

© Jan Sramek Verlag (<http://www.jan-sramek-verlag.at>). [Übersetzung wurde bereits in Newsletter Menschenrechte 2020/6 veröffentlicht] Die erneute Veröffentlichung wurde allein für die Aufnahme in die HUDOC-Datenbank des EGMR gestattet. Diese Übersetzung bindet den EGMR nicht.

© Jan Sramek Verlag (<http://www.jan-sramek-verlag.at>). [Translation already published in Newsletter Menschenrechte 2020/6] Permission to republish this translation has been granted for the sole purpose of its inclusion in the Court's database HUDOC. This translation does not bind the Court.

© Jan Sramek Verlag (<http://www.jan-sramek-verlag.at>). [Traduction déjà publiée dans Newsletter Menschenrechte 2020/6] L'autorisation de republier cette traduction a été accordée dans le seul but de son inclusion dans la base de données HUDOC de la Cour. La présente traduction ne lie pas la Cour.

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft und publisuisse SA gg. die Schweiz – 41723/14

Urteil vom 22.12.2020, Kammer III

Sachverhalt

Bei der ErstBf. handelt es sich um die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, einen Verein nach Privatrecht, der im Bereich des Radios und des Fernsehens auf der Basis einer Konzession der Schweizerischen Eidgenossenschaft auf nationaler Ebene öffentliche Dienstleistungen (*Service public*) bereitstellt. Bei der ZweitBf. handelt es sich um das frühere Vermarktungsunternehmen der ErstBf., *publisuisse SA*, an dem Erstere 99,8% der Aktien hielt.

Am 29.9.2011 reservierte der *Verein gegen Tierfabriken* (»VgT«) bei der ZweitBf. Werbezeit, in der ein von ihm selbst produzierter Spot ausgestrahlt werden sollte. Dieser zeigte für sieben Sekunden das Logo und die Webadresse des Vereins sowie den Text »Was andere Medien totsichweigen«. Die Adresse und der Text wurden dabei von einer Stimme aus dem Off vorgelesen. Am 15.11.2011 ersuchte der VgT die ZweitBf., eine geänderte Version des Spots zu senden, in welcher der ursprüngliche Text durch »Was das Schweizer Fernsehen totsichweigt« ersetzt wurde. In der Folge wurde die erste Version des Spots zwischen dem 23. und dem 31.12.2011 18 Mal gesendet. Die Ausstrahlung der modifizierten Version wurde von der ZweitBf. jedoch verweigert, da sie der Ansicht war, dass diese geschäfts- und imageschädigend

im Sinne ihrer AGB wäre.

Der VgT beschwerte sich gegen diese Weigerung bei der *Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen*. Diese wies die Beschwerde jedoch zurück, da sie der Ansicht war, dass der mit der Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots verbundene Eingriff in die Meinungsfreiheit im Hinblick auf das Ziel, den guten Ruf der ErstBf. zu schützen, verhältnismäßig war.

Das vom VgT mit einer Beschwerde in öffentlich-rechtlichen Angelegenheiten angerufene Bundesgericht gab dem Verein in seiner Leitentscheidung 2C_1032/2012 vom 16.11.2013 (BGE 139 I 306) hingegen Recht. Es stellte fest, dass die ErstBf. aufgrund ihrer Stellung als privilegierte Konzessionärin des Bundes im Bereich der Werbung iSd. Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung¹ an die Grundrechte gebunden war. Die Verweigerung der Ausstrahlung des zweiten Spots hätte nun aber die Grundrechte des VgT beschränkt und diese Beschränkung hätte nicht alleine durch die Sorge um den guten Ruf der ErstBf. gerechtfertigt werden können.

¹ Dieser lautet: »Wer staatliche Aufgaben wahrnimmt, ist an die Grundrechte gebunden und verpflichtet, zu ihrer Verwirklichung beizutragen.«

Am 4.4.2016 übernahm das Vermarktungsunternehmen *Admeira AG* die Aktivitäten der ZweitBf., die aus dem Handelsregister gestrichen wurde. Die ErstBf. wurde Minderheitsaktionärin der AG.

Rechtsausführungen

Die Bf. behaupteten, dass ihre Verpflichtung, den strittigen Spot auszustrahlen, eine Verletzung von Art. 10 EMRK (*Meinungsäußerungsfreiheit*) bewirkt hätte.

