

**Mischa Senn** Prof. Dr. iur., Leiter des Zentrums für Kulturrecht (ZKR) an der Zürcher Hochschule der Künste, Vizepräsident der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK), Zürich.

*mischa.senn@zhdk.ch*

# Publikumsschutz und Leitbild des Medienkonsumenten

---

**Résumé** La protection du public est considérée comme un but de la Loi sur la radio et la télévision, et comme une tâche de l'AIEP. Par protection du public, il faut comprendre, au sens de la LRTV,, les exigences minimales quant au contenu des programmes, comme l'obligation de présentation fidèle et l'obligation de vérité. Comme pour les médias, on doit poser des exigences au public. On peut attendre de ce dernier une certaine compétence médiatique. Il faut partir de l'idée que le modèle du consommateur de médias moyen est informé, attentif et compréhensif. A l'ère du journalisme de divertissement, se pose la question suivante: jusqu'où cette position normative est-elle valable?

---

## Einleitung <sup>1</sup>

Der Schutz des Publikums gilt als eines der Ziele im Radio- und Fernsehgesetz und als Aufgabe der UBI <sup>2</sup>. Bei der Beurteilung von Fällen im Zusammenhang mit dem Publikumsschutz ist einerseits zu untersuchen, welche Anforderungen an die Medien zu stellen sind, um dieses Ziel erfüllen zu können. Andererseits ist auf die Anforderungen an das Publikum einzugehen. Daraus ableitend wird vorliegend ein (normatives) Leitbild des Medienkonsumenten entwickelt. Dabei liefert ein Vergleich zum Konsumentenleitbild im Bereich der kommerziellen Kommunikation einige Anhaltspunkte.

Nachfolgend werden im ersten Teil die Grundlagen zum Schutz des Publikums dargestellt. Im zweiten Teil folgen in Grundzügen die Bestimmungen zu den Anforderungen an die Medien, um dann im inhaltlichen Hauptteil Kriterien für die Anforderungen ans Publikum zu entwickeln.

## I. Schutz des Publikums

### 1. Programmaufsicht als Schutz im Interesse der Allgemeinheit

Die Programmaufsicht ist das Instrument für den Schutz des Publikums. In materieller Hinsicht sind dafür die Elemente des Sachgerechtigkeitsgebots massgebend. Im Vordergrund steht der Anspruch des Publikums, sich aufgrund der vermittelten Medieninhalte <sup>3</sup> eine Meinung bilden zu können. Der Publikumsschutz steht somit im Allgemeininteresse. Die rundfunkrechtliche Programmaufsicht besteht als ein besonderes Verfahren gegenüber (unzulässigen) Sendungen. <sup>4</sup> Sie «dient dem Schutz der unverfälschten Willens- und Meinungsbildung der Öffentlichkeit (...)» <sup>5</sup> und verfolgt somit ein objektives Anliegen. Die Programmaufsicht ist auf den redaktionellen Teil von Medieninhalten beschränkt. <sup>6</sup>

## 2. Individualschutz

Bei subjektiven Anliegen stehen individuelle Ansprüche im Vordergrund. Diese sind nicht Gegenstand der Programmaufsicht, da diese «nicht (in erster Linie) der Durchsetzung privater Anliegen»<sup>7</sup> dient. Für solche stehen zivil- und strafrechtliche Instrumentarien zur Verfügung, beispielsweise das Gegendarstellungsrecht, die Bestimmungen des UWG und das Persönlichkeitsrecht.<sup>8</sup> Mit der Wendung «nicht in erster Linie» verweist das BGer zutreffend auf den Umstand, wonach die Grenzziehung zwischen Publikums- und Individualschutz

medialex-2011-81

zugegebenermassen nicht einfach ist,<sup>9</sup> wie beispielsweise der Entscheid «Schönheitschirurg» zeigt.<sup>10</sup>

## 3. Aufgaben der UBI

Die UBI ist das Aufsichtsorgan für Radio- und Fernsehsendungen.<sup>11</sup> Ihr obliegt die Programmaufsicht<sup>12</sup> in dem Sinne, als ihr die Gewährleistung einer rechtskonformen Programmtätigkeit schweizerischer Veranstalter, insbesondere die Überprüfung von Beschwerden gegen Sendungen aufgrund gerügter Verletzungen von Programmbestimmungen, zukommt.<sup>13</sup> Die Überprüfung von Sendungen liegt «im Interesse der Öffentlichkeit und ihrer ungehinderten Willensbildung als wichtiges Element der Demokratie»<sup>14</sup>, womit der Publikumsschutz eine zentrale Aufgabe der UBI darstellt.

# II. Anforderungen an die Medien

## 1. Allgemeine Grundsätze

Für die Veranstalter von Programmen (nachfolgend auch kurz Medien genannt) bestehen einige Bestimmungen inhaltlicher und teils kommerzieller Art. Nachfolgend interessieren die unter dem Titel «Mindestanforderungen an den Programminhalt» (Art. 4 RTVG) aufgeführten grundlegenden Normen. Sie stehen im Abschnitt der «Inhaltlichen Grundsätze» und stellen einen Katalog der Minimalstandards dar. Auf diese Tatbestände wird nachfolgend zumindest so weit eingegangen, als sie einen Bezug zum dritten Teil dieses Beitrags haben.

## 2. Beachtung der Grundrechte

Gemäss Art. 4 Abs. 1 RTVG «müssen die Sendungen (...) die Grundrechte beachten» (genau genommen haben die Medien (Veranstalter) – nicht die «Sendungen» – dafür zu sorgen). In diesem Zusammenhang hält das BGer fest, dass «die Veranstalter zwar auch die Grundrechte und namentlich die Menschenwürde zu beachten» hätten, doch diese gehörten aber «nur insoweit zu den rundfunkrechtlichen Regeln, deren Einhaltung von der UBI überprüft werden kann, als es sich um programmrelevante, objektive Schutzziele handelt, wie z.B. der Religionsfriede (...)».<sup>15</sup>

Die Beachtung der *Menschenwürde* wird – als grundlegende Norm – auch im RTVG festgehalten (Art. 4 Abs. 1). Die Anwendung dieser Bestimmung im Beschwerdeverfahren ist allerdings aufgrund der unzulässigen «Individualbeschwerde»<sup>16</sup> eingeschränkt, doch ist eine materielle Beurteilung der Beachtung der Menschenwürde bei einer Mehrheit von betroffenen Personen durchaus möglich.<sup>17</sup>

### 3. Persönlichkeitsschutz

Eine Sendung über eine bestimmte Person kann – bei gegebenem Tatbestand – deren Persönlichkeitsrechte verletzen. Die Frage stellt sich im vorliegenden Kontext, auf welche Gesetzesbestimmung sich eine entsprechende Beeinträchtigung abstützen kann. Nebst dem zivil- und strafrechtlichen Persönlichkeitsschutz wird von einem «rundfunkrechtlichen Persönlichkeitsschutz»<sup>18</sup> gesprochen. Die diesbezügliche Rechtsprechung der UBI wird allerdings teilweise kritisiert, denn die Prüfung des Persönlichkeitsschutzes sei – gemäss BGer – nicht Gegenstand der Aufgabe der UBI.<sup>19</sup>

Die (strittige) Rechtsprechung der UBI kann auf der anderen Seite dahingehend gerechtfertigt sein, als «eine allfällige Kompetenzbegründung (...) insbesondere auf ihrer Aufgabe, die öffentlichen Interessen und den Schutz des Publikums zu wahren» basiere und insoweit die Verwendung von persönlichkeitsrelevanten Angaben die «Meinungsbildung des Publikums zu beeinflussen» vermag.<sup>20</sup>

Zuzustimmen ist der Kritik insoweit, als eine Art von eigenständigem «Sondertatbestand» im Sinne eines rundfunkrechtlichen Persönlichkeitsschutzes nicht vorgesehen ist. Soweit eine Persönlichkeitsverletzung hingegen eine Verletzung der Programmbestimmungen (beispielsweise im oben erwähnten

