

Ombudsstelle SRG.D

Dr. Esther Girsberger, Co-Leitung
Kurt Schöbi, Co-Leitung
c/o SRG Deutschschweiz
Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

E-Mail: leitung@ombudsstellesrgd.ch

Zürich, 23. September 2020

Dossier Nr 6687, «Glanz & Gloria», Beitrag zur «Schynige Platte» vom 15. Juli 2020

Sehr geehrter Herr X

Besten Dank für Ihr Schreiben vom 18. Juli 2020, worin Sie den Beitrag «Schynige Platte» in «Glanz & Gloria» vom 15. Juli wie folgt beanstanden:

«In dieser G&G Sendung wurde durch Francine Jordi (Frau Lehmann) ein Werbe-Video für die "Schynige Platte" gezeigt.

Was mich daran störte ist die Vermischung von Werbung und Information (was ein öffentlich rechtliches Unternehmen hat).

Wenn man weiss das Frau (Jordi) Lehmann Werbe-Botschafterin der Jungfraubahnen ist (die, die Bahn und das Restaurant auf der Schynige Platte betreibt und gehört), so bleibt doch ein "gschmäkli" von versteckter PR.

Als die Sendung G&G vorbei war kam ein Werbeblock der Jungfraubahn mit Francine Jordi und Trauffer für das Jungfraujoch, die auch den Jungfraubahnen gehört!

Ich finde man sollte als öffentl. rechtlicher Sender nicht so offensichtlich Werbung in den Sendungen machen dafür gibt es ja die Werbeblöcke.»

Die zuständige **Redaktion** nimmt zu Ihrer Kritik wie folgt Stellung:

Zur Sachlage: Unser Beitrag war / ist Teil einer Sommerserie, in welcher prominente Schweizer Persönlichkeiten den Zuschauerinnen und Zuschauern von SRF ihre Sommer-Oase vorstellen (12. bis 17. Juli sowie 3. bis 7. August 2020). Wichtig war uns bei der Realisation dieser Serie, Herrn und Frau Schweizer ein Stück sommerliche Schweiz zu präsentieren, die

ihnen während der corona-gebeutelten Ferienzeit auch als nationaler Ausflugstipp dienen könnte.

Wir haben viele Prominente angefragt, ob sie eine persönliche Sommer-Oase vorzustellen hätten. Sie machten uns hierfür Vorschläge. Bevorzugt haben wir diejenigen privater und unkommerzieller Natur, um möglichst persönliche Ausflugstipps senden zu können. Aus diesem Grunde haben wir übrigens auch auf die Realisation einer Sommeroase mit Christa Rigozzi oder Martina Hingis verzichtet, die als offensive Werbe-Botschafterinnen von Touristenorten wie Ascona und Bad Ragaz bekannt sind. In die Kränze gekommen sind hingegen Bobfahrer Beat Hefti (erstmalig Familien-Campingferien in Visp), Gardi Hutter im Verzascatal oder Florian Ast auf dem Bielersee).

Leider ist es aber auch eine Tatsache, dass die meisten berühmten Schweizer einen Werbevertrag mit dem Tourismusverband ihrer Heimatregion haben. So beispielsweise auch die zwei für August geplanten Sommeroasen mit den Sportlern Tina Weirather (Botschafterin von Liechtenstein) und Patrick Küng (Botschafter der Bartholet-Seilbahnen im Flumsergebiet). Die Frage war: Verzichteten wir auf die beliebten und berühmten Namen, weil sie als Werbeträger für ihre Heimatregion engagiert sind? Wir fanden, es wäre schade und haben uns dafür entschieden.

Dass Francine Jordi für die Jungfraubahnen wirbt, die ihrerseits Besitzerinnen der Schynige Platte sind, war unserem Redaktor bekannt. Was wir aber nicht wussten, war, dass in dieser Woche direkt im Anschluss an die G&G-Sendung ein Werbespot der Jungfraubahnen mit Francine Jordi platziert war. Rückblickend betrachtet, könnte es in dieser redaktionellen und werberischen Kombination tatsächlich den Anschein machen, als würde Francine Jordi in G&G gezielt für das Restaurant Schynige Platte werben, dessen Besitzerin (Jungfraubahnen) sie dafür bezahlt.

Da wir wussten, dass Francine Jordi Werbeträgerin der Jungfraubahnen ist, haben wir die Sequenz im Restaurant auf ein Minimum beschränkt. Der Hauptteil des Beitrags fokussiert auf die Natur und die Blumenwelt auf der Schynige Platte sowie auf die Erzählungen der Wandererlebnisse, die Francine Jordi als Kind erfahren durfte.