I. Erwägungen zum *Locus Standi*

(43) [...] Die ZweitBf. erhob ihre Beschwerde am 28.5.2014 und somit lange vor dem Verlust ihrer Rechtspersönlichkeit in Folge ihrer Streichung aus dem Handelsregister im Jahr 2016. *Admeira SA*, [...] die ihr nachfolgte, erfüllte dieselben Aufgaben für die ErstBf. und brachte unmissverständlich den Wunsch zum Ausdruck, die Beschwerde vor dem GH aufrechtzuerhalten. *Admeira SA* hat ein legitimes Interesse daran, eine endgültige Entscheidung der von der ZweitBf. erhobenen Beschwerde zu erlangen. Folglich akzeptiert der GH, dass *Admeira SA* die Beschwerde im Namen der ZweitBf. weiterverfolgen kann (einstimmig).

II. Zulässigkeit

(46) Zur Aktivlegitimation einer juristischen Person unter Art. 34 EMRK und zum Begriff der »staatlichen Organisation« hat sich der GH im Fall *Radio France u.a./F* wie folgt geäußert:

»Der Kategorie der »staatlichen Organisationen« unterfallen juristische Personen, die an der Ausübung von staatlicher Gewalt beteiligt sind oder öffentliche Dienstleistungen unter staatlicher Kontrolle betreiben. Um zu entscheiden, ob dies auf eine bestimmte juristische Person zutrifft, bei der es sich um keine Gebietskörperschaft handelt, sind ihre rechtliche Stellung und gegebenenfalls die Vorrechte, die sie dadurch erhält, die Natur der von ihr vollzogenen Aktivitäten und der Kontext, in dem diese erfolgen, sowie ihr Grad an Unabhängigkeit gegenüber politischen Behörden zu berücksichtigen.«

(47) Was [...] *Radio France* angeht, betonte der GH, dass diesem zwar Aufgaben des *Service public* zugewiesen wurden und es im Hinblick auf seine Finanzierung weitgehend vom Staat abhängig war, der Gesetzgeber aber ein Regime vorgesehen hatte, dessen Ziel es ohne jeden Zweifel war, seine redaktionelle Unabhängigkeit und institutionelle Autonomie zu garantieren. Er befand, dass *Radio France* sich diesbezüglich wenig von den Gesellschaften unterschied, die sogenannte Privatradios betrieben, die selbst ebenfalls verschiedenen gesetzlichen oder regulatorischen Einschränkungen unterworfen waren. Er

schloss daraus, dass *Radio France* eine »nichtstaatliche Organisation« iSv. Art. 34 EMRK war.

(48) Nichts gestattet es dem GH daran zu zweifeln, dass diese Voraussetzungen auch im vorliegenden Fall erfüllt sind und dass der ErstBf. vor dem GH Aktivlegitimation zukommt.

(49) Da die Beschwerde nicht offensichtlich unbegründet oder aus einem anderen Grund [...] unzulässig ist, erklärt sie der GH für **zulässig** (einstimmig).

III. Zur behaupteten Verletzung von Art. 10 EMRK

(64) Der GH beobachtet, dass zwischen den Parteien nicht strittig ist, dass die Verpflichtung zur Ausstrahlung des strittigen Spots einen behördlichen Eingriff in das Recht der Bf. auf Meinungsäußerungsfreiheit darstellte.

1. Zur gesetzlichen Grundlage des Eingriffs

(66) Der GH erinnert daran, dass die Worte »gesetzlich vorgesehen« in Art. 10 Abs. 2 EMRK nicht nur verlangen, dass die betreffende Maßnahme eine gesetzliche Grundlage im innerstaatlichen Recht hat, sondern auch auf die Qualität des fraglichen Gesetzes abzielen: Dieses muss daher für die Rechtsunterworfenen zugänglich und in seinen Wirkungen vorhersehbar sein [...].

(68) Angesichts des allgemeinen Charakters von Verfassungsbestimmungen kann deren Präzisionsgrad unter jenem liegen, der von anderen Bestimmungen verlangt wird.

