



b. 935

Entscheid vom 30. März 2023

Besetzung

Mascha Santschi Kallay (Präsidentin)
Catherine Müller (Vizepräsidentin),
Delphine Gendre, Reto Schlatter, Edy Salmina,
Armon Vital, Stéphane Werly (übrige Mitglieder)
Pierre Rieder, Ilaria Tassini Jung (Sekretariat)

Gegenstand

Fernsehen SRF,
Sendung «Kassensturz» vom 20. September 2022,
Beitrag «Sunrise lockt mit irreführender Preisreduktion»

Beschwerde vom 18. November 2022

Parteien / Verfahrensbeteiligte

Sunrise GmbH (Beschwerdeführerin)

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG
(Beschwerdegegnerin)

Sachverhalt:

A. Fernsehen SRF strahlte im Rahmen des Konsumentenmagazins «Kassensturz» vom 20. September 2022 den Beitrag «Sunrise lockt mit irreführender Preisreduktion» aus (Dauer: 2 Minuten 25 Sekunden). Darin wurde kritisch über die Bewerbung des Angebots «Smart Upgrade» des Telecom-Anbieters berichtet. Im Beitrag kamen potentielle Kundinnen und Kunden zu Wort. Überdies wurde aus schriftlichen Stellungnahmen der Sunrise GmbH und dem Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) zitiert.

B. Mit Eingabe vom 18. November 2022 erhob die Sunrise GmbH (Beschwerdeführerin) gegen den erwähnten Fernsehbeitrag Beschwerde bei der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI). Sie macht eine Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots von Art. 4 Abs. 2 des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG; SR 784.40) geltend. Im Beitrag sei ein wesentlicher Aspekt von «Smart Upgrade», nämlich dass es sich um ein Eintauschprogramm für iPhones handelt, unerwähnt geblieben. Wichtige Informationen aus ihrer schriftlichen Stellungnahme an die Redaktion seien im Bericht nicht erwähnt worden. Dem Publikum sei es dadurch auch nicht möglich gewesen, sich eine eigene Meinung zum «Smart Upgrade»-Angebot zu bilden. Der Eingabe der Beschwerdeführerin lag u.a. der Bericht der Ombudsstelle vom 10. November 2022 bei.

C. Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG (Beschwerdegegnerin) beantragt in ihrer Stellungnahme vom 6. Januar 2023, die Beschwerde abzuweisen. Die Beschwerdeführerin habe in der Zwischenzeit den Werbetext geändert und damit den zentralen Kritikpunkten des «Kassensturz»-Beitrags Rechnung getragen. Die monierten Aussagen seien korrekt gewesen. Die Redaktion habe sich bezüglich des Vorwurfs der Irreführung auf Aussagen des SECO berufen, was im Bericht transparent zum Ausdruck gekommen sei. Die Redaktion habe den Fokus auf die konkreten Bedingungen bei einem entsprechend angepriesenen Produkt gelegt, welche für das Publikum von zentraler Bedeutung sind. Es sei nicht darum gegangen, die komplexen Vertragsbedingungen von «Smart Upgrade» ausführlich darzustellen. Die Redaktion habe die Beschwerdeführerin mit dem Hauptvorwurf, wonach der «Sparpreis» nicht der Realität entspreche, konfrontiert und ein zweites Mal nachgehakt. Die wesentlichen Aussagen der Beschwerdeführerin seien in der Abmoderation wiedergegeben worden. Der Beitrag habe die Mindestanforderungen an den Programminhalt und im Speziellen das Sachgerechtigkeitsgebot nicht verletzt.

D. Die Beschwerdeführerin betont in ihrer Replik vom 26. Januar 2023, dass es sich bei «Smart Upgrade» im Kern um ein Eintauschprogramm handle. Diese wesentliche Tatsache sei im Beitrag nicht erwähnt worden. Die Redaktion habe das «Smart Upgrade»-Angebot daher verkürzt und unvollständig dargestellt. Es erstaune denn auch nicht, dass sie auf ihre Umfrage ausschliesslich negative Antworten erhalten habe.

E. In ihrer Duplik vom 16. Februar 2023 betont die Beschwerdegegnerin, dass die Replik der Beschwerdeführerin keine neuen, programmrechtlich relevanten Aspekte enthalte. Der Beitrag habe aus einer strikten, für den «Kassensturz» typischen Kundenperspektive über die ungewöhnlichen, erst aus dem Kleingedruckten hervorgehenden Kaufbedingungen berichtet,

was für das Publikum auch erkennbar gewesen sei. Bei der Umfrage habe man den Befragten die im Fokus stehende Anpreisung des Angebots durch die Beschwerdeführerin in transparenter Weise gezeigt.

