

Ombudsstelle SRG.D

Dr. Esther Girsberger, Co-Leitung
Kurt Schöbi, Co-Leitung
c/o SRG Deutschschweiz
Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

E-Mail: leitung@ombudsstellesrgd.ch

Zürich, 28. Januar 2022

Dossier Nr 8286, «Tagesschau», Beitrag «Gold aus fairem Handel» vom 23. Dezember 2021 und dazu gehöriger Online-Artikel

Sehr geehrter Herr X

Besten Dank für Ihr Schreiben vom 24. Dezember 2021, worin Sie obige Sendung wie folgt beanstanden:

«Ich reiche Beschwerde gegen den Beitrag zum Thema Fairtrade Gold in der Tagesschau und in SRFNews vom 23.12.2021 ein.

Beide Beiträge waren reine Werbespots für das Max Havelaar Fairtrade Gold Label. Nur Anwender und Vertreter von Max Havelaar Fairtrade Gold kamen zu Wort und deren Logo wurde im Hintergrund und auf dem Revers des Verantwortlichen deutlich gezeigt.

Der Umfang der beiden Beiträge stand in keinem Verhältnis zur Relevanz des Themas, wurde doch selbst im Beitrag gesagt, dass nur eine Handvoll Goldschmiede-Ateliers Fairtrade Gold anwenden würden.

Fairtrade Gold ist eine eingetragene Marke von Max Havelaar.

Es hat schon Tradition, dass SRF jedes Jahr, kurz vor Weihnachten das Thema Gold journalistisch aufarbeitet um den Konsumenten die Freude am Kauf von Schmuck und Uhren zu nehmen.

Max Havelaar ist entgegen der volkstümlichen Meinung eine kommerzielle Organisation welche durch massive Preisaufschläge die Produkte verteuert um ihre eigene Infrastruktur bezahlen zu können. Nur ein kleiner Bruchteil des Mehrertrages landet bei den Begünstigten.

Im Beitrag wurden Passanten mit tendenziösen Fragen zum Thema Fairtrade Gold befragt.

Beide Beiträge waren unausgewogen und wenig relevant. Die Tatsache, dass 800 Schweizer Goldschmiede-Ateliers, welche schon seit zehn Jahren zu 100% recycelte Edelmetalle für ihre handgefertigten Kreationen einsetzen, fanden keinerlei Erwähnung. Es macht den

Eindruck dass die verantwortlichen Journalisten des Beitrages die einseitigen Informationen der Max Havelaar PR-Abteilung unreflektiert übernommen haben. Eine kurze Recherche im Internet hätte die Verantwortlichen schnell auf das Thema Oekogold gebracht. Unter www.oekogold.ch sind mehr als 270 Goldschmiede-Ateliers aufgeführt welche nach einem strengen Ethik-Codex nur rezyklierte Edelmetalle aus der Schweiz und Deutschland verarbeiten. Dazu gehören auch das Silber, Kupfer, Palladium und Platin welche in den Legierungen enthalten sind.

Ich wäre Ihnen im Namen aller Schweizer Goldschmiede-Ateliers dankbar, wenn Sie diese Beschwerde prüfen und die notwendigen Massnahmen ergreifen könnten»

Wir haben Ihre Kritik **der Redaktion** zur Stellungnahme zugestellt. Sie schreibt Folgendes:

Fokus

Dem beanstandeten Beitrag (ab Time-Code 15:47) über Fairtrade-Gold ist ein Beitrag über das Weihnachtsgeschäft an sich (ab Time-Code 13:26) vorausgegangen. Die Tagesschau hat also an diesem letzten grossen Einkaufstag vor Weihnachten das Weihnachtsgeschäft ganz allgemein und mit einem spezifischen Fokus thematisiert.

Die Wahl eines bestimmten Fokus auf ein Thema ist Teil der in Verfassung und Gesetz verankerten Programmautonomie.

"Die Unabhängigkeit von Radio und Fernsehen sowie die Autonomie in der Programmgestaltung sind gewährleistet."(BV, Art. 92, Abs.3)

Das Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) konkretisiert dies für die Programmveranstalter: *"Sie sind in der Gestaltung, namentlich in der Wahl der Themen, der inhaltlichen Bearbeitung und der Darstellung ihrer Programme, frei und tragen dafür die Verantwortung."*(RTVG; Art. 6, Abs. 2).