(69) [...] Es obliegt in erster Linie den nationalen Behörden und insbesondere den Gerichten und Tribunalen, das innerstaatliche Recht auszulegen und anzuwenden. Wenn die gewählte Auslegung nicht willkürlich oder offenkundig unangemessen ist, beschränkt sich die Aufgabe [des GH] darauf zu entscheiden, ob deren Auswirkungen mit der Konvention vereinbar sind.

(70) Im vorliegenden Fall hält der GH fest, dass gemäß dem Bundesgesetz über Radio und Fernsehen ein Werbespot zu verweigern ist, der die Menschenwürde oder die öffentliche Sittlichkeit verletzt oder zu Diskriminierung, Rassenhass oder Gewalt aufstachelt. Ebenfalls verboten sind Werbungen, welche politische oder religiöse Überzeugungen herabmindern, irreführend oder unlauter sind oder zu einem Verhalten anregen, welches die Gesundheit, die Umwelt oder die persönliche Sicherheit gefährdet.

(71) [...] Der GH bemerkt, dass zwischen den Parteien unstrittig ist, dass die einschlägige Gesetzgebung die Ausstrahlung des fraglichen strittigen Spots grundsätzlich nicht untersagte.

(72) Er beobachtet auch, dass gemäß Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung jeder, der staatliche Aufgaben wahrnimmt, an die Grundrechte gebunden und verpflichtet ist, zu ihrer Verwirklichung beizutragen. Dies ist insbe-

sondere der Fall, wenn einem privaten Unternehmen eine Konzession für eine Aufgabe gewährt wird, die dem *Service public* unterfällt.

(73) Die Bf. bringen vor, der Bereich der Werbung falle nicht unter das Mandat des *Service public*, mit welchem der ErstBf. auf nationaler Ebene betraut wurde. Daher stünde es ihnen wie im Fall *Remuszko/PL* frei, die Werbung zu wählen, die sie ausstrahlen bzw. deren Ausstrahlung sie verweigern, insbesondere wenn es sich um Werbung handle, die dem guten Ruf und der Glaubwürdigkeit der ErstBf. schade.

(74) Der Fall *Remuszko/PL* betraf die Weigerung einer Zeitung, eine bezahlte Werbung für ein Werk zu veröffentlichen, in welchem die Anfänge einer der bekanntesten polnischen Tageszeitungen sowie deren Journalisten und die finanziellen Transaktionen ihres Verlegers in einem ungünstigen Licht dargestellt wurden. Es ging darin einerseits um einen Streit zwischen Privatpersonen, die das Recht auf Meinungsäußerungsfreiheit nach Art. 10 EMRK genossen, und andererseits um die Werbung als private wirtschaftliche Tätigkeit. Es stellte sich dort daher die Frage, ob der Staat eine positive Verpflichtung hatte, die Meinungsäußerungsfreiheit zu schützen und auch im Rahmen von rein horizontalen Beziehungen einen gerechten Ausgleich zwischen den auf dem Spiel stehenden Interessen zu schaffen. Der GH betonte, dass die dem Staat obliegende Verpflichtung, die Meinungsäußerungsfreiheit des Einzelnen zu garantieren, Privatpersonen oder Organisationen kein unbegrenztes Recht gewährt, Zugang zu den Medien zu bekommen, um ihre Ansichten zu bewerben. Eine wirksame Ausübung der Pressefreiheit setzt das Recht der Zeitungen voraus, im Hinblick auf den Inhalt der Werbungen, die sie veröffentlichen, ihre eigene Politik festzulegen und umzusetzen.

(75) Der GH beobachtet jedoch, dass die Beziehung, die im gegenständlichen Fall zwischen den Parteien besteht, nach der Sichtweise des Bundesgerichts nicht horizontal ist [...].

(76) Diesbezüglich befand das Bundesgericht, dass auch wenn sich die ErstBf. im redaktionellen Teil ihres Programms vollkommen auf ihre Autonomie berufen konnte, dies im Bereich der Werbung nicht auf gleiche Weise der Fall war, sofern diese Aktivität darauf abzielte, Einkünfte zu generieren, um ihre Programme zu finanzieren. Es befand, dass diese wirtschaftliche Nebenaktivität eng mit ihrem gesetzlichen Auftrag verbunden war. Die ErstBf. als privilegierte Lizenzinhaberin der Schweizerischen Eidgenossenschaft, die bereits von einer öffentlichen Finanzierung über die Radio- und Fernsehgebühren profitierte, würde nicht die gleiche Freiheit genießen wie ein privates Unternehmen, auch wenn sie gegenüber den Inserenten durch privatrechtliche Verträge gebunden war. Das Gericht befand, dass die spezielle Stellung, welche das Mandat der ErstBf. in der

