



Universität St.Gallen

Institut für Medien-
und Kommunikationsmanagement

Medienrecht

Universität St. Gallen – Frühlingssemester
2024

Dozent: RA Dr. Andreas Meili, Zürich

From insight to impact.

Weiterführende Literatur zum Medienrecht

Strebel / Mayr von
Baldegg,
Medienrecht für die
Praxis, 5. A., 2018.



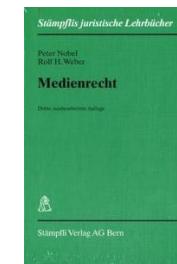
Zölc/Zulauf,
Kommunikationsrecht
für die Praxis, 2007.



Studer / Künzi
So arbeiten Journalisten fair:
Was Medienschaffende wissen müssen,
2011.



Nobel / Weber,
Medienrecht, 4. A., 2021



Informationen zur Prüfung

- Basis: Vorlesungsskript und Ihre Notizen dazu
- Open Book, d.h. Sie können das Skript/Notizen und alles, was Sie für sinnvoll erachten, zur Prüfung mitnehmen (Skript und Ihre Notizen reichen aber aus)
- Dauer 90 Minuten
- Schriftlich
- Schwerpunkt: Falllösungen
- Zusätzlich kleinere Wissensfragen
- Es wird **nicht** erwartet, dass Sie Statistiken, Tabellen, Zahlen, o.Ä. auswendig können
→ nur grobe Verläufe, Verhältnisse, etc.

Inhaltsübersicht

- A. Übersicht Schweizer Medienmarkt – rechtliche Entwicklungen
- B. Verfassungsrecht
- C. Zivilrecht
- D. Strafrecht und UWG
- E. Rundfunk-, Fernmelde- und Internetrecht
- F. Urheber-, Marken- und Datenschutzrecht sowie BG über das Öffentlichkeitsprinzip der Verwaltung
- G. Spezialthemen
 - Medienethik
 - Litigation PR (Gastvortrag mit Diskussion)
- H. Diskussion/Fragen

A. Übersicht Schweizer Medienmarkt – rechtliche Entwicklungen

A. Älteste heute noch erscheinende Zeitung der Schweiz



A. Milestones im Schweizer Medienmarkt (I)

- Januar 1780: Erstausgabe «NZZ»
- Anf. 20. Jht.: In CH rund 120 Tageszeitungen (heute noch rund 70 Titel)
- 1922: Erste Radiobewilligung (Lausanne)
- 1931: Gründung Schweiz. Rundfunkgesellschaft (SRG)
- 1952: Erste befristete TV-Konzession für SRG
- 1958: Offizielle Betriebsaufnahme TV SRG (neuer Name: Schweiz. Radio- und Fernsehgesellschaft)
- 1959: Lancierung „Blick“ für D-CH (Boulevard)
- 60er-Jahre: 1. Konzentrationswelle Zeitungen
- 1979: Illegaler Sendebetrieb „Radio 24“ vom Pizzo Groppera (Medienpionier R. Schawinski)
- 1982: RVO (Rundfunkversuchs-VO für Privatradios)
- 1984: Verfassungsartikel für Radio und TV; erste Radiokonzessionen für Private
- Mitte 80er J.: 2. Konzentrationswelle Zeitungen
- 1991: RTVG (Radio- und Fernsehgesetz)
- 1994: Lancierung „TeleZüri“

A. Milestones im Schweizer Medienmarkt (II)

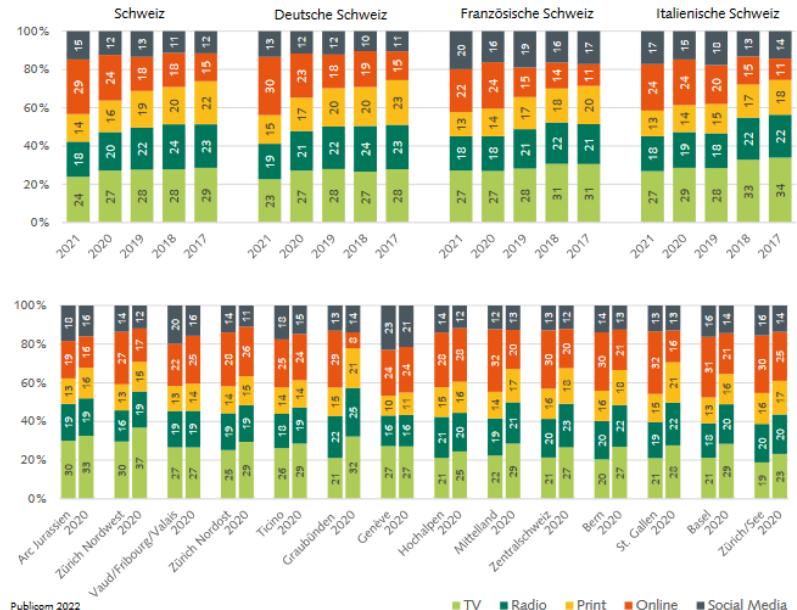
- 1995: Beginn Internetphase
- 1999: 1. Gratiszeitungswelle mit „20 Minuten“, „Metropol“ und „ZürichExpress“
- 2001: Platzen der „Internetblase“; Einstellung TV3 und Tele24
- 2001: Einstellung „Metropol“
- 2003: 2. Gratiszeitungswelle u.a. mit „Blick a.A.“ und „20 Minutes“
- 2007: Totalrevision RTVG; neue SRG-Konzession
- 2008: Tamedia übernimmt Espace Media Group
- 2009: Tamedia übernimmt Edipresse
- 2015: Start Vermarktungsfirma Admeira (Swisscom-Ringier-SRG)
- 2017: Zusammenlegung Regionalmedien NZZ-AZ
- März 2018: «No billag»-Initiative wird abgelehnt (> 71%)
- März 2018: Tamedia übernimmt Goldbach
- Mai 2018: Konkurs Publicitas
- Juni 2018: SRG verkauft Aktienanteil von 33,3% an Admeira an Swisscom und Ringier

A. Milestones im Schweizer Medienmarkt (III)

| | | |
|----------------|--|----------|
| Juli 2018: | BR stellt Entwurf für ein Mediengesetz vor | |
| Oktober 2018: | Gründung CH Media 2018 als Joint Venture der NZZ-Mediengruppe und der AZ Medien | |
| Januar 2019: | Inkrafttreten der neuen Konzession der SRG zur Stärkung des Service public | |
| Januar 2019: | Serafe als neue Erhebungsstelle für Radio- und Fernsehgebühren (Billag-Nachfolgerin) | |
| Januar 2020: | Tamedia AG wird zu TX Group (3 Bereiche: 20 Minuten (Gratismedien), Goldbach (Medienbuchung/Agentur) und TX Markets (digitale Marktplätze/Inserate)) | |
| Februar 2020: | Ringier übernimmt Swisscom-Anteil von Admeira und wird damit Alleinaktionärin | |
| 20. Mai 2020: | Bundesrat verabschiedet zwei Notverordnungen für finanzielle Soforthilfe im Umfang von MCHF 57,5 für alle Mediengattungen aufgrund des Coronavirus | 57,5 für |
| August 2020: | WEKO genehmigt Übernahme Sunrise durch UPC- Besitzerin Liberty Global | |
| August 2020: | TX Group und Ringier gründen Swiss Marketplace Group | |
| 2020 – 2026: | Ende des analogen Rundfunks; Umstellung auf Digitalradio | |
| 15. Mai 2022: | Abstimmung Lex Netflix: Annahme des rev. Filmgesetzes (Abgabe 4% CH-Bruttoumsatz von Streaming-Plattformen als Beitrag für CH-Film- und TV-Produktion) | |
| Februar 2022: | Schweizer lehnen Massnahmenpaket zur Medienförderung ab | |
| 1. Sept. 2023: | Inkrafttreten rev. Datenschutzgesetz: Verstärkung Persönlichkeitsschutz und Grundrechte | |
| Herbst 2023: | Diverse Verlage kündigen grössere Entlassungswellen an | |
| Januar 2024: | Neukonzessionierung lokale/regionale Radios und TV | |

A. Meinungsmacht und Mediengattungen (I)

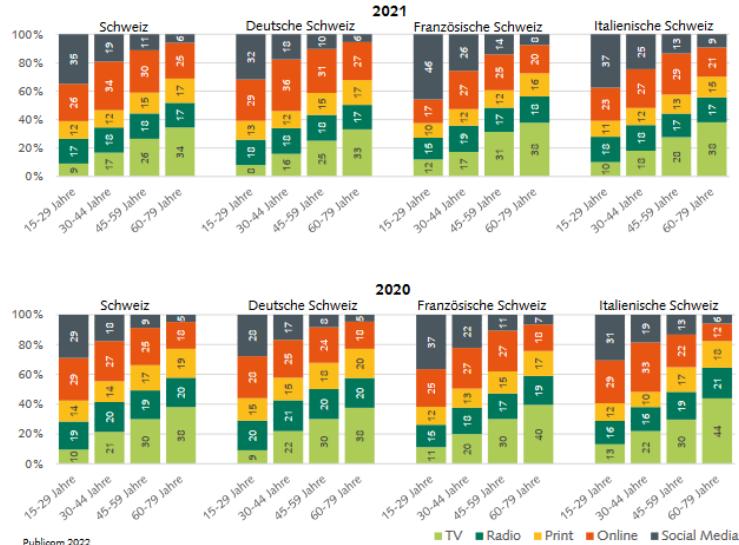
Abbildung 7: Meinungsmacht von Mediengattungen im Jahresvergleich – Schweiz, Sprachregionen und Medienräume



Quelle: Medienmonitor Schweiz 2021 – Thommen Stefan, Eichenberger Raphael, Sasso Stefano, Weber Lena

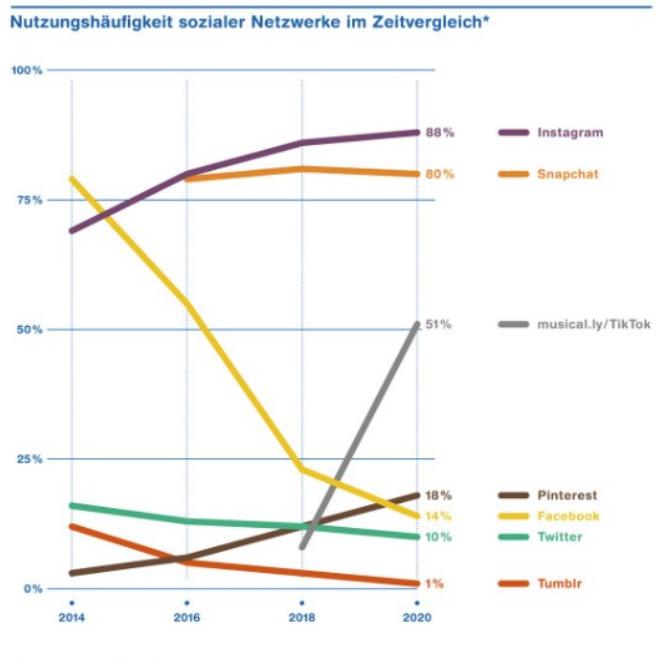
A. Meinungsmacht und Mediengattungen (II)

Abbildung 8: Meinungsmacht von Mediengattungen nach Alter im Jahresvergleich – Schweiz und Sprachregionen
Untersuchungsperioden 2020 und 2021, Anteile an summiertem Meinungsmacht in Alterssegmenten pro Raum (in Prozent)



Quelle: Medienmonitor Schweiz 2021 – Thommen Stefan, Eichenberger Raphael, Sasso Stefano, Weber Lena

A. Nutzungshäufigkeit sozialer Netzwerke im Zeitvergleich (2014-2020)



Quelle: <https://www.zhaw.ch/de/psychologie/ueber-uns/medien-news/medienmitteilungen/detailansicht-medienmitteilungen/event-news/james-studie-internethandlung-verlagert-sich-immer-stärker-auf-smartphone/>

A. Grösste Medienunternehmen CH (2022)

| Unternehmen | Wirtschaftsmacht | Umsatz 2022 | FTE |
|------------------|------------------|-------------|-------|
| SRG SSR | 24% | 1'548 MCHF | 5'518 |
| TX Group | 14% | 925 MCHF | 3'380 |
| Ringier Schweiz | 10% | 933 MCHF | 2'300 |
| CH Media | 7% | 430 MCHF | 1'800 |
| NZZ-Mediengruppe | 4% | 247 MCHF | 821 |

- Von 2009 bis 2013 hat Tamedia, nach Espace Media Groupe in 2007, schrittweise die CH-Geschäfte von Edipresse übernommen und wurde so in der Schweiz zur führenden privaten Mediengruppe
- Ringier ist neben der CH auch in versch. europ., asiatischen und afrikanischen Ländern tätig
- Ringier hat in CH und versch. europäischen Ländern ein Joint Venture mit Axel Springer Verlag («Ringier Axel Springer»)
- CH Media 2018 als Joint Venture der NZZ-Mediengruppe und der AZ Medien entstanden (ohne «NZZ»)
- Tamedia ist per 01. Januar 2020 in «TX Group» unbenannt worden

- Verein mit 23'500 Mitgliedern
- Privatrechtlich organisiert. Nach den Grundsätzen des Aktienrechts geführtes Medienunternehmen
- Ihr Auftrag basiert auf der Bundesverfassung, dem Radio- und Fernsehgesetz (RTVG), der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) sowie der Konzession
- Dem Service public verpflichtet («Klammerfunktion», Grundversorgung)
- Umsatz 2022 CHF 1,55 Mia.
- TV, Radio, Online und Teletext
- 80% finanziert aus Gebühreneinnahmen (CHF 1,2 Mia./Jahr = 94 – 96% der totalen Gebühreneinnahmen)
- Unternehmenseinheiten:
 - RSI (Radiotelevisione svizzera)
 - RTR (Radiotelevisiun Svizera Rumantscha)
 - RTS (Radio Télévision Suisse)
 - SRF (Schweizerisches Radio und Fernsehen)
 - SWI (swissinfo.ch)

A. TX Group



- Am 02. Oktober 2000 ging die Tamedia AG an die Börse
- Umbenennung von Tamedia AG in TX Group AG per 01. Januar 2020
- Umsatz 2022: MCHF 925
- Herausgeberin von «Tagesanzeiger», «Sonntagszeitung» und «20 Minuten»
- Aufteilung des Unternehmens in:
 - Tamedia (Bezahlmedien)
 - 20 Minuten (Gratismedien)
 - Goldbach (Medienbuchung/Agentur)
 - TX Markets und neu zusammen mit Ringier Swiss Marketplace Group (digitale Marktplätze/Inserate)

- Rund 130 Tochtergesellschaften in den Bereichen Print, digitale Medien, Radio, Ticketing, Entertainment und E-Commerce.
- Umsatz Schweiz 2022 MCHF 933
- Betreiberin «Blick-Gruppe»
- Dazu zählen u.a. auch die Privatradiostationen Energy Bern (100%), Energy Zürich (51%) und Energy Basel (9.8%). Zudem ist Ringier mit 21.82% an Radio 32 AG beteiligt.
- U.a. wird das Musikfestival Moon and Stars in Locarno von Ringier organisiert.
- Im Bereich der Dienstleistungen ist Ringier mit 50% an der Ticketcorner Holding AG beteiligt.
- Zudem betreiben Sie mehrere Shopping-Plattformen wie DeinDeal, geschenidee.ch, AutoScout24, ImmoScout24, etc., die sie neu in die Swiss Marketplace Group zusammen mit TX eingebbracht haben

A. CH Media



- Entstand 2018 als Joint Venture der NZZ-Mediengruppe und der AZ Medien. Das Unternehmen gehört beiden Gruppen zu gleichen Teilen.
- Umsatz 2022 MCHF 430
- Nach 10 Jahren hat die AZ Medien die Möglichkeit, eine Mehrheit der Anteile der CH Media zu erwerben.
- CH Media hat über 80 Marken:
 - 3+
 - Radio Pilatus
 - Tele Züri
 - Schweiz am Wochenende
 - etc.
- Tätigkeitsbereich: Print, Online, Fernsehen und Radio

- Sitz in Zürich
- Besteht aus dem Stammhaus in Zürich, in welchem die NZZ und die NZZ am Sonntag verlegt werden. Andererseits hat sie die Ost- und Zentralschweizer Regionalmedien in die CH Media eingebracht.
- Die konzessionierten Regionalfernsehsender Tele 1 und TVO werden weiterhin von der RMH Regionalmedien AG betrieben. Diese gehört zu 97% der NZZ-Mediengruppe.
- 45% des Ertrages stammen aus dem Nutzermarkt, 30% aus dem Werbemarkt und 25% aus übrigen Erträgen.
- Im ersten Quartal 2023: AZ Medien kaufen 15% der Anteile an der CH Media von der NZZ Mediengruppe ab und besitzen somit die Mehrheit der Anteile.

A. Swisscom



- Swisscom und Die Post sind die Nachfolger der staatlichen PTT (Post, Telegraph, Telefon)
- 51% der Swisscom AG gehören dem Bund
- Swisscom hat 19'157 Mitarbeiter
- Mit 59% Marktanteil ist Swisscom die Nummer 1 im Schweizer Telkom-Markt
- Nettoumsatz 2022: CHF 11,1 Mia.
- Reingewinn 2022: CHF 1,6 Mia.
- Geschäftsbereiche:
 - Swisscom: Fixnet, Mobile und Solutions
 - Swisscom Broadcast: Verbreitung Rundfunkprogramme
 - Swisscom IT Services
 - Swisscom Beteiligungen: u.a. CT Cinetrade (Teleclub etc.), siroop, ...
 - Fastweb: Mehrheitsbeteiligung an ital. Breitbandanbieter

A. Sunrise (Sunrise UPC)



- Produkt der Fusion diax und „alter“ Sunrise
- Heute Tochterunternehmen der Tele Danmark (TDC)
- 2008: Übernahme Tele 2
- 2009: Bekanntgabe Fusion Orange CH und Sunrise (France Télécom 75%, TDC 25%); von WEKO im April 2010 abgelehnt; anfangs Juni 2010 Rekurs zurückgezogen und Zusammenschluss aufgegeben
- 2015: Börsengang (verursachte hohe Kosten (ca. CHF 155 Mio.) und trieb Sunrise in die roten Zahlen, wobei Reingewinn sich verdoppelte)
- 2020: Fusion Sunrise und UPC
- Sunrise mit 24% die Nummer 2 im Schweizerischen Telkom-Markt
- Umsatz 2022: CHF 3,035 Mia.
- Gewinn 2022: CHF 1,1 Mia.
- Sunrise hat 1763 Mitarbeiter
- Geschäftsbereiche:
 - Mobilfunk
 - Festnetz (besitzt eigenes Glasfasernetz)
 - Internet und Datenkommunikation (Breitband)

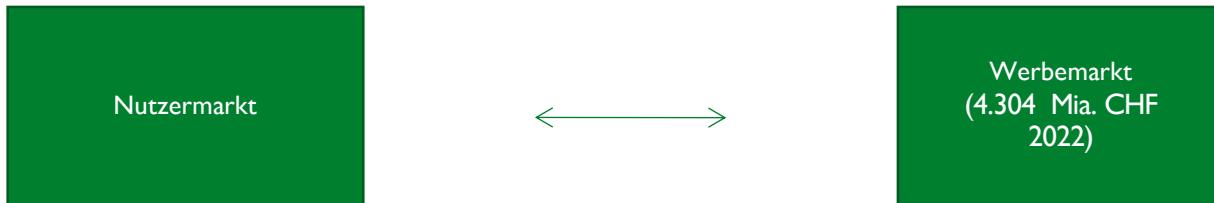
A. Salt Mobile SA

Salt.

