

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, 17. November 2020

**Dossier 7041, «Arena» vom 30. Oktober 2020,
«Konzernverantwortungsinitiative»**

Sehr geehrte Frau X

Mit Mail vom 1. November 2020 beanstanden Sie obige Sendung wie folgt:

«SRF ist das staatliche Fernsehen der Schweiz, soviel ich weiss, und die Gebühren dafür muss jeder bezahlen. In der Arena sagte der Moderator nun sinngemäss, dass jeder, der nicht genau wisse, welche Argumente zur Konzerninitiative nun richtig seien (oder eben nicht), sich beim Faktencheck des Tages-Anzeigers informieren könne. Dies beanstande ich.

1. Ist es zulässig, auf den Tages-Anzeiger zu verweisen, ohne dass dies als Werbung gekennzeichnet wird? Das finde ich höchst bedenklich für ein «Staatsfernsehen».

*2. Es wird sozusagen von SRF (bzw. dem Moderator) insinuiert, es sei ein unabhängiger Faktencheck – dem ist aber keinesfalls so, der Tages-Anzeiger ist nicht unabhängig!
<https://www.tagesanzeiger.ch/sind-wirklich-nur-konzerne-von-der-verantwortungs-initiative-betroffen-462057588719>. Von wegen unabhängig sehen Sie bitte auch die Rüge des Presserats <http://www.kleinreport.ch/news/tamedia-verschleierte-polit-werbung-gegen-konzernverantwortungs-initiative-95106/>*

3. Der Verweis auf den «Faktencheck» erfolgte kurz vor Erhalt des Stimmkuverts, eine partiische Beeinflussung zu einem höchst sensiblen Zeitpunkt.

Danke für eine möglichst baldige Überprüfung, damit wir hoffentlich von weiteren verschleierten Einflussnahmen von Medienhäusern verschont werden.»

Die **Redaktion** nimmt wie folgt Stellung:

Die Kolleginnen und Kollegen des Tages-Anzeigers machen diese Faktenchecks bei Abstimmungs- und Wahlarenas regelmässig. Genauso berichtet auch das Nachrichtenportal Watson jeweils freitags über die Arena. Wir als Redaktion schätzen diese informelle inhaltliche Kooperation mit anderen Medien sehr und verweisen gerade auch in Abstimmungssendungen deshalb gerne darauf.

Anders als die Leistungen der SRG bzw. von SRF sind die Leistungen des Tages-Anzeigers jedoch nicht über Gebühren finanziert. Deshalb sind die Kolleginnen und Kollegen anderer Medienhäuser, so auch der Tages-Anzeiger, auf Konsumenten angewiesen, die für ihre Dienstleistung – nicht indirekt via Gebühren, sondern direkt – bezahlen. Dies kann entweder über den Konsum von Werbung oder über einen Tagespass, ein Abo etc. erfolgen.

Die Redaktion vertritt die Auffassung, dass Kooperationen dieser Art zwischen verschiedenen Medien allen Seiten zuträglich sind – gerade auch in Zeiten, in denen der Qualitätsjournalismus keinen einfachen Stand hat. Nicht nur SRF, auch andere Medien machen Qualitätsjournalismus – und den gibt es nicht gratis.

Nun stellt die Beanstanderin jedoch grundsätzlich in Frage, ob der Tages-Anzeiger unabhängigen Qualitätsjournalismus betreibt. Es ist nicht an der Redaktion der Arena, zu beurteilen, ob die Art von Werbung, welche die Beanstanderin erwähnt, zulässig ist oder nicht. Dies ist Stellen wie der SRF-Ombudsstelle oder dem Presserat vorbehalten. Vermutlich sind jedoch Werbebanner, die sich derselben Titel («Faktencheck») wie gute journalistische Inhalte bedienen, nicht gerade eben zuträglich, dass das Vertrauen von Konsumentinnen und Konsumenten solcher Medien in ebensolche Medien gestärkt wird.

