

## «Kassensturz»-Beitrag verletzte Programmrecht

SRG bei Bundesgericht abgeblitzt

Der Beitrag des Konsumentenmagazins «Kassensturz» des Schweizer Fernsehens über Management-Kurse vom 11. Januar 2005 hat die Programmbestimmungen verletzt. Die SRG ist mit einer Beschwerde gegen einen UBI-Entscheid vor Bundesgericht abgeblitzt.

(ap) In dem rund neunminütigen Beitrag war der Wert von Lehrgängen zum MBA (Master of Business Administration) thematisiert worden. Mehr als die Hälfte des auf die An-Moderation folgenden Filmberichts beschäftigte sich mit der Graduate School of Business Administration Zürich (GSBA). Die GSBA wurde dabei in einem negativen Licht dargestellt und die Frage aufgeworfen, ob die Schule überhaupt das viele Geld wert sei.

### **Verletzung journalistischer Sorgfaltspflichten**

Der Rektor und auch ehemalige Absolventen der Schule erhoben in der Folge Beschwerde bei der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI). Die Beschwerde wurde mit neun zu null Stimmen gutgeheissen. Die UBI kritisierte einige programmrechtlich relevante Mängel in der Fernsehsendung. Journalistische Sorgfaltspflichten wie das Transparenzgebot und die Pflicht zu einer fairen Berichterstattung seien nicht beachtet worden.

### **Bundesgericht stützt UBI-Entscheid**

Diese Einschätzung stützt nun auch das Bundesgericht, das sich auf eine Beschwerde der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) mit der Sendung befasst hat. Die Lausanner Richter kamen wie die UBI zum Schluss, dass der umstrittene Beitrag Programmbestimmungen verletzt hat.

Im Hinblick auf die Schwere der Vorwürfe seien die Grenzen eines noch zulässigen, anwaltschaftlich konzipierten Berichts überschritten worden, heisst es in dem am Donnerstag veröffentlichten Urteil. Die «Kassensturz»-Sequenz über die GSBA vermittele mit einem ironischen Unterton über die Schule und deren Lehrgang ein ausgesprochen negatives Bild. Wesentliche Informationen, die es dem Zuschauer erlaubt hätten, dieses allenfalls zu relativieren, seien ihm vorenthalten worden.

### **Zuschauer nicht einseitig informieren**

Entgegen den Einwänden der SRG gehe es nicht darum, einem PR-Journalismus das Wort zu reden, sondern sicherzustellen, dass der Zuschauer nicht einseitig und unvollständig informiert und damit im Rahmen eines Konsumentenmagazins in dem Sinne manipuliert werde, dass ihm nicht die zur eigenen Beurteilung der vom Journalisten vertretenen These erforderlichen Grundlagen in die Hand gegeben werden, hält das Bundesgericht fest.

Ein Konsumentenmagazin müsse und solle angriffig sein und auch einen anwaltschaftlichen Journalismus betreiben können. Dies entbinde es jedoch nicht davon, die kritische Distanz zum Ergebnis der eigenen Recherchen und zu Erklärungen Dritter zu wahren sowie Gegenstandspunkte in fairer Weise darzulegen, auch wenn sie die vertretene These schwächen oder allenfalls in einem für den Zuschauer anderen als dem gewünschten Licht erscheinen liessen.

(Urteil 2A.653/2005 vom 9. März 2006)