- Seit Februar 2015 im Besitz von NJJ Capital (Kaufpreis CHF 2.8 Mia.)
- Namenswechsel von Orange Communications SA zu Salt im April 2015
- Mit 17,3% Marktanteil ist Salt der drittgrösste Telekommunikationsanbieter der Schweiz
- Geplante Fusion im Jahr 2010 von Orange mit Sunrise hätte den Marktanteil in CH praktisch verdoppelt (37%); WEKO hat die Fusion abgelehnt (s.o.)
- Umsatz 2022: CHF 1,07 Mia.
- Gewinn 2022: MCHF 547
- 1'000 Mitarbeiter in 2022
- Geschäftsbereiche
 - Mobilkommunikation: Anrufe und mobiles Breitbandnetz
 - Festnetztelefonie für Geschäftskunden

A. Funktionsweise des Medienmarkts

- Medien sind i.d.R. auf zwei Märkten tätig:



- Die beiden Märkte interagieren: Je mehr Abnehmer (Leser, Abonnenten, Zuhörer, Zuseher oder User), desto mehr Einnahmen aus der Werbung
- Werbung: klassische Werbung (Inserate, Spots), Rubriken (Kleininserate), Plakate und Direktwerbung (Prospekte etc.), werbeähnliche Formate wie Sponsoring, Product Placement, Medienpartnerschaften etc.
- Werbung orientiert sich nach Reichweite, Zielgruppen, Marktanteilen, Nutzungsintensität und Image
- Ausnahmen vom 2-Märkteprinzip: Alle Gratismedien (Gratiszeitungen, nicht gebührenfinanzierte Radio- und TV-Sender, viele Onlinedienste etc.): Diese sind nur werbefinanziert
- Erfolgreiches Beispiel 1-Marktprinzip: Gratiszeitung „20 Minuten“ mit über 3 Mio. Lesern (Online & Print)

- SMG Swiss Marketplace Group AG, Gründung im Jahr 2021 durch Fusion
- Gemeinsames Unternehmen der TX Group und Scout24 Schweiz
 - (TX Group 31%, Ringier AG und Mobiliar als bisherige gemeinsame Eigentümer von Scout24 Schweiz je 29.5%, General Atlantic 10% der Aktienanteile)
- Online-Marktplätze werden in gemeinsames Unternehmen eingebracht
 - TX Group: tutti.ch, ricardo.ch, Homegate, Car For You
 - Scout 24: ImmoScout24, AutoScout24, MotoScout24, FinanceScout24 und anibis.ch
- Eines der grössten Digitalunternehmen der Schweiz; in den Bereichen Immobilien, Fahrzeuge, Finanzdienstleistungen und General Marketplaces führend
- Mittelfristig Börsengang angestrebt

B. Verfassungsrecht

B. Übersicht Schweizer Medienmarkt – rechtliche Entwicklungen: Öffentlich-rechtliche Medien vs. privatrechtliche Medien (Dualismus)

- Staat soll gemäss BV selber keine Medien herausgeben oder betreiben
- Ausnahme Radio und TV: Staat will mit SRG bestimmte Leistungs- und Versorgungsaufträge sicherstellen
- Übrige Medien werden von Privaten betrieben
- Es gibt in CH keine spezifischen Presse- oder Internetgesetze, es gibt aber ein Radio- und Fernsehgesetz (RTVG)
 - Radio- und TV-Markt: **Regulierter Markt**
 - Übrigen Medien: **Liberaler Markt**

B. Rechtliche Grundlagen

- EMRK
 - Verfassungsrecht
 - Zivilrecht
 - Strafrecht
 - Wettbewerbsrecht
 - Urheber/Datenschutzrecht
 - Markenrecht
 - Internetrecht
 - Rundfunkrecht
-
- The list of legal foundations is grouped into two main categories: 'Verfassungsrecht' (constitutional law) and 'Gesetzesrecht' (statutory law). 'Verfassungsrecht' includes EMRK and Verfassungsrecht. 'Gesetzesrecht' includes Zivilrecht, Strafrecht, Wettbewerbsrecht, Urheber/Datenschutzrecht, Markenrecht, Internetrecht, and Rundfunkrecht.
- Verfassungsrecht
- Gesetzesrecht

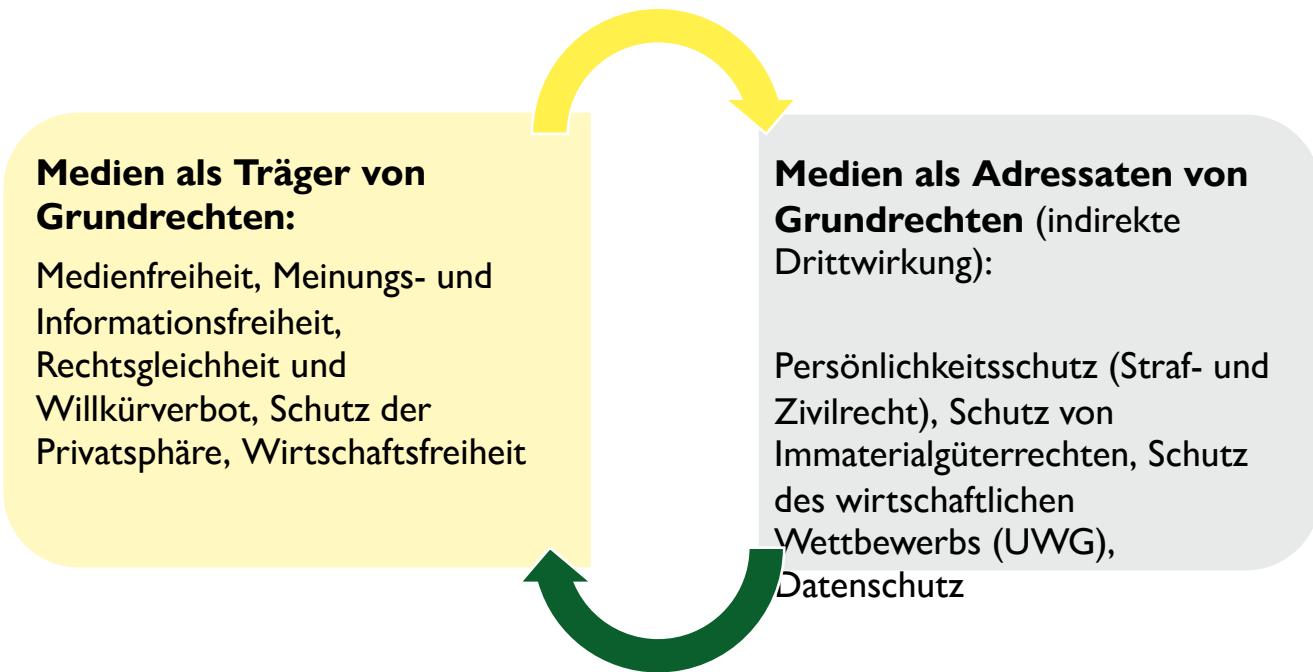
B. Rechtliche Grundlagen: Herleitung von Grundrechten



Quelle: P. Kübler

B. Rechtliche Grundlagen:

Medien als Träger und Adressaten von Grundrechten



Quelle: P. Kübler

B. Rechtliche Grundlagen: Übersicht von relevanten Grundrechten

EMRK

- Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens (Art. 8 EMRK)
- Recht auf ein faires Verfahren («Justizöffentlichkeit») (Art. 6 Abs. 1 EMRK)
- Unschuldsvermutung (Art. 6 Abs. 2 EMRK)
- Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 10 EMRK)

Bundesverfassung

- Schutz der Privatsphäre (Art. 13 BV)
- Meinungs- und Informationsfreiheit (Art. 16)
- Medienfreiheit (Art. 17 BV)
- Kunstfreiheit (Art. 21)
- Justizöffentlichkeit (Art. 30 Abs. 3)
- Unschuldsvermutung (Art. 32 Abs. 1 BV)

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss EMRK

Art. 8 EMRK: Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens

- (1) Jede Person hat das Recht auf Achtung ihres **Privat- und Familienlebens**, ihrer **Wohnung** und ihrer **Korrespondenz**.
- (2) Eine Behörde darf in die Ausübung dieses Rechts nur eingreifen, soweit der Eingriff gesetzlich vorgesehen und in einer demokratischen Gesellschaft notwendig ist für die nationale oder öffentliche Sicherheit, für das wirtschaftliche Wohl des Landes, zur Aufrechterhaltung der Ordnung, zur Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder der Moral oder zum Schutz der Rechte und Freiheiten anderer.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss EMRK

Art. 6 Abs. 1 EMRK: Recht auf ein faires Verfahren

(1) Jede Person hat ein Recht darauf, dass über Streitigkeiten in Bezug auf ihre zivilrechtlichen Ansprüche und Verpflichtungen oder über eine gegen sie erhobene strafrechtliche Anklage von einem unabhängigen und unparteiischen, auf Gesetz beruhenden Gericht in einem fairen Verfahren, öffentlich und innerhalb angemessener Frist verhandelt wird. Das Urteil muss öffentlich verkündet werden; Presse und Öffentlichkeit können jedoch während des ganzen oder eines Teiles des Verfahrens ausgeschlossen werden, wenn dies im Interesse der Moral, der öffentlichen Ordnung oder der nationalen Sicherheit in einer demokratischen Gesellschaft liegt, wenn die Interessen von Jugendlichen oder der Schutz des Privatlebens der Prozessparteien es verlangen oder - soweit das Gericht es für unbedingt erforderlich hält - wenn unter besonderen Umständen eine öffentliche Verhandlung die Interessen der Rechtspflege beeinträchtigen würde.

B. Rechtliche Grundlagen: Grundrechte gemäss EMRK

Art. 6 Abs. 2 EMRK: Unschuldsvermutung

Jede Person, die einer Straftat angeklagt ist, gilt bis zum gesetzlichen Beweis ihrer Schuld als unschuldig.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss EMRK

Art. 10 EMRK: Meinungsäußerungsfreiheit

Jede Person hat das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schliesst die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben. Dieser Artikel hindert die Staaten nicht, für Radio-, Fernseh- oder Kinounternehmen eine Genehmigung vorzuschreiben. Die Ausübung dieser Freiheiten ist mit Pflichten und Verantwortung verbunden; sie kann daher Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, die gesetzlich vorgesehen und **in einer demokratischen Gesellschaft notwendig** sind für die nationale Sicherheit, die territoriale Unversehrtheit oder die öffentliche Sicherheit, zur Aufrechterhaltung der Ordnung oder zur Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder der Moral, zum Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer, zur Verhinderung der Verbreitung vertraulicher Informationen oder zur Wahrung der Autorität und der Unparteilichkeit der Rechtsprechung.

B. Rechtliche Grundlagen: Grundrechte gemäss BV

Schutz der Privatsphäre (BV 13)

- ¹ Jede Person hat Anspruch auf Achtung ihres **Privat- und Familienlebens**, ihrer Wohnung sowie ihres Brief-, Post- und Fernmeldeverkehrs.
- ² Jede Person hat Anspruch auf Schutz vor Missbrauch ihrer persönlichen Daten.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss BV

Meinungs- und Informationsfreiheit (BV 16)

¹ Die Meinungs- und Informationsfreiheit ist gewährleistet.

² Jede Person hat das Recht, ihre **Meinung frei zu bilden** und sie ungehindert zu **äussern** und zu **verbreiten**.

³ Jede Person hat das Recht, Informationen frei zu empfangen, aus allgemein zugänglichen Quellen zu beschaffen und zu verbreiten.

B. Fallbeispiel (I)

Das Journal Franz Weber veröffentlichte im Januar 1992 einen Artikel mit dem Titel: „**Mikrowellen: Gefahr wissenschaftlich erwiesen!**“ Auf dem Titelblatt war ein **Sensemännchen auf blutrotem Hintergrund** zu sehen. Dr. Hertel, Umweltbiologe, schrieb für den Artikel eine Zusammenfassung. Darin schrieb Hertel, dass die Nutzung von Mikrowellen bei Lebensmittel dazu führen könnten, dass **Blutveränderungen stattfinden sowie Krebswachstum gefördert** werden könne.

Das Bundesgericht entschied zunächst, dass dies unzulässig sei, weil die Diskussion um die absolute Wahrheit in Bezug auf die Mikrowellen noch nicht geklärt sei und Aussagen dieser Art daher in den Wettbewerb eingreifen würden (Art. 3 lit. a UWG).

Dr. Hertel berief sich daraufhin auf die Meinungsäußerungsfreiheit der Menschenrechtskonvention (Art. 10). Der EGMR entschied, dass Hertels Text sehr **vorsichtig formuliert** sei und daher das Urteil des Bundesgerichts wie eine **Zensur** wirke (Medialex 4/98, S.213).

Das Bundesgericht revidierte darauf sein Urteil. Es liess den Text von Hertel zu, solange er die Kontroverse der Thematik auch beinhaltete (BGE 1999 Band 125 III 185).

B. Fallbeispiel (II)

BGE 130 I 369: Abgewiesener Journalist

Vom 25.-31. Januar 2001 fand in Davos das WEF statt. Der als freier Journalist tätige G. versuchte am 27. Januar 2001, mit dem Postauto von Klosters nach Davos zu gelangen. Kurz vor Davos wurde das Postauto angehalten; die Insassen wurden kontrolliert und an der Weiterreise nach Davos gehindert. Trotz Vorzeigens seines Presseausweises und seiner Angaben über journalistische Tätigkeiten in Davos wurde auch G. von der Polizei zur Rückkehr angehalten.

Der Journalist erachtet sich in der Meinungs- und Informationsfreiheit sowie in der Pressefreiheit beeinträchtigt. Die **Meinungsfreiheit** nach **Art. 16 Abs. 1 und 2 BV** bedeutet das **Recht jeder Person, ihre Meinung frei zu bilden und sie ungehindert zu äussern und zu verbreiten**. In engem Zusammenhang damit steht die **Informationsfreiheit** gemäss **Art. 16 Abs. 1 und 3 BV**. Diese räumt jeder Person **das Recht ein, Informationen frei zu empfangen, aus allgemein zugänglichen Quellen zu beschaffen und zu verbreiten**. Für den vorliegenden Zusammenhang kommt zudem der Pressefreiheit im Sinne von **Art. 17 BV** als Teil der allgemeinen Medienfreiheit Bedeutung zu. Hinsichtlich der streitigen Polizeimassnahmen unterliegt es keinen Zweifeln, dass sie den als Journalisten tätigen Beschwerdeführer in der Informations- und Pressefreiheit berührten. Nach seinen eigenen Angaben und denjenigen seiner Auftraggeberin beabsichtigte er, in Davos über die öffentliche und allgemein zugängliche Veranstaltung "The Public Eye on Davos" sowie über die Auswirkungen des WEF und einer (allfälligen) Demonstration auf das Gastgewerbe zu recherchieren und darüber zu berichten. Trotzdem ergab sich, dass die Einschränkungen der Meinungsfreiheit sich auf die polizeiliche Generalklausel abstützen konnten und den Einschränkungsvoraussetzungen von Art. 36 Abs. 1 BV standhalten.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss BV

Medienfreiheit (BV 17)

¹ Die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist gewährleistet.

² Zensur ist verboten.

³ Das Redaktionsgeheimnis ist gewährleistet.

B. Fallbeispiel

BGE 141 I 211: Einschränkung Gerichtsberichterstattung

Im Jahr 2015 wurde per Verfügung die Gerichtsberichterstattung der Medienschaffenden über eine öffentlich-strafrechtliche Hauptverhandlung «Kristallnacht-Fall» eingeschränkt. Dies sei mangels hinreichender gesetzlicher Grundlage jedoch *unzulässig* gewesen. Auszug aus dem Bundesgerichtsentscheid:

«Die Freiheit der Medien gehört zu den zentralen Ausprägungen des allgemeinen Grundrechts freier Meinungsäußerung. Normativer Kern der Medienfreiheit ist die **Sicherung des ungehinderten Nachrichtenflusses** und des **freien Meinungsaustauschs**. Geschützt ist die Recherchetätigkeit der Journalisten zur Herstellung von Medienerzeugnissen und zu deren Verbreitung in der Öffentlichkeit. Die damit vermittelte Freiheit des Medienschaffens ist nicht Selbstzweck. Vielmehr hat der ungehinderte Fluss von Informationen und Meinungen in einem demokratischen Rechtsstaat eine wichtige gesellschaftliche und politische Bedeutung. Den Medien kommt als Informationsträger die Funktion eines Bindeglieds zwischen Staat und Öffentlichkeit zu. Zugleich leisten die Medien einen wesentlichen Beitrag zur Kontrolle behördlicher Tätigkeiten.»

B. Fallbeispiel (II)

BGE 137 I 8 : Berichtserstattung mit einem Insassen

- Das Bundesgericht hatte im Jahr 2010 zu prüfen, ob ein Redaktor des Schweizer Fernsehens ein Fernsehinterview mit einem Insassen der Strafanstalt Pöschwies durchführen dürfe. Das Bundesgericht wies den negativen Entscheid des Obergerichts zurück zur Neubeurteilung.
- Die Freiheit der Medien gehöre zum allgemeinen Grundrecht der freien Meinungsäusserung. Einschränkungen (auch in der Phase der Informationsbeschaffung) müssen daher dem Grundsatz von Art. 36 BV (gesetzliche Grundlage, öffentliches Interesse, Verhältnismässigkeit) genügen.
- Wird der Einblick in gewisse staatliche Bereiche verweigert, öffnet dies Raum für Spekulationen und fördert das Misstrauen.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss BV

Justizöffentlichkeit (BV 30 Abs. 3)

- Gerichtsverhandlungen und Urteilsverkündigungen sind öffentlich. Das Gesetz kann Ausnahmen vorsehen.
- Insb. Einsicht in Urteile, Strafbefehle und Einstellungsverfügungen.
- Schutzwürdiges Interesse vs. Geheimhaltungsinteresse bzw. Drittinteresse.
- Transparenz, demokratische Kontrolle, Absage Geheimjustiz.

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss BV

Justizöffentlichkeit (BV 30 Abs. 3)

Rechte der Journalisten

- Zugang zu Entscheiden
- Zugang zu Einstellungsverfügungen
- Zugang zu Strafbefehlen
- Anspruch auf Kopie der Unterlagen (evtl. gg. Gebühr)

Pflichten der Journalisten

- Je nach Verfahrensstadium Verschwiegenheitspflicht gemäss Art. 293 StGB
- Pflicht zur Objektivität insb. keine Vorverurteilung
- Richtige Würdigung der Einzelnen Quellen
 - Gutachten vs. Parteibehauptung
 - Einstellungsverfügung vs. Wiedergutmachung
 - rechtskräftige vs. nicht rechtskräftiges

B. Fallbeispiel

Auszug aus den Bundesgerichtsentscheiden 1B_169/2015 und 1B_177/2015, in welchen das Bundesgericht im «Kristallnacht-Twitterer»-Fall die Justizöffentlichkeit und die damit verbundene Aufgabe der Medien als «4. Gewalt» betonte. Die Medien berichteten dabei sehr liberal über den Twitter-Nutzer, der am 23. Juni 2012 folgenden rassistischen Tweet veröffentlichte: «Vielleicht brauchen wir wieder eine Kristallnacht... diesmal für Moscheen». Der Tweet war gut **5 Minuten online** und erreichte innert kürzester Zeit eine so gewaltige Medienpräsenz, dass der Beschuldigte seinen Job, seine Parteimitgliedschaft, seine politischen Ämter sowie sein soziales Umfeld verlor. Die Medienanwältin des Beschuldigten betitelte den Fall als «**exemplarisches Beispiel, welches die Macht der Medien zeigt**».

«[...] Für die Bürgerinnen und Bürger soll ersichtlich sein, wie die Richterinnen und Richter die ihnen vom jeweiligen Wahlkörper übertragene Verantwortung wahrnehmen, und der **Grundsatz der publikumsöffentlichen Verhandlung dient ganz allgemein einer transparenten Justiztätigkeit und Rechtsfindung**. Da nicht jedermann jederzeit an beliebigen Gerichtsverhandlungen teilnehmen kann, übernehmen die Medien mit ihrer Gerichtsberichterstattung insofern eine wichtige Brückenfunktion, als sie die richterliche Tätigkeit einem grösseren Publikum zugänglich machen. [...]»

B. Rechtliche Grundlagen:

Grundrechte gemäss BV

Unschuldsvermutung (BV 32 Abs. 1)

Jede Person gilt bis zur rechtskräftigen Verurteilung als unschuldig.

→ *in dubio pro reo*

Die Garantie der Unschuldsvermutung richtet sich – indirekt – an die **Medien** und verbietet es einen Tatverdächtigen (öffentlich) als Schuldigen hinzustellen oder zu behandeln, solange die allfällige Schuld nicht auf gesetzmässige Weise vom zuständigen Gericht festgestellt worden ist (**Verbot der Vorverurteilung**). So dürfen Medienberichte nicht auf einer vorgefassten Meinung von der Schuld des Beschuldigten beruhen, sondern müssen einen Freispruch grundsätzlich immer als Möglichkeit in Rechnung stellen.

B. Fallbeispiel

In BGE 116 IV 31 musste sich das Bundesgericht mit der Frage der Vorverurteilung in einem Artikel der Y-Zeitung auseinander setzen:

- Titel: «Lucona-Versicherungsskandal»
- Untertitel: «Versicherungsbetrug steuert auf Mordanklage zu»
- Ausschnitt: «Aus den Äusserungen der 'Produktions'- und Augenzeugen des Untergangs lässt sich unschwer der Schluss ziehen, dass es vor den Gerichte(n) schon lange nicht mehr einfach um einen handfesten Versicherungsbetrug geht, sondern weit mehr um einen sich immer deutlicher abzeichnenden **Verdacht auf Mord**, denn schliesslich kamen beim Schiffsuntergang sechs Personen nicht grundlos ums Leben.»

Das Bundesgericht führte dabei hinsichtlich der Unschuldsvermutung aus, «dass bei der Schilderung einer nicht rechtskräftig beurteilten Straftat nur eine Formulierung zulässig sein kann, die **hinreichend** deutlich macht, dass es sich einstweilen nur um einen **Verdacht** handelt und die **Entscheidung des zuständigen Strafgerichts noch offen ist.**»

B. Rechtliche Grundlagen:

Rundfunkfreiheit (BV 93) (*Pro memoria: kein Grundrecht*)

¹ Die Gesetzgebung über Radio und Fernsehen sowie über andere Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist Sache des Bundes.

² Radio und Fernsehen tragen zur **Bildung und kulturellen Entfaltung**, zur **freien Meinungsbildung** und zur **Unterhaltung** bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.

³ Die Unabhängigkeit von Radio und Fernsehen sowie die Autonomie in der Programmgestaltung sind gewährleistet.

⁴ Auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, ist Rücksicht zu nehmen.

⁵ Programmbeschwerden können einer unabhängigen Beschwerdeinstanz vorgelegt werden.

B. Rechtliche Grundlagen: Einschränkung von Grundrechten (BV 36)

¹ Einschränkungen von Grundrechten bedürfen einer **gesetzlichen Grundlage**. Schwerwiegende Einschränkungen müssen im Gesetz selbst vorgesehen sein. Ausgenommen sind Fälle ernster, unmittelbarer und nicht anders abwendbarer Gefahr.

² Einschränkungen von Grundrechten müssen durch ein **öffentliches Interesse** oder durch den **Schutz von Grundrechten Dritter** gerechtfertigt sein.

³ Einschränkungen von Grundrechten müssen **verhältnismässig** sein.