Schweizer Medienlandschaft verlieh, den beiden Bf. auf dem Anzeigenmarkt beträchtliche Vorteile gewährleistete. Es schloss daraus, dass die Bf. auch im Bereich der Werbung iSd. Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung an die Grundrechte gebunden waren. Die AGB der Bf. könnten daher unter Berücksichtigung der Grundrechtsbindung, die ihnen auch im Bereich der Werbung auferlegt wurde, keine gesetzliche Grundlage iSd. Art. 36 der Bundesverfassung darstellen, die geeignet war, eine Beschränkung dieser Rechte zu rechtfertigen.

(77) Angesichts des Ermessensspielraums, den die Vertragsstaaten insbesondere im Bereich der Werbung genießen, ist der GH der Ansicht, dass die Überlegungen des Bundesgerichts weder offensichtlich unbegründet noch willkürlich sind. Er hält fest, dass andere, differenziertere Lösungen oder gar eine gegenteilige Argumentation zwar denkbar wären, die vom Bundesgericht verwendete Argumentation jedoch nicht neu ist und aus dessen Rechtsprechung folgt, insbesondere aus der Leitentscheidung BGE 136 I 158. In diesem Urteil, das ein Revisionsgesuch betraf, das nach dem Urteil *Verein gegen Tierfabriken Schweiz (VgT)/CH (Nr. 2)* eingebracht wurde, hielt das Schweizer Höchstgericht bereits fest, dass auch wenn die ErstBf. im Bereich der Werbung auf einer privatrechtlichen Grundlage agierte, ihre Aktivitäten in diesem Rahmen dennoch eng mit der Konzession verbunden waren, welche ihr gewährt worden war und die [...] Ausstrahlung von Fernsehsendungen in den Anwendungsbereich von Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung brachte. Der GH nimmt auch die Leitentscheidung BGE 138 I 274 zur Kenntnis, in welcher das Bundesgericht festhielt, dass wirtschaftliche Nebenaktivitäten wie Werbung, die dazu dienen, eine Aufgabe zu finanzieren, die dem *Service public* unterfällt, ebenfalls als »staatliche Aufgaben« iSd. Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung anzusehen waren. Schließlich beobachtet er, dass der Bundesrat im Jahr 2002, bereits nach dem Fall *VgT Verein gegen Tierfabriken/CH [...]*, in seiner Botschaft betreffend die Änderung des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen² ausgeführt hatte, dass ein »Zugang zum Werbeteil« »ausnahmsweise aus der Verfassung abgeleitet werden kann«.

(78) Folglich ist der GH angesichts des Mandats und der Position der Bf. – die bei Bedarf immer noch auf fachlichen Rat zurückgreifen können und bei denen es sich zudem um hoch spezialisierte Sachkundige im Bereich des Radios und Fernsehen handelt – der Ansicht, dass sie nicht vernünftigerweise behaupten können, die Anwendung von Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung und die daraus erfließenden rechtlichen Konsequenzen wären unter den Umständen des Falles unvorhersehbar

² Botschaft des Bundesrates zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 18.12.2002, Bundesblatt 2003, 1569.

gewesen.

(79) Ebenso teilt der GH angesichts der Rechtsprechung des Bundesgerichts [...] und des Umstands, dass der Grad an Bestimmtheit, der von den Verfassungsbestimmungen verlangt wird, niedriger sein kann als jener anderer Bestimmungen, die Ansicht der Bf. nicht, wonach Art. 35 Abs. 2 der Bundesverfassung unklar formuliert sei.

(80) Deshalb befindet der GH, dass die vom Bundesgericht vorgenommene Auslegung weder willkürlich noch offenkundig unangemessen ist. Der Eingriff war daher »gesetzlich vorgesehen« iSv. Art. 10 Abs. 2 EMRK.

2. Zur Legitimität des Eingriffs

(81) Der GH pflichtet der Behauptung der Regierung bei, wonach der Eingriff auf die Garantie des Pluralismus abzielte, der für die Funktion einer demokratischen Gesellschaft notwendig ist, und somit auf den »Schutz der Rechte anderer« iSd. Art. 10 Abs. 2 EMRK. [...]

