Bundesverwaltungsgericht
Tribunal administratif fédéral
Tribunale amministrativo federale
Tribunal administrativ federal

Abteilung I
A-3364/2008
{T 1/2}

Urteil vom 18. Februar 2009

Besetzung

Richterin Kathrin Dietrich (Vorsitz),
Richterin Claudia Pasqualetto Péquignot,
Richter Beat Forster,
Gerichtsschreiber Mario Vena.

Parteien

Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, SRG SSR idée suisse, Rechtsdienst, Belpstrasse 48, 3000 Bern 14,
Beschwerdeführerin,

gegen

Bundesamt für Kommunikation (BAKOM), Zukunftstrasse 44, Postfach, 2501 Biel,
Vorinstanz.

Gegenstand

Werbung und Sponsoring.

Sachverhalt:

A.
Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, SRG SSR idée suisse (nachfolgend: SRG), übertrug im Jahre 2007 das vom Schweizer Team Alinghi gewonnene Segelrennen des 32. America's Cups sowie das vorangegangene Vorausscheidungsrennen (Louis Vuitton Cup). In diesem Zusammenhang strahlte die SRG Ende Juni / Anfang Juli 2007 auf Schweizer Fernsehen (SF) die Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" und auf Télévision Suisse Romande (TSR) die Sendungen "Alinghi 2007" und "Valence 2007" aus. Diese Sendungen wurden von der UBS AG (nachfolgend: UBS) gesponsert, die gleichzeitig auch einer der Hauptsponsoren des Teams Alinghi war. Unmittelbar vor und nach den genannten Sendungen wurde jeweils ein Sponsorhinweis ("Billboard") ausgestrahlt, dessen Bilder Schiff und Team Alinghi auf See zeigten und von einem gesprochenen Text begleitet wurden, der bei den drei Sendungen auf SF "Alinghi in Valencia – mit UBS" lautete, bei den zwei Sendungen auf TSR "Alinghi 2007 avec UBS" beziehungsweise "Valence 2007 sur la TSR, sport de voile captivant avec UBS".

Am 7. August 2007 eröffnete das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) ein Aufsichtsverfahren gegen die SRG. Es äusserte dabei die Vermutung, im Rahmen der Berichterstattung über den 32. America's Cup sei gegen Sponsoringbestimmungen verstossen worden, und gewährte der SRG hierzu das rechtliche Gehör.

B.
Mit Verfügung vom 25. April 2008 hielt das BAKOM (nachfolgend: Vorinstanz) fest, die SRG habe mit der Ausstrahlung der Sponsoringbillboards zu den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" auf SF gegen die Sponsoringbestimmungen verstossen, indem die Sponsornennung eine unzulässige werbende Aussage zum Sponsor UBS enthalten habe und das Sponsoringverhältnis ungenügend deklariert worden sei (Dispositiv Ziff. 1). Demgegenüber seien die Sponsornennungen zu den Sendungen "Alinghi 2007" und "Valence 2007" auf TSR sowie zu den Liveübertragungen des America's Cup und des Louis Vuitton Cup auf TSR und TSI (Televisione svizzera di lingua italiana) rechtmässig gewesen (Dispositiv Ziff. 2). Die SRG wurde – unter Androhung einer Verwaltungssanktion für den Unterlassungsfall – aufgefordert, das BAKOM innert 10 Tagen ab

Rechtskraft der Verfügung über die Massnahmen zu unterrichten, damit die Rechtsverletzung sich nicht wiederhole (Dispositiv Ziff. 3 und 4). Zudem verpflichtete das BAKOM die SRG im Sinne einer weiteren administrativen Massnahme zur Ablieferung des Betrags von Fr. 211'110.-- (Dispositiv Ziff. 5) und auferlegte ihr Verfahrenskosten von Fr. 5'200.-- (Dispositiv Ziff. 6).

C.
Gegen diese Verfügung führt die SRG (nachfolgend: Beschwerdeführerin) mit Eingabe vom 27. Mai 2008 Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht mit folgenden Rechtsbegehren:

"1. Es sei die Verfügung des BAKOM vom 25. April 2008 hinsichtlich der Ziffern 1 und 5 des Dispositivs aufzuheben.

2. Es sei Dispositiv Ziffer 2 der Verfügung des BAKOM vom 25. April 2008 zu berichtigen, und zwar wie folgt: 'Es wird festgestellt, dass die Sponsornennungen der Sendungen 'Alinghi 2007' und 'Valence 2007' auf TSR sowie der Liveübertragungen des America's Cup auf SF, TSR und TSI und der Liveübertragungen des Louis Vuitton Cup auf TSR und TSI rechtmässig waren.'

3. Ebenso sei Dispositiv Ziffer 6 aufzuheben und seien die Verfahrenskosten neu zu verlegen.

4. Bei Gutheissung der vorliegend gestellten Rechtsbegehren sind auch Dispositiv Ziffer 3 und 4 der Verfügung aufzuheben.

Unter Kosten- und Entschädigungsfolge."

Zur Begründung ihrer Beschwerde führt sie vorab aus, der Sachverhalt in der angefochtenen Verfügung werde insofern bestritten, als die Rennen des America's Cup entgegen den Feststellungen der Vorinstanz auch auf SF live übertragen worden seien. Ziff. 2 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung sei entsprechend zu berichtigen.

Weiter bestreitet die Beschwerdeführerin, mit der Ausstrahlung des Sponsoringbillboards zu den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" gegen die Sponsoringbestimmungen verstossen zu haben. Die Sponsornennung habe keine werbliche Aussage zum Sponsor UBS enthalten und einen eindeutigen Bezug zwischen Sponsor und gesponserten Sendungen hergestellt.

Die von der Vorinstanz angeordnete Einziehung des Betrags von Fr. 211'110.-- erachtet die Beschwerdeführerin auch für den Fall einer Verletzung der Sponsoringbestimmungen als unzulässig. Diese Mass-

nahme sei nämlich in Verletzung des rechtlichen Gehörs getroffen worden und erweise sich in materieller Hinsicht ohnehin als unrechtmässig und unangemessen. Sollte das Bundesverwaltungsgericht die Einziehung wider Erwarten als zulässig beurteilen, sei zumindest die Höhe des einzuziehenden Betrages auf höchstens 5 % des erzielten "Gewinns" festzusetzen.

D.
In ihrer Vernehmlassung vom 9. Juli 2008 hält die Vorinstanz an der angefochtenen Verfügung grundsätzlich fest und beantragt die Abweisung der Beschwerde.

Mit Bezug auf Ziff. 2 der Rechtsbegehren macht sie allerdings insofern einen Vorbehalt, als sie erklärt, sie sei offenbar von der falschen Annahme ausgegangen, die Rennen des 32. America's Cup seien auf SF nicht live übertragen worden. Gegen eine entsprechende Berichtigung des Sachverhalts und – falls vom Bundesverwaltungsgericht als nötig erachtet – eine entsprechende Ergänzung von Ziff. 2 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung habe sie nichts einzuwenden, da es sich um ein offensichtliches Versehen handle.

Im Übrigen aber bestreitet die Vorinstanz die Ausführungen der Beschwerdeführerin. Inbesondere hält sie die von ihr gerügte Verletzung des rechtlichen Gehörs für nicht gegeben, jedenfalls aber aufgrund der umfassenden Kognition des Bundesverwaltungsgerichts für geheilt.