⁴ Der **Kerngehalt** der Grundrechte ist unantastbar.

Prüfungsschema Art. 36 BV (I)

1. Gesetzliche Grundlage (Art. 36 Abs. 1 BV)

- Generell-abstrakte Regelung: Sie muss auf eine unbestimmte Anzahl Personen und Sachverhalte Anwendung finden.
- Bestimmtheit der Norm: Sie muss so präzise formuliert sein, dass der Bürger sein Verhalten danach richten kann und die Folgen mit einem den Umständen entsprechenden Grad an Gewissheit erkennen kann.
- Normstufe: Schwerwiegende Eingriffe bedürfen einer Regelung im Gesetz
- Ausnahme: Polizeiliche Generalklausel → Schwere und zeitlich unmittelbare Gefahr für die öffentliche Ordnung die nicht anders, als mit gesetzlich nicht vorgesehenen Mitteln abgewendet werden kann.

2. Öffentliches Interesse oder Schutz der Grundrechte Dritter (Art. 36 Abs. 2 BV)

- Öffentliche Interessen (Polizeigüter): öffentliche Sicherheit, öffentliche Gesundheit, öffentliche Sittlichkeit, Ruhe und Ordnung und Treu und Glauben

Prüfungsschema Art. 36 BV (II)

3. Verhältnismässigkeit (Art. 36 Abs. 3 BV)

- Eignung: Der Eingriff muss geeignet sein um das legitime Ziel zu verfolgen.
- Erforderlichkeit: Der Eingriff darf nicht einschneidender sein als erforderlich, um das Ziel zu erreichen.
- Verhältnismässigkeit i.e.S.: Abwägung von Eingriffszweck und Eingriffswirkung

4. Wahrung des Kerngehalts (Art. 36 Abs. 4 BV): Der Kerngehalt darf nicht berührt werden.

5. Fazit

C. Zivilrecht

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Gegen Verletzung (ZGB 28):

- ¹ Wer in seiner Persönlichkeit **widerrechtlich** verletzt wird, kann zu seinem Schutz gegen **jeden**, der an der Verletzung mitwirkt, das **Gericht** anrufen.
- ² Eine Verletzung ist widerrechtlich, wenn sie nicht durch **Einwilligung** des Verletzten, durch ein **überwiegendes privates** oder **öffentliches Interesse** oder durch **Gesetz** gerechtfertigt ist.

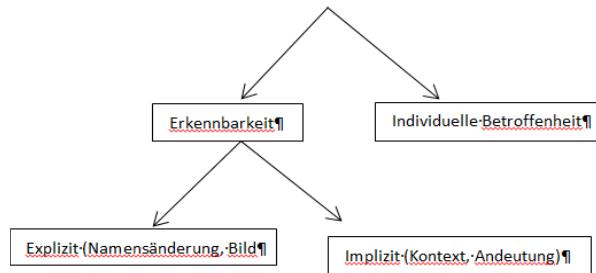
C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz:

Persönlichkeitsrechte Überblick (nicht abschliessend)

- Das Recht am eigenen Bild
- Das Recht an der eigenen Stimme
- Das Recht am eigenen Wort
- Das Recht am eigenen Lebensbild
- Das Recht auf Vergessen
- Das Recht auf Pietätsschutz bei Angehörigen
- Das Recht auf Privatsphäre
- Das Recht auf Schutz der Ehre und des guten Rufes
- Das Recht auf Wahrheit

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz: Ehrenschutz

- Achtung: Der Ehrbegriff im Zivilrecht ist weiter als derjenige im Strafrecht; er beinhaltet auch das berufliche Ansehen und das gesellschaftliche Ansehen.
- Individuelle Betroffenheit vs. Erkennbarkeit



Die frühere Lebenspartnerin des zurückgetretenen Chefs der Bundespolizei im Bild mit verpixelter Augenpartie neben der Namensnennung «Elena T.» (Blick Online, 1. Oktober 2011)

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz:

Schutzbereiche (Sphärentheorie)

Es gibt drei Teilbereiche des menschlichen Lebensbereichs. Diese unterscheiden sich nach Empfindlichkeitsstufen des menschlichen Lebens und dienen der Orientierung des Rechtsschutzes.

- **Geheim- oder Intimsphäre:** Diese umfasst diejenigen Lebensvorgänge, die eine Person der Wahrnehmung und dem Wissen aller Mitmenschen entziehen bzw. nur mit ganz bestimmten anderen Menschen teilen will.
- **Privatsphäre:** Diese umfasst diejenigen Lebensäußerungen, die der Einzelne gemeinhin mit nahe verbundenen Personen, aber nur mit diesen, teilen will, z.B. Tagesereignisse, wobei der Kreis der nahe Verbundenen je nach Art der Lebensbetätigung wechselt kann.
- **Gemein- oder Öffentlichkeitsbereich:** Durch sie ist der Mensch Lebens- und Zeitgenosse von jedermann; diesem Bereich gehören Lebensbetätigungen an, durch die sich der Mensch wie jedermann in der Öffentlichkeit benimmt.

Prüfungsschema Art. 28 ZGB

1. Liegt eine Verletzung der Persönlichkeitsrechte vor?
 1. Recht am eigenen Bild
 2. Recht auf Privatsphäre
 3. Etc. (s. Folie 51)
2. Weist die Verletzung eine gewisse Intensität auf?
3. Rechtfertigung: Grundsatz → Jede Persönlichkeitsverletzung ist widerrechtlich, sofern sie sich nicht rechtfertigen lässt.
 - Ist eine Einwilligung des Betroffenen vorhanden?
 - Überwiegender private oder öffentliche Interessen (z.B. Bekanntheit der Person (absolute/relative Person der Zeitgeschichte))?
 - Gibt es gesetzliche Bestimmungen, die den Eingriff rechtfertigen?
4. Aktivlegitimation: Wer in seiner Persönlichkeit verletzt wird.
5. Passivlegitimation: Jeder der an der Verletzung mitwirkt
6. Fazit

C. Fallbeispiel

Das Bundesgericht entschied hinsichtlich einer Praxisübernahme aufgrund des Todes eines Arztes, dass Personendaten der Patientenkartei einer Arztpraxis grundsätzlich dem durch Art. 28 ZGB geschützten Geheimbereich der betreffenden Patientinnen und Patienten zuzurechnen sind.



Die Weitergabe solcher Daten bedeutet in der Regel eine Persönlichkeitsverletzung der Patientinnen und Patienten, die nur dann nicht widerrechtlich ist, wenn sie durch Einwilligung der Betroffenen, durch ein überwiegendes privates oder öffentliches Interesse oder durch Gesetz gerechtfertigt ist. (BGE 119 II 225)

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz:

Differenzierung zwischen absoluten und relativen Personen der Zeitgeschichte

- Als **absolute Personen** gelten Sportler, Politiker, Künstler, Wirtschaftsführer und weitere Prominente. Sie können sich aufgrund ihrer gelebten Öffentlichkeit nur in engen Grenzen auf den Schutz ihrer Persönlichkeit berufen.
- Als **relative Personen** gelten solche, die durch ein bestimmtes Ereignis das Interesse der Öffentlichkeit auf sich ziehen. Sie können grundsätzlich immer ihre Privatsphäre geltend machen, mit Ausnahme der anlässlich eines bestimmten Ereignisses über sie erfolgten Berichterstattungen.
- Abgrenzung ist nicht starr zu verstehen.
- Aufgrund der Umstände des Einzelfalls werden Abstufungen vorgenommen. Es muss eine **Interessenabwägung** erfolgen:
 - Anspruch auf Privatsphäre der betroffenen Person
 - **vs.** Informationsinteresse an der Berichterstattung.

C. Fallbeispiel (I)

Vasella versuchte Millionen an Steuern zu sparen – und flog auf

Steuertrick Der Ex-Novartis-Chef behauptete, er sei ins Ausland ausgewandert.
Die Schweizer Behörden kamen ihm auf die Schliche, auch wegen seiner Wasserrechnung.



Auf den Strassen Manhattans: In den Medien erzählte Daniel Vasella, er sei in die USA ausgewandert. Foto: Stefan Falke (Laif)

Catherine Boss
und Oliver Zihlmann

Als Daniel Vasella im Februar 2013 als Verwaltungsratspräsident von Novartis zurücktrat, sollte er eine Vergütung von 72 Millionen Franken erhalten. Die Empörung war so gross, dass er auf einen Teil verzichten musste. Doch

jetzt kommt raus, dass er selbst mit den verbleibenden Millionen von Novartis massiv Steuern sparen wollte. Vier Jahre später, das ist im Januar 2017, nach Monaco ausgewandert sei. Dort gibt es keine Einkommens- und Vermögenssteuer. Um das zu beweisen, reichte er umfangreiche Unterlagen ein. Doch das Zuger Verwaltungs-

gericht wies dem Multimillionär in einem 57-Seiten-Urteil minutiös nach, dass seine Beweise an vielen Stellen falsch eingeschätzt und abweichen würden. Sein Wasserrechnungsauszug war zum Beispiel 32-mal höher als in Monaco. Es gab auch Kreditkartenbezüge in der Schweiz, als er angeblich in Monaco war. Zahlreiche wei-

tere Indizien sprechen gegen einen Wohnungswechsel nach Monaco.

Vasella wandte ein, das seien keine Beweise dafür, dass er sich nicht dennoch nachwiegend in Monaco aufgehalten habe. Doch das Gericht entschied anders. Den Steuerbetrag, den er sparen wollte, bewertet das Gericht als «äussert hoch». Wirtschaft — 35

BGE 5A_553/2012: Zulässige Satire



C. Fallbeispiel (II)

Persönlichkeitsverletzung: Beschwerde von Carl Hirschmann teilweise gutgeheissen

Die Beschwerde von Carl Hirschmann betreffend seiner Persönlichkeitsklage gegen die Tamedia AG, 20 Minuten AG und Espace Media AG wurde teilweise gutgeheissen. Das Bundesgericht erachtete zusätzlich zu den drei durch das Handelsgericht Zürich beanstandeten Zeitungsartikeln neun weitere Medienberichte als persönlichkeitsverletzend. Des weiteren wurde das Handelsgericht Zürich dazu verpflichtet mehrere Punkte nochmals zu prüfen. Insbesondere muss der durch Hirschmann erhobene Vorwurf der «**Medienkampagne**» nochmals genauer geprüft werden.

Urteil 5A_658/2014

Quelle: Medienmitteilung Bundesgericht, Lausanne 18. Juni 2015



C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz (I)

Klagen aus Art. 28a ZGB:

¹ Der Kläger kann dem Gericht beantragen:

1. eine drohende Verletzung zu verbieten;
2. eine bestehende Verletzung zu beseitigen;
3. die Widerrechtlichkeit einer Verletzung festzustellen, wenn sich diese weiterhin störend auswirkt.

² Er kann insbesondere verlangen, dass eine Berichtigung oder das Urteil Dritten mitgeteilt oder veröffentlicht wird.

³ Vorbehalten bleiben die Klagen auf Schadenersatz und Genugtuung sowie auf Herausgabe eines Gewinns entsprechend den Bestimmungen über die Geschäftsführung ohne Auftrag.

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz (II)



C. Fallbeispiel (I): Schutz der Rechts am eigenen Namen, eigenen Bild und der Intimsphäre



Quelle: Neue Zürcher Zeitung, Jolanda Spiess-Hegglin zieht Urteil gegen Ringier-Verlag weiter

Entscheid A1 2017 55 vom 8. Mai 2019 stellt das Kantonsgericht des Kantons Zug; bestätigt Obergericht des Kantons Zug mit Urteil Z1 2019 17 vom 18. August 2020

Siehe zu diesem Fall auch unten Folie 65.

Ringier wegen Persönlichkeitsverletzung verurteilt

In der Zivilklage ging es um einen Artikel, den der «Blick» am 24. Dezember 2014 publiziert hatte. In diesem zeigte das Boulevardblatt mit Namen und Bild die damaligen Zuger Kantonsratsmitglieder Spiess-Hegglin (gp.) und Markus Hürlimann (svp.) und titelte: «Sex-Skandal um SVP-Politiker: Hat er sie geschändet?»

Die Persönlichkeitsverletzung lag laut den Richtern darin, dass Name und Bild eines mutmasslichen Opfers eines Sexualdelikts, also intime Daten, veröffentlicht worden waren. An der Veröffentlichung dieser Daten habe kein überwiegendes öffentliches Interesse bestanden.

C. Fallbeispiel (II): Schutz der Privatsphäre

Der Gerichtshof hat mit Urteil C-460/20 vom 08.12.22 einerseits entschieden, dass personenbezogene Informationen von Google auf Begehren zu Löschen sind, wenn sie unrichtig sind. Von der beantragenden Person ist der Beweis zu erbringen. Es ist somit nicht mehr nötig, den Verfasser bzw. den Dritten zu kontaktieren.

Zudem entschied es, dass Vorschaubilder in Suchmaschinen einen stärkeren Eingriff in das Recht auf Achtung der Privatsphäre darstellen als die Veröffentlichung durch Herausgeber, da das Bild des Einzelnen das Hauptmerkmal seiner Person ist. Vorschaubilder, die insbesondere keinen Informationswert haben, sind somit auf Begehren zu löschen.



C. Fallbeispiel (III): Recht auf Vergessen

Fall: Google Spain SL, Google Inc. / Agencia Española de Protección de Datos

Der Gerichtshof der Europäischen Union hat entschieden, dass Betreiber einer Internetsuchmaschine bei personenbezogenen Daten, die auf Internetseiten von Dritten erschienen sind, für die von ihnen vorgenommene Verarbeitung verantwortlich sind. Somit kann sich eine Person direkt an den Suchmaschinenbetreiber wenden, um unter bestimmten Voraussetzungen die **Entfernung eines Links** aus der Ergebnisliste zu erwirken (**«Recht auf Vergessen»** oder – genauer – **«Recht auf Vergessenwerden»**)

Urteil der grossen Kammer des Europäischen Gerichtshofes vom 13. Mai 2014 , Rechtssache C-131/12, Google Spain und Google



C. Fallbeispiel (IV): Gewinnherausgabe

- Das Bundesgericht hat bereits 2006 in einem wegweisenden Entscheid (Patty Schnyder, BGE 133 III 153) die Möglichkeit der **Gewinnherausgabe** bestätigt, nach welchem der «Blick» zur Herausgabe von Umsatzanteilen an den Vater einer bekannten Tennisspielerin verpflichtet wurde. Dessen Persönlichkeit war durch eine widerrechtliche Berichterstattung verletzt worden, und die Gerichte vertraten die Auffassung, ein Teil der am Kiosk verkauften Zeitungsexemplare sei auf genau diese Berichterstattung zurückzuführen.
- In einem Entscheid vom 22. Juni 2022 i.S. J. Spiess-Hegglin c. Ringier AG (Blick) wurde diese Praxis bestätigt und weiter konkretisiert (KG Zug, A1 2020 56). Ringier musste u.a. sämtliche Page-Impressions und Unique Clients-Zahlen der betr. Online-Artikel, die Anzahl Einzelverkäufe und Aboverkäufe sowie die beglaubigten Leserzahlen von Blick und SonntagsBlick bekanntgeben.



C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz: Gegendarstellung (I)

Recht auf Gegendarstellung (Art. 28g ZGB):

¹ Wer durch **Tatsachendarstellungen** in **periodisch erscheinenden Medien**, insbesondere Presse, Radio und Fernsehen, in seiner Persönlichkeit **unmittelbar betroffen** ist, hat Anspruch auf Gegendarstellung.

² Kein Anspruch auf Gegendarstellung besteht, wenn über öffentliche Verhandlungen einer Behörde wahrheitsgetreu berichtet wurde und die betroffene Person an den Verhandlungen teilgenommen hat.

Form und Inhalt (Art. 28h ZGB)

¹ Der Text der Gegendarstellung ist in knapper Form auf den Gegenstand der beanstandeten Darstellung zu beschränken.

² Die Gegendarstellung kann verweigert werden, wenn sie offensichtlich unrichtig ist oder wenn sie gegen das Recht oder die guten Sitten verstößt.

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz: Gegendarstellung (II)

Verfahren (Art. 28i ZGB):

- ¹ Der Betroffene muss den Text der Gegendarstellung innert 20 Tagen, nachdem er von der beanstandeten Tatsachendarstellung Kenntnis erhalten hat, spätestens jedoch drei Monate nach der Verbreitung, an das Medienunternehmen absenden.
- ² Das Medienunternehmen teilt dem Betroffenen unverzüglich mit, wann es die Gegendarstellung veröffentlicht oder weshalb es sie zurückweist.

Veröffentlichung (Art. 28k ZGB):

- ¹ Die Gegendarstellung ist sobald als möglich zu veröffentlichen, und zwar so, dass sie den gleichen Personenkreis wie die beanstandete Tatsachendarstellung erreicht.
- ² Die Gegendarstellung ist als solche zu kennzeichnen; das Medienunternehmen darf dazu nur die Erklärung beifügen, ob es an seiner Tatsachendarstellung festhält oder auf welche Quellen es sich stützt.
- ³ Die Veröffentlichung der Gegendarstellung erfolgt kostenlos.

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz: Gegendarstellung (III)

Anrufung des Gerichts (Art. 28I ZGB):

¹ Verhindert das Medienunternehmen die Ausübung des Gegendarstellungs-rechts, verweigert es die Gegendarstellung oder veröffentlicht es diese nicht korrekt, so kann der Betroffene das Gericht anrufen.

C. Fallbeispiele

Gegendarstellung: Einsicht in die Zahlen

29.10.2014



Im Beitrag der «Neuen Zürcher Zeitung» vom 2. Oktober 2014 mit dem Titel «Sozialpartner beherrschen Austria's Regierung» wird berichtet, dass die Arbeiterkammer (AK Wien) regelmäßig Unternehmen geisselt, die nicht rechtzeitig ihre Jahresabschlüsse veröffentlichen würden, dass sie aber selbst keinen Blick in ihre Zahlen gewähren würde. Dies ist unrichtig. Richtig ist, dass sowohl der Voranschlag als auch der Jahresabschluss der AK Wien öffentlich einsehbar sind, dass diese in der Vollversammlung beschlossen und in der Mitgliederzeitschrift «AK FÜR SIE» und auf der Homepage der AK Wien veröffentlicht werden.

Mag. W. Muhm, Direktor der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien

Die NZZ hält an ihrer Darstellung fest.

Quelle: <http://www.nzz.ch/wirtschaft/wirtschaftspolitik/einsicht-in-die-zahlen-1.18413866>

Gegendarstellung

Publiziert: 08.10.2010, Aktualisiert: 03.01.2012

Drucken · E-Mail



Teilen



8+1



Twittern

Immer informiert - Abonnieren Sie den Blick Newsletter!

E-Mail-Adresse...

Los gehts!

In BLICK vom 21. Mai 2010 wird unter dem Titel «Er sollte Svera helfen» im Zusammenhang mit dem Tötungsdelikt an «Svera R.» behauptet, ich

- sei als Familienberater von Svera R. um Hilfe gebeten worden, denn der Vater habe ihr mit dem Tod gedroht; spreche kaum Deutsch;
- kassiere 110 Franken pro Stunde vom Sozialdienst der Stadt Zürich;
- sei nicht qualifiziert.

Diese Behauptungen sind unwahr:

- Svera R. hat mich nie um Hilfe gebeten wegen einer Drohung ihres Vaters;
- Ich spreche sehr gut Deutsch und Mundart;
- Ich bin bei der Stiftung Zürcher Kinder- und Jugendheime fest angestellt, mein Stundenlohn liegt weit unter 110 Franken pro Stunde;
- Ich besitze unter anderem eine universitäre Ausbildung in Ägypten, ein Diplom der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit und verfüge über 20 Jahre Erfahrung als Bewährungshelfer und Sozialarbeiter im Straf- und Massnahmenvollzug beim Kanton Zürich. Hamdy El Saadany

Quelle: <http://www.blick.ch/news/schweiz/gegendarstellung-id60591.html>

C. Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Rechtsschutz: Vorsorgliche Massnahmen

Art. 266 ZPO: Massnahmen gegen Medien

Gegen periodisch erscheinende Medien darf das Gericht eine vorsorgliche Massnahme nur anordnen, wenn:

- a. die drohende Rechtsverletzung der gesuchstellenden Partei einen besonders schweren Nachteil verursachen kann;
- b. offensichtlich kein Rechtfertigungsgrund vorliegt; und
- c. die Massnahme nicht unverhältnismässig erscheint.

Siehe Fallbeispiel «Contraschmerz», siehe unten Folie 71.

C. Fallbeispiel

Der Kassensturz wollte im Jahr 1993 einen Bericht zum Thema Kombinations-Schmerzmittel bringen und kündigte dabei an, das Bekannteste, „Contraschmerz“, namentlich zu erwähnen. Das Unternehmen liess **am Vortag der Ausstrahlung die Namensnennung verbieten**. Der Bericht wurde ohne Namen und mit verdeckten Bildern ausgestrahlt. Über den Bildern stand: „**Superprovisorische Verfügung...Filmpassage über ‘Contraschmerz’ heute verboten. Richteramt Bern, Jürg Hug, SP.**“

Das Unternehmen klagte dagegen. Das Bundesgericht entschied in diesem Fall, dass die Darstellung des richterlichen Verbots dazu führe, beim Konsumenten den Eindruck zu wecken, das Unternehmen „Contraschmerz“ wolle eine Warnung vor ihrem Produkt unterbinden. Vielmehr ging es jedoch darum, **nicht als einziges** Produkt „Contraschmerz“ zu nennen, da diverse andere Kombinationsmedikamente auf dem Markt seien. Dies sei **irreführend** (herabsetzend) und **verletzte somit das Wahrheitsgebot** i.S.v. Art. 3 Abs. 1 lit. a UWG (BGE 124 III 72). Siehe zu diesem Fall auch unten Folie 91.