Herkunft von Gold

Im Gegensatz zum Beanstander sind die Autorin und die Redaktion der Ansicht, dass der gewählte Fokus – Herkunft von Rohstoffen, konkret von Gold, sowie deren Abbau – durchaus von Relevanz ist. Nach der Ablehnung der Konzernverantwortungs-Initiative im Jahre 2020 hat der Bundesrat den indirekten Gegenvorschlag auf den 1. Januar 2022 in Kraft gesetzt.

<https://www.ejpd.admin.ch/bj/de/home/wirtschaft/gesetzgebung/verantwortungsvolle-unternehmen.html>

Diese neue Regelung enthält neue Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten für Unternehmen, welche Zinn, Tantal, Wolfram oder Gold enthaltende Mineralien oder Metalle aus Konflikt- oder Hochrisikogebieten in der Schweiz bearbeiten oder Produkte oder Dienstleistungen anbieten, bei denen der begründete Verdacht besteht, dass sie unter Einsatz von Kinderarbeit hergestellt oder erbracht wurden.

<https://lsr.recht.ch/de/artikel/01lsr0121ges/indirekter-gegenvorschlag-zur-konzernverantwortungsinitiative>

Der gewählte Fokus – ursprüngliche Herkunft des verwendeten Goldes und dessen Abbau-Bedingungen – sind also von hoher politischer Aktualität und von hohem Interesse, wie der sehr emotional geführte Abstimmungskampf zur Konzernverantwortungsinitiative im Jahre 2020 gezeigt hat.

Sachliche Information

Aufgrund dieser Ausgangslage informiert der Beitrag sachlich über die Herkunft von Gold aus fairem Handel. Der Beitrag zeigt auf, dass 90 Prozent aller Goldschürfer weltweit in kleinen Minen arbeiten. Diese liefern rund einen Fünftel der jährlichen Goldproduktion. Die Menge an fair produziertem Gold aus diesen Minen macht rund 1'000 Kilogramm aus, was einem Anteil von 0,25 Prozent an der gesamten Gold-Produktion entspricht.

Die sachliche Information wird auf der Bildebene grafisch umgesetzt; auf Bilder aus Minen, auf Bilder von arbeitenden Kindern im TV-Beitrag wurde verzichtet.

Autorin und Redaktion können daher nicht verstehen, wie der Beanstander schreibt, dass mit diesem Beitrag «den Konsumenten die Freude am Kauf von Schmuck und Uhren» genommen werde.

Der Beitrag beginnt mit einem Schmuckhersteller, der bei seinem «Luxusprodukt» Wert darauflegt, dass Herkunft und Abbau des Goldes bekannt sind. Er wolle die Geschichten dahinter kennen und dazu stehen. Er argumentiert grundsätzlich, ohne seinen Gold-Lieferanten im TV-Beitrag explizit zu erwähnen. Im Artikel auf SRF News wird dieser Bezug in einem Nebensatz erwähnt.

Der Beitrag thematisiert ausführlich, dass Informationen zur Herkunft und zum Abbau des Goldes in der Bevölkerung wenig verbreitet sind. Dies geht aus der Strassenumfrage hervor, die aus unserer Sicht nicht tendenziös war. Mit diesem Ergebnis wird der Vertreter von Max Havelaar konfrontiert. Die Grafik auf SRF News (Fairtrade-Gold-Umsatz von Max Havelaar) zeigt, dass der Umsatz im Jahr 2020 gegenüber den Vorjahren markant angestiegen ist. Max Havelaar ist eine anerkannte Stiftung, die sich für nachhaltigen und fairen Handel einsetzt. Produkte mit dem Max-Havelaar-Siegel finden sich bei praktisch allen Grossverteilern in der Schweiz.

Entgegen der Ansicht des Beanstanders sind Autorin und Redaktion der Ansicht, dass das Logo von Max Havelaar nur zurückhaltend und dezent zu sehen war. Redaktion und Autorin können daher die Einschätzung des Beanstanders nicht teilen, dass es sich um einen «reinen Werbespot» gehandelt habe. Zudem befragten wir den Vertreter von Max Havelaar kritisch: denn er musste dazu Stellung nehmen, warum ihr Projekt der Förderung des nachhaltigen Goldes so wenig erfolgreich ist.

Der Artikel auf SRF News weitet das Thema «nachhaltiges Gold» über den Schmuckbereich hinaus aus, in dem etwa Banken wie die UBS oder die Zürcher Kantonalbank einbezogen wurden. Die Frage der Herkunft und der Bedingungen des Abbaus ist eine Frage, welche die ganze Gold-Branche betrifft.