Gleichzeitig reichte die Vorinstanz auf entsprechende Aufforderung der Instruktionsrichterin hin ein Rundschreiben an die Radio- und Fernsehveranstalter von Mai 2002 ein sowie vier weitere Verfügungen, die von ihr in anderen, ebenfalls die Beschwerdeführerin betreffenden Fällen im Bereich Werbung und Sponsoring erlassen worden waren.

E.
Mit Zwischenverfügung vom 15. Juli 2008 wurde die Vorinstanz aufgefordert, weitere Verfügungen, auf die sie in ihrer Vernehmlassung verwiesen hatte, sowie zwei näher bezeichnete Entscheide des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) nachzureichen. Da sich die Vorinstanz in ihrer Vernehmlassung auf den Standpunkt gestellt hatte, Gegenstand der gesetzlich vorgesehenen Ablieferung (Einziehung) seien die "Einnahmen" und nicht der "Gewinn", wurde sie eingeladen, sich zu einer bestimmten Stelle in der Botschaft vom 18. Dezember 2002 zur Total-

revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (BBl 2003 1739) zu äussern.

Mit ergänzender Vernehmlassung vom 7. August 2008 nahm die Vorinstanz zur betreffenden Botschaftspassage Stellung und reichte gleichzeitig die vom Bundesverwaltungsgericht zusätzlich verlangten Entscheide nach.

F.
In ihrer Replik vom 2. September 2008 hält die Beschwerdeführerin an ihren Rechtsbegehren vollumfänglich fest.

G.
Die Vorinstanz beantragt in ihrer Duplik vom 26. September 2008 wiederum die Abweisung der Beschwerde.

H.
In ihren Schlussbemerkungen vom 16. Oktober 2008 bekräftigt die Beschwerdeführerin erneut ihre bisherigen Anträge.

Das Bundesverwaltungsgericht zieht in Erwägung:

1.
Gemäss Art. 31 des Verwaltungsgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005 (VGG, SR 173.32) beurteilt das Bundesverwaltungsgericht Beschwerden gegen Verfügungen nach Art. 5 des Bundesgesetzes vom 20. Dezember 1968 über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021). Das BAKOM gehört zu den Behörden nach Art. 33 VGG und ist daher eine Vorinstanz des Bundesverwaltungsgerichts. Eine Ausnahme, was das Sachgebiet angeht, ist nicht gegeben (Art. 32 VGG). Das Bundesverwaltungsgericht ist daher zur Behandlung vorliegender Beschwerde zuständig.

Das Verfahren vor dem Bundesverwaltungsgericht richtet sich nach dem VwVG, soweit das VGG nichts anderes bestimmt (Art. 37 VGG).

Die Beschwerdeführerin ist als Adressatin der angefochtenen Verfügung zur vorliegenden Beschwerde berechtigt (vgl. Art. 48 Abs. 1 VwVG). Auf die frist- und formgerecht eingereichte Beschwerde (vgl. Art. 50 und 52 VwVG) ist demnach einzutreten.

2.
Mit Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht kann die Verletzung von Bundesrecht, einschliesslich Überschreitung oder Missbrauch des Ermessens, die unrichtige oder unvollständige Feststellung des rechtserheblichen Sachverhalts und die Unangemessenheit gerügt werden (Art. 49 VwVG).

3.
Am 1. April 2007 traten das Bundesgesetz vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen (RTVG, SR 784.40) sowie die Radio- und Fernsehverordnung vom 9. März 2007 (RTVV, SR 784.401) in Kraft und lösten damit die alte Radio- und Fernsehgesetzgebung ab (vgl. das Bundesgesetz vom 21. Juni 1991 über Radio und Fernsehen [aRTVG, AS 1992 601] sowie die Radio- und Fernsehverordnung vom 6. Oktober 1997 [aRTVV, AS 1997 2903]). Die angefochtene Verfügung vom 25. April 2008 bezieht sich auf einen Sachverhalt, der sich erst nach Inkrafttreten des neuen Rechts zugetragen hat (Ausstrahlung des beanstandeten Sponsoringbillboards Ende Juni / Anfang Juli 2007). Es ist daher ausschliesslich das neue Recht anwendbar.

4.
In materieller Hinsicht ist umstritten, ob die Sponsornennung zu den Sendungen auf SF "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" (jeweils "Alinghi in Valencia – mit UBS") rechtmässig war oder ob die Beschwerdeführerin damit gegen die Sponsoringbestimmungen von Art. 20 Abs. 1 RTVV sowie Art. 12 Abs. 3 RTVG i.V.m. Art. 20 Abs. 2 RTVV verstossen hat.

4.1 Als Sponsoring gilt die Beteiligung einer natürlichen oder juristischen Person an der direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung mit dem Ziel, den eigenen Namen, die eigene Marke oder das Erscheinungsbild zu fördern (Art. 2 Bst. o RTVG). Nach Art. 12 Abs. 3 RTVG dürfen gesponserte Sendungen weder zum Abschluss von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen der Sponsoren oder von Dritten anregen noch Aussagen werbenden Charakters über Waren und Dienstleistungen enthalten. Die Sponsoren sind am Anfang oder am Schluss jeder Sendung zu nennen (Art. 12 Abs. 2 RTVG); dabei muss ein eindeutiger Bezug zwischen Sponsor und Sendung hergestellt werden (Art. 20 Abs. 1 RTVV). Die Sponsornennung darf nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen, indessen keine Aussagen werbenden Charakters

(Art. 20 Abs. 2 RTVV). Die Werbung muss – als Grundprinzip des Radio- und Fernsehrechts – vom redaktionellen Teil des Programms deutlich getrennt und als solche eindeutig erkennbar sein (Art. 9 Abs. 1 RTVG). Als Werbung gilt nicht nur die Förderung des Abschlusses von Rechtsgeschäften über Waren oder Dienstleistungen gegen Bezahlung oder eine ähnliche Gegenleistung, sondern generell jede öffentliche Äusserung im Programm, welche die Unterstützung einer Sache oder Idee oder die Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden oder vom Rundfunkveranstalter selbst gewünschten Wirkung zum Zweck hat und gegen Bezahlung oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung verbreitet wird (Art. 2 Bst. k RTVG).

4.2 Die Beschwerdeführerin macht geltend, die Sponsornennung zu den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" auf SF habe – entgegen der Einschätzung durch die Vorinstanz – keine werbliche Aussage zum Sponsor UBS enthalten und einen eindeutigen Bezug zwischen Sponsor und gesponserten Sendungen hergestellt. Es liege daher keine Verletzung von Art. 12 Abs. 3 RTVG und Art. 20 Abs. 2 RTVV beziehungsweise von Art. 20 Abs. 1 RTVV vor. Die Praxis der Vorinstanz sei unzulässig restriktiv, oft auch unklar, und entspreche nicht den Bedürfnissen der Beteiligten. Bei den von der UBS gesponserten Sendungen auf SF handle es sich um eine Berichterstattung mit klarem Bezug zum Team Alinghi. Das Team Alinghi sei das Hauptthema dieser Sendungen. Zudem sei das Studio der SRG vor Ort, das heisst in Valencia, platziert worden, um die Nähe zum Team Alinghi für den Zuschauer noch fassbarer zu machen. Der "Übertitel" der drei Spezialsendungen sei "Alinghi", und dieser "Übertitel" werde in der Sponsornennung als Bezug zu den Sendungen verwendet. Mit der generisch verwendbaren Nennung "Alinghi in Valencia – mit UBS" sei daher einerseits auf den konkreten Sendungsinhalt, andererseits auf den Produktionsort der Sendung hingewiesen worden. Somit stehe der Bezug zur Sendung und nicht das Sponsoring der UBS vor Ort, das heisst ihr Engagement als Hauptsponsor des Segelteams Alinghi, im Vordergrund.