#### medialex-2011-82

Sinn<sup>21</sup>) darstellen kann, wäre gegen eine Kompetenz zur Prüfung dieser Frage durch die UBI nichts einzuwenden.<sup>22</sup>

Verfahrenstechnisch kann eine mögliche Persönlichkeitsverletzung daher von der UBI nicht als «Individualbeschwerde» behandelt werden. Vielmehr wäre die Frage eines «rundfunkrechtlichen Persönlichkeitsschutzes» *vorfrageweise* zu prüfen: Wäre eine Persönlichkeitsverletzung zu bejahen, läge damit eine Verletzung der Programmbestimmungen vor. Die vorfrageweise Prüfung der Verletzung einer Bestimmung, welche sonst nicht in den Zuständigkeitsbereich der urteilenden Instanz gehört, ist grundsätzlich zulässig<sup>23</sup> und beispielsweise bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK) Praxis.<sup>24</sup> Eine Bindung der zuständigen Gerichtsstanz an den Entscheid der UBI besteht dabei nicht,<sup>25</sup> da der UBI keine Kompetenz zur Beurteilung einer zivil- oder strafrechtlichen Persönlichkeitsverletzung zukommt. Entsprechend müsste der UBI-Entscheid im Dispositiv lediglich auf Verletzung von Programmbestimmungen lauten, was soweit ersichtlich auch der Fall ist.<sup>26</sup>

Soweit aber eine Mehrzahl von Personen gleichermaßen in (je) ihren Persönlichkeitsrechten betroffen sind, wäre zu prüfen, ob eine Persönlichkeitsverletzung mittels (allgemeiner) Popularbeschwerde der UBI unterbreitet werden könnte.<sup>27</sup> Die in Art. 94 Abs. 2 RTVG vorgesehene besondere Popularbeschwerde ist allerdings nicht für Fälle einer Persönlichkeitsverletzung gedacht, sondern gilt gerade dann, wenn die Beschwerdeführer keine enge Beziehung zum Gegenstand haben; diese Beschwerdemöglichkeit dient vor allem der Wahrung der öffentlichen Interessen an einer freien, unabhängigen und unverfälschten Meinungsbildung.<sup>28</sup>

### 4. Sachgerechtigkeitsgebot

Das Sachgerechtigkeitsgebot gemäss Art. 4 Abs. 2 RTVG umfasst mehr Elemente, als dies nur aus dem Gesetzestext ableitbar wäre.<sup>29</sup> Eine klare Systematik lässt sich allerdings schwer erkennen,<sup>30</sup> was sich beispielsweise im Zirkelschluss zeigt, wenn ausgeführt wird, dass die Kriterien beim Objektivitätsgebot «die Sachgerechtigkeit und Ausgewogenheit» seien. Nachfolgend wird deshalb vom Ansatz ausgegangen, wonach das Sachgerechtigkeitsgebot als Oberbegriff<sup>31</sup> steht und die weiteren Gebote<sup>32</sup> Elemente davon sind.

Das Sachgerechtigkeitsgebot im engeren Sinn wird in Art. 93 Abs. 2 BV und in Art. 4 Abs. 2 RTVG statuiert.<sup>33</sup> Dieses Gebot umfasst die Prinzipien der Objektivität, der Wahrhaftigkeit, der Transparenz und der Sachkenntnis sowie die Pflicht zur «Überprüfung übernommener Fakten im Rahmen des Möglichen»<sup>34</sup>. Im Einzelnen enthält es die nachfolgend aufgeführten Elemente.<sup>35</sup>

Kriterien für die *Objektivität* sind die Sachgerechtigkeit und die Ausgewogenheit.<sup>36</sup> Das aus den Programmanforderungen gemäss Art. 4 Abs. 1 und 2 RTVG abgeleitete Objektivitätsgebot werde dann erfüllt, «wenn sich der Zuschauer frei von Manipulation ein eigenes Bild aufgrund der vermittelten Information machen kann».<sup>37</sup> D.h., die «Rezipienten sollen sich durch die in einer Sendung vermittelten Fakten und Meinungen ein möglichst zuverlässiges Bild machen können und damit in die Lage versetzt werden, sich eine eigene Meinung zu bilden»<sup>38</sup> resp. «zwischen Fakten und Meinungen bzw. Kommentaren»<sup>39</sup> zu unterscheiden.<sup>40</sup>

medialex-2011-83

## 5. Wahrheit und Wahrhaftigkeit

In den Ausführungen ist meist die Rede vom Gebot der *Wahrhaftigkeit*<sup>41</sup>, selten von (der) Wahrheit. Das macht insoweit einen bedeutenden Unterschied, als der Begriff der Wahrhaftigkeit lediglich die Übereinstimmung der Äusserung *mit dem Gedanken* verlangt,<sup>42</sup> und nicht – wie bei der Wahrheit – die Übereinstimmung der Äusserung *mit dem Sachverhalt*.<sup>43</sup>

Allerdings kann dem Gebot der Wahrheit nicht in absolutem Sinn nachgelebt werden:<sup>44</sup> Angesichts des (medienwissenschaftlichen und philosophischen) Paradox<sup>45</sup>, wonach objektive Erkenntnis immer erst im erkennenden Subjekt wahrgenommen werden muss, um sie überhaupt darlegen zu können, ist die Wahrheitspflicht im Zusammenhang mit Medien dahingehend zu verstehen, dass sie das objektive und ernstliche Bemühen um wahrheitsgemässe Darstellung zum Gegenstand haben muss, insoweit besteht gemäss BGer zu Recht die Verpflichtung, «die Fakten objektiv wiederzugeben»<sup>46</sup>. Insofern handelt es sich um eine relativierte Wahrheitspflicht,<sup>47</sup> was aber nicht zur – auf dem subjektiven Element beruhenden – Wahrhaftigkeit führt.

Das Zugrundelegen des Gebots der Wahrhaftigkeit ist «insofern problematisch, als auf ein subjektives Empfinden der Programmschaffenden abgestellt wird»<sup>48</sup>. In diesem Sinne formuliert das BGer, dass das Sachgerechtigkeitsgebot und damit das Prinzip der Wahrhaftigkeit verletzt sei, wenn «dem Zuschauer durch angeblich objektive, tatsächlich aber unvollständige Fakten die Meinung bzw. Ansicht des Journalisten als (absolute) Wahrheit und eigene Überzeugung suggeriert»<sup>49</sup> würde. Dies ist insoweit unpräzise, als die Wahrhaftigkeit (im oben beschriebenen Sinne) hier gerade gegeben wäre, nicht aber das Gebot der Wahrheit erfüllt.

Selbst wenn die Wahrhaftigkeit «als subjektives Element (...) sicherstellen [soll], dass nichts gesagt oder gezeigt wird, das nicht nach bestem Wissen und Gewissen für wahr gehalten wird»<sup>50</sup>, bleibt trotz der Sorgfaltspflicht ein erheblicher Ermessensspielraum subjektiv wahrgenommener Faktenlage. Immerhin obliegt den Medien im Sinne der Faktentreue eine – im obigen Sinne ausgeführte – Wahrheitsverpflichtung.<sup>51</sup> In diesem

medialex-2011-84

Sinne verlangt auch der Presserat eine Verpflichtung zur «Wahrheitssuche» im Sinne eines Wahrheitsgebots.<sup>52</sup>

Gegebenenfalls ist ein Medieninhalt nicht als (wahrhaftig empfundenen) Faktum bzw. als Tatsachendarstellung darzulegen, sondern als – und zwar gemäss Art. 4 Abs. 2 RTVG: erkennbarer – Kommentar<sup>53</sup> und damit als Meinungsäusserung<sup>54</sup> offenzulegen oder mit dem Hinweis zu versehen, dass – im Sinne des Transparenzgebots – die Faktenlage (noch) nicht abschliessend geklärt sei.<sup>55</sup> Aus diesen Gründen sollte nicht das Gebot der Wahrhaftigkeit, sondern das der Wahrheit massgeblich sein, da die Wahrhaftigkeit zu sehr auf das subjektive Empfinden abstellt.

