

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, 18. Juni 2020

Dossier 6506, «Mini Schwiiz, dini Schwiiz» vom 13. Mai 2020, Schleichwerbung durch Kandidatin Lilian

Sehr geehrter Herr X

Mit Mail vom 14. Mai 2020 beanstanden Sie die Sendung «Mini Schwiiz, dini Schwiiz» vom 13. Mai 2020 wie folgt:

Unter der Rubrik «Tradition» stellt Kandidatin Lilian das neuste Angebot («das bietet niemand sonst an») ihres Grafikateliers an: Kunden können eigene Zeichnungen einschicken. Daraus produziert Lilian mit Hilfe von Photoshop (im Bild klar erkenntlich) und Character Animator (im Bild klar erkenntlich) animierte Figuren. Googelt man im Internet «Lilian» und «Hergiswil» erscheinen sofort mehrere Webseiten unter «lili.ch». Unter dem Titel «Animation» wird zum Preis von 40 Franken «Deine Zeichnung zum Leben erweckt». Meines Erachtens handelt es sich bei der erwähnten Sequenz um eine unzulässige Schleichwerbung oder unterschwellige Werbung laut RTVG, Kapitel 1, Absatz 3, Artikel 10.3 Werbeverbote.

Die **Redaktion** nimmt zu Ihrer Beanstandung wie folgt Stellung:

«Mini Schwiiz, dini Schwiiz» ist eine Unterhaltungssendung, in der Menschen ihren «Herzensort» präsentieren. Sie zeigen «ihre» Stadt oder «ihr» Dorf – meist den Wohnort – aus einer sehr persönlichen Perspektive. Die Sendung bringt den Zuschauerinnen und Zuschauern die Schweiz, eine bestimmte Region und selbstverständlich auch die jeweiligen Kandidaten und Kandidatinnen näher. Diese erzählen meist aus ihren eigenen Wissens- und Interessensgebieten und präsentieren ihren «Herzensort» angepasst an ihre individuellen Lebenswelten. Am Anfang der Sendung wird jeweils erwähnt, wie ihre familiäre Situation aussieht, was sie beruflich machen und welche Hobbies sie pflegen. Sie wählen für die

verschiedenen Stationen der Sendung (Tradition, Freizeit oder Kulinarik) natürlich Beschäftigungen und Highlights der Region aus, die einen Bezug zu ihren Vorlieben und Vorkenntnissen haben.

Im konkreten Fall von Lilian war die Station «Tradition» eine Trachtenzeichnung, die ihre Mitkandidaten selber erstellten. Im Anschluss daran animierte Lilian eine der Zeichnungen gleich vor Ort. Sie erklärte, wie sie auf die Idee mit diesen Animationen gekommen ist (die Kinder, die sie «hütet», hatten immer so schöne Zeichnungen gemacht) und erwähnte dabei, dass sie gesehen hatte, dass dies «niemand sonst anbietet» und danach begann diese Animationen auch professionell anzubieten. Das war klar im Zusammenhang mit ihrer Geschichte in der Vergangenheit; sie hat nicht behauptet, dass das sonst niemand anbietet *momentan*. Ebenfalls waren die Schnitte auf den Computer sehr kurz und man konnte nie gross im Bild sehen, welche Programme sie verwendet. Dass Herr X diese Programme sofort erkannt hat, lässt darauf schliessen, dass er diese gut kennt und auf einen (entfernten) Blick sofort weiss, was es ist. Lilian hat nie auf ihre Webseite «lili.ch» verwiesen und auch nie erwähnt, dass ihr «Service» 40 Franken kostet.

Zum Konzept der Sendung gehört es, dass spezielle Freizeitbeschäftigungen, regionale Traditionen, sowie auch kulinarische Spezialitäten präsentiert werden. So ist es selbstverständlich, dass man in derselben Woche (im Kanton Nidwalden) einmal das Glockengeschäft Mathis in Wolfenschiessen besucht hat oder bei den Nudelspezialisten «Pastarazzi» in Stans vorbeischaute. Ebenfalls ist Mitkandidat Manuel Besitzer einer Segelschule in Stansstad und ist an «seinem» Tag mit der ganzen Gruppe segeln gegangen.