4.3 Die Sponsornennung soll darüber Transparenz schaffen, ob eine Sendung gesponsert wird und – gegebenenfalls – von wem. Dabei gilt es, die Vermischung von Werbung und Sponsoring beziehungsweise eine damit mögliche Umgehung der Werbevorschriften (Trennungsgebot, Werbezeitbeschränkung usw.) zu verhindern. Die Sponsornennung dient mit anderen Worten der Information der Medienkonsumen-

ten und -konsumentinnen im Interesse an einer unverfälschten Meinungsbildung. Dem Publikum soll auf diesem Weg ermöglicht werden, die Finanzierungsverhältnisse der Sendung und das mit einer Drittfinanzierung verbundene Beeinflussungspotenzial (vgl. Art. 12 Abs. 1 Satz 2 RTVG) zu erkennen, ohne dass es aber dabei unterschwellig und gegen seinen Willen mit Werbung konfrontiert wird. Die Definition der Werbung in Art. 2 Bst. k RTVG, welche dem Begriff des unzulässigen "werbenden" Charakters bei der Sponsornennung zugrunde liegt (Art. 20 Abs. 2 RTVG), ist weit gefasst. Der Sponsornennung ist zwar insofern eine gewisse Werbewirkung nicht abzusprechen, als der Sponsor über sie eine Erhöhung seines Bekanntheitsgrads erreichen kann. Der damit angestrebte Imagegewinn (vgl. Art. 2 Bst. o RTVG) muss sich aber unmittelbar und ausschliesslich aus der Nennung des Sponsors in Verbindung mit der gesponserten Sendung ergeben (sog. Imagetransfer).

Der Aufsichtspraxis des BAKOM liegt ein klassisch-konservatives Verständnis des Sponsorings zugrunde. Danach gelten Hinweise als unzulässig, die nicht der Erkennbarkeit des Sponsors beziehungsweise seiner Aktivitäten dienen. Wertende Aussagen und imagebezogene Slogans zum Sponsor selbst oder zu dessen Produkten oder Dienstleistungen sind damit untersagt. Als solche gelten auch Imagewerbungen, die über den mit der Assoziation von Sponsor und Sendung verbundenen Imagetransfer hinausgehen.

An diesem Sponsoringverständnis hat der Gesetzgeber im Rahmen des geltenden RTVG – in Kenntnis des neuen medialen Umfelds – festgehalten. Die heutigen Bestimmungen, die das rundfunkrechtliche Sponsoring regeln (vgl. im Einzelnen E. 4.1 hiervor), decken sich im Wesentlichen mit dem früheren, vor dem 1. April 2007 geltenden Recht beziehungsweise mit der betreffenden Auslegungspraxis. Vor diesem Hintergrund hat das Bundesgericht in seiner neueren Rechtsprechung festgehalten, die – wenn auch strenge – aufsichtsrechtliche Praxis bezüglich werbender Aussagen beim Sponsoring bleibe auch nach dem geltenden RTVG weiterhin massgeblich: Allfällige, im Hinblick auf die weniger strengen Regeln des europäischen Rechts erforderliche Korrekturen des schweizerischen Radio- und Fernsehrechts könnten nicht über die Rechtsprechung erfolgen, nachdem der Gesetzgeber die bisherigen Vorgaben erst vor kurzem ausdrücklich bestätigt habe (zum Ganzen: Urteile des Bundesgerichts 2C_643/2007 vom 20. Mai 2008 E. 3.2 ff. und 2C_713/2007 vom 20. Mai 2008 E. 3.2 ff,

mit weiteren Hinweisen; vgl. auch BVGE 2008/29 E. 6 ff. und die weiteren Urteile des Bundesverwaltungsgerichts [BVGer] A-2278/2006 vom 30. Oktober 2007 E. 6 f. sowie A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.5.1–11.5.3; ROLF H. WEBER, Rundfunkrecht, Bundesgesetz vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen [RTVG], Handkommentar, Bern 2008, Rz. 17 zu Art. 2 RTVG und Rz. 1–18 zu Art. 12 RTVG).

4.4 Die Ausführungen der Beschwerdeführerin (vgl. E. 4.2) lassen die Anwendung der massgeblichen Sponsoringbestimmungen durch die Vorinstanz nicht als bundesrechtswidrig erscheinen.

4.4.1 Die Vorinstanz hat zutreffend festgestellt, das Sponsoringbillboard zu den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" auf SF habe eine nach Art. 12 Abs. 3 RTVG und Art. 20 Abs. 2 RTVV unzulässige werbliche Aussage enthalten. Sie hat dies überzeugend damit begründet, dass das beanstandete Billboard in seiner Form und Ausgestaltung und durch eine Kombination von Bild- und Textaussagen in erster Linie dazu gedient habe, auf das externe Sponsoringengagement der UBS beim Segelteam Alinghi und dessen Präsenz in Valencia aufmerksam zu machen.

Die Vorinstanz führt im Einzelnen aus, in einer etwas längeren Sequenz des Billboards, die das Team Alinghi bei einem Wendemanöver zeige, würden in auffälliger Weise die Logos von Alinghi und UBS sichtbar. Für sich allein wären diese Bilder aus Sicht der Vorinstanz als noch "knapp im Bereich des Zulässigen" einzustufen. Der Hinweis auf die Sponsortätigkeit der UBS vor Ort in Valencia werde aber noch verstärkt, indem genau zu dem Zeitpunkt, in welchem das Segel mit dem grossen Alinghi-Logo sichtbar werde, die verbale Botschaft "Alinghi in Valencia – mit UBS" platziert und unmittelbar nach den Bildern vom Wendemanöver grossflächig das UBS-Logo eingeblendet werde. Diese Nennung sei – angesichts des gleichzeitig laufenden UBS-Sponsorings vor Ort – zumindest doppeldeutig.

Bei einer Visionierung des betreffenden Billboards durch das Bundesverwaltungsgericht haben sich die Feststellungen der Vorinstanz im Wesentlichen bestätigt. Zwar ist zu präzisieren, dass im Zeitpunkt, in welchem die verbale Botschaft gesprochen wird, nicht das *Segel* der Alinghi, sondern ein Teil ihres Rumpfes zu sehen ist. Auf dem eingeblendeten Rumpfteil ist aber neben dem Logo der Alinghi – für die Zuschauerinnen und Zuschauer gut erkennbar – nur das Logo der UBS angebracht. Damit ändert sich im Ergebnis nichts am Erschei-

nungsbild des Billboards, wie es von der Vorinstanz beschrieben wurde. Vielmehr ist festzustellen, dass gerade durch die Einblendung des Schiffrumpfes mit den nebeneinander angebrachten Logos von Alinghi und UBS und die gleichzeitig gesprochene Botschaft "Alinghi in Valencia – mit UBS" der Eindruck entsteht, es solle in besonderer Weise das Engagement der UBS als Sponsor von Alinghi hervorgehoben werden.