D. Strafrecht und UWG

D. Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Üble Nachrede (Art. 173 StGB)

¹ Wer jemanden **bei einem andern** eines **unehrenhaften Verhaltens** oder **anderer Tatsachen, die geeignet sind, seinen Ruf zu schädigen**, beschuldigt oder verdächtigt, wer eine solche Beschuldigung oder Verdächtigung weiterverbreitet, wird, auf Antrag, mit Geldstrafe bis zu 180 Tagessätzen bestraft.

² Beweist der Beschuldigte, dass die von ihm vorgebrachte oder weiterverbreitete Äusserung der Wahrheit entspricht, oder dass er ernsthafte Gründe hatte, sie in guten Treuen für wahr zu halten, so ist er nicht strafbar.

³ Der Beschuldigte wird zum Beweis nicht zugelassen und ist strafbar für Äusserungen, die ohne Wahrung öffentlicher Interessen oder sonst wie ohne begründete Veranlassung, vorwiegend in der Absicht vorgebracht oder verbreitet werden, jemandem Übles vorzuwerfen, insbesondere, wenn sich die Äusserungen auf das Privat- oder Familienleben beziehen.

⁴ Nimmt der Täter seine Äusserung als unwahr zurück, so kann er milder bestraft oder ganz von Strafe befreit werden.

⁵ Hat der Beschuldigte den Wahrheitsbeweis nicht erbracht oder sind seine Äusserungen unwahr oder nimmt der Beschuldigte sie zurück, so hat der Richter dies im Urteil oder in einer andern Urkunde festzustellen.

D. Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Verleumdung (Art. 174 StGB)

¹ Wer jemanden **wider besseres Wissen bei einem andern** eines **unehrenhaften Verhaltens** oder **anderer Tatsachen, die geeignet sind, seinen Ruf zu schädigen**, beschuldigt oder verdächtigt, wer eine solche Beschuldigung oder Verdächtigung wider besseres Wissen verbreitet wird, auf Antrag, mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft.

² Ist der Täter planmäßig darauf ausgegangen, den guten Ruf einer Person zu untergraben, so wird er mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe nicht unter 30 Tagessätzen bestraft.

³ Zieht der Täter seine Äusserungen vor dem Richter als unwahr zurück, so kann er milder bestraft werden. Der Richter stellt dem Verletzten über den Rückzug eine Urkunde aus.

D. Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz

Beschimpfung (Art. 177 StGB)

¹ Wer jemanden **in anderer Weise** durch Wort, Schrift, Bild, Gebärde oder Tätigkeiten **in seiner Ehre angreift**, wird, auf Antrag, mit Geldstrafe bis zu 90 Tagessätzen bestraft.

² Hat der Beschimpfte durch sein ungebührliches Verhalten zu der Beschimpfung unmittelbar Anlass gegeben, so kann der Richter den Täter von Strafe befreien.

³ Ist die Beschimpfung unmittelbar mit einer Beschimpfung oder Täglichkeit erwidert worden, so kann der Richter einen oder beide Täter von Strafe befreien.

D. Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz

| Tatbestand | Adressat der Ehrverletzung | Ehrverletzende Äusserung |
|-----------------------------|---------------------------------|--|
| Beschimpfung, Art. 177 StGB | Verletzter selbst | Ehrverletzung in Form von Tatsachenbehauptungen |
| Beschimpfung, Art. 177 StGB | Verletzter selbst / Drittperson | Ehrverletzung in Form von Werturteilen (Formalinjurien) |
| Üble Nachrede, Art 173 StGB | Drittperson | Ehrverletzung in Form von unbewusst unwahren Tatsachenbehauptungen |
| Verleumdung, Art. 174 StGB | Drittperson | Ehrverletzung in Form von bewusst unwahren Tatsachenbehauptungen |

D. Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz: Tatsachenbehauptung/Meinungsäusserung

Tatsachenbehauptungen sind Äusserungen zu dem Beweis zugänglichen, d.h. wahrnehmbaren Sachverhalten des Lebens.

Meinungsäusserungen dagegen sind Äusserungen, die nicht beweisbar oder widerlegbar sind, d.h. die weder wahr noch falsch sind.

D. Fallbeispiel (I)

Die Islamische Menschenrechtsaktivistin Saïda Keller-Messahli erhab 2016 in einem Artikel des «Bieler Tagblatts» schwere Vorwürfe gegen den Bieler Iman Abu Ramadan. Unter anderem soll Ramadan gepredigt haben, Gott um Schutz der anwesenden Al-Qaida- und IS-Kämpfer zu bitten. Ein Youtube-Video bewies jedoch, dass der Imam die beiden Terrorgruppierungen nicht erwähnte. Die Zeitung musste daraufhin eine Gegendarstellung des Imams drucken. Der Imam, dem mittlerweile der Asylstatus entzogen wurde und für seine zahlreichen Hasspredigen bekannt ist, hat Keller-Messahli bei der Bieler Staatsanwaltschaft aufgrund des Dschihad-Vorwurfs wegen Verleumdung und übler Nachrede angezeigt.



Bildquelle: NZZ



Bildquelle: Der Bund

D. Fallbeispiel (II)

NZZ 21.12.2010

Busse wegen Beschimpfungen auf Facebook

Junge Frau in St. Gallen verurteilt – Präzedenzfall für die Schweiz

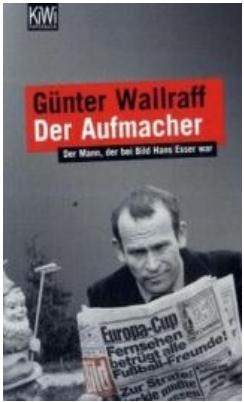
tri. · Das Schweizer Strafrecht hat nun auch die Social Media erreicht: In St. Gallen ist im Dezember eine 19-jährige Frau zu einer Busse und einer bedingten Geldstrafe verurteilt worden, weil sie auf der Internetplattform Facebook einen Mann beleidigt hatte. Die St. Galler Staatsanwaltschaft bestätigte am Montag einen entsprechenden Bericht der Gratiszeitung «20 Minuten». Es ist der erste in der Schweiz publik gewordene Fall dieser Art.

Ein Anwohner hatte im Frühjahr 2010 die Betriebsbewilligung des beliebten St. Galler Kulturlokals Kugl gerichtlich angefochten und recht bekommen. Daraufhin formierte sich auf Facebook eine Protestgruppe gegen die drohende Schliessung des «Kugl». Auf der öffentlichen Pinnwand der Gruppe liess die junge Frau ihrem Unmut freien Lauf und schrieb, der Anwohner sei ein «Sekel» und ein «trauriger Mensch». Der Angegriffene zeigte sich nicht sehr erfreut über die wenig schmeichelhaften Worte und reichte eine Strafanzeige ein. Der zuständige Untersuchungsrichter verfügte schliesslich wegen «Beschimpfung» im Internet eine Busse von 100 Franken sowie eine bedingte Geldstrafe von sieben Tagessätzen à 30 Franken. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Schon jetzt wird der Entscheid von Fachleuten aber als Präzedenzfall bezeichnet. Mark A. Sixer, Geschäftsführer des Schweizer Polizei-Informatik-Kongresses (SPIK), begrüßt die Tat-sache, dass es endlich zu einem Urteil gekommen ist. Ihm ist in der Schweiz bis anhin kein ähnlicher Fall bekannt. Seiner Meinung nach ist das Cyber-Mobbing, also die Verunglimpfung von Per-sonen im Internet, die digitale Version des mittelalterlichen Prangers und darf nicht einfach geduldet werden. Beschimpfungen im Internet seien unter Umständen noch Jahre später einsehbar und blieben an den Opfern haften.

Erfreut über das Urteil zeigte sich auch die Zürcher CVP-Nationalrätin Barbara Schmid-Federer, die sich seit längerem mit Vorstössen im Parlament gegen Mobbing im Internet einsetzt. Laut Schmid-Federer könnte es ein Urteil mit grosser Signalwirkung sein. Gerade Jugendlichen fehle heute häufig ein Schuldbewusstsein, wenn sie im vermeintlich anonymen Internet andere Personen blassstellten und diffamierten, gibt sie zu bedenken. Ihr Postulat, einen eidgenössischen Cyber-Mobbing-Beauftragten einzusetzen, lehnte der Bundesrat aber vor wenigen Tagen ab.

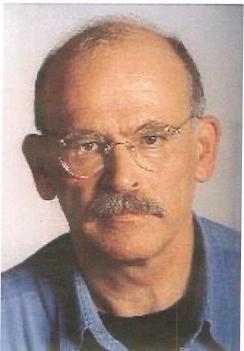
D. Fallbeispiel (III)



Deutschlands einflussreichste Zeitung **«Bild» lügt, fälscht und hetzt** - das war das Ergebnis der Recherchen des bekannten Enthüllungsjournalisten Günter Wallraff, der sich unter dem Namen Hans Esser 1977 für vier Monate bei Bild in Hannover eingeschlichen hatte.

Ob Wallraff für seine investigativen Recherchen Recht verletzt hat, beurteilt sich zunächst unabhängig von deren Zweck.

→ Umstritten ist, ob Medienschaffende das öffentliche Interesse an der Aufklärung von Missständen geltend machen können, z.B. in Form eines **«übergesetzlichen» Rechtfertigungsgrundes**. Man spricht auch von **Wahrung berechtigter Interessen**.



D. Medienstrafrecht

Strafbarkeit der Medien (Art. 28 StGB):

- ¹ Wird eine strafbare Handlung durch Veröffentlichung in einem Medium begangen und erschöpft sie sich in dieser Veröffentlichung, so ist, unter Vorbehalt der nachfolgenden Bestimmungen, **der Autor allein** strafbar.
- ² Kann der Autor nicht ermittelt oder in der Schweiz nicht vor Gericht gestellt werden, so ist der verantwortliche Redaktor nach Artikel 322bis strafbar. Fehlt ein verantwortlicher Redaktor, so ist jene Person nach Artikel 322bis strafbar, die für die Veröffentlichung verantwortlich ist.
- ³ Hat die Veröffentlichung ohne Wissen oder gegen den Willen des Autors stattgefunden, so ist der Redaktor oder, wenn ein solcher fehlt, die für die Veröffentlichung verantwortliche Person als Täter strafbar.
- ⁴ Die wahrheitsgetreue Berichterstattung über öffentliche Verhandlungen und amtliche Mitteilungen einer Behörde ist straflos.

D. Fallbeispiel

Einem Journalist der «Wochenzeitung» (WOZ) wurde im Jahr 2016 Verleumdung/üble Nachrede vorgeworfen, weil er eine Twitter-Kurznachricht unverändert und kommentarlos an sein eigenes Umfeld (an seine Follower) weiterverbreitet hatte. Der Urheber des Ursprungstweets, welcher den Thurgauer Rechtsanwalt und SVP-Kantonsrat Hermann Lei mit Adolf Hitler verglich, war den Behörden nicht bekannt. Der Journalist wurde freigesprochen. Der Einzelrichter verwies auf Artikel 28 des Strafgesetzbuches, wonach «allein der Autor strafbar» ist, wenn «eine strafbare Handlung durch Veröffentlichung in einem Medium begangen wird und sich in dieser Veröffentlichung erschöpft». D.h. also: Wer einen ehrverletzenden Text nicht selber verfasst, sondern bloss auf der «typischen Verbreitungskette» weiterverbreitet, geht **strafrechtlich** straflos aus.

Achtung: Der Entscheid ist in der Lehre höchst umstritten! Grund u.a.: Der Richter verglich in der Begründung den Fall des Retweeten mit dem AUFHÄNGEN von Plakaten.

Quelle: Christian Schwarzenegger, Twibel – «Tweets» und «Retweets» mit ehrenrührigem Inhalt aus strafrechtlicher Sicht, in: Jositsch Daniel/Schwarzenegger Christian/Wohlers Wolfgang [Hrsg.],Festschrift für Andreas Donatsch, Zürich/Basel/Genf, 2017,S. 219 f.

D. Medienstrafrecht

Nichtverhinderung einer strafbaren Veröffentlichung (Art. 322 bis StGB):

Wer als Verantwortlicher nach Artikel 28 Absätze 2 und 3 eine Veröffentlichung, durch die eine strafbare Handlung begangen wird, vorsätzlich nicht verhindert, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft. Handelt der Täter fahrlässig, so ist die Strafe Busse.

Verletzung der Auskunftspflicht der Medien (Art. 322 StGB):

¹ Medienunternehmen sind verpflichtet, jeder Person auf Anfrage unverzüglich und schriftlich ihren Sitz sowie die Identität des Verantwortlichen (Art. 28 Abs. 2 und 3) bekannt zu geben.

² Zeitungen und Zeitschriften müssen zudem in einem Impressum den Sitz des Medienunternehmens, namhafte Beteiligungen an anderen Unternehmungen sowie den verantwortlichen Redaktor angeben. Ist ein Redaktor nur für einen Teil der Zeitung oder Zeitschrift verantwortlich, so ist er als verantwortlicher Redaktor dieses Teils anzugeben. Für jeden Teil einer solchen Zeitung oder Zeitschrift muss ein verantwortlicher Redaktor angegeben werden.

³ Bei Verstößen gegen die Vorschriften dieses Artikels wird der Leiter des Medienunternehmens mit Busse bestraft. Ein Verstoss liegt auch vor, wenn eine vorgeschobene Person als verantwortlich für die Veröffentlichung (Art. 28 Abs. 2 und 3) angegeben wird.

D. Fallbeispiel

Die CS hat beim Handelsgericht Zürich Klage gegen das Finanzportal Inside Paradeplatz eingereicht. Ziel der Klage war die Überprüfung der Rechtmässigkeit von 52 Beiträgen, die zwischen 27. Juli und 28. Oktober 2022 publiziert wurden, sowie von rund 200 Leser-Kommentaren.

Sie forderte die Löschung der Beiträge und von 200 Kommentaren, sowie der Herausgabe des Gewinns zuzüglich 5% Zins. Der Streitwert wurde auf CHF 300'000 beziffert.

Am 24. August 2023 schlossen die Parteien einen Vergleich. Inside Paradeplatz verpflichtete sich, zahlreiche Leser-Kommentare zu löschen und drei Passagen in zwei Publikationen zu löschen bzw. anzupassen. Die übrigen Ansprüche wurden im Rahmen des Vergleichs fallengelassen. Inside Paradeplatz verpflichtete sich, Leserkommentar vorgängig sorgfältig zu prüfen und keine Persönlichkeitsrechte zu verletzen. Für die durch die Publikation von Leserkommentaren erfolgten Verletzungen drückte Inside Paradeplatz sein Bedauern aus.



D. Medienstrafrecht:

Quellschutz (Redaktionsgeheimnis)

Quellschutz (Art. 28a StGB):

¹ Verweigern Personen, die sich beruflich mit der Veröffentlichung von Informationen im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums befassen, oder ihre Hilfspersonen das Zeugnis über die Identität des Autors oder über Inhalt und Quellen ihrer Informationen, so dürfen weder Strafen noch prozessuale Zwangsmassnahmen gegen sie verhängt werden.

² Absatz 1 gilt nicht, wenn der Richter feststellt, dass:

- a. das Zeugnis erforderlich ist, um eine Person aus einer unmittelbaren Gefahr für Leib und Leben zu retten; oder
- b. ohne das Zeugnis ein Tötungsdelikt i.S.v. Art. 111–113 oder ein anderes Verbrechen, das mit einer Mindeststrafe von drei Jahren Freiheitsstrafe bedroht ist, oder eine Straftat nach Art. 187, 189–191, 197 Ziff. 3, 260ter, 260quinquies, 305bis, 305ter und 322ter-322septies des vorliegenden Gesetzes sowie nach Art. 19 Ziff. 2 des Betäubungsmittelgesetzes nicht aufgeklärt werden oder der einer solchen Tat Beschuldigte nicht ergriffen werden kann.

D. Fallbeispiel

In einem Grundsatzentscheid (1B-44/2010) ging es um einen Blogbeitrag, wessen Verfasser unbekannt blieb und welcher als ehrverletzend einzustufen war. Das SF publizierte den Kommentar am 10. August 2009.

Die Staatsanwaltschaft ersuchte um die IP-Adresse des Verfassers. Das SF berief sich indessen auf den **Quellenschutz** des Medienunternehmens und verweigerte die Herausgabe der IP-Adresse.

Das Bundesgericht entschied, dass sich Medienhäuser grundsätzlich auch bei Verfassern von Kommentaren zu Blogs auf ihren Internetseiten auf den Quellenschutz berufen können. Voraussetzung ist, dass der Kommentar ein Minimum an Information enthält. An dieses Minimum sind jedoch keine hohen Anforderungen zu stellen.



D. Medienstrafrecht: Geheimnisschutz

Veröffentlichung amtlicher geheimer Verhandlungen (Art. 293 StGB)

¹ Wer aus Akten, Verhandlungen oder Untersuchungen einer Behörde, die durch Gesetz oder durch einen gesetzmässigen Beschluss der Behörde als geheim erklärt worden sind, etwas an die Öffentlichkeit bringt, wird mit Busse bestraft.

² Die Gehilfenschaft ist strafbar.

³ Die Handlung ist nicht strafbar, wenn der Veröffentlichung kein überwiegendes öffentliches oder privates Interesse entgegengestanden hat.

D. Wettbewerbsrechtlicher Persönlichkeitsschutz: Unterschied UWG/KG

- UWG = Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- KG = Kartellgesetz
- Das UWG steht an der Seite des KG, welches ebenfalls Bestimmungen zum Wettbewerb enthält.
- Das UWG ist nicht als Mediengesetz konzipiert, sondern richtet sich in erster Linie an die Wettbewerbsteilnehmer.
- Nach «Bernina»-Entscheid (S. 88) aber klar, dass UWG auch auf Dritte (namentlich Medien) anwendbar ist, sofern «marktbezogen».
- KG bezweckt, volkswirtschaftlich oder sozial schädliche Auswirkungen von Kartellen und anderen Wettbewerbsbeschränkungen zu verhindern und damit den Wettbewerb im Interesse einer freiheitlichen marktwirtschaftlichen Ordnung zu fördern (Art. 1 KG)

D. Wettbewerbsrechtlicher Persönlichkeitsschutz (UWG)

Art. 2 UWG (Grundsatz):

Unlauter und widerrechtlich ist jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebaren, welches das Verhältnis zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern beeinflusst.

Art. 3 Abs. 1 UWG (Unlautere Werbe- und Verkaufsmethoden und anderes widerrechtliches Verhalten):

Unlauter handelt insbesondere, wer:

- a. andere, ihre Waren, Werke, Leistungen, deren Preise oder ihre Geschäftsverhältnisse durch unrichtige, irreführende oder unnötig verletzende Äusserungen herabsetzt; usw.
- e. sich, seine Waren, Werke, Leistungen oder deren Preise in unrichtiger, irreführender, unnötig herabsetzender oder anlehnender Weise mit anderen, ihren Waren, Werken, Leistungen oder deren Preisen vergleicht oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb begünstigt; usw.

Art. 23 UWG (Unlauterer Wettbewerb):

¹ Wer vorsätzlich unlauteren Wettbewerb nach Artikel 3, 4, 4a, 5 oder 6 begeht, wird auf Antrag mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft.

² Strafantrag stellen kann, wer nach den Artikeln 9 und 10 zur Zivilklage berechtigt ist.

³ Der Bund hat im Verfahren die Rechte eines Privatklägers.



D. Fallbeispiel (I)

1988 veröffentlichte die Bodenseezeitung einen Artikel mit dem Titel „**Bernina nähtechnisch im Rückstand**“. Inhalt war das Interview mit einem Nähmaschinenexperten, der von Zeit zu Zeit bei den Unternehmen „Pfaff“ und „Elna“ tätig war. Der Journalist schrieb, ohne weitere Gespräche mit Branchenexperten geführt zu haben, den Artikel mit den negativen Äusserungen seines Interviewpartners gegenüber der „Bernina“. Er wurde daraufhin **wegen unlauteren Wettbewerbs (Art. 3 Abs. 1 lit. a i.V.m. Art. 23 UWG: Tatbestand der Herabsetzung) bestraft**, denn nach Ansicht des Bundesgerichts hatte er durch die Verbreitung unwahrer und negativer Äusserungen in den Wettbewerb des genannten Unternehmen eingegriffen. Die Äusserung „**Schon beim Erscheinen seien die neuen Modelle veraltet**“ wog schwer bei der Entscheidung des Bundesgerichts (BGE 117 IV 193 ff.).