Für die Inhalte der Berichterstattung anderer Medien kann die Redaktion der Arena keine Verantwortung übernehmen. Da es sich bei den jeweiligen Faktencheck-Artikeln, in diesem Fall verfasst von den Kollegen Yannik Wiget, Luca De Carli und Dominik Feusi, aber um nachweislich journalistische Inhalte handelt, scheint uns ein Verweis darauf in der Sendung zulässig.

Es liegt in der Natur der Sache, dass Abstimmungssendungen im Vorfeld von Abstimmungen stattfinden. Gerade auch weil dann mutmasslich das Interesse der Leserinnen und Leser gross ist, macht der Tages-Anzeiger oftmals einen Faktencheck zu Aussagen, welche in der betreffenden Abstimmungsarena gemacht wurden. Es trifft zu, dass der Meinungsbildungsprozess dann bereits in vollem Gange ist. Und zu dieser Meinungsbildung trägt nicht nur die Arena bei, sondern auch zahlreiche andere Medien in der Schweiz, wie zum Beispiel der Tages-Anzeiger.

Die **Ombudsstelle** hat sich ebenfalls eingehend mit der beanstandeten Sendung befasst und hält abschliessend fest:

Die Beanstanderin bezieht sich in ihrer Kritik auf zwei Punkte. Zum einen auf die Vermischung von Werbung und redaktionellem Inhalt beim «Tages-Anzeiger». Das kann man tatsächlich als problematisch beurteilen, hingegen nicht wegen des redaktionellen Inhalts, sondern weil zwischen Werbung und publizistischer Leistung nicht klar sichtbar getrennt wird. Eine Beeinflussung des Verlags auf den redaktionellen Inhalt findet aber nicht statt, sonst würde der «Tages-Anzeiger» kaum so regelmässig auch über die Argumente für die Annahme der Konzernverantwortungsinitiative berichten. Vor allem aber ist es nicht an den Ombudsleuten von SRG D, dieses Innenverhältnis zu kritisieren und die Beanstandung deswegen gutzuheissen.

Der zweite Punkt der Beanstanderin bezieht sich auf den Verweis der «Arena» auf den «Faktencheck» des «Tages-Anzeigers». Die Sender-Verantwortlichen begründen sachlich korrekt, warum sie dies tun: Der «Faktencheck» beruht nur am Rande auf Inhalte, die der «Tages-Anzeiger» herleitet, sondern bezieht sich auf unabhängige Quellen wie – in diesem Fall – etwa das Schweizerische Institut für Rechtsvergleichung oder die EU-Kommission. Dennoch erachtet es auch die Ombudsstelle für ungeschickt, auf ein anderes Medium zu verweisen und kann dies tatsächlich als (unentgeltliche) Werbung für den «Tages-Anzeiger» interpretiert werden. Wie die «Arena»-Redaktion selber festhält, verweisen andere Medien am Tag nach der «Arena» ebenfalls auf diese Sendung – zum Beispiel «watson». Korrekt wäre deshalb, wenn der «Arena»-Moderator erwähnen würde, dass man am nächsten Tag über die «Arena» *in Medien* nachlesen könnte. Wenn Sandro Brotz nur den «Tages-Anzeiger» und damit die TX Group erwähnt, nicht aber «watson» von CH Media, so kann dies tatsächlich als einseitige Werbung zugunsten des «Tages-Anzeigers», damit als Manipulation der freien Meinungsbildung und somit als Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots gemäss Art. 4 Abs. 2 des Radio- und Fernsehgesetzes interpretiert werden. Wobei wir zugunsten von SRF doch festhalten möchten, dass auf den «Faktencheck» verwiesen wird, der sich, wie wir oben erwähnt haben, bei der Prüfung mehrheitlich auf unabhängige Quellen bezieht.

Eine Weisungsbefugnis gegenüber SRF hat die Ombudsstelle nicht. **Sie empfiehlt den «Arena»-Verantwortlichen aber, künftig nicht mehr auf den «Faktencheck» des «Tages-Anzeigers» hinzuweisen.**

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

Ombudsstelle SRG.D