Praxisgemäss ist aber der in einer Sponsornennung enthaltene Hinweis eines Rundfunkveranstalters auf ein externes Sponsoringengagement nicht als Element zu betrachten, das der Identifizierung des Sponsors selbst dient (vgl. Art. 20 Abs. 2 Satz 1 RTVV). Ein solcher Hinweis ist vielmehr als unzulässige werbliche Aussage zu qualifizieren (vgl. Art. 12 Abs. 3 RTVG und Art. 20 Abs. 2 Satz 2 RTVV), jedenfalls soweit es sich dabei nicht um eine Haupttätigkeit des rundfunkrechtlichen Sponsors handelt.

Erwähnt sei hier auch der Entscheid 519.1-187 vom 22. Juni 2005, den das UVEK im Zusammenhang mit dem im Jahr 2003 ausgetragenen 31. America's Cup gefällt hat. Das UVEK hält darin unter anderem fest, die Sponsornennung "Nous sommes fiers de soutenir Alinghi, le défi suisse pour la Coupe de l'América 2003", die vor der von der UBS gesponserten Übertragung der Segelregatta des 31. America's Cup auf TSR ausgestrahlt wurde, sei werbenden Charakters. So sei es zur besseren Identifizierung der UBS nicht nötig, auf ihr aus rundfunkrechtlicher Sicht externes Sponsoringengagement bei Alinghi (die UBS war bereits damals auch Sponsor des Teams Alinghi) hinzuweisen (vgl. zum Ganzen den erwähnten UVEK-Entscheid, E. 4.1 ff., mit weiteren Hinweisen; vgl. in diesem Zusammenhang ebenfalls E. 5 desselben Entscheids, wo auch in der Sponsornennung "... präsentiert von der UBS, dem Hauptsponsor des Spenglercups Davos" eine unzulässige werbliche Aussage erblickt wurde; vgl. zudem ROLF H. WEBER, a.a.O., Rz. 18 zu Art. 12 RTVG).

Vorliegend lässt das beanstandete Sponsoringbillboard in seiner besonderen audiovisuellen Gestaltung erkennen, dass für die UBS nicht im Vordergrund stand, in Verbindung mit den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" genannt zu werden und von einem entsprechenden Imagetransfer (vgl. E. 4.3 hiervor) zu profitieren. Vielmehr sollte in erster Linie auf das externe Sponsoringengagement der UBS bei Alinghi aufmerksam gemacht

werden, was indessen auf eine unzulässige Imagewerbung hinausläuft. Zu Recht hält die Vorinstanz denn auch fest, mit dem Sponsoringbillboard "rühme" sich die UBS ihrer Unterstützung des Teams Alinghi, welches im Brennpunkt des Interesses des Fernsehpublikums gestanden habe. Dies sei über zahlreiche andere, von der UBS auch benutzte Kommunikationskanäle – von firmeneigenen Drucksachen bis hin zu TV-Werbespots – ohne rechtliche Einschränkungen möglich gewesen. Gerade angesichts dieser Alternativen hätten aber die strengeren Regeln des TV-Sponsorings, die Hinweise auf ein externes Sponsoringengagement untersagen würden, beachtet werden müssen. Die betreffende Sponsornennung war damit werbenden Charakter im Sinne von Art. 12 Abs. 3 RTVG und Art. 20 Abs. 2 RTVV und entsprechend unrechtmässig.

4.4.2 Mit der Feststellung, dass das beanstandete Billboard in erster Linie dazu diente, auf das externe Sponsoringengagement der UBS für das Segelteam Alinghi während des 32. America's Cup in Valencia hinzuweisen, ist gleichzeitig auch gesagt, dass die Sponsornennung "Alinghi in Valencia – mit UBS" keinen genügenden Bezug zwischen den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" und der UBS als Sponsor dieser Sendungen herstellte, wie es durch Art. 20 Abs. 1 RTVV vorgeschrieben wird.

Die Vorinstanz führt unter Hinweis auf die bisherige Praxis, ihre Sponsoring-Richtlinien von Juni 1999 / April 2007 (nachfolgend: Richtlinien BAKOM) sowie das Rundschreiben an die Radio- und Fernsehveranstalter von Mai 2002 zutreffend aus, bei der Sponsornennung zu den Sendungen auf SF sei stark auf das Ereignis fokussiert worden. Neben dem Wort "Alinghi", welches Teil des Namens der drei Sondersendungen auf SF gewesen sei, habe die Sponsornennung mit "Valencia" zusätzlich ein Element enthalten, mit dem ein Bezug zum 32. America's Cup geschaffen worden sei. Dieses zusätzliche Element sei aber nicht Teil der drei Sendungsnamen gewesen. So sei beim Zuschauer der Eindruck entstanden, dass mit dem Billboard auf ein Engagement der UBS vor Ort und zugunsten von Alinghi hingewiesen werden solle, und nicht auf das Sponsoring der nachfolgenden Sondersendung. Zwar müsse es einem Rundfunkveranstalter möglich sein, weitgehend identische Sponsoringbillboards für unterschiedliche Sendungen zu einem Thema oder einem Anlass einzusetzen. Er habe aber bei der konkreten Ausgestaltung darauf zu achten, dass ein eindeutiger Bezug vom Sponsor zur effektiv gesponserten Sendung

geschaffen werde. Doppeldeutigkeiten würden die Transparenz gefährden und seien daher zu vermeiden.