BERNINA+

D. Fallbeispiel (II)

Verbot «negativ-exemplifizierender Berichterstattung»

Negativ-werbende Information über ein namentlich bezeichnetes Produkt ist i.S.v. Art. 3 Abs. 1 lit. a UWG unlauter (herabsetzend), wenn damit der unzutreffende Eindruck erweckt wird, das negative Merkmal sei produkt-spezifisch, obwohl es sich um die gemeinsame Eigenschaft einer Gruppe von Produkten handelt

(BGE 124 III 72 vom 8. Januar 1998 i.S. Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG gegen Dr. Wild & Co. AG (Berufung) i.S. «Contra-Schmerz»)

E. Rundfunk-, Fernmelde- und Internetrecht

E. Rundfunkrecht

Grundsätze (Art. 4 RTVG):

- ¹ Alle Sendungen eines Radio- oder Fernsehprogramms müssen die **Grundrechte** beachten. Die Sendungen haben insbesondere die **Menschenwürde** zu achten, dürfen **weder diskriminierend sein noch zu Rassenhass beitragen** noch die **öffentliche Sittlichkeit** gefährden noch **Gewalt verherrlichen** oder **verharmlosen**.
- ² Redaktionelle Sendungen mit Informationsgehalt müssen **Tatsachen und Ereignisse sachgerecht darstellen**, so dass sich das Publikum eine eigene Meinung bilden kann. Ansichten und Kommentare müssen als solche erkennbar sein.
- ³ Die Sendungen dürfen die innere oder äussere Sicherheit des Bundes oder der Kantone, ihre verfassungsmässige Ordnung oder die Wahrnehmung völkerrechtlicher Verpflichtungen der Schweiz nicht gefährden.
- ⁴ Konzessionierte Programme müssen in der Gesamtheit ihrer redaktionellen Sendungen die **Vielfalt der Ereignisse** und Ansichten **angemessen** zum Ausdruck bringen. Wird ein Versorgungsgebiet durch eine hinreichende Anzahl Programme abgedeckt, so kann die Konzessionsbehörde einen oder mehrere Veranstalter in der Konzession vom Vielfaltgebot entbinden.

E. Rundfunkrecht: Leistungsauftrag im Rundfunk

- Art. 93 BV bestimmt nicht, wie der Rundfunk zu gestalten ist. Der Gesetzgeber hat sich für ein *duales System* entschieden mit der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft «SRG SSR idée suisse (SRG)» als öffentliche Anbieterin und privaten Veranstaltern neben ihr.
- Während die SRG einen Leistungsauftrag als Service Public zu erfüllen hat, wird bei den privaten Veranstaltern unterschieden zwischen solchen mit und solchen ohne Leistungsauftrag. Diejenigen mit Leistungsauftrag können an den Empfangsgebühren teilhaben.
- Unter Gebührenanteil wird ein Anteil des Gebührenaufkommens verstanden, welcher den durch die Haushalte bezahlten Empfangsgebühren entnommen wird.

| Öffentlicher Rundfunk | | Privater Rundfunk | |
|----------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| SRG mit Programmauftrag | Veranstalter ohne Leistungsauftrag | Veranstalter mit Leistungsauftrag | |
| | | mit Gebührenanteil | ohne Gebührenanteil |

E. Rundfunkrecht: insb. Veranstalterkonzessionen

Auszüge aus SRG-Konzession (vom 29. August 2018; Stand 01. Januar 2019):

- Die **SRG** erfüllt ihren Programmauftrag in erster Linie durch die Gesamtheit ihrer Radio- und Fernsehprogramme; die Programmleistungen werden **gleichwertig in allen Amtssprachen** erbracht.
- In ihren Programmen fördert sie das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und den gesellschaftlichen Gruppierungen. Sie fördert die Integration der Ausländerinnen und Ausländer in der Schweiz, den Kontakt der Auslandschweizerinnen und -schweizer zur Heimat sowie im Ausland die Präsenz der Schweiz und das Verständnis für deren Anliegen. Sie berücksichtigt die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.
- Das Programmschaffen der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Die einzelnen Programmbereiche orientieren sich am Programmauftrag und zeichnen sich durch Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität aus. Die SRG stellt die Unverwechselbarkeit ihrer Programme sicher und unterscheidet sich damit von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern.
Quelle: Art. 3 Konzession SRG

Art. 14 RTVG:

¹ In den Radioprogrammen der SRG ist Werbung verboten. Der Bundesrat kann Ausnahmen für die Eigenwerbung vorsehen.

² ...

³ Der Bundesrat kann die Werbung und das Sponsoring in den Radio- und Fernsehprogrammen der SRG und im übrigen publizistischen Angebot, das zur Erfüllung ihres Programmauftrags notwendig ist und aus den Abgaben für Radio und Fernsehen finanziert wird (...), ganz oder teilweise einschränken.

E. Rundfunkrecht: insb. Veranstalterkonzessionen

Beispiel einer Konzession mit Leistungsauftrag aus dem Privatrundfunkbereich (toxic.fm):

- Toxic.fm spielt Musik mit Beat, Herz und Rock'n'Roll, setzt Trends und fördert junge, kreative Talente in der einzigen Medienausbildungsstätte der Schweiz, welche mit Auszubildenden das Radioprogramm gestaltet. Fest angestellte Ressortleiter und externe Coaches bereiten junge Nachwuchsjournalisten auf die Medienkarriere vor.
- Toxic.fm bietet der Hörerschaft ein vollwertiges Programm, bestehend aus Nachrichten, Beiträgen, Moderation, Interaktivität und Musik, mit besonderem Blick auf regionale Aktivitäten. Es werden politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche, kulturelle und sportlich relevante Themen aufgegriffen
- Das Abendprogramm besteht aus spezifischen Musiksendungen, welche sich speziellen Stilrichtungen widmen und Individual-Sendungen.

E. Rundfunkrecht:

Übersicht konzessionierte Fernsehveranstalter (TV Regional) 2020-2024

| Veranstalter | Abgabeannteil CHF |
|------------------|-------------------|
| Canal 9 | 4'914'268 |
| Canal Alpha | 4'024'829 |
| La télé | 4'988'937 |
| Léman bleu | 3'263'716 |
| TV Südostschweiz | 4'901'784 |
| Tele 1 | 3'565'043 |
| Tele M1 | 3'526'185 |
| Tele Ostschweiz | 3'463'186 |
| Tele Top | 2'964'826 |
| TeleBärn | 3'448'469 |
| TeleBasel | 3'787'311 |
| BeleBielingue | 3'211'168 |
| TeleTicino | 4'239'618 |

Quelle:

<file:///C:/Users/Asterix01/Downloads/%C3%9Cbersicht%20Veranstalter%20mit%20verl%C3%A4ngerter%20Konzession-6.pdf>

E. Rundfunkrecht:

Übersicht konzessionierte Radioveranstalter (Radio regional) 2020-2024

| Kommerziell mit Gebührenanteil | Gebührenanteil CHF | Kommerziell ohne Gebührenanteil | Komplementäre mit Gebührenanteil | Gebührenanteil CHF |
|--------------------------------|--------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------|
| Radio BeO | 2'092'780 | Radio 1 | Radio 3fach | 559'012 |
| BNJ FM | 3'418'929 | 20 Minuten Radio | Radio Cité | 752'924 |
| Radio Canal 3 | 2'008'608 | Sunshine Radio | Radio Kanal K | 650'359 |
| Radio Chablais | 1'839'206 | Radio 32 | Radio LoRa | 641'989 |
| Radio Freiburg | 2'935'725 | Radio Top | Radio Rabe | 601'221 |
| Radio Ticino | 1'390'033 | Radio Basilisk | Radio Rasa | 357'210 |
| Radio Munot | 1'430'888 | Radio Bern 1 | Radio Stadtfilter | 630'473 |
| Radio Neo 1 | 1'498'629 | Radio Central | Toxic.fm | 698'672 |
| Radio R3i | 1'221'966 | Radio Energy Basel/Bern/Zürich | Radio X | 715'309 |
| Radio Rhône FM | 1'737'358 | Radio Zürisee | | |
| Radio Rottu Oberwallis | 2'359'687 | Radio GRRIF | | |
| Radio Südostschweiz | 3'159'683 | Radio Lausanne FM | | |

Quelle: file:///C:/Users/Asterix01/Downloads/%C3%9Cbersicht%20Veranstalter%20mit%20verl%C3%A4ngerter%20Konzession-6.pdf

E. Rundfunkrecht:

Anforderungen an Programme/Rundfunkaufsicht

- Programmbereich: Ombudstelle → UBI → Bundesgericht
- Übriger Konzessionsbereich: BAKOM → UVEK → Bundesgericht
- Inhaltlich stellt das RTVG eine Reihe von mehr oder weniger vagen Anforderungen an die Radio- und Fernsehprogramme. Diese inhaltlichen Vorgaben dürfen von keinem Anbieter unterschritten werden. Mit der Medienfreiheit und Programmautonomie ist eine Interessenabwägung vorzunehmen. Zuständig für die Aufsicht über die Programminhalte ist die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI).
- Die Zuständigkeit zwischen Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) und der UBI grenzt sich wie folgt ab: die UBI befasst sich mit Beschwerden gegen ausgestrahlte redaktionelle Sendungen und prüft diese unter den Aspekten der Mindestanforderungen an den Programminhalt und an den Jugendschutz.

E. Fallbeispiel

«10vor10» strahlte am 28.5.2009 den Beitrag «Anti-Baby-Pille» aus, in welchem über eine junge Frau berichtet wurde, die eine **Lungenembolie** erlitt, **wiederbelebt** wurde und in der Folge eine **schwere Hirnschädigung** davontrug. Die behandelnden Ärzte machten dabei die Einnahme der Pille „Yasmin“ für die Lungenembolie verantwortlich. Das *Bundesgericht* bestätigte den Entscheid der *UBI*. Die Berichterstattung über das heute schwerstbehinderte Mädchen sei nicht verfälschend und unnötig skandalisierend gewesen und zeige verschiedene Standpunkte durch andere Journalisten, Herstellerfirmen und staatlichen Aufsichtsbehörden, welche ein genügendes Gegengewicht schaffen würden, somit **sachgerecht i.S.v. Art. 4 Abs. 2 RTVG**. So wurde nicht nur über dieses eine Mädchen und über die Pille „Yasmin“ berichtet, sondern vor allem dann in den Folgeberichten über eine «gewisse Banalisierung allenfalls unterschätzten Nebenwirkungen von jüngeren und älteren Antibabypillen schlechthin.» (BGE 2C_664/2010)

E. Rundfunkrecht:

Finanzierung der Rundfunkveranstalter/Werberecht

Das RTVG und die Verordnung (RTVV) enthalten detaillierte Regeln, welche Werbung in Programmen zeitlich und sachlich einschränken sowie Transparenz in Werbung und Sponsoring erreichen sollen.

Art. 10 Werbeverbote

1 Unzulässig ist Werbung für:

- a. Tabakwaren;
- b.¹⁹ alkoholische Getränke, die dem Alkoholgesetz vom 21. Juni 1932²⁰ unterstehen; der Bundesrat erlässt zum Schutz der Gesundheit und der Jugend weitere Einschränkungen;
- c.²¹ ...
- d. politische Parteien, für Personen, die politische Ämter innehaben oder dafür kandidieren sowie für Themen, welche Gegenstand von Volksabstimmungen sind;
- e. religiöse Bekenntnisse und die sie vertretenden Institutionen und Personen.



Doppelrolle von Nationalrat Filippo Leutenegger als Nationalratskandidat und TV-Moderator – indirekte Politwerbung?

E. Rundfunkrecht

Art. 11 Einfügung und Dauer der Werbung

¹ Werbung muss grundsätzlich zwischen einzelne Sendungen eingefügt und in Blöcken gesendet werden. Der Bundesrat bestimmt, wann von diesem Grundsatz abgewichen werden kann. Abweichungen dürfen den Gesamtzusammenhang und den Wert der betroffenen Sendung nicht beeinträchtigen.

² Werbung darf grundsätzlich nicht mehr als 20 Prozent der Sendezeit einer Stunde beanspruchen. Der Bundesrat regelt die Ausnahmen.

³ Bei der Regelung der Abweichungen von den Grundsätzen nach den Absätzen 1 und 2 berücksichtigt der Bundesrat namentlich die folgenden Kriterien:

- a. die Leistungsaufträge der Veranstalter;
- b. die wirtschaftliche Lage von Radio und Fernsehen;
- c. die grenzüberschreitende Konkurrenz;
- d. die internationalen Werberegelungen;
- e. die Anliegen des Publikums.

Art. 12 Sponsoring

¹ Inhalt und zeitliche Ansetzung von gesponserten Sendungen liegen in der alleinigen Verantwortung des Programmveranstalters. Dieser sorgt dafür, dass der Sponsor die Sendung nicht in einer Weise beeinflusst, welche die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigt.

² Werden Sendungen oder Sendereihen ganz oder teilweise gesponsert, so müssen die Sponsoren am Anfang oder am Schluss jeder Sendung genannt werden.

³ Gesponserte Sendungen dürfen weder zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen der Sponsoren oder von Dritten anregen noch Aussagen werbenden Charakters über Waren und Dienstleistungen enthalten.

⁴ Sendungen dürfen nicht von Sponsoren finanziert werden, die zur Hauptsache Produkte herstellen oder verkaufen oder Dienstleistungen anbieten, für welche Werbung nach Artikel 10 verboten ist. Im Heilmittelbereich tätige Unternehmen dürfen Sendungen sponsern, sofern dabei keine unter Werbeverbot stehenden Produkte genannt oder gezeigt werden und auch nicht auf eine andere Weise eine Werbewirkung für diese Produkte entsteht.

⁵ Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen sowie Sendungen und Sendereihen, die mit der Ausübung politischer Rechte in Bund, Kantonen und Gemeinden zusammenhängen, dürfen nicht gesponsert werden.

E. Rundfunkrecht

Art. 13 Schutz von Minderjährigen

¹ Werbung, die sich an Minderjährige richtet oder in der Minderjährige erscheinen, darf weder deren mangelnde Lebenserfahrung ausnützen noch sie in ihrer körperlichen und seelischen Entwicklung beeinträchtigen. Der Bundesrat erlässt entsprechende Vorschriften zur Gestaltung der Werbung.

² Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung unterbrochen werden.

³ Verkaufsangebote dürfen sich nicht an Minderjährige richten.

⁴ Zum Schutz der in Absatz 1 erwähnten Anliegen schliesst der Bundesrat bestimmte Formen des Sponsorings von Kindersendungen aus.

E. Rundfunkrecht:

Revision des Radio- und Fernsehgesetzes: Annahme durch Volksabstimmung Juni 2015

- Revidiertes RTVG seit 1. Juli 2016 in Kraft
- Einführung einer **geräteunabhängigen Empfangsgebühr** durch allgemeine Abgabe (Senkung der Gebühr von CHF 451 auf CHF 365, seit 1.1.2021 CHF 335 für Privat- und CHF 670 für Kollektivhaushalte [z.B. Spitäler oder Studentenwohnheime])
- Unternehmensabgabe umsatzabhängig CHF 160 – 49'925; Befreiung von der Abgabe: Unternehmen mit Jahresumsatz von < CHF 500'000 (= $\frac{3}{4}$ aller CH-Unternehmen), Ergänzungsleistungsbezieher, Zweitwohnungsbesitzer bezahlen Abgabe nur 1x

Art. 40 Abs. 1 RTVG:

¹ Die Abgabenanteile für Veranstalter mit Abgabenanteil (...) betragen 4 bis 6 Prozent des Ertrages der Abgabe für Radio und Fernsehen.

- Für SRG (94 – 96%): ca. CHF 1,2 Mia.
- Für konzessionierte Private Sender (Lokalradios und Regionalfernsehen): aktuell 6% = ca. MCHF 81 Mio., davon ca. MCHF 30,7 für Radios und MCHF 50,3 für TV, total MCHF 81 für Private
- Vernehmlassung BR November 2023: Empfangsgebühr für Radio und Fernsehen soll pro Jahr und Haushalt von zurzeit 335 auf 300 Franken ab 2029 sinken. Auch sollen weniger Unternehmen als heute die Abgabe schulden.
- SRG-Initiative: «200 Franken sind genug!» → Senkung der Gebühren von CHF 335 auf CHF 200 pro Haushalt; BR empfiehlt Ablehnung und will Botschaft vor Sommerferien 2024 an das Parlament überweisen.

E. Fallbeispiel (I)

Die NZZ veröffentlichte Teile der Sendung „Echo der Zeit“ von Radio DRS 1 und 2 über NZZ-online. Die UBS sponserte dies. Das Bakom musste der Frage nachgehen, ob dies erlaubt sei (Art. 12 Abs. 5 RTVG), da **Nachrichtensendungen und politische Sendungen nicht gesponsert** werden dürfen. Es erklärte das Sponsoring für unzulässig , da der Zweck des Gesetzes darin bestehe, Sponsoren jegliche Art von **Einflussnahme auf Sendungen mit politischem Inhalt** zu verunmöglichen. Auch bei dieser Form des **indirekten Sponsorings** bestehe die Gefahr, dass sich der Einfluss der wirtschaftlichen Beziehungen auf die „Echo der Zeit“-Berichte auswirke. Bei dem Entscheid fiel auch ins Gewicht, dass Radio DRS während den Sendungen den Internetauftritt auf NZZ-online immer wieder erwähnte (Bakom, 29.9.1999).

E. Fallbeispiel (II)

sda. Die [«Arena»-Sendung «Trumps Krieg gegen die Medien»](#) stellt aus Sicht der Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) keinen Verstoss gegen das Radio- und Fernsehgesetz dar. Das Publikum habe sich ein Bild zum Thema machen können - trotz unfairer Behandlung des Historikers Daniele Ganser.



Für Kritik sorgte in der Arena-Sendung vom 24. Februar 2017 vor allem der Umgang von Moderator Jonas Projer mit seinem Guest, dem Historiker und Publizisten Daniele Ganser. Unter anderem wurde eine E-Mail von Ganser an einen SRF-Mitarbeitenden während der Sendung, obwohl der Historiker darüber im Vorfeld nicht informiert worden war. Zudem sei der Eindruck entstanden, der Moderator wolle Gancers Glaubwürdigkeit als Medienkritiker infrage stellen, kritisierten mehrere UBI-Mitglieder. Die Aufgabe der Beschwerdeinstanz war zu prüfen, ob die Sendung gegen das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) verstossen hat. Im Zentrum stand die Frage, **ob sich das Publikum aufgrund der Diskussions-Sendung ein eigenes Bild** zum Thema «Trumps Krieg gegen die Medien» habe machen können und ob das Sachgerechtigkeitsgebot verletzt sei.

E. Fernmelderecht

Art. 92 BV Post- und Fernmeldewesen

¹ Das Post- und Fernmeldewesen ist **Sache des Bundes**.

² Der Bund sorgt für eine ausreichende und preiswerte Grundversorgung mit Post- und Fernmeldediensten in allen Landesgegenden. Die Tarife werden nach einheitlichen Grundsätzen festgelegt.

Art. 1 FMG Zweck

¹ Dieses Gesetz bezweckt, dass der Bevölkerung und der Wirtschaft vielfältige, preiswerte, qualitativ hoch stehende sowie national und international konkurrenzfähige Fernmeldedienste angeboten werden.

² Es soll insbesondere:

- a. eine zuverlässige und erschwingliche Grundversorgung mit Fernmeldediensten für alle Bevölkerungskreise in allen Landesteilen gewährleisten;
- b. einen störungsfreien, die Persönlichkeits- und Immaterialgüterrechte achtenden Fernmeldeverkehr sicherstellen;
- c. einen wirksamen Wettbewerb beim Erbringen von Fernmeldediensten ermöglichen;
- d. die Benutzerinnen und Benutzer von Fernmeldediensten vor unlauterer Werbung und vor Missbrauch durch Mehrwertdienste schützen;
- e. Kinder und Jugendliche vor den Gefahren, die sich aus der Nutzung der Fernmeldedienste ergeben, schützen.

E. Fernmelderecht

- Funktechnik: Nutzung und Ausbreitung elektromagnetischer Wellen für die Übertragung von Nachrichten. Nutzbare Frequenzen sind aus technischen Gründen beschränkt und bedürfen der Verwaltung und Verteilung.
- BAKOM → Verwaltung des Frequenzspektrums
- Frequenzzuteilung: Zuteilung einer Frequenz zur Nutzung mit einer Funkanlage. I.d.R. beruht die Zuteilung auf einer Funkkonzession.
- Allerdings → Konzessionspflicht für Anbieter der Grundversorgung (Art. 14 ff. FMG) → Swisscom
- Wer einen Fernmeldedienst anbietet (natürliche oder juristische Person), muss dies dem BAKOM melden (Art. 4 FMG).
- Nach Art. 3 lit. b FMG liegt ein Fernmeldedienst vor bei fernmeldetechnischer Übertragung von Informationen für Dritte
- Fernmeldegeheimnis nach Art. 13 BV und Art. 43 FMG

E. Abgrenzung ComCom / BAKOM

ComCom:

- Eidgenössische Kommunikationskommission
- Unabhängige Konzessions- und Regulierungsbehörde im Fernmeldebereich

BAKOM:

- Bundesamt für Kommunikation
- Stellt die Rahmenbedingungen für die Stärkung eines vielfältigen Mediensystems zur demokratischen Meinungs- und Willensbildung sicher.

- Das BAKOM bereitet die Geschäfte der ComCom vor, stellt ihre Anträge und ist für den Vollzug ihrer Entscheide zuständig.
- ComCom genehmigt Frequenz- und Nummerierungspläne.
- Die ComCom hat dauerhaft die Vergabe derjenigen Funkkonzessionen, die nicht Gegenstand einer öffentlichen Ausschreibung sind und die ganz oder überwiegend für die Verbreitung von zugangsberechtigten Radio- und Fernsehprogrammen sind, an das BAKOM delegiert.

E. Internetrecht

Es gelten die gleichen Bestimmungen wie für nicht-Internet Publikationen.

- Ehr- wie auch persönlichkeitsverletzende Äusserungen sind verboten (ZGB, StGB, DSG).
- Es dürfen keine wettbewerbsverzerrenden Darstellungen publiziert werden (UWG).
- Des weiteren dürfen keine rassistischen, brutalen und/oder pornographischen Inhalte publiziert werden (StGB).
- Die Urheberrechte (URG) sowie die Markenrechte (MSchG) müssen gewahrt werden.

