

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, 4. Oktober 2020

Dossier Nr 6699, «Sportpanorama plus» vom 25. Juli 2020

Sehr geehrter Herr X

Besten Dank für Ihr Schreiben vom 26. Juli 2020, worin Sie «Sportpanorama plus» mit Roger Federer und Nicola Spirig vom 25. Juli wie folgt beanstanden:

«Wo ist die Grenze zw. Public Service und Eigen Interesse im Bsp. Von Roger Federer, der seinen Schuh präsentieren kann.

Die ganze Dekoration des Studios nur im blauen Ton R Schuh. Was zahlt Roger Federer für diese Werbung?

Wissen Sie, wie viele Einzelunternehmer, die auch ein gutes Produkt entwickelt haben, nie diese Chance bekommen, dies im TV vor einem breiten Publikum zu präsentieren.

Es zeigt mir einfach auf, wie einseitig die Berichterstattung ‚Focus auf die Besten‘ ist.

Gerne erwarte ich Ihre Stellungnahme. Vielen Dank.»

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

Wir nehmen Stellung zur Beanstandung 6699, in der bemängelt wird, dass in der Sendung «Sportpanorama plus» vom 25. Juli 2020 unbeabsichtigt Werbung für Roger Federer und seinen neuen «On»-Schuh «The Roger» gemacht wird und nach der Grenze zwischen Service Public und Eigeninteresse SRF Sport gefragt wird.

Das Gespräch mit Nicola Spirig und Roger Federer fand im gleichen Studio statt wie die Präsentation des neuen «On»-Schuhs „The Roger“ von Roger Federer. Das SRF-Interview wurde am 6. Juli 2020 am Rande dieser Schuhpräsentation aufgezeichnet und SRF Sport hat bewusst darauf verzichtet, aktuell über die Lancierung des neuen Schuhs «The Roger» in seinen Sportsendungen zu berichten. SRF Sport konnte das Studio nach vorheriger Absprache des SRF Sport-Produzenten mit dem «On»-Studio-Producer in einem kurzen Zeitfenster benützen und nützte diese Gelegenheit zum Doppelinterview.

Vor Ort baute die SRF-Crew die Talkrunde neben dem bereits fix installierten Dekor von «On» auf. Die SRF-Crew arbeitete unter grossem Zeitdruck mit dem Ziel so, dass die ausgestellten Schuhe und die mit einem Branding versehenen «On»-Dekorteile möglichst nicht im Bild zu sehen sind, beziehungsweise nicht erkennbar sein werden. Von SRF wurden einzig die Sitzgelegenheiten, die aber keinerlei «On»-Branding aufwiesen, direkt fürs Interview verwendet. Die Kamera-Leute (2 bemannte Kameras, eine unbemannte Kamera für die Totale) wurden vom SRF-Produzenten vorher instruiert, das runde Signet an der Studiowand in der Cadrage so anzuschneiden, dass es nicht mehr deutlich erkennbar sein wird, und den Hintergrund möglichst unscharf einzustellen. Dass in der unbemannten Kamera (Studio-Totale) der neue Schuh im Hintergrund zu erkennen ist, wurde erst nach dem Interview bei der Visionierung der Videobilder erkannt. Dem SRF-Produzenten stand für die halbstündige Aufzeichnung des Interviews keine Regie zur Verfügung, so dass er während der Aufnahme die von den Kameraleuten gewählten Bildschnitte nicht einsehen und somit keine sofortigen Korrekturen an die Kameraleute geben konnte. Bei der Postproduktion wurde es unterlassen, das Logo unkenntlich zu machen (zum Beispiel durch Verpixeln).

Zur Benützung des Studios gab es keinen Vertrag. Es gab zudem keinerlei Absprachen oder Zusicherungen, dass dieses Interview integral ausgestrahlt werden muss. Erst der interessante und spannende Inhalt, die Aussagen der beiden Olympia-Sieger zu den Olympischen Spielen in Tokio, ihren Verletzungen, Familien usw. hat SRF Sport dazu bewogen, aus dem Material nicht nur kurze Ausschnitte zu senden, sondern eine integrale Vollversion auszustrahlen (Zeitpunkt: drei Wochen nach dem Dreh, am Weekend, an dem die Olympischen Spiele in Tokio 2020 hätten beginnen sollen).

Es war vonseiten SRF nie die Absicht, der Schuhmarke «On» oder dem Schuhmodell «The Roger» (einschliesslich dem dazugehörigen Logo) eine Plattform zu bieten. Dazu wurden folgende Vorkehrungen vor dem Dreh getätigt:

- Detaillierte mündliche Absprache Produzent SRF mit «On»-Produzent über die Verwendung des Studios (technische Möglichkeiten Studio, Zeitplan Studiobelegung, Produktionszeit SRF, Licht, Möglichkeiten Aufbau-/Abbau/Umbau der SRF-Produktionsmittel, usw.)
- Im gegebenen Studio baute die SRF-Crew die Talkrunde neben dem bereits fix installierten Dekor von «On» auf. Die SRF-Crew baute die Talkrunde mit dem Ziel auf, dass die Schuhe und die mit einem Branding versehenen «On»-Dekorteile nicht im Bild zu sehen beziehungsweise nicht erkennbar sein werden.
- Instruktionen des SRF-Produzenten an die Kameraleute, das Logo mit einer Teil-Cadrage bis zur Unkenntlichkeit zu entschärfen und den Hintergrund möglichst unscharf zu zeigen – hat leider nicht so funktioniert, wie dies im Vorfeld besprochen wurde. Nachträglich muss eingestanden werden, dass das nachträgliche «Verpixeln» des Logos in der Postproduktion zu wenig in Betracht gezogen wurde.
- Verwendung von Sitzen ohne «On»-Branding.

