



Universität Zürich
Rechtswissenschaftliches Institut

Fachgruppe Handels- und
Wirtschaftsrecht

Rämistrasse 74
CH-8001 Zürich
www.hawi.uzh.ch

Zürich, 26. Oktober 2010
lic. iur. Fanny Paucker
Lehrstuhl Prof. Dr. Andreas Heinemann

BUNDESGERICHT, URTEIL VOM 12. JANUAR 2010, 4A_203/2009¹ (ZUSAMMENFASSUNG), *WERBEFENSTER – M6 GEGEN SRG*

Das Urteil beschreibt den jahrelangen Streit des französischen Fernsehsenders M6 und der SRG bezüglich Werbefenstern in der Schweiz. Unter Einbezug verschiedener europäischer Abkommen wird auf die Anwendbarkeit der Sendelandtheorie bezüglich Werbefenstern im URG eingegangen. Der Begriff der Werkintegrität wird unter dem Aspekt der Werbefenster erläutert. Zudem wird die Anwendbarkeit des UWG thematisiert.

I. Sachverhalt

Seit 15 Jahren strahlt M6 über Satellit TV-Programme in die Schweiz aus. Seit 2002 wurden durch ein weiteres Signal speziell an das Schweizer Publikum gerichtete Werbefenster in die Sendungen eingefügt. 2003 gelangte die SRG an das Freiburger Kantonsgericht und rügte mit Erfolg eine Verletzung des Urheberrechtsgesetzes (URG), da die Sendung des zweiten Signals auf das Schweizer Territorium ziele, und eine Einwilligung des Urhebers gemäss Schweizer URG fehle. Da M6 keine Lizenzgebühren bezahle, entstehe dem Sender ein unlauterer Wettbewerbsvorteil. M6 rügte 2005 im Gegenzug mit Erfolg bei der zweiten Freiburger Instanz die Aktivlegitimation der SRG, da diese selber nicht die Urheberin sei. Die SRG klagte 2007 vor dem Bundesgericht, welches zum Schluss kam, dass die SRG gemäss URG nicht aktivlegitimiert sei, aber

¹ < <http://www.bger.ch/index/jurisdiction/jurisdiction-inherit-template/jurisdiction-recht/jurisdiction-recht-urteile2000.htm>>, besucht am 10. August 2010.



im Rahmen des Lizenzvertrages ein Feststellungsinteresse habe und auf der Grundlage des UWG eine URG-Verletzung rügen könne². Die Klage wurde an die zweite Freiburger Instanz zurückgegeben, welche eine URG- und UWG-Verletzung bezüglich des zweiten Signals feststellte. M6 klagte vor Bundesgericht.

II. Entscheidungsgründe

A. Das Schutzlandprinzip gem. Art. 110 IPRG

Gem. Art. 110 Abs. 1 IPRG unterstehen Immaterialgüterrechte dem Recht des Staates, für den der Schutz der Immaterialgüter beansprucht wird. Die Anwendbarkeit des Schweizer URG ist zu prüfen.

B. Die europakompatible Auslegung von Art. 10 Abs. 2 lit. d URG

Gem. Art. 10 Abs. 1 URG hat der Urheber das ausschliessliche Recht, über die Verwendung seines Werkes zu bestimmen, und es gem. Art. 10 Abs. 2 lit. d URG über Radio, Fernsehen, Leitungen oder ähnliche Einrichtungen zu senden. Ein TV-Programm eines Satelliten wird über eine "ähnliche Einrichtung" gesendet und fällt gemäss Bundesgericht unter Art. 10 Abs. 2 lit. d URG. Es stellt sich die Frage, ob die Ausstrahlung von einem anderen Land her vom Schweizer URG erfasst wird.

Die Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst, revidiert im Jahr 1971³, beruhte schon vor der Satellitenausstrahlung bezüglich der drahtlosen Rundfunksendung auf der Sendelandtheorie. Die EU hat sich in der RL 93/83 ebenfalls zu Gunsten der Sendelandtheorie ausgesprochen, das Gleiche gilt für die Europäische Konvention über urheber- und leistungsschutzrechtliche Fragen im Bereich des grenzüberschreitenden Satellitenrundfunks vom 11. Mai 1994⁴. Die Schweiz ist weder EU-Mitglied noch hat sie die Konvention ratifiziert. Die Konvention hätte das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen⁵ ergänzen sollen. Die Rechtsharmonisierung mit der EU war der Schweiz 1992 bei der Schaffung des URG bekannt⁶.

Bezüglich des Satellitenfernsehens kann die Sendelandtheorie kann in Anlehnung an das EU-Recht dem Schweizer URG entnommen werden, da der Urheber gem. Art. 10

² BGE 4A_55/2007, E. 5.2.1.

³ SR. 0.231.15.

⁴ < <http://conventions.coe.int/Treaty/ger/Treaties/Html/153.htm> >, besucht am 6. September 2010.

⁵ SR.0.784.405.

⁶ 133 III 568 E.4.6.