«Recycling-Gold»

Autorin und Redaktion haben sich bewusst entschieden, die Wiederverwertung von Gold in der Schmuckherstellung nicht zu thematisieren. Mit der Wiederverwertung von Gold können nämlich keinerlei Aussagen zu den ursprünglichen Arbeitsbedingungen beim Abbau gemacht werden.

Zudem ist die Wiederverwertung von Gold in der Schmuckherstellung gang und gäbe. Es war schon immer so, dass Schmuckstücke aus Gold oder anderen Edelmetallen immer wieder eingeschmolzen und neu bearbeitet, respektive umgearbeitet wurden. Bei einem Goldpreis von aktuell über 50'000 Franken pro Kilogramm wäre es ja auch absurd, Gold nicht zu recyceln und wieder zu neuen Schmuckstücken zu verarbeiten.

Fazit

Die beiden Beiträge (TV und SRF News) haben einen klaren Fokus, nämlich die Herkunft von Gold. Dabei wird sachlich aufgezeigt, dass Gold aus fairem Handel noch einen sehr geringen Anteil am Gesamtvolumen hat. Mit diesem Befund wird der Vertreter einer breit anerkannten Stiftung konfrontiert.

Die Ombudsstelle hat sich den Beitrag der «Tagesschau» und den Online-Bericht dazu im Internet ebenfalls genau angeschaut und sich mit Ihrer Kritik befasst. Sie hält abschliessend fest:

Die Relevanz ist für die Wahl eines Themas ein zentrales Kriterium. Und «Schmuck aus Gold» sowie der «faire Handel» sind relevante Themen: Schmuck aus Gold ist auch als (Weihnachts)-Geschenk sehr beliebt und der faire Handel spielt in unserer Konsumgesellschaft eine immer bewusstere Rolle; sei dies beim Kauf von Textilien, beim Import von Früchten oder beim Handel mit Rohstoffen. Dass die Menge an «fair» produziertem Gold erst 0.25 Prozent der gesamten Gold-Produktion entspricht, ist kein Grund, dem Thema «fairer Handel» die Relevanz abzuspochen, wie dies der Beanstander tut. Der Beitrag zeigt, dass, wer möchte, den «fairen» Handel auch beim Kauf von Goldschmuck berücksichtigen kann.

Es ist ein bewusster Entscheid der Redaktion, unter dem Titel «Gold aus fairem Handel» ausschliesslich die ursprüngliche Herkunft des Goldes und dessen Abbaubedingungen zu thematisieren. Der Beanstander kritisiert, die Tatsache, dass 800 Schweizer Goldschmiede-Ateliers schon seit zehn Jahren zu 100% rezyklierte Edelmetalle für ihre handgefertigten Kreationen einsetzen, hätte ebenfalls erwähnt werden müssen. Abbau und Recycling sind zwei verschiedene Themen und wie die Redaktion in der Stellungnahme schreibt, können beim Rezyklieren keine Aussagen zur Herkunft des Goldes und weiterer Edelmetalle gemacht werden. Deshalb sind der gewählte Fokus und der bewusste Entscheid, die Wiederverwertung nicht zu thematisieren, nachvollziehbar und für das Verständnis des Beitrags hilfreich.

Mit «Max Havelaar» wird eine anerkannte Stiftung zum Thema befragt, die sich für fairen Handel einsetzt und mit dem Label «Fairtrade Gold» selber tätig ist. Dass ein Gesprächspartner in seiner Firma, in seinem «Zuhause» besucht und interviewt wird, ist normal und nicht aussergewöhnlich. Von Werbung, resp. verbotener Schleichwerbung ist die Rede, wenn es zu einer quantitativen Anhäufung von Produktplatzierungen kommt, die zu einem unzulässigen Werbeeffect führen. Das Logo «Fairtrade Gold» ist zwar deutlich zu sehen, aber im Rahmen des Interviews als natürliche Kulisse – und nicht inszeniert – im Raum für «Besucher:innen» der Organisation.

Einen Verstoß gegen Art.4 des Radio- und Fernsehgesetzes RTVG können wir nicht feststellen.

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse am öffentlichen Sender und hoffen, dass Sie diesem trotz Ihrer Kritik treu bleiben.

Sollten Sie in Erwägung ziehen, den rechtlichen Weg zu beschreiten und an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) zu gelangen, lassen wir Ihnen im Anhang die Rechtsbelehrung zukommen.

Mit freundlichen Grüßen

Ombudsstelle SRG.D