Was die Beschwerdeführerin dagegen einwendet (vgl. im Einzelnen E. 4.2 hiervor), vermag nicht zu überzeugen. Unbehelflich erscheint insbesondere ihr Hinweis, die in der Sponsornennung verwendete Ortsbezeichnung "Valencia" beziehe sich darauf, dass die betreffenden Spezialsendungen auf SF von Valencia aus übertragen worden seien. Dies ändert nämlich nichts an der Doppeldeutigkeit der Billboard-Botschaft "Alinghi in Valencia – mit UBS", zumal sie auch noch vor dem Hintergrund des sich in Aktion befindenden Segelteams gesprochen wird. Die Beschwerdeführerin selbst führt aus, aufgrund der "allgegenwärtigen" Bilder der Alinghi in den Medien (unter anderem auch in der TV-Werbung) sei der Bekanntheitsgrad des Engagements der UBS als Sponsor von Alinghi sehr hoch, weshalb aber jede kommunikative Massnahme des Sponsors durch die Bevölkerung in Zusammenhang mit diesem Sponsoringengagement gebracht werden könne. Gerade aber angesichts dieser bereits vorhandenen, erhöhten Wahrscheinlichkeit einer Assoziation von UBS und Alinghi hätte die Beschwerdeführerin besonders um Transparenz bemüht sein und das Sendungssponsoring durch UBS unzweideutig zum Ausdruck bringen müssen. Dies hätte – wie bei den Sendungen "Alinghi 2007" und "Valence 2007" auf TSR – über eine Verbindung von Sponsor und Sendungstitel durch das Wort "mit" geschehen können (z.B. also "*Alinghi aktuell* mit UBS"). Hätte die Beschwerdeführerin für die drei Sendungen auf SF ein identisches Sponsoringbillboard verwenden wollen, wäre dies ohne weiteres in rechtlich zulässiger Weise möglich gewesen. Auch ohne Nennung des konkreten Sendungstitels hätte nämlich auf das Sendungssponsoring hingewiesen werden können, so etwa durch besondere Erwähnung des Fernsehprogramms ("... *auf SF* – mit UBS") oder Formulierungen wie "Diese Sendung ermöglicht Ihnen...", "...präsentiert Ihnen..."...widmet Ihnen...", "...wird gesponsert von..." oder "Sponsor..." (vgl. Richtlinien BAKOM, Ziff. 10; zur Rechtsnatur dieser Richtlinien: BGE 126 II 7 E. 5b/cc; Erläuternder Bericht zur totalrevidierten Radio- und Fernsehverordnung vom 9. März 2007, S. 13 f.; vgl. aus der bisherigen Praxis statt vieler wiederum Entscheid UVEK 519.1-187 vom 22. Juni 2005 E. 3 sowie Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.5.2 f.). Der Beschwerdführerin ist zwar darin zuzustimmen, dass im beanstandeten Sponsoringbillboard das Wort "mit" genügend Transparenz darüber schafft, *dass* Sponsoring durch UBS vorliegt. Nicht hinreichend deutlich gemacht

wird jedoch, *was* durch die UBS gesponsert wird, weshalb aber auch kein genügender Bezug zwischen Sponsor und Sendung im Sinne von Art. 20 Abs. 1 RTVV hergestellt wird.

5.
Unbestritten ist, dass die Sponsornennungen zu den Sendungen "Alinghi 2007" und "Valence 2007" auf TSR, der Liveübertragungen des 32. America's Cup auf TSR, TSI und SF sowie der Liveübertragungen des Louis Vuitton Cup auf TSR und TSI rechtmässig waren. Für das Bundesverwaltungsgericht besteht gestützt auf die bisherige Praxis kein Anlass zu einer abweichenden rechtlichen Beurteilung dieses Sachverhalts. In Ziff. 2 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung werden die Liveübertragungen des 32. America's Cup auf SF deshalb nicht erwähnt, weil die Vorinstanz gemäss eigenen Ausführungen aus Versehen zunächst davon ausgegangen ist, diese Rennen seien auf SF nicht live übertragen worden. Die betreffende Dispositiv-Ziffer erweist sich damit als unvollständig und ist entsprechend zu ergänzen.

6.
Als erstes Zwischenergebnis ist festzuhalten, dass die Beschwerdeführerin mit der Ausstrahlung des Sponsoringbillboards zu den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi Countdown" und "Alinghi Analyse" auf SF die Sponsoringbestimmungen von Art. 20 Abs. 1 RTVV und Art. 12 Abs. 3 RTVG i.V.m. Art 20 Abs. 2 RTVV verletzt hat. Es stellt sich damit die Frage, ob die Vorinstanz gestützt auf die Feststellung dieser Rechtsverletzungen berechtigt war, die Beschwerdeführerin unter anderem zur Ablieferung des Betrags von Fr. 211'110.-- zu verpflichten. Darauf ist nachfolgend näher einzugehen.

7.
Der Aufsichtsbehörde (dem BAKOM) stehen bei festgestellten Rechtsverletzungen im Bereich von Radio und Fernsehen eine Auswahl von Aufsichtsmassnahmen zur Verfügung. Insbesondere kann sie nach Art. 89 Abs. 1 Bst. a RTVG von der für die Verletzung verantwortlichen natürlichen oder juristischen Person verlangen:

> den Mangel zu beheben und Massnahmen zu treffen, damit die Verletzung sich nicht wiederholt (Ziff. 1),
>
> sie über die getroffenen Vorkehren zu unterrichten (Ziff. 2),

dem Bund die Einnahmen abzuliefern, welche durch die Verletzung erzielt wurden (Ziff. 3).

Vorliegend hat die Vorinstanz praktisch sämtliche nach Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1–3 RTVG möglichen Massnahmen angeordnet: Sie hat die Beschwerdeführerin aufgefordert, Bericht über die getroffenen Massnahmen zu erstatten, damit sich die festgestellten Rechtsverletzungen nicht wiederholen, und sie überdies zur Ablieferung des Betrags von Fr. 211'110.-- verpflichtet.

8.
Die Beschwerdeführerin rügt mit Blick auf die angeordnete Einziehung von Fr. 211'110.-- vorab eine Verletzung des rechtlichen Gehörs. Die Vorinstanz habe in keinem ihrer Schreiben auf die von ihr ins Auge gefasste Einziehung hingewiesen. In ihren Schreiben habe sie lediglich mitgeteilt, es liege ihrer Ansicht nach ein Verstoss gegen Art. 12 Abs. 3 RTVG und Art. 20 Abs. 1 RTVV vor, und die massgeblichen Sponsoringverträge einverlangt. Dagegen seien weder die Einziehung nach Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG noch andere mögliche Sanktionen angedroht oder auch nur erwähnt worden. Die Beschwerdeführerin habe damit keine Gelegenheit erhalten, sich zu sämtlichen anwendbaren Rechtsnormen und zum relevanten Sachverhalt zu äussern. Gerade weil Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG der entscheidenden Instanz einen sehr weiten Ermessensspielraum belasse, hätte der Beschwerdeführerin auch die Möglichkeit eingeräumt werden müssen, ihre eigene Interessenlage darzulegen. Sie habe die von ihr einverlangte Sponsoringvereinbarung mit der UBS eingereicht, ohne zu wissen, dass sie als Grundlage der Einziehung dienen sollte, und habe sich entsprechend auch nicht zu den aus dem Vertrag generierten Einnahmen äussern können, obwohl dies ein wesentlicher Aspekt bei der Prüfung der Voraussetzungen von Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG bilde. Hinzu komme, dass die Vorinstanz keineswegs in allen Fällen eine Einziehung anordne und diese daher für die Beschwerdeführerin auch nicht voraussehbar gewesen sei. Angesichts der Schwere dieser Gehörsverletzung falle deren Heilung im Beschwerdeverfahren ausser Betracht.

8.1 Der Anspruch auf rechtliches Gehör richtet sich nach Art. 29 Abs. 2 der Bundesverfassung vom 18. April 1999 (BV, SR 101) und verleiht einer Person, welche vom Ausgang eines Verfahrens betroffen ist, verschiedene Informations-, Einsichts-, Mitwirkungs- und Äusserungsrechte (vgl. auch Art. 29 ff. VwVG; JÖRG PAUL MÜLLER/MARKUS

SCHEFER, Grundrechte in der Schweiz, 4. Aufl., Bern 2008, S. 846 ff.). So soll die betroffene Person unter anderem zu den wesentlichen Punkten Stellung nehmen und in die massgeblichen Akten Einsicht nehmen können, bevor ein Entscheid gefällt wird. Dies betrifft in erster Linie den rechtserheblichen Sachverhalt und nur in Ausnahmefällen auch die anwendbaren Rechtsnormen oder die von den Behörden vorgesehenen rechtlichen Begründungen. Ein solcher Ausnahmefall kann grundsätzlich dann angenommen werden, wenn die Behörde ihren Entscheid auf einen für die betroffene Partei vernünftigerweise nicht voraussehbaren Rechtsgrund stützen will, wenn sich die Rechtslage geändert hat oder wenn der Behörde ein grosszügiger Ermessensspielraum zusteht (BGE 132 II 485 E. 3.2, BGE 132 II 257 E. 4.2, BGE 129 II 497 E. 2.2, BGE 121 II 29 E. 2b, BGE 116 Ib 37 E. 4e).