F. Mit Schreiben vom 20. März 2023 stellte die Beschwerdegegnerin der UBI die vollständige Korrespondenz mit der Beschwerdeführerin zu, welche sie im Vorfeld der Ausstrahlung des Beitrags geführt hatten.

G. Die Parteien wurden darüber orientiert, dass die Beratung der Beschwerdesache öffentlich sein werde, es sei denn, schützenswerte Privatinteressen würden entgegenstehen (Art. 97 Abs. 1 RTVG).

Erwägungen:

1. Die Eingabe wurde zusammen mit dem Ombudsbericht fristgerecht eingereicht (Art. 95 Abs. 1 RTVG) und ist hinreichend begründet (Art. 95 Abs. 3 RTVG).

2. Art. 94 RTVG umschreibt die Beschwerdebefugnis. Zur Beschwerde ist u.a. legitimiert, wer im Beanstandungsverfahren vor der Ombudsstelle beteiligt war und eine enge Beziehung zum Gegenstand einer Sendung nachweisen kann (Art. 94 Abs. 1 RTVG; Individual- oder Betroffenenbeschwerde). Eine Betroffenenbeschwerde kann angenommen werden, wenn die beschwerdeführende Person in der beanstandeten Sendung Erwähnung findet oder wenn auf andere Weise Bezug auf sie genommen wird (UBI-Entscheid b. 693 vom 12. Dezember 2014 E. 2; Urteil 2C_788/2019 des Bundesgerichts vom 12. August 2020 E. 2.4). Ein Angebot («Smart Upgrade») der Beschwerdeführerin, welche im Übrigen mehrmals erwähnt wurde, stand im Zentrum des Beitrags. Diese ist damit zur Betroffenenbeschwerde legitimiert.

3. Die Beanstandung definiert das Anfechtungsobjekt und begrenzt insofern die Prüfungsbefugnis der UBI. Bei der Prüfung des anwendbaren Rechts ist sie frei und nicht an die Vorbringen der Parteien gebunden (Denis Barrelet/Stéphane Werly, *Droit de la Communication*, Bern 2011, 2. Auflage, Rz. 880, S. 262).

3.1 Art. 17 Abs. 1 BV verankert die Medien- bzw. Rundfunkfreiheit. Art. 93 Abs. 3 BV und Art. 6 Abs. 2 RTVG gewährleisten die Programmautonomie der Veranstalterin. Diese beinhaltet namentlich die Freiheit in der Wahl des Themas und des Fokus einer Sendung oder einer Publikation und die Freiheit in der inhaltlichen Bearbeitung. Ausstrahlungen haben jedoch den in Art. 4 und 5 RTVG festgelegten inhaltlichen Mindestanforderungen an den Programminhalt Rechnung zu tragen. Die Beschwerdeführerin macht eine Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots von Art. 4 Abs. 2 RTVG geltend.

3.2 Im Zusammenhang mit dem Sachgerechtigkeitsgebot prüft die UBI, ob dem Publikum aufgrund der in der Sendung oder im Beitrag angeführten Fakten und Ansichten ein möglichst zuverlässiges Bild über einen Sachverhalt oder ein Thema vermittelt wird, so dass dieses sich darüber frei eine eigene Meinung bilden kann (BGE 137 I 340 E. 3.1 S. 344f. [«FDP und die Pharmalobby»]). Umstrittene Aussagen sollen als solche erkennbar sein. Fehler in Nebenpunkten und redaktionelle Unvollkommenheiten, welche nicht geeignet sind, den Gesamteindruck der Ausstrahlung wesentlich zu beeinflussen, sind programmrechtlich nicht relevant. Auch der nicht-verbale Gestaltung ist bei der Beurteilung Rechnung zu tragen. Die Gewährleistung der freien Meinungsbildung des Publikums erfordert die Einhaltung von zentralen journalistischen Sorgfaltspflichten wie dem Transparenzgebot (vgl. Urs Saxer/Florian Brunner, *Rundfunkrecht – Das Recht von Radio und Fernsehen*, in: Biaggini et al. [Hrsg.], *Fachhandbuch Verwaltungsrecht*, 2015, N. 7.104ff., S. 312ff.; Barrelet/Werly, a.a.O., Rz. 895ff., S. 267ff.; Rudolf Mayr von Baldegg/Dominique Strebel, *Medienrecht für die Praxis*, 2018, 5. Auflage, S. 258ff.; Denis Masméjan, in: ders./Bertil Cottier/Nicolas Capt [Hrsg.], *Loi sur la radio-télévision, Commentaire*, 2014, S. 96ff., Rz. 43ff. zu Art. 4 RTVG; Rolf H. Weber, *Rundfunkrecht*, 2008, Rz. 20ff. zu Art. 4 RTVG, S. 58ff.). Der Umfang der gebotenen Sorgfalt