Die Verletzung dieser Rechte haben die gleichen Konsequenzen, gleichgültig, ob sie durch das Medium des Internets oder durch ein anderes Medium begangen worden sind. Dies ist zumindest für Schweizer Anbieter der Fall.

Für strafbare Handlungen gilt, sofern sie nicht unter Bundeszuständigkeit fallen, dass sie am Ort, wo die strafbare Handlung vorgenommen wurde, verfolgt werden. Es handelt sich um den Ort, von dem aus die Daten an den Server geschickt werden.

Die Internetmedien unterstehen dem RTVG, sobald sie „publizistische Tragweite“ (Art. 1 Abs. 2 RTVG) haben.

E. Internetrecht

- Internetrecht ist keine vom bisherigen Recht losgelöste Materie.
- Anwendung bestehender Gesetze (UWG, OR, URG, DSG, StGB usw.) auf Sachverhalte im Internet
- Das Internet schafft nur vereinzelt völlig neue Rechtsprobleme.
- Meist handelt es sich um **UWG-Probleme** oder um Domainnamen- Recht.
- Wie eine Marke können **Domain-Namen** einen beträchtlichen wirtschaftlichen Wert aufweisen. Zum Streit kommt es immer dann, wenn mehrere Personen Anspruch auf denselben Domain-Namen erheben.
- Rechtsschutz: Die Klage im Streit um einen Domain-Namen geht markenrechtlich auf **Übertragung** oder zivilrechtlich und wettbewerbsrechtlich auf **Lösung** des Domain-Namens. Ist dem Kläger durch die Vorenthalten des Domain-Namens nachweisbar ein Schaden entstanden, kann zudem auf Schadenersatz geklagt werden.

E. Internetrecht

Wen betrifft Internetrecht?

- Primär: Personen, die eigene Inhalte im Internet publizieren
- Personen, die eine Website betreiben, dürfen nur Inhalte publizieren, welche sie auch verwenden können.
- Bsp. Bilder, die man auf Google findet, darf man nicht einfach für seine Website brauchen, wenn eine Drittperson der Rechteinhaber ist

Persönlichkeitsrecht

- Persönlichkeitsschutz gemäss Art. 28 ZGB
- Problem: Websites sind für jeden einsehbar. Dadurch wird der Empfängerkreis von persönlichkeitsverletzenden Äusserungen immens.
 - Keine präventive Kontrolle → Man kann alles publizieren
 - Bleibt für lange Zeit zugänglich
- Beim Gericht kann mittels superprovisorischer Massnahme die Entfernung eines Beitrags erwirkt werden

UWG

- Impressumspflicht, Art. 3 Abs. 1 lit. s Ziff. 1 UWG
- Massenhafte Versendung von unbestellten Newslettern, Art. 3 Abs. 1 lit. o UWG
- Gewinnspiele, bei denen man zuerst etwas kaufen muss, um mitzumachen, sind untersagt, Art. 3 Abs. 1 lit. t UWG
- Irreführung durch Anpreisung/Links
- Aggressive Werbung (Mailinglisten etc.)
- Vergleichende Werbung
- ...

E. Internetrecht

Strafrecht

- Spez. Internet-Tatbestände
 - Unbefugte Datenbeschaffung (Art. 143 StGB)
 - Unbefugtes Eindringen in ein Datenverarbeitungssystem (Art. 143bis StGB)
 - Datenbeschädigung (Art. 144bis StGB)
 - Betrügerischer Missbrauch eines Datenverarbeitungsanlage (Art. 147 StGB)
 - Unbefugtes Beschaffen von Personendaten (Art. 179novies StGB)

Datenschutz

- Meldepflicht (Art. 11 Abs. 3 DSG)
- Berichtigungsanspruch (Art. 5 Abs. 2 DSG)
- Bekanntgabe ins Ausland (Art. 6 DSG)
- ...

Urheberrecht

- Ausschliessliches Vermietrecht von Computerprogrammen (Art. 10 Abs. 3 URG)
- Entschlüsselung und Sicherheitskopie von Computerprogrammen (Art. 21/24 URG)
- ...

Vorgehen bei Rufschädigung im Internet:

1. Fakten ermitteln

- Ermittlung des Schädigers oder des für den Inhalt verantwortlichen Providers
- Befinden sich diese im Ausland?

2. Rechtliche Einschätzung

- Welche Normen sind verletzt worden? Inländische oder ausländische?
- Klarer Fall der Rechtsverletzung?

3. Abmahnung

- Schädiger und/oder Provider Abmahnen

4. Prozess

- Sind die Abmahnungen nicht erfolgreich, sollte ein Gerichtsverfahren angestrebt werden

5. Online Reputation Management

- Präventiv: Führung eines Online Reputation Management

E. Fallbeispiele

BGE 128 III 401: Domainname «www.luzern.ch»

- X. GmbH hatte «www.luzern.ch» für sich beansprucht. Stadt Luzern klagte, als sie bei Vorbereitung ihres Internetauftritts merkte, dass die Domain bereits vergeben war.
- Das Bundesgericht hielt dies für eine unbefugte Namensanmassung i.S.v. Art. 29 ZGB, da in diesem Fall die Gefahr einer Verwechslung oder Täuschung gross war. Massgebend sei das Bestehen einer Verwechslungsgefahr. Das Wort «Luzern» individualisiere eine altbekannte und **öffentliche Körperschaft**, welches historisch bedingt die Stadt meine (und nicht etwa den Kanton o.Ä.).
- «Obwohl in der Schweiz bezüglich Domain Namens verbindliche Spezialvorschriften zu Verwendbarkeit, Exklusivität und Schutz sowie eine den Registerbehörden im Marken- oder Firmenrecht vergleichbare staatliche Prüfungsinstanz **fehlen** [...], ist die Bildung von Internet Adressen **nicht dem rechtsfreien Raum zuzuordnen**.

BGE 126 III 239: Domainname «www.berneroerberland.ch»

- In diesem Entscheid erläuterte das Bundesgericht, es sei unlauter, wenn die Registrierung einer geografischen Bezeichnung als Domain Name ohne objektiv schutzwürdige Interessen und damit erkennbar zu Lasten Dritter erfolge.
- Aber grundsätzlich sei der Begriff «Berner Oberland» eine Bezeichnung für eine **geografische Region** und nicht für eine Gebietskörperschaft, weswegen der Begriff grundsätzlich jeden Wettbewerbsteilnehmer offen stehe.

F. Urheber-, Marken- und
Datenschutzrecht sowie BG
über das Öffentlichkeitsprinzip
der Verwaltung

F. Urheberrecht: Überblick Geistiges Eigentum

- Das **Urheberrecht** schützt **Werke der Literatur und der Kunst** und damit verbundenen Leistungen der ausübenden Künstler, Produzenten und Sendeunternehmern.
- **Marken** sind geschützte **Kennzeichen**, mit denen ein Unternehmen seine Waren oder Dienstleistungen von solchen anderer Unternehmen unterscheidet.
- **Patente** sind **Schutzzettel, die für technische Erfindungen** erteilt werden. Eine Erfindung im rechtlichen Sinn ist eine Lösung zu einem technischen Problem.
- **Designs** sind **Gestaltungen** von etwas Zweidimensionalem oder Dreidimensionalem. Ein Design kann geschützt werden wenn es neu ist, sich von bestehenden Gestaltungen in wesentlichen Punkten genügend unterscheidet und weder gesetzeswidrig noch anstössig ist.

F. Urheberrecht: Rechte der Urheber (I)

Werbegriff (Art. 2 URG):

¹ Werke sind, unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, **geistige Schöpfungen** der **Literatur** und **Kunst**, die **individuellen Charakter** haben.

² Dazu gehören insbesondere:

- a. literarische, wissenschaftliche und andere Sprachwerke;
- b. Werke der Musik und andere akustische Werke;
- c. Werke der bildenden Kunst, insbesondere der Malerei, der Bildhauerei und der Graphik;
- d. Werke mit wissenschaftlichem oder technischem Inhalt wie Zeichnungen, Pläne, Karten oder plastische Darstellungen;
- e. Werke der Baukunst;
- f. Werke der angewandten Kunst;
- g. fotografische, filmische und andere visuelle oder audiovisuelle Werke;
- h. choreographische Werke und Pantomimen.

³ Als Werke gelten auch Computerprogramme.

^{3bis} Fotografische Wiedergaben und mit einem der Fotografie ähnlichen Verfahren hergestellte Wiedergaben dreidimensionaler Objekte gelten als Werke, auch wenn sie keinen individuellen Charakter haben.

⁴ Ebenfalls geschützt sind Entwürfe, Titel und Teile von Werken, sofern es sich um geistige Schöpfungen mit individuellem Charakter handelt.

F. Fallbeispiel (la)



Bildquelle: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/peta-klagt-fuer-selfie-affen-naruto-15106563.html>

F. Fallbeispiel (Ib) - Naruto

- Der britische Fotograf reiste 2011 nach Indonesien, um Makaken zu fotografieren. Er lockte den Affen mit Futter an, der Affe griff zur Kamera, drückte den Auslöser und schoss ein Selfie. Das Selfie ging um die Welt.
- Die Tierschutzorganisation Peta verklagte Slater im Namen des Affen. Folgende Fragen wurden verhandelt:
 - Kann ein Tier Bildrechte besitzen?
 - Darf eine Organisation im Namen von Tieren klagen?
 - Hat der Makake allenfalls Anspruch aus dem Erlös des Fotos?
- Zwischen Slater und Peta wurde ein aussergerichtlicher Vergleich geschlossen, wonach u.a. Slater 25% der Einnahmen spenden sollte für den Naturschutz.
- Urteil des Berufungsgerichts in San Francisco:
 - Vergleich wurde gekippt, weil Naruto mangels Anwesenheit und wegen Kommunikationshindernissen nicht gehört wurde.
 - Tiere können nicht klagen, ausser ein Gesetz spricht ihnen ein Klagerecht zu. Peta sei kein «enger Freund» von Naruto und könne somit nach Urheberrecht ebenfalls nicht klagen.
 - Peta muss die gesamten Anwaltskosten für Slater bezahlen.
 - Vorwurf an Peta, Naruto für eigene Zwecke missbraucht zu haben.

→ Wie sieht die Rechtslage in der Schweiz aus?

F. Fallbeispiel (IIa)



F. Fallbeispiel (IIb) - Künstliche Intelligenz

- Steven Thaler wollte gestützt auf US-Bundesrecht den Copyright-Anspruch für das Bild «A Recent Entrance to Paradise» eintragen lassen. Das Bild wurde von einem Computer erstellt. Im Formular nannte er sich als Auftraggeber, da er Eigentümer des Computers sei, und den Computer bezeichnete er als den Urheber.
- Er scheiterte über mehrere Instanzen. Alle bestätigten, dass Maschinen keine Werke i.S.d. US-Copyright-Gesetzes schaffen könnten. Zudem seien Maschinen auch keine Arbeitnehmer, da hierfür ein Beschäftigungsverhältnis vorliegen müsse oder eine ausdrückliche, schriftliche Vereinbarung zwischen mehreren Parteien.

→ Wie sieht die Rechtslage in der Schweiz aus?

F. Fallbeispiele (IIIa)



F. Fallbeispiel (IIIb): Bob Marley (BGE 130 III 168)

Ein Schweizer Fotograf schoss 2003 eine Bild von Bob Marley an einem seiner Konzerte. Das Bundesgericht hatte 2003 zu beurteilen, ob dieses Bild urheberrechtlich geschützt ist.

- Bzgl. geistige Schöpfung: Das Werk muss auf menschlichem Willen beruhen und Ausdruck einer Gedankenäusserung sein. In der Fotografie ist diese Anforderung problematisch, weil der mechanische dem menschlichem Anteil überwiegen kann (Fotografie = «Sorgenkind des Urheberrechts»). Es besteht in der Literatur insoweit Einigkeit, als einerseits banale Knipsbilder vom Schutz ausgeschlossen werden und andererseits die Möglichkeit, der Fotografie individuellen Charakter zu verleihen, in deren Gestaltung gesehen wird, zum Beispiel durch die Wahl des abgebildeten Objekts, des Bildausschnitts und des Zeitpunkts des Auslösens, durch den Einsatz eines bestimmten Objektivs, von Filtern oder eines besonderen Films, durch die Einstellung von Schärfe und Belichtung sowie durch die Bearbeitung des Negativs
- Bzgl. individueller Charakter: Das Bundesgericht stimmte dem Obergericht zu, «dass die Fotografie von Bob Marley ansprechend und interessant sei, und bezeichnetet als Grund dafür die besondere Mimik und Haltung des Abgebildeten, vor allem die fliegenden Rasta-Locken und ihre an eine Skulptur gemahnenden Formen, wobei ein besonderer Akzent durch den Schatten gesetzt werde, den eine horizontal fliegende Locke auf das Gesicht werfe.»

F. Fallbeispiel (IIIc): Christoph Meili (BGE 130 III 714)

Eine Journalistin veranlasste den in der heutigen UBS als Wachmann arbeitende Christoph Meili, sich mit zwei Folianten, welche im Zusammenhang mit Bankkonten von Nationalsozialisten aus dem 2. Weltkrieg standen, im Schredderraum der Bank am Sitz in Zürich von ihr fotografieren zu lassen. Das Bild wurde im Film «Nazi Gold» ohne vorhergehende Erlaubnis benutzt. Das Bundesgericht hat sich in diesem Entscheid vor allem mit dem individuellen Charakter auseinandergesetzt. Dabei führte es entgegen dem Obergericht aus, dass die **Werk-Individualität** und nicht die Urheber-Individualität entscheidend sei. So sei es das erzielte Ergebnis für die Anerkennung der Individualität massgebend, «unabhängig von der Entstehungsgeschichte, also auch vom materiellem und geistigem Aufwand bei den Vorbereitungsarbeiten zur fotografischen Aufnahme». Weiter könne man den individuellen Charakter eines Bildes nicht automatisch schon dann bejahen, wenn man ein einmaligen Motive (wie es hier der Fall war) fotografieren würde, wie etwa das letzte Exemplar einer aussterbenden Vogelart. Der Schutz hänge vielmehr davon ab, dass die **Wahl des Objekts** als Gestaltungselement dazu verwendet wird, der Fotografie individuellen Charakter zu verleihen, unabhängig davon, ob das abgebildete Objekt als historisch einmalig angesehen werden kann.

F. Urheberrecht: Rechte der Urheber (II)

Urheberpersönlichkeitsrecht (Art. 9 URG):

- ¹ Der Urheber oder die Urheberin hat das ausschliessliche **Recht am eigenen Werk** und das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft.
- ² Der Urheber oder die Urheberin hat das ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann, wie und unter welcher Urheberbezeichnung das eigene Werk erstmals veröffentlicht werden soll.
- ³ Ein Werk ist veröffentlicht, wenn der Urheber oder die Urheberin es selber erstmals ausserhalb eines privaten Kreises im Sinne von Artikel 19 Absatz 1 Buchstabe a einer grösseren Anzahl Personen zugänglich gemacht oder einer solchen Veröffentlichung zugestimmt hat.

F. Urheberrecht: Rechte der Urheber (III)

Nutzungsrechte (Art. 10 URG):

¹ Der Urheber oder die Urheberin hat das ausschliessliche **Recht zu bestimmen**, ob, wann und wie das Werk verwendet wird.

² Der Urheber oder die Urheberin hat insbesondere das Recht:

- a. Werkexemplare wie Druckerzeugnisse, Ton-, Tonbild- oder Datenträger herzustellen;
- b. Werkexemplare anzubieten, zu veräussern oder sonst wie zu verbreiten;
- c. das Werk direkt oder mit irgendwelchen Mitteln vorzutragen, aufzuführen, vorzuführen, anderswo wahrnehmbar oder so zugänglich zu machen, dass Personen von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl dazu Zugang haben;
- d. das Werk durch Radio, Fernsehen oder ähnliche Einrichtungen, auch über Leitungen, zu senden;
- e. gesendete Werke mit Hilfe von technischen Einrichtungen, deren Träger nicht das ursprüngliche Sendeunternehmen ist, insbesondere auch über Leitungen, weiterzusenden;
- f. zugänglich gemachte, gesendete und weitergesendete Werke wahrnehmbar zu machen.

³ Der Urheber oder die Urheberin eines Computerprogrammes hat zudem das ausschliessliche Recht, dieses zu vermieten.

F. Urheberrecht: Rechte der Nutzer (I)

Verwendung zum Eigengebrauch (Art. 19 URG):

¹ Veröffentlichte Werke dürfen zum Eigengebrauch verwendet werden. Als Eigengebrauch gilt:

- a. jede Werkverwendung im **persönlichen Bereich** und im Kreis von Personen, die unter sich eng verbunden sind, wie **Verwandte oder Freunde**;
- b. jede Werkverwendung der **Lehrperson** für den Unterricht in der Klasse;
- c. das Vervielfältigen von Werkexemplaren in Betrieben, öffentlichen Verwaltungen, Instituten, Kommissionen und ähnlichen Einrichtungen für die **interne Information oder Dokumentation**.

² Wer zum Eigengebrauch berechtigt ist, darf unter Vorbehalt von Absatz 3 die dazu erforderlichen Vervielfältigungen auch durch Dritte herstellen lassen; als Dritte im Sinne dieses Absatzes gelten auch Bibliotheken, andere öffentliche Institutionen und Geschäftsbetriebe, die ihren Benützern und Benutzerinnen Kopiergeräte zur Verfügung stellen.

³ Ausserhalb des privaten Kreises nach Absatz 1 Buchstabe a sind nicht zulässig:

- a. die vollständige oder weitgehend vollständige Vervielfältigung im Handel erhältlicher Werkexemplare;
- b. die Vervielfältigung von Werken der bildenden Kunst;
- c. die Vervielfältigung von graphischen Aufzeichnungen von Werken der Musik;
- d. die Aufnahme von Vorträgen, Aufführungen oder Vorführungen eines Werkes auf Ton-, Tonbild- oder Datenträger.

^{3bis} Vervielfältigungen, die beim Abrufen von erlaubterweise zugänglich gemachten Werken hergestellt werden, sind von den in diesem Artikel enthaltenen Einschränkungen des Eigengebrauchs sowie von den Vergütungsansprüchen nach Artikel 20 ausgenommen.

⁴ Dieser Artikel findet keine Anwendung auf Computerprogramme.

F. Urheberrecht: Rechte der Nutzer (II)

Zitierfreiheit (Art. 25 URG):

- 1 Veröffentlichte Werke dürfen zitiert werden, wenn das Zitat zur Erläuterung, als Hinweis oder zur Veranschaulichung dient und der Umfang des Zitats durch diesen Zweck gerechtfertigt ist.
- 2 Das Zitat als solches und die Quelle müssen bezeichnet werden. Wird in der Quelle auf die Urheberschaft hingewiesen, so ist diese ebenfalls anzugeben.

Berichterstattungsfreiheit (Art. 28 URG):

- 1 Soweit es für die Berichterstattung über aktuelle Ereignisse erforderlich ist, dürfen die dabei wahrgenommenen Werke aufgezeichnet, vervielfältigt, vorgeführt, gesendet, verbreitet oder sonst wie wahrnehmbar gemacht werden.
- 2 Zum Zweck der Information über aktuelle Fragen dürfen kurze Ausschnitte aus Presseartikeln sowie aus Radio- und Fernsehberichten vervielfältigt, verbreitet und gesendet oder weitergesendet werden; der Ausschnitt und die Quelle müssen bezeichnet werden. Wird in der Quelle auf die Urheberschaft hingewiesen, so ist diese ebenfalls anzugeben.

F. Urheberrecht: Revision Urheberrecht

- Bundesrat hat im Dezember 2015 eine Vorlage zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes in die Vernehmlassung gesendet, welche zum Ziel hat, Anpassungen des Gesetztes an das digitale Umfeld vorzunehmen.
- Das IGE hat die Vernehmlassungsergebnisse, bestehend aus 1'200 Stellungnahmen und 8000 Seiten (!), bis Ende August 2016 ausgewertet und der Arbeitsgruppe AGUR12 vorgelegt, welche sich anschliessend auf einen Kompromiss geeinigt hat.
 - Pirateriekämpfung soll künftig durch die Hosting Provider geschehen.
 - Verzeichnisprivileg
 - Vergütungsfreie Wissenschaftsschranke
 - Nutzung von verwaisten Werken
 - Verlängerung der Schutzfrist für verwandte Schutzrechte
 - Lichtbildschutz
 - Video-on-Demand-Vergütung für Urheber und Interpreten
- November 2017 verabschiedete Bundesrat die Botschaft und überwies diese zusammen mit dem Gesetzesentwurf für die parlamentarische Beratung an den National- und Ständerat.
- Medienunternehmen sollen für die Nutzung journalistischer Leistungen durch grosse Online-Dienste künftig eine Vergütung erhalten. Davon sollen auch die Medienschaffenden profitieren. Der Bundesrat hat am 24. Mai 2023 die Vernehmlassung zur Änderung des URG eröffnet. Sie dauerte bis zum 15. September 2023.

F. Urheberrecht im Internet

- Auch im Internet gelten Urheberrechte und Copyright, vor einer Veröffentlichung ist das Einverständnis des Urhebers einzuholen.
- Zulässig ist nur die Nutzung für den Eigengebrauch.
- Kategorien der Bildrechte:
 - **Geschützte Bilder**
 - Verwendung nur mit Einverständnis des Urhebers
 - **Freie Bilder**
 - Bilder die als «Public Domain» markiert sind
 - **Unter gewissen Bedingungen nutzbare Bilder**
 - Bedingungen sind oft in einer Lizenz geregelt (bspw. Creative Commons, GNU-Lizenz)
- Fremde Bilder finden:
- Creative Commons-Suchmaschine
- Vorsicht bei Google-Bildersuche!