Zuschauer und Zuschauerinnen, die Interesse an einer präsentierten Sache haben, können mehr dazu sehr einfach im Internet erfahren. So kann man Restaurants oder Spezialitätengeschäfte, aber auch die Segelschule oder eben Lilian bei «Google» tatsächlich schnell finden, wenn man das will. Die Entscheidung, dass man da mehr erfahren will, liegt jedoch immer bei den Zuschauern und Zuschauerinnen und bedingt, dass sie selber am Computer (oder Mobiltelefon) zu recherchieren beginnen. Oft dienen diese Stationen den Zuschauerinnen und Zuschauern sicher als Inspiration und allenfalls wird dank diesen Ideen sogar das Interesse an einer vielleicht unbekanntem oder «vergessenen» Region der Schweiz (wieder) geweckt.

Die Unterhaltungssendung «Mini Schwiiz, dini Schwiiz» zeigt den persönlichen Blick der Protagonisten und Protagonistinnen auf ihren «Herzensort». Ihre eigenen Freizeitaktivitäten, aber auch ihre beruflichen Interessen prägen die Auswahl der Stationen sehr stark. Dass es immer eine Auswahl bleibt und die Zuschauer und Zuschauerinnen das eine Restaurant oder Fachgeschäft präsentiert bekommen, jedoch das andere nicht, bildet die Grundstruktur der Sendung. Dass selbständige Kandidaten und Kandidatinnen bei „Google“ gefunden werden, wenn erwähnt wird, was sie machen, ist ebenfalls klar. Dies ist unserer Ansicht nach aber kein Verstoß gegen das RTVG. Alle Kandidaten und Kandidatinnen werden gleich behandelt und haben eine freie Auswahl, was sie in der Sendung präsentieren wollen. Die Angaben, die

Lilian in der Sendung macht, sind nicht werberisch und unterscheiden sich nicht von anderen Kandidaten oder Kandidatinnen, die eine eigene „Herzenssache“ präsentieren. Aus diesen Gründen sind wir der Meinung, dass die Beanstandung nicht zu unterstützen ist. Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme.

Die **Ombudsstelle** hält ergänzend fest: Sie berufen sich auf Art. 3 Abs. 3 des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG). Das Bundesamt für Kommunikation schreibt bezüglich Schleichwerbung und unterschwellige Werbung: „Eine Produkteplatzierung muss sich dem dramaturgischen Ablauf der Sendung anpassen und darf keine werblichen Hervorhebungen des Produkts sowie keine quantitative Anhäufung von an sich zulässigen Produkteplatzierungen enthalten. Unter folgenden Voraussetzungen ist eine Produkteplatzierung zulässig und nicht als Schleichwerbung einzustufen:

- Die platzierte Sach- oder Dienstleistung und die Art ihrer Präsentation entspricht dem dramaturgischen Ablauf der Sendung und
- Es werden keine unnötigen Erwähnungen, Hervorhebungen, etc. vorgenommen, die eine Werbewirkung für den Sponsor oder Dritte erzeugen.

Unzulässig und als verbotene Schleichwerbung zu qualifizieren wäre, wenn es zu einer quantitativen Anhäufung an sich zulässiger Produkteplatzierungen kommt, die zu einem unzulässigen Werbeeinfluss führen. Entscheidend ist der Gesamteindruck.

Die von Ihnen kritisierte Sendung ist durchaus korrekt. Sollte das Verhalten von Lilian überhaupt als „platzierte Dienstleistung“ qualifiziert werden, was wir nicht so sehen, entspräche das dem dramaturgischen Ablauf der Sendung und wird die Dienstleistung keineswegs „unnötig erwähnt oder hervorgehoben“ bzw. „quantitativ angehäuft“.

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse und hoffen, Sie bleiben trotz der Kritik dem Sender treu.

Sollten Sie mittels Beschwerde an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio- und Fernsehen (UBI) gelangen wollen, orientiert Sie die beigelegte Rechtsbelehrung darüber.

Mit freundlichen Grüßen

Ombudsstelle SRG.D