hängt von den konkreten Umständen, dem Charakter des Sendefasses sowie vom Vorwissen des Publikums ab (BGE 131 II 253 E. 2.1ff. S. 257 [«Rentenmissbrauch»]). Das Sachgerechtigkeitsgebot ist ausschliesslich auf redaktionelle Sendungen mit Informationsgehalt anwendbar.

3.3 Für Beiträge im Stil von anwaltschaftlichem Journalismus, in denen schwerwiegende Vorwürfe gegenüber Personen, Unternehmen oder Behörden erhoben werden und die so ein erhebliches materielles und immaterielles Schadensrisiko für direkt Betroffene oder Dritte enthalten, gelten qualifizierte Anforderungen bezüglich der Transparenz und der Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflichten (siehe Barrelet/Werly, a.a.O., S. 268ff.). Der Standpunkt des Angegriffenen ist in geeigneter Weise darzustellen. Bei schweren Vorwürfen soll er mit dem belastenden Material konfrontiert und mit seinen besten Argumenten gezeigt werden. Das Sachgerechtigkeitsgebot verlangt aber nicht, dass alle Sichtweisen qualitativ und quantitativ gleichwertig zum Ausdruck kommen (Entscheid 2A.32/2000 des Bundesgerichts vom 12. September 2000 E. 2b/cc [«Vermietungen im Milieu»]).

4. Die «Kassensturz»-Moderatorin leitet den Beitrag mit der Bemerkung ein, dass es Telecom-Anbietern und Handy-Konzernen am liebsten wäre, wenn man regelmässig ein neues Telefon kaufen würde. Sie verweist auf das Zeitungsinserat der Beschwerdeführerin mit einem neuen Gerät zu einem Sonderpreis. Auf der Website des Unternehmens sei die Rede davon, dass das Handy für 479 statt 599 Franken gekauft werden könne und erst noch in Monatsraten. Die Moderatorin betont jedoch, dass der Kauf einen Haken haben, der im Kleingedruckten versteckt sei. Das Handy müsse nach 24 Monaten zurückgegeben werden. Die Redaktion erachte dies als «ziemlich dreist», wie auch die potentielle Kundschaft. Danach folgt ein Filmausschnitt, in welchem sich sieben junge Personen zu dieser Aktion äussern, nachdem ihnen auf einem Tablet die Bewerbung des Angebots gezeigt worden ist. «Ein bisschen ein Witz», «grenzwertig», das sei kein Kauf, mehr eine Miete, «schon ein bisschen verarscht», «irreführend», «nicht optimal» lauten etwa die Kommentare. Die Moderatorin verweist anschliessend darauf, dass die Beschwerdeführerin schriftlich Stellung bezogen und erwähnt habe, es handle sich um einen Abzahlungskauf. Sie liest danach aus der entsprechenden Stellungnahme vor. Weiter weist sie darauf hin, dass das zuständige Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) das Angebot als irreführend bezeichnet habe. Unlauter sei nämlich, wenn ein Unternehmen irreführende Angaben bei seinen Preisen und Waren anführe: «Also in dem Fall: Wenn Kundinnen das Handy nach zwei Jahren entweder zurückgeben müssen oder – wenn sie es behalten wollen – diesen angeblichen Rabatt zurückzahlen müssen.»

5. Das Sachgerechtigkeitsgebot ist aufgrund des Informationsgehalts des Beitrags anwendbar. Zu berücksichtigen gilt es, dass das «Kassensturz»-Magazin beim Publikum sehr bekannt ist. Das betrifft namentlich seinen ausgeprägten anwaltschaftlichen Fokus, indem die Redaktion regelmässig Praktiken von Unternehmen thematisiert und kritisiert, die den Interessen von Konsumentinnen und Konsumenten zuwiderlaufen (Urteil 2C_483/2020 des Bundesgerichts vom 28. Oktober 2020 E. 6.1).