F. Markenrecht

- Eine Marke bezeichnet die Herkunft eines Produkts, ist also ein Herstellerhinweis.
- Voraussetzungen des Markenschutzes
 1. Zeichenqualität
 2. Darstellbarkeit
 3. Keine bestehende Marke, kein Freihaltebedürfnis
 4. Registrierung

F. Markenrecht: Markenschutzgesetz (I)

Begriff (Art. 1)

- ¹ Die Marke ist ein Zeichen, das geeignet ist, **Waren** oder **Dienstleistungen** eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen **zu unterscheiden**.
- ² Marken können insbesondere Wörter, Buchstaben, Zahlen, bildliche Darstellungen, dreidimensionale Formen oder Verbindungen solcher Elemente untereinander oder mit Farben sein.

F. Markenrecht: Markenschutzgesetz (II)

Ausschliessliches Recht (Art. 13)

¹ Das Markenrecht verleiht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, die Marke zur Kennzeichnung der Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, **zu gebrauchen und darüber zu verfügen.**

² Der Markeninhaber kann anderen verbieten, ein Zeichen zu gebrauchen, das nach Artikel 3 Absatz 1 vom Markenschutz ausgeschlossen ist, insbesondere:

- a. das Zeichen auf Waren oder deren Verpackung anzubringen;
- b. unter dem Zeichen Waren anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern;
- c. unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen;
- d. unter dem Zeichen Waren ein- oder auszuführen;
- e. das Zeichen auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonst wie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen.

F. Fallbeispiele

- Der Sendername «Radio 1» führte anlässlich der Lancierung (2008) von Roger Schawinskis Radiosender zu einem Rechtsstreit mit dem deutschen Sender «Radio eins»
- Paolo Gucci, verstoßenes Mitglied des Gucci-Clans, benutzt den Namen als Marke mit ähnlichem Logo (PG im Kreis) (BGE 116 II 614)



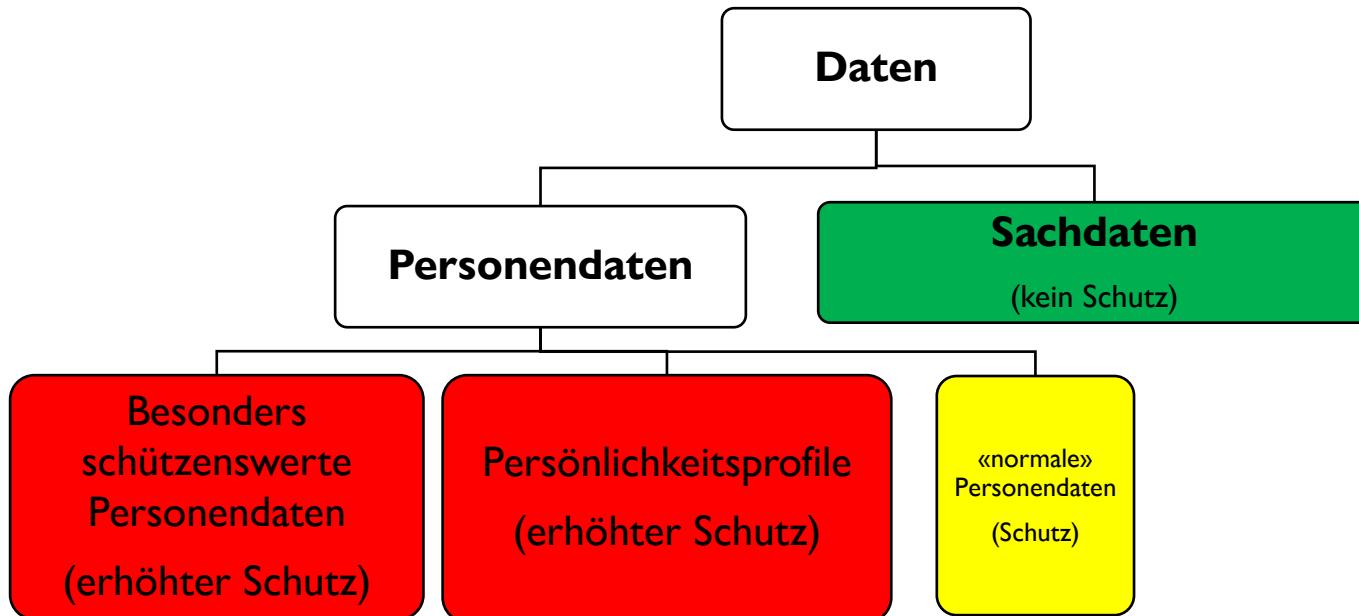
F. Datenschutzgesetz (rev. DSG am 1. September 2023 in Kraft getreten)

- Besonders schützenswerte Daten werden neu umfassender geschützt
- Verankerung des «Profiling» (jede Art der automatisierten Bearbeitung von Personendaten, die darin besteht, dass diese Daten verwendet werden, um bestimmte persönliche Aspekte, die sich auf eine natürliche Person beziehen, zu bewerten, insbesondere um Aspekte bezüglich Arbeitsleistung, wirtschaftlicher Lage, Gesundheit, persönlicher Vorlieben, Interessen, Zuverlässigkeit, Verhalten, Aufenthaltsort oder Ortswechsel dieser natürlichen Person zu analysieren oder vorherzusagen)
- Erweiterte Informationspflicht. Mindestumfang:
 - Identität & Kontaktdaten der Verantwortlichen
 - Angaben zum Bearbeitungszweck
 - Gesonderte Hinweise auf mögliche automatische Datenerhebungen
 - Empfänger/Empfängerkategorie
- Schutz betrifft nur noch natürliche Personen
- Pflicht der Risikoplanung in Fällen der besonders risikoreichen Datenverarbeitungen

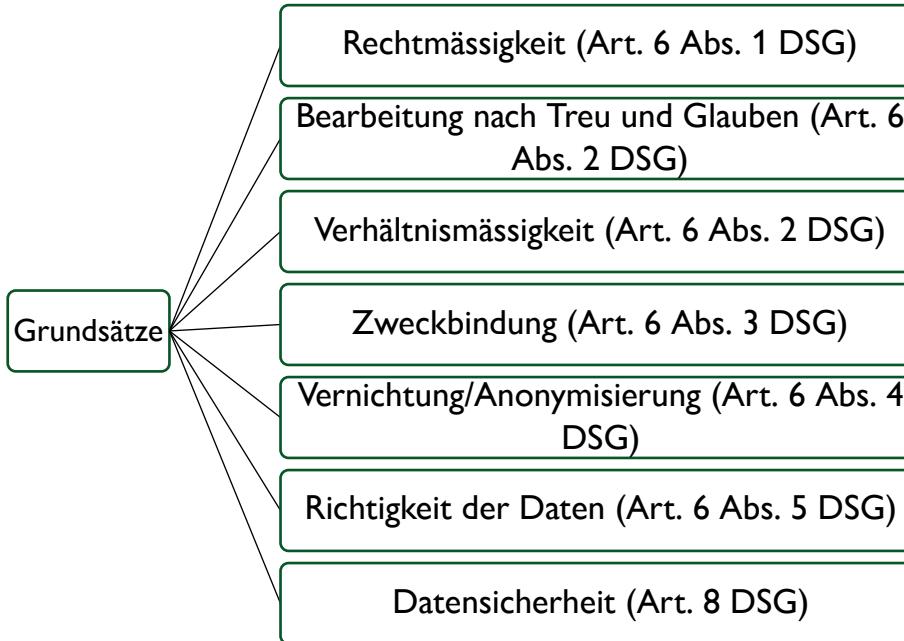
F. Datenschutzgesetz

- Eine Person kann in ihrer Integrität verletzt werden, indem Daten über die Person an die Öffentlichkeit oder an unberechtigte Dritte gelangen.
- Das DSG ist eine Präzisierung des allgemeinen Persönlichkeitsschutzes gemäss Art. 28 ff. ZGB. Schutzobjekt ist das informationelle Selbstbestimmungsrecht der betroffenen Person.
- Auch hier gibt es Rechtfertigungsgründe, z.B. darf ein Journalist die Grenze weiter ziehen, wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse begründet werden kann.

F. Datenschutzgesetz



F. Datenschutzgesetz



F. Datenschutzgesetz

Art. 25 Auskunftsrecht:

¹ Jede Person kann vom Verantwortlichen Auskunft darüber verlangen, ob Personendaten über sie bearbeitet werden.

² Die betroffene Person erhält diejenigen Informationen, die erforderlich sind, damit sie ihre Rechte nach diesem Gesetz geltend machen kann und eine transparente Datenbearbeitung gewährleistet ist. In jedem Fall werden ihr folgende Informationen mitgeteilt:

- a. die Identität und die Kontaktdaten des Verantwortlichen;
- b. die bearbeiteten Personendaten als solche;
- c. der Bearbeitungszweck;
- d. die Aufbewahrungszeitdauer der Personendaten oder, falls dies nicht möglich ist, die Kriterien zur Festlegung dieser Dauer;
- e. die verfügbaren Angaben über die Herkunft der Personendaten, soweit sie nicht bei der betroffenen Person beschafft wurden;
- f. gegebenenfalls das Vorliegen einer automatisierten Einzelentscheidung sowie die Logik, auf der die Entscheidung beruht;
- g. gegebenenfalls die Empfängerinnen und Empfänger oder die Kategorien von Empfängerinnen und Empfängern, denen Personendaten bekanntgegeben werden, sowie die Informationen nach Artikel 19 Absatz 4.

³ Personendaten über die Gesundheit können der betroffenen Person mit ihrer Einwilligung durch eine von ihr bezeichnete Gesundheitsfachperson mitgeteilt werden.

⁴ Lässt der Verantwortliche Personendaten von einem Auftragsbearbeiter bearbeiten, so bleibt er auskunftspflichtig.

⁵ Niemand kann im Voraus auf das Auskunftsrecht verzichten.

⁶ Der Verantwortliche muss kostenlos Auskunft erteilen. Der Bundesrat kann Ausnahmen vorsehen, namentlich wenn der Aufwand unverhältnismässig ist.

⁷ Die Auskunft wird in der Regel innerhalb von 30 Tagen erteilt.

F. Datenschutzgesetz

Art. 26 Einschränkung des Auskunftsrechts

¹ Der Verantwortliche kann die Auskunft verweigern, einschränken oder aufschieben, wenn:

- a. ein Gesetz im formellen Sinn dies vorsieht, namentlich um ein Berufsgeheimnis zu schützen;
- b. dies aufgrund überwiegender Interessen Dritter erforderlich ist; oder
- c. das Auskunftsgesuch offensichtlich unbegründet ist, namentlich wenn es einen datenschutzwidrigen Zweck verfolgt, oder offensichtlich querulatorisch ist.

² Darüber hinaus ist es in den folgenden Fällen möglich, die Auskunft zu verweigern, einzuschränken oder aufzuschieben:

a. Der Verantwortliche ist eine private Person und die folgenden Voraussetzungen sind erfüllt:

1. Überwiegende Interessen des Verantwortlichen erfordern die Massnahme.
2. Der Verantwortliche gibt die Personendaten nicht Dritten bekannt.

b. Der Verantwortliche ist ein Bundesorgan, und eine der folgenden Voraussetzungen ist erfüllt:

1. Die Massnahme ist wegen überwiegender öffentlicher Interessen, insbesondere der inneren oder der äusseren Sicherheit der Schweiz, erforderlich.
2. Die Mitteilung der Information kann eine Ermittlung, eine Untersuchung oder ein behördliches oder gerichtliches Verfahren gefährden.

³ Unternehmen, die zum selben Konzern gehören, gelten nicht als Dritte im Sinne von Absatz 2 Buchstabe a Ziffer 2.

⁴ Der Verantwortliche muss angeben, weshalb er die Auskunft verweigert, einschränkt oder aufschiebt.

F. Datenschutzgesetz

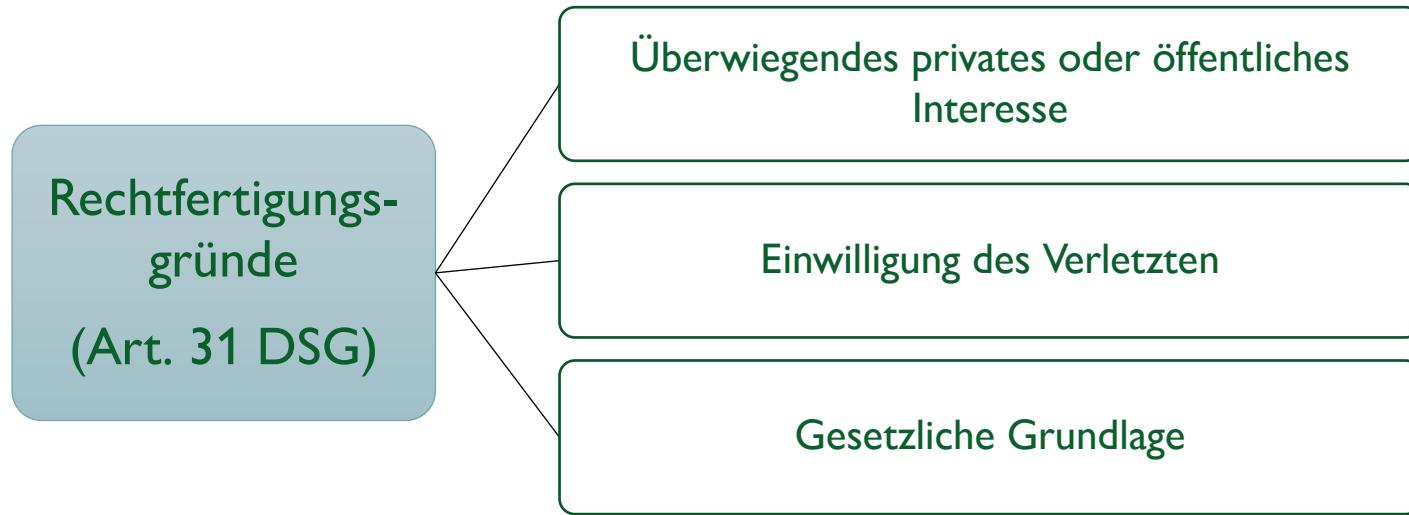
Art. 27 Einschränkungen des Auskunftsrechts für Medien

¹ Werden Personendaten ausschliesslich zur Veröffentlichung im redaktionellen Teil eines periodisch erscheinenden Mediums bearbeitet, so kann der Verantwortliche aus einem der folgenden Gründe die Auskunft verweigern, einschränken oder aufschieben:

- a. Die Daten geben Aufschluss über die Informationsquellen.
- b. Durch die Auskunft würde Einsicht in Entwürfe für Publikationen gewährt.
- c. Die Veröffentlichung würde die freie Meinungsbildung des Publikums gefährden.

² Medienschaffende können die Auskunft zudem verweigern, einschränken oder aufschieben, wenn ihnen die Personendaten ausschliesslich als persönliches Arbeitsinstrument dienen.

F. Datenschutzgesetz





F. Fallbeispiel

BGE 138 II 346: Google-Street-View

Seit August 2009 bietet Google im Internet den Dienst «Street View» für die Schweiz an. Dabei handelt es sich um eine Funktion in Google Maps, mit welcher virtuelle Rundgänge namentlich durch Strassen und Plätze unternehmen lässt. Gesichter von aufgenommenen Personen sowie Kennzeichen von Fahrzeugen wurden dabei automatisch verwischt (sog. Blurring). Der Eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte (EDÖB) hielt die automatische Bearbeitung der Bilder mit einer Anonymisierungssoftware für ungenügend, weil lediglich ein Teil der Gesichter/Kennzeichen verwischt wurden. Das Bundesgericht teilte 2012 die Meinung des EDÖB. Dabei führte es beispielsweise aus, dass durch Bilder von Häusern oder Fahrzeugen der Wohnadresse einer bestimmten Person Rückschlüsse auf die konkrete Lebenssituation von Bewohners des Hausers oder des Halters eines Fahrzeugs möglich sind. So seien auch Bilder von privaten Gärten, Höfen, Balkonen oder Hausfassaden mit Einblick in Wohnbereiche Personendaten. **Die Persönlichkeitsverletzungen wurden hinsichtlich von Art. 13 Abs. 1 DSG als Konkretisierung von Art. 28 ZGB bejaht.** Es gäbe keine Rechtfertigungsgründe für die Publizierung solcher Bilder. Dabei muss Google eine vollständige Anonymisierung anstreben, besonders bei sensiblen Einrichtungen, insb. Frauenhäusern, Altersheimen, Gefängnissen, Schulen, Gerichten und Spitätern müssen nebst den Gesichtern auch weitere individualisierende Merkmale wie Hautfarbe, Kleidung, Hilfsmittel von körperlich behinderten Personen etc. anonymisiert werden. Weiter muss der Privatbereich (umfriedete Höfe, Gärten usw.) respektiert werden. Google muss dem Benutzer eine Widerspruchsmöglichkeit anbieten, wo über einem gut sichtbaren Link eine Anonymisierung verlangt werden kann.

F. Bundesgesetz über das Öffentlichkeitsprinzip der Verwaltung (BGÖ)

- Relativ neu, grundsätzlich kann der Journalist dadurch besser auf Dokumente der politischen Behörden und der Verwaltung zugreifen.
- Umkehrung zum Grundsatz der Geheimhaltung, ermöglicht dadurch ein Recht auf Zugang zu amtlichen Dokumenten.
- Es muss kein besonderes Interesse nachgewiesen werden, jedoch besteht eine lange Liste mit Ausnahmen und Einschränkungen (Art. 7 ff. BGÖ). Sobald öffentliche oder private Interessen beeinträchtigt werden könnten, verweigert oder beschränkt die Behörde die Akteneinsicht.
- Auch Kantone haben solche Gesetze (Kt. ZH: IDG/IDV).

F. Fallbeispiel

BGE 1C_598/2014: Einsicht in Steuerunterlagen

Das Bundesgericht beurteile im Jahr 2016 den Fall eines Journalisten des SRFs, welcher für die «Rundschau» zuständig war. Dieser ersuchte bei der Steuerverwaltung des Kanton Zürichs um Einsicht in die Steuerunterlagen eines Unternehmens für die Jahre 1973 bis 2001. Der Journalist wollte v.a. herausfinden, ob das Unternehmen allfällige Steuerrulings (= verbindliche behördliche Vorbescheide betreffend Steuerfolgen eines wirtschaftl. Sachverhalts) in diesen Jahren bekommen hat. So sah aber das kantonale Informations- und Datenschutzgesetz eine Einschränkung des Zugangs zu Informationen, wo eine gesetzliche Geheimhaltungspflicht bestehe (was bei Steuerdaten zutrifft; Steuergeheimnis). Es sei im vorliegenden Fall auch nicht möglich, anonymisierte Daten zu liefern. Das Bundesgericht wies die Beschwerde ab und gab dem Unternehmen recht.

G. Spezialthemen

G. Medienethik

- Presserat
- Journalistisches Berufsrecht (Rechte und Pflichten der Journalisten)



G. Medienethik:

Presserat: Geschäftsreglement (I)

Art. 7 Legitimation

¹ Beschwerdeberechtigt ist jedermann.

² Der Presserat kann mit Mehrheitsbeschluss Themen oder Fälle von sich aus aufgreifen.

Art. 8 Verfahrenseinleitung

¹ Ein Verfahren vor dem Schweizer Presserat wird durch Einreichung einer Beschwerde oder durch Beschluss des Plenums des Schweizer Presserats eröffnet.

² Beschwerden an den Presserat sind mit vollständiger Adressangabe der Absenderin/des Absenders und handschriftlich unterzeichnet per konventionelle Post oder elektronisch einzureichen.

Art. 9 Begründung

¹ Beschwerden sind zu begründen.

² Die Beschwerdebegründung umreisst den massgeblichen Sachverhalt und führt aus, inwiefern der beanstandete Medienbericht einzelne Bestimmungen der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» verletzt.

³ Weiter gibt sie an, ob im Zusammenhang mit dem Beschwerdegegenstand ein rundfunkrechtliches Verfahren oder ein Gerichtsverfahren hängig ist oder ob ein solches noch anhängig gemacht werden soll.

⁴ Zusammen mit der Beschwerdebegründung ist eine Kopie des beanstandeten Medienberichts einzureichen.

G. Medienethik:

Presserat: Geschäftsreglement (II)

Art. 11 Nichteintreten

¹ Der Schweizer Presserat tritt auf Beschwerden nicht ein:

- für die er nicht zuständig ist (Art. 2);
- die offensichtlich unbegründet sind;
- die sich nicht auf berufsethische Fragestellungen beziehen;
- wenn sich die betroffene Redaktion oder die Journalistin/der Journalist bei einer Angelegenheit von geringer Relevanz bereits öffentlich entschuldigt und/oder Korrekturmassnahmen ergriffen hat;
- wenn die Publikation des beanstandeten Medienberichts länger als drei Monate zurückliegt;
- wenn ein Parallelverfahren (insbesondere bei Gerichten oder bei der UBI) eingeleitet wurde oder vorgesehen ist.

² Sofern sich berufsethische Grundsatzfragen stellen oder der Bericht, gegen den sich die Beschwerde richtet, eine breite öffentliche Diskussion ausgelöst hat, kann der Schweizer Presserat auf Beschwerden eintreten, auch wenn im Zusammenhang mit dem Beschwerdegegenstand ein rundfunkrechtliches Verfahren oder ein Gerichtsverfahren hängig ist, die Beschwerdeführerin/der Beschwerdeführer ein solches während der Dauer des Presseratsverfahrens einleitet oder vorhat, ein solches einzuleiten.