## 6. Transparenz und Vollständigkeit

Das Transparenzgebots ist aus dem Sachgerechtigkeitsgebots ableitbar. Es verlangt, dass die Herkunft (Quelle) der Information bekannt und eine Meinung bzw. (Sachverhalts-)Darstellung erkennbar transparent zu machen sind.<sup>56</sup> Dem Transparenzgebots können das Verständlichkeitsgebots<sup>57</sup> und das Nachvollziehbarkeitsgebots<sup>58</sup> zugeordnet werden.

Vollständig bedeutet, dass alle zu einem Thema gehörenden Elemente im Medieninhalt vorhanden sind und dass sie einen ausreichenden, der Situation gerecht werdenden Detaillierungsgrad (d.h. die nötige «Tiefenschärfe») aufweisen.<sup>59</sup>

## 7. Journalistische Sorgfaltspflichten

Die Beachtung der erwähnten Grundsätze gehört (selbstredend) zur journalistischen Sorgfaltspflicht. Gemäss der Rechtsprechung von BGer und UBI<sup>60</sup> gilt dabei die Zwei-Stufen-Regel, wonach die «UBI zusätzlich prüft, ob zentrale journalistische Sorgfaltspflichten eingehalten wurden (...), falls «sich das Publikum keine eigene Meinung über einen Sachverhalt oder ein Thema [hat] bilden können.» Sei «dies nicht der Fall, liegt eine Verletzung des Sachgerechtigkeitsgebots vor».<sup>61</sup> Insofern ist ein Beitrag dann «manipulativ, wenn der mündige Zuschauer in Verletzung der journalistischen Sorgfaltspflicht unsachgemäss informiert wird».<sup>62</sup>

Inwieweit das zweistufige Verfahren<sup>63</sup> notwendig ist, wäre eingehender zu diskutieren. Denn an sich müsste die Verletzung eines der Gebote – welche gemäss Titel von Art. 4 RTVG immerhin «Mindestanforderungen an den Programminhalt» darstellen – bereits genügen, um einem Verstoss gegen die Programmvorschriften feststellen zu können, und zwar *unabhängig* von der Möglichkeit einer Meinungsbildung des Publikums. Denn zum einen besteht über die «gebildete» Meinung keine gesicherte Kenntnis, sondern lediglich eine Mutmassung der urteilenden Instanz.<sup>64</sup> Zum anderen bedeutet das Vorhandensein einer «eigenen Meinung über einen Sachverhalt oder ein Thema» noch nicht, dass damit auch das *Verständnis* über den Sachverhalt vorliegt.<sup>65</sup> Es kann daher durchaus vorkommen, dass die Vorstellung beim Publikum trotz gefasster Meinung über den Sachverhalt mit diesem keineswegs übereinstimmen muss, wenn ein falsches Verständnis beispielsweise aufgrund einer nicht sachgerechten Berichterstattung entstanden ist.

## III. Anforderungen an das Publikum

### 1. Medienkompetenz

Mit der Forderung für einen Publikumsschutz und für eine freie Meinungsbildung des Publikums muss die Frage einhergehen, welche Voraussetzungen erwartet werden dürfen. Es ist daher das Anforderungsprofil des Publikums zu untersuchen. Mit «Publikum» sind im vorliegenden Zusammenhang die Medienkonsumenten, oder allgemein die Rezipienten, gemeint.

Es darf davon ausgegangen werden, dass als Grundvoraussetzung eine Medienkompetenz verlangt wird.<sup>66</sup> Welche Kriterien hierbei gelten, wird sogleich auszuführen sein. Vorweg ist festzuhalten, dass die Medienkompetenz alle Medien betrifft, somit nebst Presse, Radio und Fernsehen auch entsprechende Angebote im Internet. Als Inhalt ist dabei in allgemeinem Sinn eine *medial übermittelte Information* zu verstehen.<sup>67</sup>

Die Beschreibung des *Inhalts* einer Medienkompetenz ist Sache der Medien(wirkungs)forschung; deren Ergebnisse sind nunmehr auch in eine EU-Empfehlung eingeflossen. Nach *Kurzformel* bedeutet Medienkompetenz die «Befähigung der Bürger, als Medienkonsumenten aus einem diversifizierten Angebot auszuwählen und informierte Entscheidungen zu treffen».<sup>68</sup>

Dargestellt nach ihren *Einzelkriterien* umfasst Medienkompetenz die Fähigkeit und Kenntnisse<sup>69</sup>, die Medien (adäquat<sup>70</sup>) zu nutzen, die verschiedenen Aspekte der Medien und Medieninhalte zu verstehen und kritisch<sup>71</sup> zu bewerten sowie in vielfältigen Kontexten zu kommunizieren<sup>72</sup> und (interaktiv) zu gestalten<sup>73</sup>. Diese Auflistung lässt sich auf das «Bielefelder Modell»<sup>74</sup> zurückführen, wonach Medienkompetenz die vier Dimensionen Medienkritik, Mediennutzung, Medienwissen und Mediengestaltung beinhaltet.<sup>75</sup>

Eines der Merkmale von Medienkompetenz ist die Fähigkeit zur Differenzierung zwischen «tatsächlicher Realität» und Medienrealität.<sup>76</sup> Die Fähigkeit der Unterscheidung von Fiktion und Wirklichkeit ist dabei anerkanntermassen nicht einfach.<sup>77</sup>

Medienkompetenz ist auch Voraussetzung für die Meinungsäußerung<sup>78</sup> – oder genauer gesagt: für die *Meinungsbildung*. Die Meinungsbildung wiederum ist abhängig von (sachgerecht vermittelten) Fakten und Meinungen. Das – letztlich mit dem Vollständigkeitsgebot<sup>79</sup> einhergehende – Vielfaltsgebot<sup>80</sup> verpflichtet die Medien, das massgebende Spektrum der Elemente zur Meinungsbildung wiederzugeben.

## 2. Leitbild des Medienkonsumenten

### A. Grundlagen

Die Medienkompetenz geht letztlich von einem Leitbild<sup>81</sup> eines Nutzers mit bestimmten Eigenschaften aus, wobei diesem eine normative Setzung zugrunde liegt.<sup>82</sup> Betrachtet man dabei die strukturellen Grundvoraussetzungen näher, so kann eine Analogie zum sog. Konsumentenleitbild abgeleitet werden: Zum einen überschneiden sich die Erkenntnisse und Verfahren im Bereich der Medienwirkungs- und der Werbewirkungsforschung vor dem Hintergrund der Rezipientenforschung weitgehend. Zum anderen ist das Untersuchungsobjekt im Werbemarkt und Medienmarkt bezogen auf die Mikroebene<sup>83</sup> jeweils der gleiche (normativ bestimmte) Bürger.

Für das *Konsumentenleitbild* hat sich ein Anforderungsprofil mit drei Kriterien durchgesetzt; nach diesem geht man vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittskonsumenten aus.<sup>84</sup> Für das Leitbild des Mediennutzers hat sich soweit bekannt (noch) keine entsprechende Formel wie beim Konsumentenleitbild etabliert. Doch sind auch einige Kriterien des Konsumentenleitbilds erkennbar. So spricht das Bundesgericht mal vom «unvoreingenommenen Zuschauer»<sup>85</sup>, dann vom «(mündigen) Zuschauer»<sup>86</sup> oder auch vom «politisch sensibilisierten, medienkritischen

medialex-2011-86

Zuschauer»<sup>87</sup>. Um diesen teils etwas unstrukturiert bis beliebigen Merkmalen eine gewisse Struktur zu verleihen, empfiehlt es sich, von einem einheitlichen Leitbild des Medienkonsumenten auszugehen, das die Kriterien der Medienkompetenz berücksichtigt.