5.1 Im Zentrum des beanstandeten Beitrags steht die Bewerbung des Produkts «Smart Upgrade», insbesondere hinsichtlich des Preises, welche die Redaktion als irreführend erachtet. Dies geht aus der Einleitung hervor, in welcher die Moderatorin auf ein Zeitungsinserat und die Website der Beschwerdeführerin hinweist, die im Beitrag auch eingeblendet werden.

5.2 Die Beschwerdeführerin rügt, im Beitrag sei nicht erwähnt worden, dass es sich beim «Smart Upgrade»-Angebot um ein Eintauschprogramm handle. Alle zwei Jahre könne das neueste iPhone mit einem Rabatt von 25 Prozent gekauft werden, während das alte zurückgegeben wird. «Smart Upgrade» generiere für die Kundschaft nur dann einen Vorteil, wenn diese Option über mehrere Jahre ausgeübt werde. Die Redaktion habe es unterlassen, das Publikum auf diesen zentralen Aspekt von «Smart Upgrade» hinzuweisen.

5.3 Der Beschwerdeführerin bleibt beizupflichten, dass die Information, wonach es sich beim «Smart Upgrade»-Angebot um ein Eintauschprogramm handelt, an sich wesentlich ist. Weder im Zeitungsinserat noch auf dem Text auf der Website mit dem Angebot hat sie jedoch zur Zeit der Ausstrahlung des Beitrags selber darauf hingewiesen. Vielmehr hat sie in der Zwischenzeit die Beschreibung von «Smart Upgrade» auf ihrer Website grundlegend verändert und angepasst. Erst mit dieser Korrektur ist transparent geworden, dass das Angebot vor allem auch ein Eintauschprogramm ist. So wurde die Aussage «Spare CHF 119.80, wenn du dein iPhone mit Smart Upgrade kaufst», die dem «Kassensturz»-Beitrag zu Grunde liegt, ersetzt. Stattdessen ist nun von einem Rabatt die Rede, welcher bei einem Eintausch nach 24 Monaten gewährt wird. Für die programmrechtliche Beurteilung ist der Sachverhalt zum Zeitpunkt der Ausstrahlung des Beitrags relevant.

5.4 Die Beschwerdeführerin wurde von der Redaktion bei der Vorbereitung des Beitrags mit der Kritik an ihren Werbeaussagen auf der Website konfrontiert. Die schriftliche Stellungnahme fand denn auch – neben dem Hinweis, dass die Beschwerdeführerin rechtlich von einem Abzahlungskauf ausgeht – mit einem Zitat Eingang in den Beitrag: «Die Kaufbedingungen und Preise der Sunrise Smart Upgrade Option werden auf der Website transparent ausgewiesen. Wir können die Kritik daher nicht nachvollziehen.» Die Beschwerdeführerin moniert, dass ihr Standpunkt ungenügend ausgewiesen worden sei. Die Redaktion hat die schriftliche Stellungnahme zwar tatsächlich nicht vollständig wiedergegeben. Aber auch aus den unveröffentlichten Teilen der Stellungnahme ist nicht hervorgegangen, dass «Smart Upgrade» primär ein Eintauschprogramm darstellt, wie dies die Beschwerdeführerin in ihren Rechtsschriften betont. Von «Eintauschprogramm» bzw. «eintauschen» war in der Korrespondenz mit der Redaktion keine Rede. Immerhin ging daraus hervor, dass das Angebot nicht nur die Möglichkeiten beinhaltet, das Smartphone nach 24 Monaten zurückzugeben oder ansonsten den Rabatt zurückzuzahlen, sondern auch bei Rückgabe nach dieser Zeit wieder das neueste iPhone mit einem Rabatt zu erwerben. Auf diesen Aspekt wurde im Beitrag an keiner Stelle hingewiesen.

