

tor Thomas Bucheli, während rund 9 Sekunden neben einem grossen Nissan-Logo stehend, vom Auftritt des Meteomobils am Autosalon, der «selbstverständlich am Nissan-Stand» erfolge.

Das BAKOM erachtet den Einsatz des Meteomobils als Sponsoring. Aus der Vereinbarung zwischen Nissan und der SRG gehe hervor, dass sich Nissan sowohl direkt (Geldleistung) als auch indirekt (Sachleistung) an der Finanzierung der Sendung «Meteo» beteilige. In beiden Fällen soll die Firma Nissan, aber auch das Produkt Nissan Patrol GR gefördert werden. Weil der Sponsor Nissan aber nicht am Anfang und am Ende der «Meteo»-Sendung genannt wurde, sei Art. 19 Abs. 2 RTVG klar verletzt.

Die Bemerkung von Thomas Bucheli in der Sendung «Meteo» vom 10. März 1999, der Auftritt des Meteomobils anlässlich des internationalen Auto-Salons erfolge am Nissan-Stand, trägt nach Ansicht des BAKOM dem Informationsbedürfnis des Fernsehzuschauers genügend Rechnung. Das während rund 9 Sekunden neben dem Moderator ins Bild gerückte Nissan-Logo liefert keine weiteren nützlichen Hinweise. Hier tritt der Informationswert gegenüber der Werbewirkung eindeutig in den Hintergrund. Dadurch wurde Art. 19 Abs. 3 RTVG verletzt, der gezielte Aussagen werbenden Charakters über Waren des Sponsors verbietet.

Es ist mit den Sponsoringbestimmungen nicht vereinbar, dass in der durch «Fleurop» gesponserten Sendung «Schlag auf Schlager» Blumenarrangements des Sponsors beworben und mittels eingeblendeter Telefonnummer zum Kauf angeboten werden. «Der Moderator Leonard beschenkt seine Studiogäste wortreich mit Blumen. Er spricht vom Fleurop-Strauss des Monats. Es gäbe immer eine Gelegenheit, jemanden mit diesem wunderschönen Frühlingsstrauss zu erfreuen. Er weist darauf hin, dass am Schluss der Sendung über die Bestelladresse informiert werde. Die geschenkten Sträuße werden gleichzeitig in Grossaufnahme präsentiert. Im Fernsehen gelten geschenkte Blumen in der Regel als kleine Geste zum Dank für den Auftritt. Auch in der Sendung «Schlag auf Schlager» werden zahlreiche Blumensträuße auf ganz natürliche Art überreicht. Der sich Bedankende weist dabei nicht auf die Schönheit seiner Gabe hin und fordert das Publikum nicht auf, ebenfalls jemandem damit eine Freude zu bereiten. Die Blumen werden schlicht und ohne Worte übergeben. Leonards Hinweis auf den Fleurop-Strauss des Monats erfolgt deshalb nicht mehr sachgerecht, sondern hat eindeutig werbenden Charakter. Der Moderator regt die Fernsehzuschauer sogar unmittelbar zum Kauf an, denn gleich nach der Sendung und bequem von zu Hause aus kann telefonisch bestellt werden. Mit einem direkten Angebot an die Öffentlichkeit zum Kauf eines, in der von Fleurop gesponserten Sendung «Schlag auf Schlager» vom 15. März 1999 vorgestellten Fleurop-Strausses wurde somit Art. 19 Abs. 3 RTVG verletzt, wonach in gesponserten Sendungen nicht zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren der Sponsoren angeregt werden darf.» ■

«Meteo» und «Schlag auf Schlager» verletzen Sponsoringbestimmungen

Verfügung des Bundesamtes für Kommunikation vom 16. Februar 2000

Im Rahmen der täglich ausgestrahlten Wettersendung «Meteo» auf SF DRS kommt seit dem 1. Oktober 1998 rund zweimal wöchentlich das sogenannte Meteomobil zum Einsatz. Beim Meteomobil handelt es sich um einen «Nissan Patrol GR». In der Sendung «Meteo» vom 10. März 1999 erfolgte eine Einspielung vom internationalen Auto-Salon in Genf. Dort berichtete «Meteo»-Modera-