Entsprechend den oben aufgeführten Darlegungen kann daher vom Leitbild des *durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Medienkonsumenten* ausgegangen werden. Ergänzend ist anzufügen, dass bei der (rechtlichen) Beurteilung einer möglichen Verletzung von Programmbestimmungen nebst den Tatbeständen und diesem Leitbild weitere Beurteilungskriterien zu berücksichtigen sind. Dies betrifft insbesondere die Kriterien des massgebenden Zielgruppe, der Art oder des Charakters des Medieninhalts sowie der aktuellen Wertvorstellungen. <sup>88</sup>

## **B. Konkrete Anforderungen**

Ausgehend von den Grundbedingungen für eine Medienkompetenz <sup>89</sup> und dem dargelegten Leitbild sind vom Medienkonsumenten die nachfolgenden konkreteren Fähigkeiten zu verlangen.

Das *Kriterium der Informiertheit* verlangt bestimmte Kenntnisse, um Medieninhalte adäquat nutzen zu können. Bedingung ist somit und in der Regel ein bestimmtes *Vorwissen*, was auch in der Rechtsprechung des BGer <sup>90</sup> und der UBI anerkannt ist. Die UBI ging zu Recht von einem Vorwissen beispielsweise in folgenden Fällen aus: das organisierte Schiessen in der Schweiz <sup>91</sup>; die Relevanz und Genauigkeit von Meinungsumfragen <sup>92</sup>; Konzept, Stil und Gestaltung eines Sendeeinhaltes (hier: Rubrik «Patent angemeldet») <sup>93</sup>; Kenntnis über Evolutionstheorie <sup>94</sup>.

Die *Fähigkeit zum Verstehen und kritischen Bewerten* von Medieninhalten bedingt ein bestimmtes Mass an Aufmerksamkeit. <sup>95</sup> Das Kriterium des Verständnisses zeigt sich u.a. in der Erkennungsfähigkeit genrespezifischer Inhalte, wenn es beispielsweise um die Unterscheidung von journalistischen Beiträgen und solchen der Unterhaltung (wie Spielfilme, Kabarettsendungen etc.) geht. Ein weiterer Gesichtspunkt ist die Fähigkeit zur *formalen Erkennung* des Charakters bzw. Form einer Sendung oder eines Sendegefässes. <sup>96</sup> Schliesslich gilt es, die Medieninhalte auch in inhaltlicher Hinsicht (sog. *inhaltliche Erkennung*) richtig zu erfassen. Das kann sich beispielsweise darin äussern, dass das satirische Prinzip <sup>97</sup> aufgrund der Stilmittel (wie Tonalität <sup>98</sup>, Ironie) erkannt wird.

Dem Postulat der Fähigkeit zur medienkritischen Nutzung soll beispielsweise (indirekt) der Bildungsauftrag <sup>99</sup> der SRG nachkommen, <sup>100</sup> indem das Publikum zu einem medienkritischen und verantwortungsbewussten Umgang befähigt bzw. unterstützt wird und «dadurch zur Förderung der Medienkompetenz» beitragen soll. <sup>101</sup>

## **3. Medienkompetenz vs. journalistische Qualität**

Letztlich kommt man um medienpolitische Fragen nicht umhin: Woher soll der Mediennutzer seine Wissenskompetenz erhalten, wenn sich ein Grossteil der Medien vor allem auf «News» im Sinne von «Infotainment» statt auf Informationen im Sinne objektiver Medieninhalte fokussiert? Von welchen Medieninhalten ist auszugehen für Annahme und Bestehen eines Vorwissens über gesellschaftlich, kulturell, politisch und wirtschaftlich relevante Sachverhalte?

Zu diesen Fragen äussert sich die Medienwissenschaft kompetent <sup>102</sup> und verlangt beispielsweise hinsichtlich der Medienkompetenz, dass sich der Medienkonsument darauf verlassen können muss, dass er «vielfältig, objektiv und ausgewogen über Relevantes informiert wird (...)» <sup>103</sup>.

In diesem Zusammenhang kann von der Annahme ausgegangen werden, dass – würde man den vor allem auf Unterhaltung gerichteten Boulevardjournalismus <sup>104</sup> (inkl. der sog.

Human-Touch-Themen <sup>105</sup>) als relevante Referenzgrösse nehmen – sich ein Grossteil des Publikums zwar in diesen spezifischen Boulevardthemen auskennt und eine entsprechende (einseitige) Medienkompetenz besitzt. Bloss heisst das nicht, dass ihm damit ein sachlich vermitteltes Wissen über gesellschaftliche Zusammenhänge vorläge, wie es vom Aufklärungsjournalismus <sup>106</sup> erbracht werden kann. <sup>107</sup> Auf der anderen Seite kann es auch für den auf sachliche Information bedachten Konsumenten nicht immer einfach sein, sich ein zuverlässiges Wissen anzueignen (und darauf ableitend eine eigene Meinung zu bilden), wenn – was leider häufig geschieht – die Berichterstattung bereits unzureichend ist, indem journalistische Beiträge falsch, missverständlich, unvollkommen u.a.m. sind. <sup>108</sup>

Solche Beispiele lassen sich täglich beliebig finden. Dazu sei kurz auf Beispiele in Medien verwiesen, wie sie täglich vorkommen: «Drei Selbstmordattentäter festgenommen» («Tages-Anzeiger») <sup>109</sup> – gemeint war, die Täter seien vor dem Attentat festgenommen worden. «Google will Klage des Datenschutzbeauftragten anfechten» (Radio Zürichsee, 13.11.2009) – gemeint war, dass Google sich wehren wolle. «Stimmbänder von Stefanie Heinzmann müssen wegoperiert werden» (Radio Zürichsee, 13.11.2009) – gemeint war, dass sie operiert werden müssen.

Problematisch erscheint in diesem Zusammenhang die Äusserung des BGer, wonach «andere, untergeordnete Unvollkommenheiten (...) in die redaktionelle Verantwortung des Veranstalters (fallen) und durch dessen Programmautonomie gedeckt» <sup>110</sup> seien. Denn solche «Unvollkommenheiten» können gerade dazu führen, dass die Vorstellung über den Sachverhalt fehlgeleitet wird. Letztlich läge es an der journalistischen Sorgfaltspflicht, diese vermeidbaren Fehler auszuschliessen. Doch hängt das auch mit dem journalistischen Können oder Wollen zusammen. <sup>111</sup>

#### 4. Leitbild und reale Umstände

Ausgehend von diesen Feststellungen muss im Zusammenhang mit dem Leitbild des Medienkonsumenten kritisch hinterfragt werden, wie weit die realen Gegebenheiten eine normative Setzung (Leitbild) zulassen. Dies betrifft die Frage, ob das Kriterium der (durchschnittlichen) Informiertheit überhaupt erfüllt werden kann, wenn die benötigte Information kaum abrufbar ist, solange sich ein (Gross-)Teil der Medien wie soeben beschrieben hauptsächlich auf die Verbreitung von News statt von (objektiver) Information beschränkt. <sup>112</sup> Damit bleibt abzuklären, welches die – realistisch – massgebende Messlatte für die durchschnittliche Informiertheit sein kann. <sup>113</sup>

Weiter können Erkenntnisse über die *tatsächlich* vorhandene Informiertheit beispielsweise hinsichtlich des Kriteriums des Vorwissens das Leitbild als solches relativieren: Wenn beispielsweise darüber berichtet wird, dass an einer Wettbewerbsrechtsvorlesung viele Studierende den einige Tage vor dieser Lehrveranstaltung in den Medien erwähnten Namen von Benno Ohnesorg nicht kennen <sup>114</sup>, mag das zwar nicht repräsentativ sein, doch könnte es einen Hinweis darauf geben, dass selbst bei – erwartungsgemäss – «bildungsnahen» Personengruppen ein relativ selektives Wissen festzustellen ist.