Dass ausgerechnet nach der Sendung mit Francine Jordi der Werbespot der Jungfraubahnen mit ebendieser Protagonistin ausgestrahlt wurde, ist mehr als unglücklich, aber leider absoluter Zufall. Der Werbespot der Jungfraubahnen war (wie übrigens derjenige etlicher anderer Tourismusregionen der Schweiz) von langer Hand geplant und wird über mehrere Tage gesendet.

Leider kennt keine Redaktion einer SRF-Sendung den Inhalt der Werbeblöcke, die vor oder nach der Ausstrahlung ihrer Sendung gezeigt werden. Wir sind lediglich über Werbung informiert, wenn sie vertraglich an eine Sendung gebunden ist. In diesem Fall gilt der

Werbeträger als offizieller Sendesponsor und wird in der Sendung auch als solcher deklariert (Bsp. fleurop, VW Golf).

Wir geben gern zu, dass die Ausstrahlung des Beitrags mit Francine Jordi in Kombination mit dem unmittelbar darauffolgenden Werbespot unglücklich war. Aber nochmals: Dies war in keiner Art und Weise beabsichtigt, sondern beruht auf einem reinen Zufall.

Die Ombudsstelle hat sich «Glanz & Gloria» ebenfalls angeschaut und sich mit Ihrer Kritik befasst.

«Glanz & Gloria» wird von SRF als Sendung beschrieben, die Geschichten erzählt über Prominente und weniger prominente Personen und über Leute die Herausragendes leisten und von öffentlichem Interesse sind.

Für die «Sommer-Oase» suchte «Glanz & Gloria» Prominente, die einen persönlichen Ausflugstipp vorstellen. Wie die Redaktion schreibt, ist es Tatsache, dass viele Prominente als Botschafter und/oder Werbeträger für eine Tourismusregion tätig sind. Grundsätzlich ist dies unproblematisch, aber eine Herausforderung für die Redaktion, keinen Werbespot zu produzieren. Einfach ist dies nicht, ist doch das Ziel der Sendung, eine Region, einen Ort als attraktives Ausflugsziel in Szene zu setzen, also dafür «Werbung» zu machen. Etwas «Gratis-PR» muss bei diesem Konzept in Kauf genommen werden. Der Beitrag «Schynige Platte» ist «Glanz & Gloria» diesbezüglich gut gelungen. Francine Jordi führt die Zuschauerinnen und Zuschauer mit der nostalgischen Zahnradbahn hinauf auf die Schynige Platte. Sie erzählt von Kindheitserinnerungen und streift durch den botanischen Alpengarten. Zum Schluss gibt es ein Stück Kuchen auf der Terrasse des Bergrestaurants. Erzählt wird eine Geschichte, wie sie in einem Tag erlebt werden kann; im Zentrum – auch bildlich – stets Francine Jordi und der Fokus auf die wunderbare Aussicht und den Alpengarten. Plakative, aufdringliche Werbung wird im ganzen Beitrag nicht gemacht.

Der Beanstander stört sich denn auch weniger an diesem Beitrag, als viel mehr am darauffolgenden Werbeblock mit einer Werbung für das Jungfrauojoch, u.a. mit Francine Jordi. Die Verbindung scheint offensichtlich und stört den Beanstander zu Recht. Die Redaktion erklärt in ihrer Stellungnahme aber glaubhaft, dass sie vom Inhalt des Werbeblocks nichts wusste und dass der redaktionelle Teil und die Werbung völlig unabhängig voneinander und ohne gegenseitige Kenntnisnahme programmiert werden. «Dass ausgerechnet nach der Sendung mit Francine Jordi der Werbespot der Jungfrauabahn mit ebendieser Protagonistin ausgestrahlt wurde, ist mehr als unglücklich, aber leider absoluter Zufall», schreibt die Redaktion.

Weil die Redaktion von «Glanz & Gloria» auf diesen Umstand keinen Einfluss hat, können wir keinerlei Verletzungen der für eine Beanstandung relevanten Bestimmungen des Radio- und Fernsehgesetzes feststellen.

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse am öffentlichen Sender und hoffen, dass Sie diesem trotz Ihrer Kritik treu bleiben.

Sollten Sie in Erwägung ziehen, den rechtlichen Weg zu beschreiten und an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio- und Fernsehen (UBI) zu gelangen, lassen wir Ihnen im Anhang die Rechtsbelehrung zukommen.

Mit freundlichen Grüßen

The image shows two handwritten signatures in black ink. The first signature is 'Esther Girsberger' and the second is 'Kurt Schöbi'. Both are written in a cursive, flowing style.

Esther Girsberger und Kurt Schöbi