8.2 Vorliegend sind die bei einer Rechtsverletzung drohenden Administrativmassnahmen gesetzlich ausdrücklich vorgesehen (vgl. Art. 89 Abs. 1 RTVG), so dass der Beschwerdeführerin die in ihrem Fall angeordneten Massnahmen und insbesondere auch die Einziehung (Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG) grundsätzlich bekannt sein mussten. Gerade die Einziehung wurde zudem von der Vorinstanz bereits in der Vergangenheit gegenüber der Beschwerdeführerin gelegentlich nach einer festgestellten Verletzung der Werbe- und Sponsoringbestimmungen angeordnet (vgl. im Einzelnen Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 7.2). Es ist daher höchst zweifelhaft, ob die Beschwerdeführerin – auch ohne ausdrücklichen Hinweis durch die Vorinstanz – nicht erneut mit einer solchen Anordnung rechnen musste. Zu beachten gilt es jedoch auch, dass Art. 89 Abs. 1 RTVG der Vorinstanz bei Rechtsverletzungen eine breite Auswahl von Massnahmen zur Verfügung stellt (vgl. dazu bereits E. 7 und eingehender E. 10 nachfolgend). Bei diesem recht grossen Ermessensspielraum und angesichts der finanziellen Tragweite ihres getroffenen Entscheids wäre die Vorinstanz daher gehalten gewesen, der Beschwerdeführerin – selbst bei Voraussehbarkeit der Anordnung einer Einziehung – nicht nur das rechtliche Gehör zu den ihrer Ansicht nach vermutungsweise verletzten Sponsoringbestimmungen (d.h. zu Art. 12 Abs. 3 RTVG i.V.m. Art. 20 Abs. 2 RTVV bzw. zu Art. 20 Abs. 1 RTVV) zu gewähren, sondern sie vorgängig auch über die von ihr konkret in Erwägung gezogenen Massnahmen ausdrücklich zu orientieren und ihr Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen. Dies gilt namentlich mit Bezug auf die Höhe der Einziehung, hängt doch diese gemäss Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG von den durch die Rechtsverletzung erzielten "Einnah-

men" (vgl. näher dazu E. 13 nachfolgend) ab, zu deren Ermittlung die Vorinstanz grundsätzlich auf nähere Angaben der Beschwerdeführerin angewiesen war (zum Ganzen: Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 7.2 mit weiteren Hinweisen).

8.3 Der Anspruch auf rechtliches Gehör ist formeller Natur, was bedeutet, dass eine Verletzung desselben grundsätzlich ungeachtet der Erfolgsaussichten der Beschwerde in der Sache selbst zur Aufhebung der angefochtenen Verfügung führt. Nach der Rechtsprechung ist die Heilung einer – nicht besonders schwerwiegenden – Gehörsverletzung aber ausnahmsweise dann möglich, wenn die betroffene Person die Möglichkeit erhält, sich vor einer Beschwerdeinstanz zu äussern, die sowohl den Sachverhalt wie die Rechtslage frei überprüfen kann. Von einer Rückweisung der Sache ist jedoch selbst bei einer schwerwiegenden Verletzung des rechtlichen Gehörs abzusehen, wenn und soweit die Rückweisung zu einem formalistischen Leerlauf und damit zu unnötigen Verzögerungen führen würde, die mit dem Interesse der betroffenen Partei an einer beförderlichen Beurteilung der Sache nicht zu vereinbaren wären (BGE 126 V 130 E. 2b, BGE 127 V 431 E. 3d/aa, BGE 132 V 387 E. 5.1, BGE 133 I 201 E. 2.2).

8.4 Das Bundesverwaltungsgericht hat volle Kognition (vgl. E. 2 hiervor) und kann daher die Argumente der Beschwerdeführerin im gleichen Umfang prüfen wie die Vorinstanz. Angesichts der grundsätzlichen Voraussehbarkeit der Anordnung einer Einziehung (vgl. dazu E. 8.2 hiervor) ist nicht davon auszugehen, dass die Vorinstanz mit der fehlenden Ankündigung ihrer Absicht eine besonders schwerwiegende Gehörsverletzung begangen hat. Aber selbst wenn ein solch qualifizierter Mangel zu bejahen wäre, würde dieser einer Heilung im Beschwerdeverfahren nicht entgegenstehen: Die Vorinstanz hat in ihrer Vernehmlassung zum Ausdruck gebracht, dass sie in der Sache erneut gleich entscheiden würde. Eine Rückweisung würde folglich dem Interesse der Beschwerdeführerin an einer beförderlichen Behandlung ihrer Streitangelegenheit zuwiderlaufen und wäre der Prozessökonomie nicht dienlich.

Die Verletzung des rechtlichen Gehörs ist somit als im Beschwerdeverfahren geheilt zu betrachten.

9.
Die Beschwerdeführerin macht weiter geltend, die Vorinstanz habe mit der Einziehung ihrer Einnahmen aus dem Sponsoringverhältnis mit der UBS im Umfang von Fr. 211'110.-- ihre Wirtschaftsfreiheit und die Eigentumsgarantie verletzt. Sie könne sich in Bereichen wie demjenigen der Werbung, welche nicht ihrem Leistungsauftrag zuzurechnen seien, auf die Grundrechte berufen, und eine Einschränkung derselben sei nur bei Vorliegen einer hinreichenden gesetzlichen Grundlage und eines öffentlichen Interesses sowie unter Wahrung der Verhältnismässigkeit zulässig.

9.1 In der Werbebeschränkung, die sich aus den gesetzlichen Vorgaben für Sponsornennungen (Art. 12 Abs. 3 RTVG i.V.m. Art. 20 Abs. 2 RTVV bzw. Art. 12 Abs. 2 RTVG i.V.m. Art. 20 Abs. 1 RTVV) ergeben kann, liegt kein unzulässiger Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit nach Art. 27 BV (vgl. im Einzelnen Urteile des Bundesgerichts 2C_643/2007 vom 20. Mai 2008 E. 3.4.3 und 2C_713/2007 vom 20. Mai 2008 E. 3.4.3 sowie BVGE 2008/29 E. 13, je mit weiteren Hinweisen). Entsprechendes gilt daher für administrative Massnahmen und so auch für die Einziehung nach Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG, die an die Missachtung dieser gesetzlichen Vorgaben anknüpfen.

