkeit des Departementes gegeben.

(Bedeutung der Aufsichtsbeschwerde vgl. [VPB 51.52B II 2](#))

Art. 14 Abs. 1 Konzession SRG verbietet jede bezahlte direkte und indirekte Radiowerbung. Weder die Konzession SRG noch die Weisungen des Bundesrates über die Fernsehwerbung vom 15. Februar 1984 (BBl 1984 I 364) enthalten eine Definition der Werbung. Hingegen umschreibt Art. 16 Abs. 2 der V über lokale Rundfunk-Versuche (RVO, SR 784.401) Werbung als «Sendungen, die zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen» anregen. Werden nun Waren in Hörerwettbewerben als Preise für eine richtige Antwort ausgesetzt, so fehlt das Element des Rechtsgeschäftes. Diese Aussage ist insoweit einzuschränken, als dass nicht gleichzeitig der Produktename oder der Spender (Firma usw.) in den Vordergrund gerückt werden. In diesem Fall hätte man es mit indirekter Werbung zu tun und sollte damit eine geldwerte Leistung an den Veranstalter verbunden sein, wäre der Tatbestand der verbotenen bezahlten indirekten Werbung erfüllt. Bei DRS 3 ist dies nicht der Fall. In der Regel wird nur eine allgemeine Warenbezeichnung (z. B. DRS 3 T-Shirt) verwendet.

Zu Recht weist die Eingabe darauf hin, dass DRS 3 diese Waren auch verkauft und im Programm auf diesen Sachverhalt hinweist. Diese Hinweise zielen auf den Abschluss eines Rechtsgeschäftes (Kauf). Abgesehen von den bereits erwähnten Elementen muss zusätzlich festgehalten werden, dass Werbung im konzessionsrechtlichen Sinne nur vorliegt, wenn die Aussage im Interesse eines Dritten erfolgt. Das ist in der fraglichen Angelegenheit nicht der Fall. Bei diesen Aktionen handelt es sich um zulässige «Eigenwerbung», die auf eine verstärkte Hörerbindung und Identifikation mit dem Programm abzielt. Hauptzweck solcher Aktionen ist somit nicht das Rechtsgeschäft, sondern die Erhaltung und wenn möglich die Erweiterung des Hörerkreises. Solche Strategien, die übrigens legitimerweise auch von den Lokalradios verfolgt werden, sind Folge der zunehmenden Anzahl von Veranstaltern und der damit verbundenen Konkurrenz. .

Unabhängig von der Frage der Werbung bleibt zu prüfen, ob der Verkauf eine konzessionsrechtlich nicht statthafte Finanzierung darstellt. Die Konzession nennt das sogenannte «Merchandising» nicht als Finanzierungsquelle. Allein aus der Tatsache der Nichterwähnung kann die Unzulässigkeit aber nicht abgeleitet werden. So führt die Konzession weder den Verkauf von Sendungen an andere Veranstalter oder Dritte, noch die Eintrittsgelder an, welche das bei einer Sendung anwesende Publikum zu bezahlen hat. Grundsätzlich hat die SRG als Verein des Privatrechts das Recht, sich auch aus anderen Quellen als aus Werbung und Gebühren zu finanzieren unter dem Vorbehalt, dass solche Aktivitäten in einem Zusammenhang mit dem konzessionsrechtlich übertragenen Auftrag im öffentlichen Interesse stehen und die Wahrnehmung dieser Aufgabe nicht gefährden. Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass der Verkauf der Hörerbindung und Identifikation dient. Somit besteht eine enge Bindung zum erwähnten Zweck der SRG. Eine Gefährdung des Auftrags im öffentlichen Interesse ist ebenfalls nicht ersichtlich und wird denn in der Anzeige auch nicht geltend gemacht. Somit ist gegen den Verkauf im jetzigen Rahmen konzessionsrechtlich nichts einzuwenden.

[6] Vgl. VPB 51.52A.

JAAC 51.52C - Entscheid des Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartements vom 3. November 1986

In	Verwaltungspraxis der Bundesbehörden
Dans	Jurisprudence des autorités administratives de la Confédération
In	Giurisprudenza delle autorità amministrative della Confederazione
Jahr	1987
Année	
Anno	
Band	51
Volume	
Volume	
Seite	---
Page	
Pagina	
Ref. No	150 000 494

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.