Damit bleibt festzustellen, dass für die Gültigkeit des beschriebenen Leitbilds eines medienkompetenten Konsumenten noch Aufklärungs- und Informationsaufgaben anstehen. In diesem Sinne ist mit der EU-Empfehlung zu fordern, dass sich auch die Medienwirtschaft für die «Anhebung des Niveaus der Medienkompetenz» einsetzt. <sup>115</sup>

---

**Zusammenfassung** Der Schutz des Publikums gilt als eines der Ziele im Radio- und Fernsehgesetz und als Aufgabe der UBI. Im Sinne des Publikumsschutzes bestehen im RTVG klare Mindestanforderungen an den Programminhalt, so das Sachgerechtigkeits- und das Wahrheitsgebot. Wie gegenüber den Medien sind auch Anforderungen ans Publikum zu stellen. Von diesem darf eine bestimmte Medienkompetenz erwartet werden. Dabei ist vom Leitbild des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen

Medienkonsumenten auszugehen. Wie weit diese normative Setzung im Zeitalter des Unterhaltungsjournalismus Geltung hat, ist Teil der Fragestellungen.

---

medialex-2011-88

---

**Summary** The protection of the public is one of the goals of the Radio and Television Act and the task of the ICA. For the purpose of public protection, the law contains clear minimum requirements in regard to program content, such as appropriateness and veracity. Just as for the media, requirements are also to be made for the audience from whom certain media literacy skills are expected. This, assuming the model of a reasonably informed, observant and understanding media consumer. How far this normative setting applies in the era of entertainment journalism is part of the issue.

---

[1]Dieser Aufsatz basiert auf dem Referat «Der Schutz des Publikums als zentrale Aufgabe der UBI», welches anlässlich des 25-Jahre-Jubiläums der UBI am 20.11.2009 gehalten wurde (die entsprechende Präsentation kann abgerufen werden unter [www.zkr.ch](http://www.zkr.ch) > Publikationen). Er geht aber über jene Thematik hinaus und befasst sich insbesondere mit der Medienkompetenz.

[2]Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI). In diesem Beitrag wird nicht auf das Beanstandungsverfahren vor den Ombudsstellen eingegangen (vgl. dazu Zölch/Zulauf, *Kommunikationsrecht für die Praxis*, 2. Aufl., Bern 2007, 165 f.).

[3]Mit Medieninhalten sind hier Sendungen im Sinne von Art. 2 lit. b RTVG (Radio- und Fernsehgesetz) gemeint. Vgl. dazu auch *Qualität der Medien*, Jahrbuch 2010, Basel 2010, 15.

[4]BGE 132 II 290, E.3.2.3 [«SpiderCatcher»].

[5]BGE 134 II 260, E.6.2 [«Schönheitschirurg»] (m.w.H.); BGE 132 II 290, E.3.2.3 [«SpiderCatcher»]; vgl. dazu auch die Anmerkungen von Graber, *Medialex* 2008, 187 f.

[6]Nebst dem Tatbestand der Verweigerung des Zugangs zu einem Programm (Art. 94 lit. b RTVG); vgl. dazu BGE 136 I 167, E.3.3 [«VgT»] sowie BGer, 2.6.2010, 2C\_59/2010, E.2.2 [«VgT II»], *sic!* 2010, 705 (vgl. zum UBIE v. 18.9.2009, b.607, die Anmerkungen von Graber, *medialex* 2010, 45).

[7]BGE 134 II 260, E.6.2 [«Schönheitschirurg»]; 132 II 290, E.3.2.3 [«SpiderCatcher»].

[8]BGE 134 II 260, E.6.2 [«Schönheitschirurg»]; 132 II 290, E.3.2.3 [«SpiderCatcher»].

[9]Vgl. auch Graber (Fn. 5), 188.

[10]UBIE v. 31.8.2007 (b.555, [«Schönheitschirurg»]) und der entsprechende BGE 134 II 260, E.6.2 [«Schönheitschirurg»] – vgl. zu diesem Fall die Ausführungen unter Ziff. II. 2.

[11]Vgl. Art. 93 Abs. 5 BV und Art. 82 - 85, 94–98 RTVG.

[12]Explizit wird von «Programmaufsicht» jeweils in den Kapitelüberschriften der rechtlichen Grundlagen gesprochen (Titel vor Art. 57 RTVG und vor Art. 53 RTVV); BGE 134 II 260, E.6.4 [«rundfunkrechtliche Aufsicht»]; Weber, *Rundfunkrecht, Stämpfli Handkommentar*, Bern 2008, 83 N 2; Nobel/Weber, *Medienrecht*, 3. Aufl., Bern 2007, 457; Zölch/Zulauf (Fn. 2), 166; Müller/Schefer, *Grundrechte der Schweiz*, 4. Aufl., Bern 2008, 515.

[13]Art. 83 Abs. 1 RTVG. Vgl. dazu Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 83 N 6; Barrelet, *Les libertés de la communication*, in: *Thürer/Aubert/Müller* (Hrsg.), *Verfassungsrecht der Schweiz*, Zürich 2001, § 45 N 37; Dumermuth, *Rundfunkrecht*, in: *Schweizerisches Bundesverwaltungsrecht*, Basel, 1996, 183 f.; ferner Burkert, *St. Galler BV-Kommentar*, 2. Aufl., St. Gallen 2008, 93 N 10; Weber, *Energie und Kommunikation*, in: *Thürer/Aubert/Müller* (Hrsg.), *Verfassungsrecht der Schweiz*, Zürich 2001, § 60 N 33; BGE 121 II 29, E.2; 119 Ib 166, E.2.

[14]BGE 122 II 471; Nobel/Weber (Fn. 12), 456.

[15]BGE 134 II 260, E.6.2 [«Schönheitschirurg»]; kritisch zur Formulierung von Art. 4 Abs. 1 RTVG Graber, *Anmerkungen* (Fn. 5), 188.

[16]Präziser wäre von *Beschwerden zugunsten privater Interessen* zu sprechen, vgl. auch Ziff. I. 2 oben, sowie die – gleiche – Stichwortwahl in *medialex* 2010, 106 (betr. UBIE v. 11.3.2010, b.613).

[17]Das kann gemäss UBI der Fall sein bei einer blossstellenden oder erniedrigenden Darstellung von Personen als Objekte (vgl. [http://www.ubi.admin.ch/de/themen\\_ubi-rechtsprechung.htm](http://www.ubi.admin.ch/de/themen_ubi-rechtsprechung.htm), 15.1.2011).

[18]UBIE v. 31.8.2007 (b.555, [«Schönheitschirurg»]), E.4 und 4.3 (mit Verweis auf ihre Rechtsprechung); Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 5f.

[19]BGE 134 II 260, E.6.2 ; Graber, *Anmerkungen* (Fn. 5), 188; ferner Zulauf/Bütikofer, *Versteckte Kamera als journalistische Recherche*, *medialex* 2009, 193.

[20]Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 6.

[21]Vgl. vorangehende Fn.

[22]Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 69 N 6, spricht in diesem Zusammenhang vom «subsidiären Charakter» einer Beschwerde an die UBI.

[23]Häfelin/Müller/Uhlmann, *Allgemeines Verwaltungsrecht*, 6. Aufl., Zürich 2010, N 61; Schmid, *Strafprozessrecht*, 4. Aufl., Zürich 2004, N 843; ferner BGE 134 II 229, E.3.3.3.

[24]Vgl. den Entscheid [SLKE] v. 21.4.2004, E.3.b [«Pfannen-Trophy»], *sic!* 2004, 737 (m.w.H.), und schon SLKE v. 30.4.1998, E.2 [«EMD/SonntagsZeitung»], *sic!* 1999, 95.

[25]Vgl. Häfelin/Müller/Uhlmann (Fn. 23), N 69.

[26]Vgl. z.B. UBIE v. 31.8.2007, b.555 [«Schönheitschirurg»] – wie weit der im Dispositiv enthaltenen Erwähnung in Klammern [«die Programmbestimmungen (rundfunkrechtlicher Persönlichkeitsschutz) verletzt (...)»] eine Rechtskraft zukommen kann, wäre noch eingehender zu prüfen.