9.2 Bei der Einziehung der Sponsoringeinnahmen handelt es sich zwar um einen Eingriff in das Vermögen der Beschwerdeführerin. Das Vermögen als solches ist vom sachlichen Geltungsbereich der Eigentumsgarantie nach Art. 26 BV aber nicht erfasst. Unter diesen Umständen kann offen bleiben, ob sich die Beschwerdeführerin als juristische Person des öffentlichen Rechts überhaupt auf die Eigentumsgarantie berufen könnte (vgl. zum Ganzen Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 8.2 mit weiteren Hinweisen).

9.3 Auch wenn vorliegend keine Verletzung der Wirtschaftsfreiheit oder der Eigentumsgarantie vorliegt, bleibt es der Beschwerdeführerin unbenommen, die Verletzung allgemeiner, sich unmittelbar aus der Bundesverfassung ergebender Grundsätze des Verwaltungsrechts wie das Verhältnismässigkeitsprinzip (Art. 5 Abs. 2 BV) oder das Gebot von Treu und Glauben (Art. 5 Abs. 3 BV) zu rügen (vgl. sogleich E. 11 ff. nachfolgend).

10.
Art. 89 Abs. 1 RTVG räumt dem BAKOM als Aufsichtsbehörde bei festgestellten Rechtsverletzungen ein recht grosses Auswahl- und Ent-

schliessungsermessen hinsichtlich der zu ergreifenden Massnahmen ein (vgl. bereits E. 8.2 hiervor): Es kann neben den bereits erwähnten Massnahmen der Mängelbehebung, Berichterstattung und Einziehung (Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1–3 RTVG) dem UVEK beantragen, die Konzession durch Auflagen zu ergänzen, sie einzuschränken, zu suspendieren oder zu widerrufen (Art. 89 Abs. 1 Bst. b RTVG). Zusätzlich steht der Aufsichtsbehörde die Möglichkeit offen, bestimmte Rechtsverletzungen (wie beispielsweise die Verletzung von Vorschriften über Werbung und Sponsoring) mit einer Verwaltungssanktion zu ahnden, welche bis zu zehn Prozent des in den letzten drei Geschäftsjahren durchschnittlich in der Schweiz erzielten Jahresumsatzes betragen kann (Art. 90 Abs. 1 RTVG und insbesondere dessen Bst. c).

11.
Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, eine Sanktion wie die Einziehung dürfe von der Behörde nur dann ausgesprochen werden, wenn sie vorgängig angedroht worden sei. Die Vorinstanz habe in der Vergangenheit zwar bereits in wenigen, sehr weit zurückliegenden Fällen die Einziehung verfügt. Da jedoch nicht ersichtlich gewesen sei, dass sie nun generell zu diesem Mittel greife, hätte sie diese Praxisänderung vorgängig ankündigen müssen. Eine entsprechende Aufklärungspflicht ergebe sich ebenso aus dem Grundsatz von Treu und Glauben und sei vorliegend umso mehr geboten, als der Beschwerdeführerin ein sehr schwerwiegender Nachteil drohe und die Praxis der Vorinstanz bezüglich Sponsoring und Einziehung alles andere als klar und eindeutig sei.

11.1 Bei der in Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG ausdrücklich vorgesehen Ablieferung unrechtmässig erzielter Einnahmen handelt es sich um eine Mischform zwischen exekutorischer und repressiver Massnahme. Primär dient sie (wie auch die anderen in Art. 89 Abs. 1 RTVG vorgesehenen Massnahmen) der Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes (vgl. Botschaft zum RTVG, BBl 2003 1738 f.; ROLF H. WEBER, a.a.O., Rz. 1 und 12 zu Art. 89 RTVG); nur in untergeordneter Form hat sie daneben auch noch einen präventiven und erzieherischen Charakter (zum Ganzen: Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 10.1).

Eine verwaltungsrechtliche Sanktion zur Durchsetzung von unmittelbar durch Rechtssatz begründeten Pflichten darf in der Regel erst nach vorgängiger Androhung mit Einräumung einer letzten Erfüllungsfrist

(Mahnung) verhängt werden (vgl. Art. 41 Abs. 2 VwVG). Nicht so bei der hier in Frage stehenden Einziehung: Der Gesetzgeber hat mit dieser Massnahme der Aufsichtsbehörde bewusst die Möglichkeit eingeräumt, nach festgestellter Rechtsverletzung (jeweils unter pflichtgemässer Ausübung ihres Auswahlermessens und Wahrung des Verhältnismässigkeitsprinzips [eingehender dazu E. 12 ff. nachfolgend]) die unrechtmässige Bereicherung des Programmveranstalters rückgängig zu machen, ohne diesem vorgängig noch Gelegenheit zur Korrektur einzuräumen (vgl. auch hierzu Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 10.1 mit weiteren Hinweisen). Genau genommen ist vorliegend auch nicht die fehlende vorgängige Androhung zu beanstanden, sondern die unzureichende Gewährung des rechtlichen Gehörs (vgl. hierzu bereits E. 8.2).

11.2 Nichts anderes ergibt sich aus dem Gebot von Treu und Glauben (in seiner grundrechtlichen Ausprägung [vgl. Art. 9 BV] bzw. in seiner Bedeutung als allgemeiner verwaltungsrechtlicher Verfahrensgrundsatz [vgl. Art. 5 Abs. 3 BV]). Vorliegend hat die Vorinstanz nämlich bereits in der Vergangenheit Sponsoringbillboards der Beschwerdeführerin vorgeprüft und dabei ihre Praxis hinreichend dargelegt (vgl. auch E. 12.3.2 nachfolgend). Weiter hat sie schon früher gegenüber der Beschwerdeführerin im Rahmen ihres Auswahlermessens vereinzelt eine Einziehung angeordnet (vgl. E. 8.2 hiervor) und nie Andeutungen gemacht, dass sie von dieser Massnahme zukünftig absehen werde. Unter diesen Umständen fehlt es aber an einem Verhalten der Vorinstanz, welches bei der Beschwerdeführerin berechtigterweise anderweitige Erwartungen hätte wecken können oder in sich widersprüchlich wäre (vgl. Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 10.2).

12.

12.1 Der Grundsatz der Verhältnismässigkeit (Art. 5 Abs. 2 BV) fordert kumulativ, dass die Verwaltungsmassnahmen zur Verwirklichung eines im öffentlichen Interesse liegenden Ziels geeignet und erforderlich sind und in einem vernünftigen Verhältnis zu den Einschränkungen stehen, die den Privaten allenfalls auferlegt werden. Geeignet ist eine behördliche Anordnung dann, wenn mit dieser das im öffentlichen Interesse angestrebte Ziel erreicht oder zur Zielerreichung einen nicht zu vernachlässigenden Beitrag geleistet werden kann. Erforderlichkeit liegt vor, wenn mit keiner gleichermassen geeigneten, aber milderen Massnahme der angestrebte Erfolg ebenso erreicht werden kann. Eine Verwaltungsmassnahme ist schliesslich nur dann gerechtfertigt, wenn

eine angemessene Zweck-Mittel-Relation besteht, das heisst der damit verbundene Eingriff in die Rechtsstellung der betroffenen Person im Vergleich zur Bedeutung der verfolgten öffentlichen Interessen nicht unvertretbar schwer wiegt (sogenannte Zumutbarkeit; vgl. zum Ganzen: Ulrich Häfelin/Georg Müller/Felix Uhlmann, Allgemeines Verwaltungsrecht, 5. Aufl., Zürich/Basel/Genf 2006, Rz. 581 ff.; Pierre Tschannen/Ulrich Zimmerli, Allgemeines Verwaltungsrecht, 2. Aufl., Bern 2005, § 21 Rz. 1 ff.).