³ Nichteintretentsentscheide werden summarisch begründet und der Beschwerdeführerin/dem Beschwerdeführer mitgeteilt. In Ausnahmefällen kann der Presserat einen Nichteintretentsentscheid in einer ordentlichen Stellungnahme begründen (Art. 17). Verlangt eine Beschwerdeführerin/ein Beschwerdeführer eine ausführliche Begründung, werden ihr/ihm die Kosten zu einem angemessenen Stundensatz verrechnet. Sie sind vorab zu begleichen.

G. Medienethik:

Presserat: Institution und Verfahren

- Der Schweizerische Presserat hat den Journalistenkodex als Richtlinie für alle Journalisten und Journalistinnen erlassen. Der Presserat stellt eine **Beschwerdeinstanz** dar, die medienethische Fragen abhandelt. Weiter soll er sich mit allgemeinen medienethischen Fragen beschäftigen.
- Bei Beschwerden verfasst der Presserat, nach Anhörung der Redaktion, sogenannte **Stellungnahmen**. Dabei wird alleine der Sachverhalt in Zusammenhang mit dem Journalistenkodex betrachtet.
- Der aus 21 Mitgliedern bestehende Presserat entscheidet jeweils in Ausschüssen (Kammern). Die einfachen Fälle behandelt das Präsidium.

G. Medienethik:

Journalistisches Berufsrecht - Rechte der Journalisten (I)

Damit die Journalistinnen und Journalisten die von ihnen übernommenen Pflichten erfüllen können, müssen sie zum mindesten folgende Rechte beanspruchen können:

- a) Sie haben **freien Zugang** zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.
- b) Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, **was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht**. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.
- c) Sie dürfen **jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen**, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.

G. Medienethik:

Journalistisches Berufsrecht - Rechte der Journalisten (II)

- d) Sie haben Anspruch auf **Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers**. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, rechtzeitig informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.
- e) Sie haben Anspruch auf eine angemessene **berufliche Aus- und Weiterbildung**.
- f) Sie haben Anspruch auf eine **klare Regelung der Arbeitsbedingungen** durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.
- g) Sie haben das Recht auf einen **persönlichen Anstellungsvertrag**, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.

G. Medienethik:

Journalistisches Berufsrecht - Pflichten der Journalisten (I)

Die Journalistinnen und Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

- 1) Sie halten sich an die **Wahrheit** ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.
- 2) Sie **verteidigen die Freiheit der Information**, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.
- 3) Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder, und Töne **deren Quellen ihnen bekannt sind**. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäusserte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.
- 4) Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten **keiner unlauteren Methoden**. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.
- 5) Sie **berichtigten jede von ihnen veröffentlichte Meldung**, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.

G. Medienethik:

Journalistisches Berufsrecht - Pflichten der Journalisten (II)

- 6) Sie wahren das **Berufsgeheimnis** und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.
- 7) Sie **respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen**, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
- 8) Sie **respektieren die Menschenwürde** und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.
- 9) Sie nehmen **weder Vorteile noch Versprechungen** an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.
- 10) Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten **jede Form von kommerzieller Werbung** und akzeptieren keinerlei Bedingungen von Seiten der Inserenten.
- 11) Sie nehmen **journalistische Weisungen** nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

G. Medienethik:

Richtlinien Presserat

Richtlinie 3.8 – Anhörung bei schweren Vorwürfen

Aus dem Fairnessprinzip und dem ethischen Gebot der Anhörung beider Seiten («audiatur et altera pars») leitet sich die Pflicht der Journalistinnen und Journalisten ab, Betroffene vor der Publikation schwerer Vorwürfe anzuhören. Die zur Publikation vorgesehenen schweren Vorwürfe sind dabei präzis zu benennen. Den von den Vorwürfen Betroffenen muss nicht derselbe Umfang im Bericht zugestanden werden wie der Kritik. Aber ihre Stellungnahme ist im gleichen Medienbericht fair wiederzugeben.

Richtlinie 3.9 – Anhörung – Ausnahmen

Die Anhörung ist ausnahmsweise verzichtbar:

- bei schweren Vorwürfen, die sich auf öffentlich zugängliche amtliche Quellen (z.B. Gerichtsurteile) stützen.
- wenn ein Vorwurf und die zugehörige Stellungnahme bereits früher öffentlich gemacht worden sind. Zusammen mit dem Vorwurf ist die frühere Stellungnahme wiederzugeben.
- wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist.

G. Medienethik:

Publizistische Leitlinien SRF (I)

Einleitung

Die Publizistischen Leitlinien definieren das **journalistische Selbstverständnis von SRF**: Als Koordinatennetz, an dem wir uns ausrichten, hält es die **Qualitätskriterien und Standards** fest, entlang derer wir unseren Service-public-Auftrag erfüllen. Es zieht aber auch die **Grenzen**, innerhalb derer wir SRF-Mitarbeitenden uns zu bewegen haben.

Die Publizistischen Leitlinien sind **verbindlich**. In der täglichen Arbeit sind sie online **immer in Griffnähe** und helfen uns Journalistinnen und Journalisten jederzeit, unseren hohen Ansprüchen an **publizistische Professionalität** gerecht zu werden. Für die Vorgesetzten bilden sie die Grundlage für die Qualitätssicherung und die Basis für **publizistische Entscheidungen**.

Die Publizistischen Leitlinien sind **öffentlich**. Daher ist uns bewusst, dass unser Angebot und unser Verhalten als SRF-Mitarbeitende daran gemessen werden.

Die Publizistischen Leitlinien entbinden die Mitarbeitenden nicht von der **Eigenverantwortung**. Sie lassen Entscheidungsspielraum im Einzelfall. Helfen sie in Ausnahmesituationen einmal nicht weiter, dann ist die **vorgesetzte Person** zur Beratung beizuziehen. Sind Entscheidungen von grösserer Tragweite nötig, werden diese von der Chefredaktion/Infoleitung gefällt. Die **Chefredaktion/Infoleitung** beziehungsweise die Abteilungsleitungen sind in einigen Fällen zwingend zu involvieren. Diese Fälle sind in den Publizistischen Leitlinien ausdrücklich erwähnt.

Die Publizistischen Leitlinien sind **an mancher Stelle strenger als das Recht**. Was rechtlich vielleicht gerade noch zulässig ist, kann es publizistisch nämlich bereits nicht mehr sein. In heiklen Fällen sind der **SRF-Rechtsdienst** und die **Chefredaktion/Infoleitung** zu konsultieren.

Die Publizistischen Leitlinien sind **nie vollständig oder abschliessend**. Aufgrund aktueller Entwicklungen müssen sie mitunter angepasst oder überarbeitet werden. Diese **Weiterentwicklung erfolgt partizipativ**: Alle SRF-Mitarbeitenden sind aufgerufen, sich aktiv daran zu beteiligen, mit Hinweisen auf Lücken, unverständliche Formulierungen, überholte Inhalte – und ganz wichtig: mit Hinweisen auf gute, aktuelle Beispiele oder auch qualitätsrelevante Gerichtsentscheide.

Ausserdem können alle Teams oder Abteilungen die **Chefredaktion/Infoleitung** jederzeit zur Diskussion spezifischer Fragen einladen.

Wichtige Grundlagen und Ergänzungen zu den Publizistischen Leitlinien sind hier zu finden:

- [Radio- und Fernsehaktikel in der Bundesverfassung \(Art. 93 BV\)](#)
- [Radio- und Fernsehgesetz \(RTVG\), Inhaltliche Grundsätze](#)
- [SRG-Konzession](#)
- [Angebotscharta der SRG](#)
- [Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten \(Schweizer Presserat\)](#)
- [SRF Kinder- und Jugendmedienschutzrichtlinien](#)
- [Ethikcode für die Mitarbeitenden der SRG](#)
- [Korruptionsprävention in der SRG – Weisung zur Annahme und Gewährung von Geschenken und anderen Vorteilen \(«Antikorruptionsweisung der SRG»\)](#)

G. Medienethik:

Publizistische Leitlinien SRF (II)

2.1 Auswahlkriterien, Relevanz und Publikumsinteresse

Bei SRF wird die **Themenwahl** von den Kriterien **Relevanz und Publikumsinteresse** bestimmt. In jeder Publikation muss sich diese Gewichtung spiegeln. Für die Beurteilung der **Relevanz** gibt es keine abschliessende Definition. Zur Orientierung dienen folgende **Kriterien**:

- Aktualität/Newsgehalt
- Politische, wirtschaftliche, kulturelle, wissenschaftliche oder gesellschaftliche Bedeutung
- Geografische, kulturelle, wirtschaftliche oder politische Nähe
- Bedeutung der vorkommenden Akteurinnen und Akteure
- Exemplarischer Charakter
- Exklusivität
- Bedeutung über den Tag hinaus

Auch das **Publikumsinteresse** lässt sich nicht abschliessend fassen. Zur Orientierung dienen folgende **Kriterien**:

- Nähe zur Lebenswirklichkeit des Publikums
- Öffentliche Aufmerksamkeit («darüber sprechen alle»)
- Grosses Interesse in den digitalen Communitys
- Emotionalität, Dramatik
- Überraschungseffekt
- Verfügbarkeit von aussagestarken Ton-, Bild- und Textdokumenten

Die Relevanzaspekte und das Publikumsinteresse sind je nach Publikationskanal unterschiedlich zu gewichten.

Für aktuelle **Informationsformate** mit hohem Newsgehalt ist die politische, wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung vorrangig. Bei manchen **nichtlinearen Angeboten**, etwa Podcasts, dominieren hingegen sehr unterschiedliche Interessen. Hier werden enger gefasste, spezifische Zielgruppen anvisiert.

Für Themen aus dem **Unterhaltungsbereich** spielt die Prominenz eine zentrale Rolle. In der **Sportberichterstattung** kann der emotionale Erlebniswert hoch gewichtet werden. Das Publikumsinteresse ist auch bei sogenannten **«Faits divers»** oder Boulevardgeschichten (Verbrechen, Unglücksfälle, Sex, People) angemessen zu berücksichtigen, ohne dabei die publizistischen Grundsätze preiszugeben.

Themenwahl, Zugang, Fokus und Umsetzung müssen immer bewusst gewählt und begründbar sein.

Lehrprogramm Digitale Kommunikation & Journalismus: Recht & Ethik

22. Februar 2024

G. Medienethik: Publizistische Leitlinien SRF (III)

8.6 Recherchegespräch

Wenn nicht ausdrücklich ein Vorbehalt vereinbart ist, sprechen unsere Auskunftspersonen «on the record». Das heisst, ihre Aussagen können unter Nennung ihres Namens und ihrer Funktion verwendet werden. Wenn die Auskunftsperson es wünscht und plausible Gründe vorliegen, kann mit ihr ausnahmsweise «off the record» gesprochen werden (siehe [8.7 Zusicherung von Anonymität](#)): Dann wird der Name der Person nicht genannt und ihre Funktion nur summarisch beschrieben (zum Beispiel «Ein hoher Beamter beziehungsweise eine hohe Beamtin des Justizdepartements»). Die dritte mögliche Variante ist, dass ein Gespräch «strictly off» oder «on background» geführt wird. Dann dienen die gemachten Aussagen ausschliesslich der Hintergrundinformation von Journalistinnen und Journalisten. Sie werden weder direkt noch indirekt zitiert und somit nicht öffentlich verwendet.

Wenn eine Quelle «off the record» verwendet wird, können die Vorgesetzten eine Offenlegung verlangen, um die Authentizität der Information zu beurteilen.

Wer wissentlich und im Berufskontext sowie ohne ausdrücklichen Vorbehalt mit Journalistinnen und Journalisten spricht, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Damit kann diese Person nicht im Nachhinein den gesamten Informationsgehalt eines Gesprächs zurückziehen. Das gilt ganz besonders bei mediengewandten Personen. Journalistinnen oder Journalisten dürfen diese Personen in indirekter Rede zitieren.

Für das Zitieren gilt die Regel des **Best Argument**: Die aus der Sicht der Befragten wichtigsten Argumente müssen verwendet werden.

G. Medienethik: Publizistische Leitlinien SRF (IV)

8.1 Keine unlauteren Methoden

Bei der Beschaffung von Daten, Nachrichten, Informationsmaterial, Tönen oder Bildern dürfen **keine unlauteren Methoden** angewandt werden. Bei Recherchen halten sich SRF-Journalistinnen und -Journalisten an die **Prinzipien der Unvoreingenommenheit und der Wahrhaftigkeit**.

Unvoreingenommenheit bedeutet nicht den Verzicht auf eine Arbeitshypothese. Es ist zulässig und zur Fokussierung oft sinnvoll, **Recherchen mit einer Hypothese** zu beginnen. Aber am Ende **bestimmen allein die Fakten**, ob ein Konstrukt standhält oder nicht. Zu Beginn einer Recherche muss offen sein, ob sich eine Hypothese verifizieren oder falsifizieren lässt.

G. Medienethik:

Publizistische Leitlinien SRF (V)

10.4 Ausstandregeln

Beitragsmacherinnen, Moderatoren und Hosts von SRF **berichten grundsätzlich nicht** über ihnen nahestehende Personen, insbesondere Familienangehörige, Freundinnen und Freunde.

Persönliche Interessenbindungen sind in politischen und wirtschaftlichen Themenfeldern besonders heikel. **Ausstandregeln** gelten aber ebenso für **persönliche Beziehungen** und Interessenbindungen in den Bereichen Kultur, Sport, Wissenschaft und Unterhaltung.

Sie betreffen unter anderem auch ehemalige Anstellungen, Engagements, Sponsoringpartnerschaften, Vermarktungsagenturen sowie Institutionen, Branchen, Verbände, Verlage, Veranstalterinnen oder Influencer, zu denen eine persönliche Verbindung besteht.

Grundsätzlich gilt: SRF-Mitarbeitende vermeiden jeden Anschein von Befangenheit – und ebenso die Berichterstattung über Personen und Themen, mit denen sie persönlich verbunden sind oder waren. Sie machen ihre Interessenbindungen ihren Vorgesetzten gegenüber transparent und treten in den Ausstand (siehe [10.1 Offenlegung von Interessenbindungen](#)).

Ausnahmen von der Ausstandregel müssen sachlich begründet und von den Vorgesetzten genehmigt werden.

G. Medienethik: Publizistische Leitlinien SRF (VI)

12.1 Gegendarstellung

Das **Gegendarstellungsrecht** erlaubt einer in ihrer Persönlichkeit unmittelbar betroffenen Person, ihre Sicht der Dinge darzulegen (siehe [Art. 28g ZGB](#)). Bei einer Gegendarstellung **bleibt für das Publikum offen, wer Recht hat**.

Die Gegendarstellung muss sich auf **Tatsachendarstellungen** beziehen und in knapper Form verfasst sein. Wird ein Gegendarstellungsbegehr gestellt, ist dieses ohne Verzug dem **SRF-Rechtsdienst** zu unterbreiten, damit dieser eine Beurteilung der rechtlichen Voraussetzungen vornehmen kann.

Die meisten Gegendarstellungen können wir vermeiden, wenn wir die kritisierten Parteien im Beitrag genügend zu Wort kommen lassen.

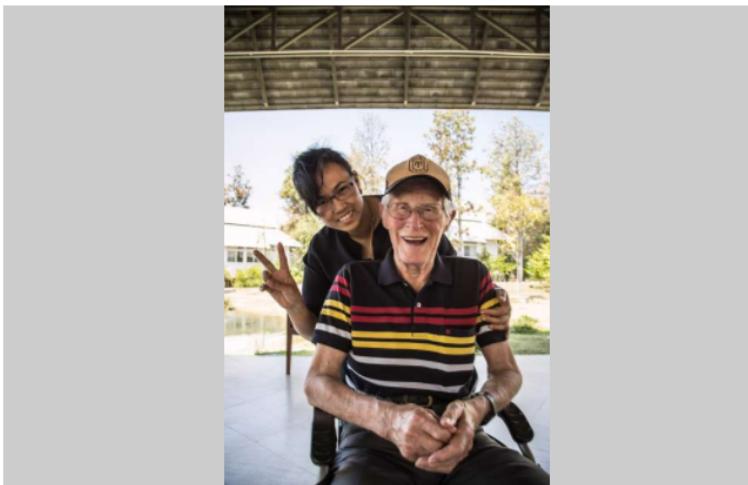
Sind die Voraussetzungen einer Gegendarstellung gegeben, wird sie in der Regel in der nächsten Ausgabe der gleichen Sendung an gleicher Stelle im Rahmen einer Moderation platziert oder bei der entsprechenden Onlinepublikation veröffentlicht. Die

Gegendarstellung ist als solche zu kennzeichnen. In einer Gegendarstellung kann die Redaktion anmerken, dass sie an ihrer Darstellung festhält.

G. Fallbeispiel (Ia)

Lebensabend unter Palmen

CHIANG MAI - Die Zahlen belegen: Immer mehr Rentner wandern nach Thailand aus.
Resultat: Schweizer Altersheime boomen, immer mehr werden nochmals Vater.
BLICK war vor Ort und hat Senioren aus der Schweiz besucht.



{ 1 / 10 }

Walter Hitz (91) zügelte von Untersiggenthal AG nach Chiang Mai – und will dort seinen Lebensabend verbringen. THOMAS MEIER

}



G. Fallbeispiel (Ib)

Am 3. April 2017 veröffentlichte der «Blick» einen Artikel mit dem Titel «Pflegeboom im Land des Lächelns – Lebensabend unter Palmen» sowie auf der Onlineseite «blick.ch» ein Video zum gleichen Thema mit leicht abgeändertem Titel. Darin wurde ein Alters- und Pflegeheim in Thailand beschrieben und bebildert, in welchem Schweizer und Schweizerinnen wohnen. Neben der Einrichtung des luxuriösen Heims wurden auch **verschiedene Bewohner und Bewohnerinnen abgebildet und mit Namen, Herkunftsland und Alter in den Bildlegenden identifiziert**. Im Text heisst es, ein wesentlicher Teil der Gäste leide an Demenz, das Heim habe sich mittlerweile auf solche Patienten spezialisiert. Es seien aber auch Leute im Heim, die keiner Pflege bedürften, die einfach ihren Lebensabend unter Palmen verbringen wollten.

Die Frage die sich der Presserat stellen musste war, ob hier eine Einwilligung durch die Bewohner des Hauses für die Publikation der Bilder (Richtlinie 7.1) und der Identifikation mit Namen, Alter und ehemaligem Wohnort (Richtlinie 7.2) stattgefunden hat. Da lediglich der Heimleiter dem Beitrag zugestimmt hatte und dieser keine Vertretungsvollmacht besass, wurde die Beschwerde teilweise gutgeheissen.

Quelle Text: Presserat.ch

G. Fallbeispiel (Ila)

Jugendlicher (15) klettert auf 135-Meter-Kran

Der Roofer R.S. mag schöne Aussichten und Adrenalin. Deshalb kletterte er auf den höchsten Kran in Zürich. Die gefährliche Aktion verärgert die Bauunternehmerin Implenia.



«Die Angst, erwischen zu werden, spielt immer eine grosse Rolle. Der Kran befindet sich an einer befahrenen Strasse, wo uns jeder hätte beobachten können.»

Leser-
Reporter

III. Feststellungen

1. Die Beschwerde wird abgewiesen.
2. «20 Minuten» hat mit seinem Artikel «Gefährliches Hobby: Teenager klettert auf 135-Meter-Kran» vom 30. März 2015 Ziffer 7 (Privatsphäre; Kinder) und Ziffer 3 (Quellenbearbeitung) der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» nicht verletzt.

Quelle: 20minuten.ch / Presserat.ch
22. Februar 2024

G. Fallbeispiel (IIb)

Am 30. März 2015 veröffentlichte «20 Minuten» einen Artikel mit dem Titel **«Gefährliches Hobby: Teenager klettert auf 135-Meter-Kran»**. Ein grosses Foto zeigt den auf einem Kran in luftiger Höhe sitzenden Jugendlichen, mit Blick auf die nächtliche Stadt Zürich. Der Artikel beschreibt, wie sich der 15-jährige Roofer R.S. Zutritt zur Baustelle verschaffte und den Kran bestieg. Daneben werden Aussagen von R.S. wiedergegeben. So müsse man beim Aufstieg «... extrem konzentriert sein und bei jedem Schritt aufpassen». Der Jugendliche erzählt ausserdem: «Die Angst, erwischt zu werden, spielt immer eine grosse Rolle.»

X. beschwerte sich am 29. April 2015 beim Schweizer Presserat gegen den Artikel. Dieser verstösse gegen die zur «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» (nachfolgend: «Erklärung») gehörende Richtlinie 7.3 (**Kinder**). Der Beschwerdeführer macht geltend, unter den «besonderen Schutz der Kinder» falle auch deren Schutz vor sich selber. Die mediale Aufmerksamkeit, welche der Knabe durch «20 Minuten» erfahre, animiere ihn, diese Taten zu wiederholen. Die Art und Weise der Berichterstattung und das spektakuläre Foto provoziere ausserdem gleichaltrige Kinder zur Nachahmung.

Der Presserat argumentierte, dass eine Erweiterung der Richtlinie auf einen Schutz der Kinder vor ihren eigenen Taten dem Wortlaut der Bestimmung widersprechen würde und wies die Beschwerde ab.

G. Litigation PR (mit Jürg Wildberger)

- Begriff «Litigation PR»
- «Court of Public Opinion»
- Anwendungsfälle
- Chancen/Risiken
- Vortrag und Diskussion



H. Diskussion/Fragen