[27]In diesem Sinne hat jedenfalls die Schweizerische Lauterkeitskommission entschieden (SLKE v. 30.4.1998, E.2 [«EMD/SonntagsZeitung»], *sic!* 1999, 95.

[28]Botschaft RTVG., BBl 2003 172; Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 94 N 8; BGer, 30.9.2009, 2C\_190/2009, E.2.2. [«Meinungsumfrage»].

[29]BGE 131 II 253, E.2.3 [«Rentenmissbrauch»].

[30]Vgl. auch Dumermuth, *Die Programmaufsicht bei Radio und Fernsehen in der Schweiz*, Basel 1992, 296 ff.

[31]Auch aufgrund der breiten Abdeckung ist das Sachgerechtigkeitsgebot der mit Abstand meist gerügte Tatbestand vor der UBI, vgl.  
[http://www.ubi.admin.ch/de\\_dokumente/Medienkonferenz09\\_Powerpoint\\_%20Praesentation.pdf](http://www.ubi.admin.ch/de_dokumente/Medienkonferenz09_Powerpoint_%20Praesentation.pdf) (15.1.2011).

[32]Vgl. die nachfolgend im Text aufgeführten.

[33]Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 10 ff.; Nobel/Weber (Fn. 12), 420; Müller/Schefer (Fn. 12), 504; Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), Rz. 73 ff.; Weber, *Kommunikation* (Fn. 13), § 60 Rn. 31; Senn, *Satire und Persönlichkeitsschutz*, Bern 1998, 181 f.; BGE 122 II 471, E.5 (m.w.H.).

[34]Vgl. Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 10 ff.; Nobel/Weber (Fn. 12), 420/104 f.; Studer/Mayr von Baldegg, *Medienrecht für die Praxis*, 3. Aufl., Zürich 2006, 197; UBIE v. 23.8.2002, E. 4.3 (b.458 [«Arena»]), mit Hinweis auf die Praxis und Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), 73 ff.

[35]Vgl. zum Vielfaltsgebot auch Ziff. III. 1.

[36]BGE 131 II 253, E.2.3 [«Rentenmissbrauch»] – Zur Frage des Verhältnisses von Objektivität und Sachgerechtigkeit vgl. auch Ziff. II. 7.

[37]Burkert (Fn. 13), 93 N 11; Zölch/Zulauf (Fn. 2), 143.

[38]Weber, *Media Governance, Qualitätssicherung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk*, in: *Jusletter* 16.7.2007, Rz.22; Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 10.

[39]UBIE v. 4.7.2008, E.7.5 (b.580 [«Blochersches Weltbild»]).

[40]Zur Frage des massgebenden Verständnisses vgl. Ziff. III. 2. B.

[41]Siehe beispielsweise Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 20; Weber, *Qualitätssicherung* (Fn. 38), Rz. 22; Studer, *Wahrhaftigkeit in den Medien*, in: Riklin (Hrsg.), *Wahrhaftigkeit in Politik, Recht, Wirtschaft und Medien*, Bern 2003, 148; Dumermuth, *Programmaufsicht* (Fn. 30), 296 (abstützend auf Habermas); Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), Rz. 75; ohne klare Abgrenzung Studer/Mayr von Baldegg, (Fn. 34), 21 f. und 198; BGE 122 II 471, E.4.a; 121 II 359, E.3; BGer, 19.3.2008, E.3.1 (2C\_542/2007/2007, [Fuente Alamo]), sic! 2008, 617. Von Wahrheitspflicht (der Medien) sprechen Nobel/Weber (Fn. 12), im Zusammenhang mit dem Medienverfassungsrecht (93), bei *Rundfunkrecht* jedoch von *Wahrhaftigkeit* (422).

[42]Für Journalisten bedeutete dies gemäss Dumermuth, dass «nichts verbreitet [werden darf], was nicht nach bestem Wissen und Gewissen für wahr gehalten wird» (Dumermuth, *Programmaufsicht* [Fn. 30], 296, unter Hinweis auf die Rechtsprechung der UBI).

[43]Eingehend Künne, *Wahrheit*, in: *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, Bd.12, Basel 2004, 48 ff. und insbesondere 104 ff.; Senn, *Persönlichkeitsschutz* (Fn. 33), 46 ff. (m.w.H.). Vom gleichen Begriffsverständnis gehen auch Löffler/Ricker aus (Löffler/Ricker, *Handbuch des Presserechts*, 5. Aufl., München 2005, 39 Rz. 11), während Löffler selbst offenbar die Wahrheitspflicht im Sinne eines Wahrhaftigkeitsgebots versteht (Löffler, *Presserecht*, 5. Aufl., München 2006, LPG 6 Rz. 160). Dumermuth, *Programmaufsicht* (Fn. 30), 297 f., setzt sich mit der Theorie (der kommunikativen Vernunft resp. Kompetenz) von Habermas auseinander, ohne auf weitere Theorien einzugehen (vgl. hierzu Künne oben).

[44]Soweit mit «objektiver Wahrheit» (dazu: Pürer, *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*, Konstanz 2003, 203 (unter Hinweis auf Löffler 1994[!]) eine absolute Wahrheit gemeint wäre, könnte diese nicht einmal in der Wissenschaft garantiert werden. Zu Recht fragt Klein, ob man «Wahrheit nicht von vornherein mit empirischer Adäquatheit identifizieren» wolle (Klein, *Wahrheitskriterium*, in: *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, Bd.12, Basel 2004, 187). Auch Luhmann versteht Wahrheit in relativem Sinne, wenn er davon spricht, dass es kaum «eine Punkt-für-Punkt Korrespondenz zwischen Information und Sachverhalt, zwischen der operativen und der repräsentierten Realität» gäbe (Luhmann, *Die Realität der Massenmedien* [Kapitel Nachrichten und Berichte], Opladen 1996, 56). Zum Ganzen Künne, (Fn. 43), 48 ff., worin auch ausführlich die Diskussionen um den Wahrheitsbegriff und dessen Abgrenzung dargelegt werden.

[45]Vgl. dazu die pointierte Formulierung bei von Foerster: «Objektivität ist die Wahnvorstellung eines Subjekts, dass es beobachten könnte ohne sich selbst.» (von Foerster, *Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke*, hrsg. von S.J. Schmidt, Frankfurt a.M., 1973, 103 [übersetzt]).

[46]BGE 131 II 253, E.2.1 [«Rentenmissbrauch»]; BGer, 19.3.2008, 2C:542/2007/2007, E.3.1 [«Fuente Alamo»], sic! 2008, 617.

[47]Gemäss Dumermuth bewirke die Rechtsprechung des BGer, dass die Wahrhaftigkeit in «Wahrheit als Beziehung zwischen Aussage und Realität modifiziert» würde (Dumermuth, *Programmaufsicht* [Fn. 30], 299).

[48]Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 20; vgl. auch Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), Rz. 75; Zulauf/Bütikofer (Fn. 19), sprechen von «journalistischer Wahrhaftigkeit».

[49]BGer, 19.3.2008, 2C\_542/2007/2007, E.3[«Fuente Alamo»], sic! 2008, 617; BGer, 12.10.2009, 2C\_291/2009, E.4.1 [«Pflegekind»], sic! 2010, 148; BGE 131 II 253, E.2.1 [«Rentenmissbrauch»]. Der EGMR verwendet beispielsweise die Bezeichnung «Wahrheitsgehalt», vgl. EGMR, 8.4.2010, Nr. 45130/06 [«Ruokanen u.a. c. Finnland»], *medialex* 2010, 153.

[50]So Nobel/Schürmann, welche die Wahrhaftigkeit als «Aspekt der Sorgfaltspflicht» innerhalb des Sachgerechtigkeitsgebots sahen (Nobel/Schürmann, *Medienrecht*, 2. Aufl., Bern 1993, 422). Die UBI selbst verwendet diesen Begriff nicht mehr (beispielsweise noch in UBIE v. 23.8.2002, b.458, E. 4.3 [«Arena»]).