- Anweisung an die beiden Athleten, in Sportkleidung ohne «On»-Werbestickers aufzutreten.
- Es fanden keine Geldflüsse zwischen «On», Roger Federer und SRF, sowie keine Absprachen zwischen anderen Personen/Firmen und SRF Sport mit Bezug auf die Präsenz des Schuhlogos „The Roger“ und den entsprechenden Schuhen statt.

Grundsätzlich muss festgehalten werden, dass in diesem Fall nachträglich redaktionell Inhalt vor Form gewichtet worden ist. Die Aussagen der beiden Athleten wurden dabei höher und wichtiger eingestuft als das ungewöhnliche Dekor des Studios. Dass hier mehr Sensibilität und Aufmerksamkeit der Verantwortlichen bei der Sendungsabnahme nötig gewesen wäre, ist allen Beteiligten nachträglich bewusst. Der ganze Ablauf der Produktion sowie die Entscheidungswege wurden intern detailliert analysiert und mit allen Beteiligten nachbesprochen. Zudem dient das Beispiel intern dazu, Produzenten wie auch Journalisten für das Thema Schleichwerbung zu sensibilisieren und zu schulen, damit künftig ähnliche Fälle verhindert werden können.

Das Sendung ist unter folgendem Link zu finden:

<https://www.srf.ch/play/tv/sendung/sportpanorama-plus?id=ee3f0db6-8a26-4ac5-a207-2bfd45c16c87>

Die Ombudsstelle hat sich das «Sportpanorama plus» ebenfalls genau angeschaut und sich mit Ihrer Kritik befasst.

Das Interview mit Roger Federer und Nicola Spirig über sportliche Ziele, Olympia und Privates fand nicht im Studio von SRF Sport statt, sondern wurde am Rande der Präsentation des neuen «On»-Schuhs «The Roger» im dafür erstellten Studio der Firma «On» aufgezeichnet. Entsprechend sind firmeneigene Merkmale wie Farbe, Logo und Modell eines Schuhs Teil des Dekors und während des Interviews zu sehen.

Produkteplatzierung ist im Fernsehen nicht verboten. Von Gesetzes wegen muss sie aber ausgewiesen und am Anfang und Ende der Sendung mit einem Einblender für die Zuschauerinnen und Zuschauer sichtbar gemacht werden. SRF Sport versichert, dass weder Geld floss noch irgendwelche Vereinbarungen in Bezug auf Logo etc. mit der Firma getroffen worden waren. Wenn keine Produkteplatzierung ausgemacht wurde, bleibt die Frage nach der Schleichwerbung.

Gemäss Radio- und Fernsehgesetz RTVG Art. 10 Abs. 3 (Werbeverbote) sind Schleichwerbung und unterschwellige Werbung unzulässig. Schleichwerbung liegt dann vor, wenn die Voraussetzungen für die zulässige Produktplatzierung nicht gegeben sind und wenn es zu einer quantitativen Anhäufung an sich zulässiger Produktplatzierungen kommt, die zu einem unzulässigen Werbeeffect führen. Entscheidend ist der Gesamteindruck (Bakom: Abgrenzung Produkteplatzierung / verbotene Schleichwerbung,

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/werbung-und-sponsoring/werbe-und-sponsoringrichtlinien/produkteplatzierung.html#607199396>).

Die Redaktion nennt in ihrer Stellungnahme verschiedene Gründe zur speziellen Aufnahmesituation, erläutert technische Vorkehrungen und Instruktionen der Mitarbeitenden und schreibt: *»Die SRF-Crew arbeitete unter grossem Zeitdruck mit dem Ziel so, dass die ausgestellten Schuhe und die mit einem Branding versehenen «On»-Dekorteile möglichst nicht im Bild zu sehen sind, beziehungsweise nicht erkennbar sein werden. [...] Dem SRF-Produzenten stand für die halbstündige Aufzeichnung des Interviews keine Regie zur Verfügung, so dass er während der Aufnahme die von den Kameraleuten gewählten Bildschnitte nicht einsehen und somit keine sofortigen Korrekturen an die Kameraleute geben konnte. [...] Dass in der unbemannten Kamera (Studio-Totale) der neue Schuh im Hintergrund zu erkennen ist, wurde erst nach dem Interview bei der Visionierung der Videobilder erkannt.»*

Wir sehen die besonderen Umstände und können nachvollziehen, dass SRF Sport redaktionell die Aussagen der beiden Athleten höher einstuft als die ungewöhnliche Ausstattung. Und doch: Gemäss Gesetz ist der Gesamteindruck entscheidend und dieser wird vom Firmendekor stark mitgeprägt und «On» ist weder inhaltlich noch dramaturgisch in die Sendung miteingebunden. Alle Erläuterungen der Redaktion bleiben Erklärungen, vermögen aber die Missachtung der gesetzlichen Vorgaben nicht zu rechtfertigen.

Aufgrund der oben dargelegten Betrachtung stellen wir einen Verstoss gegen Art.10 Abs. 3 (Werbeverbote) des Radio- und Fernsehgesetzes RTVG fest, weshalb wir die Beanstandung gutheissen.

In privaten Medien (u.a. Tagesanzeiger und 20Minuten vom 29.7.20) war zu lesen, dass aufgrund der Berichterstattung in den Medien das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) Abklärungen treffen werde, ob SRF im Beitrag gegen Bestimmungen des Radio- und Fernsehgesetzes RTVG verstossen hat. Dieser Schlussbericht wurde von der Ombudsstelle unabhängig von allfälligen Abklärungen des Bundesamtes für Kommunikation (Bakom) erstellt.

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

Esther Girsberger und Kurt Schöbi

Esther Girsberger und Kurt Schöbi