3. Zur Verhältnismäßigkeit des Eingriffs

(83) Im Urteil *VgT Verein gegen Tierfabriken/CH* hat der GH festgehalten, dass die Schweizer Behörden über einen gewissen Ermessensspielraum verfügen, wenn sie über das Vorliegen eines »zwingenden gesellschaftlichen Bedürfnisses« dafür entscheiden, die Ausstrahlung einer Werbung anzuordnen. Ein solcher Ermessensspielraum ist im geschäftlichen Bereich besonders unverzichtbar, vor allem in einem so komplexen und volatilen Bereich wie der Werbung. Dennoch muss seine Reichweite relativiert werden, wenn die Frage nicht strikt »geschäftliche« Interessen eines Einzelnen betrifft, sondern seine Teilnahme an einer Debatte im allgemeinen Interesse.

(84) Im vorliegenden Fall bemerkt der GH, dass der strittige Spot aus dem normalen kommerziellen Rahmen fällt, wo es darum geht, die Öffentlichkeit dazu zu bewegen, ein spezielles Produkt zu kaufen. Der Spot war tatsächlich Teil einer multimedialen Kampagne, mit welcher der VgT versuchte, seine Webseite und die dort veröffentlichten Informationen zum Tierschutz bekanntzumachen. Da der Verein davon ausging, dass diese Informationen nicht über die Programme der anderen Medien und insbesondere der ErstBf. verbreitet wurden, versuchte sie auch, die Aufmerksamkeit auf diesen Punkt zu lenken. In diesem Zusammenhang teilt der GH die Ansicht des Bundesgerichts, wonach der VgT sich auf die Meinungsfreiheit berufen konnte, um dies zu tun.

(85) Der GH beobachtet, dass der strittige Spot sich vom ursprünglichen – dessen Ausstrahlung die Bf. akzeptiert hatten – lediglich dadurch unterschied, dass er nicht behauptete, die Medien würden allgemein die

vom VgT verbreiteten Informationen verschweigen, sondern speziell zu verstehen gab, dass es die ErstBf. war, die die fraglichen Informationen verschwiegen. Er befindet deshalb, dass dieser Aspekt der Kampagne des Vereins eine Debatte von allgemeinem Interesse betraf. In diesem Zusammenhang erinnert er an die Wichtigkeit, die er in seiner Rechtsprechung der grundlegenden Rolle der Meinungsfreiheit [...] in einer demokratischen Gesellschaft beimisst, insbesondere wenn sie dazu dient, Informationen und Ideen von allgemeinem Interesse zu kommunizieren, sowie an die diesbezüglich spezielle Rolle der audiovisuellen Medien. Aufgrund ihres Vermögens, Nachrichten über Ton und Bild weiterzugeben, haben sie unmittelbarere und stärkere Wirkung als die Printmedien. Die Funktion des Fernsehens als vertraute Quelle der Unterhaltung im Zentrum des Privatlebens des Zuschauers verstärkt ihre Wirkung noch.

(86) Der GH bemerkt demgegenüber, dass die Bf. sich durch den strittigen Spot desavouiert und in ihrem Ruf verletzt fühlten. Sie sind der Ansicht, dass dieser die ErstBf. beschuldigte, keine objektiven Informationen anzubieten, und die Verpflichtung, derartige negative Äußerungen über ihre eigenen Frequenzen auszustrahlen, für diese erniedrigend gewesen wäre. Diesbezüglich bringen sie vor, dass der »Schutz des guten Rufes« ebenfalls ein von Art. 10 Abs. 2 EMRK anerkanntes legitimes Ziel ist.

(87) In diesem Zusammenhang erinnert der GH daran, dass er, wenn er die Notwendigkeit einer Beschränkung der Meinungsfreiheit in einer demokratischen Gesellschaft mit Blick auf den »Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer« prüft, veranlasst sein kann zu untersuchen, ob die nationalen Behörden einen gerechten Ausgleich zwischen zwei von der Konvention garantierten Werten geschaffen haben, die in bestimmten Fällen miteinander in Konflikt treten können, nämlich einerseits der von Art. 10 EMRK geschützten Meinungsfreiheit und andererseits dem Recht auf Achtung des Privatlebens nach Art. 8 EMRK. Wenn die Abwägung dieser beiden Rechte durch die Behörden unter Beachtung der Kriterien aus der Rechtsprechung des GH erfolgte, bedarf es schwerwiegender Gründe, damit dieser seine Ansicht an die Stelle jener der innerstaatlichen Gerichte setzt.