[51]Die in Art. 28 Abs. 4 StGB verlangte wahrheitsgetreue Berichterstattung verlangt im Übrigen auch eine Identität der Darstellung mit dem Sachverhalt (hier über Äusserungen in Verhandlungen bzw. Mitteilungen), vgl. dazu Stratenwerth/Wohlens, *StGB Handkommentar*, Bern 2009, 28 N 6; BSK *Strafrecht I-Zeller*, 2. Aufl, Basel 2007, 28 N 95. Im Lauterkeitsrecht besteht im Zusammenhang mit kommerzieller Kommunikation ebenfalls ein aus dem Täuschungsverbot abgeleitetes Gebot der Wahrheit, und zwar in dem Sinne, dass eine Werbeaussage objektiv richtig sein muss (ausführlich dazu SLKE v. 25.3.2003 [«Preis-Leistungs-Verhältnis»], E.2.a, sic! 2003, 559 (mit Hinweisen auf die Literatur); ferner Senn, *Werberecht*, in: Grüter/Schneider/Senn, *kommunikationsrecht.ch*, Zürich 2007, 117.

[52]Vgl. Ziff. 1. 1 der Richtlinie, die sich auf Ziff. 1 der Erklärung bezieht ([www.presserat.ch](http://www.presserat.ch) > Erklärung); vgl. dazu die Stellungnahmen v. 12.3.2009, E.1.a (15/2009; *medialex* 2009, 119) und v. 23.4.2010 (15/2010, *medialex* 2010, 173). In diesem Sinne äussert sich auch Dumermuth, wonach dann eine «Information (...) auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen sei», wenn Zweifel an der Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit bestünden (Dumermuth, *Rundfunkrecht* [Fn. 13], Rz. 78; Hervorhebung durch den Verfasser).

[53]BGer, 19.3.2008, 2C\_542/2007/2007, E.5.3 [«Fuente Alamo»], sic! 2008, 617; BGE 131 II 253, E.2.1. [«Rentenmissbrauch»].

[54]Zur Abgrenzung von Tatsachendarstellung und Meinungsäusserung vgl. Senn, *Kommerzielle Äusserungen im Schutze der Meinungsäusserungsfreiheit, sic!* 1999, 112 f. (m.w.H.).

[55]In diesem Sinne auch Dumermuth, *Programmaufsicht* (Fn. 30), 298, und Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), Rz. 76, 78.

[56]BGE 131 II 253, E.2.2 [«Rentenmissbrauch»]; Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 22; Weber, *Qualitätssicherung* (Fn. 38), Rz.15; Burkert (Fn. 13), 93 N 11.

[57]Vgl. Weber, *Qualitätssicherung* (Fn. 38), Rz. 17.

[58]Weber nennt dies Kriterium der *Schlüssigkeit* (Weber, *Qualitätssicherung* [Fn. 38], Rz.18).

[59]Weber, *Qualitätssicherung* (Fn. 38), Rz.16.

[60]Vgl. BGE 131 II 253, E.2 [«Rentenmissbrauch»]; UBIE v. 19.6.2009, b.598, E.4.2 [«Puls/Insulin»]; UBIE v. 19.10.2007, b.568, E.2.6 [«Computersucht»]; Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 17; Weber, *Qualitätssicherung* (Fn. 38), Rz. 22 (m.w.H.); ferner Studer/Mayr von Baldegg (Fn. 34), 198 f.

[61]UBIE v. 19.6.2009, b.598, E.4.2 [«Puls/Insulin»]. Zur Rechtsprechung der UBI vgl. auch Graber, *Anmerkungen zum UBIE v. 17.10.2008, b.586, medialex 2009, 110.*

[62]Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 4 N 17; Dumermuth, *Rundfunkrecht* (Fn. 13), Rz. 68 und 73; Nobel/Weber (Fn. 12), 421.

[63]Vgl. dazu eingehend die Anmerkungen von Graber zu den Rechtsprechungen von BGer und UBI, wonach «zweistufig vorzugehen und zwischen einer Manipulation des Publikums und einer Verletzung journalistischer Sorgfaltspflichten zu unterscheiden [sei]. Erste und zwingende Hürde (...) soll die Manipulation das Publikums sein. Fragen der journalistischen Sorgfaltspflicht sind erst von Belang, wenn diese Schwelle überschritten ist.» (Graber, *Anmerkungen zu BGE 131 II 253 [«Rentenmissbrauch»]*, *medialex 2005, 105*; ferner Steiner, *Anmerkungen zum UBIE v. 19.2.2010, b.610, medialex 2010, 218*).

[64]Zur Problematik des normativen Ansatzes vgl. Senn, *Der «gedankenlose» Durchschnittsleser als normative Figur?*, *medialex 1998, 151 ff.* (m.w.H.).

[65]Zur Frage des Verständnishorizonts bzw. der Medienkompetenz des Publikums vgl. unter Ziff. III. 1.

[66]Medienkompetenz ist Gegenstand der Medienforschung, wie sie in Art. 77 RTVG erwähnt wird. Dabei können insbesondere gesellschaftliche Entwicklungen untersucht werden (Art. 73 Abs. 2 RTVV). Vgl. dazu Weber, *Rundfunkrecht* (Fn. 12), 77 N 2; ferner Kellermüller, *Das neue RTVG und die Online-Medien*, *ZSR 2006, 387*.

[67]Erwägungsgrund [EG] 13 der Empfehlung der Kommission v. 20.8.2009 zur Medienkompetenz in der digitalen Welt als Voraussetzung für eine wettbewerbsfähigere audiovisuelle und Inhalte-Industrie und für eine integrative Wissensgesellschaft (ABl L 227 v. 29.8.2009, 9 [nachstehend EU-Empfehlung Medienkompetenz]). Diese Umschreibung findet sich ferner auch im EU-Bericht über die Umsetzung der europäischen Kulturagenda (KOM[2010] 390 v. 19.7.2010), 4, sowie im Grünbuch zur Erschliessung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien (KOM[2010] 183 v. 27.4.2010), 21.

[68]EG 10 der EU-Empfehlung Medienkompetenz (Fn. 67).

[69]So insbes. EU-RL über audiovisuelle Mediendienste (Richtlinie 2007/65/EG v. 11.12.2007 [kurz AVMD-RL genannt], EG 37.

[70]Metzler-Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft, Stuttgart 2002, 225.

[71]Im Sinne einer kritischen Reflexivität, d.h. Vielfalt von Information und Unterhaltung, zu bewerten.

[72]EU-Empfehlung Medienkompetenz EG 11 (Fn. 67); vgl. auch Süss/Bonfadelli, Mediennutzungsforschung, in: Jarren/Bonfadelli (Hrsg.), Einführung in die Publizistikwissenschaft, Bern u.a., 2001, 328; Bonfadelli, Medienwirkungsforschung I, 3. Aufl., Konstanz 2004, 223 f.

[73]Metzler-Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft (Fn. 70), 225.

[74]Vgl. dazu Baake, Medienpädagogik, Bd. 1, Grundlagen der Medienkommunikation, Tübingen 1997.

[75]Jarren/Wassmer, Medienkompetenz – Begriffsanalyse und Modell, in: merz, Medien und Erziehung (ZS für Medienpädagogik), 3/2009, 48 f., die auch auf die (teils) «stetig komplexer» werdenden differenzierteren Modelle hinweisen.

[76]Gemäss dem Modell von Dewe/Sander, Medienkompetenz und Erwachsenenbildung, in: von Rhein (Hrsg.), Medienkompetenz als Schlüsselbegriff, Heilbrunn, 1996, 123–142.

[77]Metzler-Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft (Fn. 70), 226.

[78]Vgl. EG 16 der EU-Empfehlung Medienkompetenz (Fn. 67).

[79]Vgl. dazu Ziff. II. 6.