Abs. 2 lit. d URG das Recht hat, Werke über Leitungen oder ähnliche Einrichtungen zu senden. Art. 10 Abs. 2 lit. d URG umfasst nicht den Empfang von Werken. Gemäss der Sendelandtheorie hat der Urheber die Zustimmung zur Ausstrahlung seines Werkes nach dem Recht des Staates zu erteilen, von dem die Übertragung ausgeht. Diese erfolgt i.c. durch M6 von Frankreich aus. Französisches Recht ist anwendbar.

Wird die in Art. 11 Abs. 1 lit. a URG beschriebene Werkintegrität durch das Schweizer Signal und durch die Unterbrechung der Sendung mit Werbung geschädigt, könnten der Sachverhalt ausserdem nach Schweizer Urheberrecht zu beurteilen sein. Art. 14 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen⁷ lässt unter gewissen Konditionen Werbeblöcke in Sendungen zu.

Im vorliegenden Fall ist eine Schädigung der Werkintegrität zu verneinen. Die unterbrechende Werbung wurde auch an die französischen Kunden unter Bestand der Werkintegrität ausgestrahlt. Es gibt keine sachliche Rechtfertigung, das Schweizer Signal anders als das Französische zu beurteilen. Die SRG kann somit keine Ansprüche geltend machen, da die Werbeblöcke in der Schweiz ebenfalls unter dem Urheberrechtsschutz der M6 stehen und nicht ein separates Werk für sich darstellen, für das die SRG Urheberschutz hätte. Zusammenfassend findet das URG keine Anwendung. Gem. Art. 110 Abs. 1 IPRG findet das Recht des Staates Anwendung, für welchen der Schutz beansprucht wird, also hier französisches Recht.

C. Die Ansprüche der SRG aus unlauterem Wettbewerb

Gem. Art. 136 IPRG unterstehen Handlungen aus unlauterem Wettbewerb dem Recht des Staates, auf den sich die unlautere Handlung auswirkt. Weil das Programm von M6 in der Schweiz empfangen wird, ist das Schweizer UWG anwendbar.

Die Generalklausel des Art. 2 UWG verbietet jedes täuschende oder in anderer Weise gegen Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebaren, welches das Verhältnis zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern beeinflusst. Aus einer Immaterialgüterrechtsverletzung kann eine UWG-Verletzung resultieren, da eine solche gleichzeitig zu einem unlauteren Wettbewerbsvorteil führen kann. Der Lizenznehmer ist bei einer Immaterialgüterrechts- bzw. URG-Verletzung nur gemäss UWG und nicht gemäss URG aktivlegitimiert⁸. Das Bundesgericht hatte sich 2007 zur Frage der Aktivlegitimation der SRG geäussert⁹.

⁷ SR.0.784.405.

⁸ David Lucas/ Jakobs Reto, Schweizerisches Wettbewerbsrecht, 4. Auflage, Bern 2005, N 17 u. N 22.

⁹ BGE 4A_55/2007 E. 5.2.1. und siehe I. Sachverhalt.



I.c. findet das URG wegen der Sendelandtheorie und der unverletzten Werkintegrität keine Anwendung, weshalb auch keine UWG-Verletzung durch das URG begründet werden kann. Lauterkeitsrechtliche Spezialtatbestände wurden nicht neben dem URG gerügt. Darum kann auch nicht von einer UWG-Verletzung die Rede sein.

III. Zusammenfassende Schlussbetrachtung

Der Entscheid nimmt zur Sendelandtheorie sowie zur Werkintegrität bei Werbefenstern aus dem Ausland Stellung. Die Geltung der Sendelandtheorie im URG wird mit Hinweis auf europäische Abkommen bejaht. Werbefenster beeinträchtigen nicht die Werkintegrität. Zudem wird auf das Verhältnis von URG und UWG und die Aktivlegitimation des Lizenznehmers eingegangen.

IV. Stellungnahme der SRG

Die SRG befürchtet, dass weitere französische Betreiber mit Werbefenstern in den Schweizer Markt hineindrängen werden. Werbefenster verursachen für ausländische Anbieter geringe Kosten, da die Programme schon in den Heimatmärkten finanziert wurden. Die SRG sieht hierin einen unfairen Wettbewerbsvorsprung.

Die SRG schreibt seit 2006 rote Zahlen¹⁰. Sie steht milliardenschweren Medienkonzernen, wie z.B. der RTL- und ProSieben-Gruppe, gegenüber. Kritiker bringen vor, dass Beträge, welche die SRG mit Werbefenstern erwirtschaftet, ins Ausland abfließen könnten¹¹. Die SRG befürwortet zwar die Sendelandtheorie, doch sollte diese nicht den Prinzipien des Urheberrechts widersprechen, wonach jeder Urheber von der Benutzung seines Werkes einen Vorteil haben müsse¹².

¹⁰ Stadler, Rainer, Wer stopft die SRG Finanzlöcher?, NZZ vom 8. Juni 2010, S. 54.

¹¹ Stadler, Rainer, Täglich eine Dosis EU, NZZ vom 27. Juli 2010, S.7.

¹² Diserens, Dominique, Fenêtres publicitaires en Suisse romande : une atteinte à la diversité, MediaLex 2010, S.1 und 2.