(88) Der GH hält fest, dass das Bundesgericht im Zuge seiner detaillierten Analyse der auf dem Spiel stehenden Interessen befunden hat, dass die schlichte Befürchtung, der strittige Spot könnte dem Ruf der ErstBf. schaden, nicht ausreichte, um eine Verweigerung der Ausstrahlung zu rechtfertigen, da die Meinungsäußerungsfreiheit es erlaubte, abgesehen von den öffentlichen Stellen insbesondere auch Privatpersonen oder Unternehmen zu kritisieren, die staatliche Aufgaben wahrnehmen.

(89) Der GH sieht keinen Grund dafür, von dieser Beur-

teilung abzugehen. Er erinnert daran, dass die ErstBf. angesichts ihrer speziellen Position in der Schweizer Medienlandschaft verpflichtet ist, kritische Ansichten zu akzeptieren (die Grenzen der sie betreffenden zulässigen Kritik sind vergleichbar mit jenen, die für exponierte politische Persönlichkeiten gelten) und ihnen auf ihren Sendekanälen einen Platz zu bieten, auch wenn es sich um Informationen oder Ideen handelt, die verletzen, schockieren oder beunruhigen: So wollen es der Pluralismus, die Toleranz und der Geist der Offenheit, ohne die von einer demokratischen Gesellschaft keine Rede sein kann. Zudem beobachtet der GH, dass vorgesehen war, den strittigen Spot im Rahmen der Werbeblöcke auszustrahlen, die – wie es das Gesetz vorgibt – »vom redaktionellen Teil des Programms klar getrennt und klar als solche identifizierbar« sein müssen. Somit war für die Fernsehzuschauer offensichtlich, dass es sich um die Meinung eines Dritten handelte, die zwar auf sehr provokative Weise präsentiert wurde, bei der es sich aber augenscheinlich um eine Werbung handelte, die keine Verbindung mit den Programmen der ErstBf. hatte.

(90) Schließlich hat der GH im Fall *VgT Verein gegen Tierfabriken/CH* tatsächlich festgestellt, dass das einzige Mittel für den VgT, um die gesamte Schweizer Öffentlichkeit zu erreichen, darin bestand, die nationalen Fernsehprogramme der ErstBf. zu verwenden, da die privaten regionalen Fernsehsender und die ausländischen Sender nicht auf dem gesamten Schweizer Staatsgebiet empfangen werden konnten. Dennoch handelt es sich dabei – anders als es die Bf. zu behaupten scheinen – nicht um ein entscheidendes Kriterium, das für sich ausreichte, um eine Verletzung von Art. 10 EMRK zu bewirken, sondern um einen Faktor unter mehreren. [...] Der GH nimmt den Bericht des Bundesrates vom 17.6.2016³ zur Kenntnis, wonach die Angebote der privaten Fernsehsender ohne Leistungsauftrag oder Anteil an den Gebühren »grundsätzlich auf die Unterhaltung ausgerichtet« sind und »allgemeinen politischen Informationen sowie kulturellen oder Bildungssendungen« nur »sekundäre Bedeutung« zuerkennen. Für den GH erscheint es offensichtlich, dass [...] die privaten Sender oder Werbeblöcke, die über ausländische Sender ausgestrahlt werden, in der Schweiz nicht dasselbe Publikum erreichen können wie die ErstBf.

(91) Angesichts des Vorgesagten befindet der GH, dass die den Bf. auferlegte Verpflichtung, den strittigen Werbespot auszustrahlen, keinen unverhältnismäßigen Eingriff in ihr Recht auf Meinungsäußerungsfreiheit darstellte und daher iSd. Art. 10 EMRK in einer demokratischen Gesellschaft notwendig war (einstimmig).

(92) Deshalb erfolgte **keine Verletzung von Art. 10**

EMRK (einstimmig).

3 Bericht des Bundesrates zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien vom 17.6.2016.