[80]Vgl. Weber, Rundfunkrecht (Fn. 12), 4 N 37 ff.; Nobel/Weber (Fn. 12), 423 ff.

[81]Andernorts wird auch vom «Idealbild» gesprochen (vgl. Wirth/Matthes, Eine wundervolle Utopie?, in: Imhof/Blum/Bonfadelli/Jarren [Hrsg.], Demokratie in der Mediengesellschaft, Wiesbaden, 2006, 341–357; Neuberger, Medienrecht und Medienwandel aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht, AfP 2009, 540).

[82]Siehe sogleich.

[83]Hinsichtlich der individuellen Einstellung der Rezipienten im Gegensatz zur öffentlichen Meinung als der Makroebene.

[84]Vgl. dazu Senn, Grundsatz zum Geltungs- und Anwendungsbereich, sic! 2008, 591 (m.w.H.); zur Problematik des Durchschnittsrezipienten Senn, Figur (Fn. 64), 150–155; Studer/Mayr von Baldegg, (Fn. 34), 171.

[85]BGer, 19.3.2008, 2C\_542/2007/2007, E.3.2 [«Fuente Alamo»], sic! 2008, 617.

[86]BGE 131 II 253, E.3.4 [«Rentenmissbrauch»].

[87]BGer, 30.9.2009, 2C\_1980/2009, E.1.3 [«Meinungsumfrage»], das die Beschwerde gegen den UBIE v. 22.8.2008, b.584 [«Meinungsumfrage»] abweist; ebenso BGer, 12.1.2010, 2C\_495/2009 [«Handystudie»], medialex 2010, 45.

[88]Diese beziehen sich auf das Konsumentenleitbild und müssen für das Leitbild des Medienkonsumenten adaptiert werden; vgl. dazu im Einzelnen Senn, Anwendungsbereich (Fn. 84), 591 f.

[89]Gemäss den in Ziff. III. 1 beschriebenen Anforderungen. Auf die weiteren Kriterien der inhaltlichen und technischen Kommunikationsfähigkeit bzw. der Gestaltungsfähigkeit wird hierbei nicht weiter eingegangen, da sich diese insbesondere auf die (interaktive) Mediennutzung über Internet beziehen und im vorliegenden Zusammenhang nicht relevant sind.

[90]BGer, 19.3.2008, 2C\_542/2007/2007, E.3.2 [«Fuente Alamo»], sic! 2008, 617; BGE 131 II 253, E.2.2 und 3.1 [«Rentenmissbrauch»]. Vgl. auch Dumermuth, Rundfunkrecht (Fn. 13), Rz. 76, und Graber, Anmerkungen zum UBIE v. 17.10.2008 (Fn. 61), 110.

[91]UBIE v. 31.7.2007, b.553, E. 5.4 [«Feuer frei»].

[92]UBIE v. 22.8.2008, b.584, E.5.2, 5.4, 5.8 [«Meinungsumfrage»].

[93]BGE 132 II 290, E.3.2.1 [«SpiderCatcher»].

[94]UBIE v. 20.2.2009, b.596, E.3.3. [«Evolutionstheorie»].

[95]Wieweit dieses quantitativ erfassbar ist, kann hier nicht näher untersucht werden.

[96]UBIE v. 5.12.2008, b.592, E.7.4 [«Neger»]; vgl. dazu auch Dumermuth, Rundfunkrecht (Fn. 13), Rz. 76.

[97]UBIE v. 5.12.2008, b.592, E.6.1 [«Neger»].

[98]UBIE v. 5.12.2008, b. 592, E.7.6 [«Neger»].

[99]Das RTVG auferlegt den (übrigen) Medien keinen allgemeinen Bildungsauftrag, doch kommt ihnen zumindest indirekt eine bestimmte Bildungsfunktion zu.

[100]Gemäss Programmauftrag der SRG sollen deren Sendungen auch die «Bildung des Publikums» zum Gegenstand haben (Art. 24 Abs. 4 lit.c RTVG). (Ausländische) TV-Sender mit allgemeinem Bildungsinhalt erhalten eine Zugangsberechtigung über Leitungen gemäss Art. 59 Abs. 2 RTVG (vgl. Weber, Rundfunkrecht [Fn. 12], 59 N 1 und 8).

[101]Botschaft RTVG., BBL 2003, 1689; Weber, Rundfunkrecht (Fn. 12), 24 N 24.

[102]Vgl. beispielsweise Wyss/Pühringer/Meier, Journalismusforschung, in: Bonfadelli/Jarren/Siegert, Einführung in die Publizistikwissenschaft, 317 ff.; Pürer (Fn. 44), 359 ff.; Bonfadelli, Medienwirkungsforschung (Fn. 72), insbes. 250 ff.

[103]Jahrbuch Qualität der Medien (Fn. 3), 16.

[104]Der als «Entertainment mit stark fiktionalen Elementen» auftritt und Nachrichten auf «Reizeffekte reduziert» (Pürer [Fn. 44], 154 f.; ähnlich Wyss/Pühringer/Meier [Fn. 102], 317 f.).

[105]Das sind insbesondere die Bereiche Kriminalität und Prominente (vgl. dazu die BAKOM-Mitteilung v. 15.9.2010, wonach ein Berichterstattungsanteil von über 50% als problematisch angesehen wird (<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=35137> [ 15.1.2011])). Vgl. auch den Presserat im Fall «Hirschmann», wonach «derartige Themen nicht nur in der

*Boulevardpresse und in Gratismedien, sondern zunehmend auch in Qualitätsmedien ein überproportionales Gewicht erhalten haben, während gleichzeitig die Funktion der Medien als <Wachhunde> der Demokratie und Moderatoren des gesellschaftlichen Diskurses tendenziell zurückgedrängt wird» (Stellungnahme Nr.58/2010, 16.12.2010).*

*[106]Der sich den «Qualitätsnormen der Objektivität und der Vermittlung von Wahrheit verpflichtet» (Pürer [Fn. 44], 154) bzw. die «Realität abbilden» soll (Wyss/Pühringer/Meier [Fn. 102], 312).*

*[107]Zur ganzen Thematik und insbesondere der «die Wirklichkeit verzerrenden Darstellung in den (Boulevard-)Medien» vgl. Senn, Persönlichkeitsschutz (Fn. 33), 40 Fn. 4 (m.w.H.).*

*[108]Die Medienkritik spricht hierbei sogar von «mehr Desinformation als Information» (Saldo, 24.11.2010, 14) bzw. von «bescheidenem Fachwissen unter Journalisten» (NZZ v. 2.11.2010).*

*[109]Saldo v. 4.11.2009, 15.*

*[110]BGE 131 II 253, E.3.4 [«Rentenmissbrauch»]. Der Presserat verlang bei «formalen oder inhaltlichen Ungenauigkeiten» eine gewisse Relevanz (für das Verständnis des Zusammenhangs und Sachverhalts), vgl. Stellungnahme v. 21.10.2009 (57/2000/20009; medialex 2010, 57).*

*[111]Studer/Mayr von Baldegg (Fn. 34), 22, sprechen sogar davon, dass «Medienschaffende bei allem Fleiss halbinformiert und von Interessen und Vor-Urteilen geleitet» seien.*

*[112]Sogar das Publikum beurteilt das Informationsangebot aus Politik, Wirtschaft und Kultur (der privaten Lokalradios) als unterdurchschnittlich (vgl. die Publikumsbefragung des BAKOM v. 18.1.2011, abrufbar unter <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=37255>).*

*[113]Mit diesen Fragen hat sich die Medien(wirkungs)forschung näher zu befassen (vgl. dazu Wirth/Matthes [Fn.81]).*

*[114]Vgl. die Ausführungen bei von Wallenberg im Bericht über verändertes Mediennutzungsverhalten (verfasst von Heymann, AfP 2009, 569).*

*[115]Vgl. Empfehlung II der EU-Empfehlung Medienkompetenz (Fn. 67).*