5.5 Der Beschwerdegegnerin ist zwar grundsätzlich zuzustimmen, dass der Beitrag auf die Preisangaben in der Werbung und insbesondere auf der Website fokussierte, welche das SECO auch in Kenntnis des vollständigen Leistungsbeschriebs als irreführend taxierte. Insofern war es im Lichte des Sachgerechtigkeitsgebots nicht zwingend notwendig, die mit dem

Angebot von «Smart Upgrade» für die Kundschaft bestehenden Möglichkeiten umfassend darzustellen. Nicht ganz stringent ist der Beitrag allerdings hinsichtlich des Fokus bei der Umfrage, mit welcher die Redaktion offensichtlich aufzeigen wollte, dass auch potentielle Kundinnen und Kunden die Aktion von Sunrise als «ziemlich dreist» erachten. Für das Publikum ist nicht ersichtlich, ob sich die durchwegs negativen Antworten der Befragten auf die Präsentation des Angebots auf der Website bezogen oder auf das Produkt «Smart Upgrade» in genereller Weise. Die Befragten wurden offensichtlich nicht von der Redaktion informiert, dass das Angebot auch die Option enthält, jeweils nach 24 Monaten und der Rückgabe des Geräts wieder das neueste iPhone mit einem Rabatt zu erwerben.

5.6 Der Standpunkt des SECO zur – ursprünglichen – Präsentation von «Smart Upgrade» auf der Website der Beschwerdeführerin und insbesondere zu den Preisangaben, welche die Behörde als irreführend erachtete, kam im Beitrag zum Ausdruck. Dem SECO kommt die Oberaufsicht beim Vollzug der für diesen Fall relevanten Erlasse – Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241) und Preisbekanntgabeverordnung (PBV; SR 942.211) – zu. Es berät die Kantone und kann Verstösse bei den zuständigen kantonalen Instanzen verzeigen. Im Beitrag hat die Moderatorin korrekt bemerkt, dass es unlauter sei, wenn ein Unternehmen irreführende Angaben zu ihren Waren oder Preise macht. Das SECO hat seine Einschätzung in Kenntnis der Stellungnahme der Beschwerdeführerin vorgenommen. Die Redaktion durfte sich auf diese Einschätzung der zuständigen Bundesbehörde berufen.

5.7 Entscheidend ist im Lichte des Sachgerechtigkeitsgebots letztlich der Gesamteindruck. Diesbezüglich kann festgehalten werden, dass der Beitrag zwar anders hätte gestaltet werden können und nicht mangelfrei ist. Das betrifft namentlich die unvollständige Beschreibung von «Smart Upgrade», welche insbesondere im Zusammenhang mit der gezeigten Umfrage zu einer präziseren und umfassenderen Information beigetragen hätte. Da der eigentliche Fokus des Beitrags aber auf der ursprünglichen Präsentation von «Smart Upgrade» auf der Website liegt, betrifft dieser Mangel insgesamt einen Nebenpunkt. Die entsprechenden Fakten wurden korrekt vermittelt. An der Einschätzung dieser von der Beschwerdeführerin in der Zwischenzeit komplett überarbeiteten Darstellung hätte sich auch bei Kenntnis des ganzen Leistungsbeschriebs keine grundsätzliche Änderung ergeben, was auch aus der Stellungnahme des SECO hervorgeht. Der Standpunkt der Beschwerdeführerin kommt im Beitrag zudem in angemessener Weise zum Ausdruck. Die Beschwerdeführerin hat es ihrerseits versäumt, in ihrer schriftlichen Stellungnahme darauf hinzuweisen, dass es sich bei «Smart Upgrade» primär um ein Eintauschprogramm für iPhones handelt. Der Beitrag hat daher die Mindestanforderungen an die Sachgerechtigkeit im Sinne von Art. 4 Abs. 2 RTVG eingehalten.

6. Die Beschwerde ist aus den erwähnten Gründen abzuweisen. Verfahrenskosten werden keine auferlegt (Art. 98 RTVG).

Aus diesen Gründen beschliesst die UBI:

1. Die Beschwerde wird mit vier zu drei Stimmen abgewiesen.
2. Es werden keine Verfahrenskosten erhoben.
3. Zu eröffnen:
- (...)

Im Namen der Unabhängigen Beschwerdeinstanz
für Radio und Fernsehen

Rechtsmittelbelehrung

Entscheide der UBI können gemäss Art. 99 RTVG in Verbindung mit Art. 82 Bst. a, Art. 86 Abs. 1 Bst. c und Art. 89 des Bundesgesetzes über das Bundesgericht (BGG; SR 173.110) innerhalb von 30 Tagen nach Eröffnung mit Beschwerde beim Bundesgericht angefochten werden.

Versand: 13. Juni 2023