12.2 Die Beschwerdeführerin führt aus, die Vorinstanz habe vorliegend zwar die mildeste Massnahme gemäss Art. 89 Abs. 1 Bst. a RTVG ergriffen und die Widerrechtlichkeit der Sponsornennung "Alinghi in Valencia – mit UBS" festgestellt. Darüber hinaus habe sie jedoch die erheblich in die Rechtsstellung der Beschwerdeführerin eingreifende, unverhältnismässige Massnahme der Einziehung nach Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG angeordnet. Ein solches repressives Aufsichtsmittel könne aber aufgrund des Verhältnismässigkeitsprinzips nur dann ergriffen werden, wenn keine milderen und namentlich präventiven Mittel mehr greifen würden. Vorliegend hätte die Vorinstanz ein milderes Mittel zur Verfügung gehabt, das darin bestanden hätte, die Beschwerdeführerin darauf aufmerksam zu machen, dass sie das beanstandete Sponsoringbillboard vorzulegen und für dessen Ausstrahlung gewissermassen eine "Genehmigung" einzuholen habe. Es sei im Einzelfall schwierig zu beurteilen, ob eine Sponsornennung eine unzulässige werbende Aussage enthalte. Die Beschwerdeführerin lege denn auch bereits heute Zweifelsfälle vorab der Vorinstanz vor, bevor sie damit auf Sendung gehe. Wenn die Vorinstanz jedoch mildere, präventiv wirkende Massnahmen ausser Acht lasse und sogleich zur Massnahme der Einziehung greife, sei die Notwendigkeit einer solchen schwerwiegenden repressiven Massnahme nicht gegeben.

Regelverstösse der Beschwerdeführerin in der Vergangenheit könnten ihr nicht mehr entgegengehalten werden, lägen diese doch bereits weit zurück. Angesichts der langen Zeitdauer, innert welcher sie trotz umfangreichem Sponsoring zu keinen Beanstandungen Anlass gegeben habe, schiesse die angeordnete Einziehung weit über das Ziel hinaus.

Schliesslich sei die angeordnete Einziehung auch unzumutbar. Die Vorinstanz habe es unterlassen, eine Interessenabwägung vorzunehmen, die sämtliche öffentlichen und privaten Interessen einbeziehe. Es liege ein ausnehmend schwerer Eingriff in ihre Finanzen vor. Derart

schwerwiegende finanzielle Eingriffe habe sie bislang in keinem anderen Fall erleiden müssen. Hinzu komme, dass die von der Vorinstanz festgestellten Regelverstösse keinesfalls derart schwer ins Gewicht fallen würden, dass eine Einziehung gerechtfertigt wäre. Ihr würden dadurch Sponsoringgelder entzogen, die einen erheblichen Anteil der Gesamtproduktionskosten im Zusammenhang mit der Berichterstattung zum 32. America's Cup ausgemacht hätten. Im entsprechenden Umfang müsste sie auf Gebührengelder zurückgreifen. Dem stehe allerdings das öffentliche Interesse an einem sparsamen Umgang mit den Gebührengeldern entgegen. Zudem sei zu berücksichtigen, dass sie keinen Gewinn erzielt habe. Gerade mit Blick auf die unklare Praxis der Vorinstanz und dem grossen Ermessensspielraum bei der Anwendung von Art. 12 Abs. 3 RTVG und 20 Abs. 1 RTVV könne das öffentliche Interesse an einer Ablieferung der Einnahmen nicht derart ins Gewicht fallen, wie dies von der Vorinstanz dargestellt werde.

12.3

12.3.1 Die Ablieferung unrechtmässig erzielter Einnahmen gemäss Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG ist zweifelsohne geeignet, den rechtmässigen Zustand wiederherzustellen und die Beschwerdeführerin anzuhalten, die rundfunkrechtlichen Werbe- und Sponsoringbestimmungen zukünftig einzuhalten. Angesichts des bisherigen Verhaltens der Beschwerdeführerin (vgl. näher dazu E. 12.3.2 nachfolgend) erscheint es zudem als wenig erfolgsversprechend, sich darauf zu beschränken, die Widerrechtlichkeit der von ihr für die Sendungen auf SF gewählten Sponsornennung festzustellen beziehungsweise die Beschwerdeführerin aufzufordern, Vorkehren zur Vermeidung zukünftiger Widerhandlungen zu ergreifen und darüber Bericht zu erstatten (Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 und Ziff. 2 RTVG bzw. Ziff. 1 und 3 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung). Eine eigentliche "Mängelbehebung" (Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 RTVG) ist heute – nach Abschluss der Berichterstattung über den 32. America's Cup – ohnehin nicht mehr möglich.

12.3.2 Eine Einziehung erweist sich dann als erforderlich, wenn die begangenen Rechtsverletzungen so schwerwiegend sind, dass eine anderweitige mildere Massnahme als nicht mehr ausreichend angesehen werden kann, um den rechtmässigen Zustand wiederherzustellen und ein zukünftiges rechtskonformes Verhalten der fehlbaren Person zu gewährleisten (Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.5).

Vorliegend ergibt sich die Notwendigkeit der Einziehung bereits daraus, dass die Beschwerdeführerin das beanstandete Sponsoringbillboard in Missachtung der Schlussfolgerungen im UVEK-Entscheid 519.1-187 vom 22. Juni 2005 ausgestrahlt hat, dem ein Sachverhalt zugrunde lag, der sich – entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin – durchaus mit dem vorliegenden Fall vergleichen lässt (vgl. dazu bereits E. 4.4.1 hiervor). Zutreffend führt die Vorinstanz aus, bereits im Zusammenhang mit der Übertragung des 31. America's Cup auf TSR im Jahre 2003 hätten das BAKOM beziehungsweise das UVEK gleich wie im vorliegenden Fall einen werbenden Auftritt der UBS beanstandet und eine ungenügende Deklaration des Sendungssponsorings bemängelt. Im Rahmen jenes Verfahrens sei auf die Ablieferung der erzielten Einnahmen verzichtet worden. Dennoch sei es nur zwei Jahre nach dem Beschwerdeentscheid des UVEK zu neuen, vergleichbaren Rechtsverletzungen gekommen. Vor diesem Hintergrund ist der Vorinstanz darin zuzustimmen, dass im Fall der Beschwerdeführerin nunmehr strengere Massnahmen erforderlich sind, um die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zum Sponsoring durchzusetzen.

Hinzu kommt, dass die Beschwerdeführerin – entgegen ihren Behauptungen – seit 2003 wiederholt (wenn auch in unterschiedlichem Mass) gegen die rundfunkrechtlichen Werbe- und Sponsoringbestimmungen verstossen hat, wie die zahlreichen seither durchgeführten Aufsichtsverfahren belegen (vgl. im Einzelnen die Hinweise im Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.5.4 sowie die jenem Urteil selbst bzw. dem Urteil des BVGer A-8318/2007 vom 3. Februar 2009 zugrunde liegenden Verfehlungen). Da die Beschwerdeführerin mit ihrem bisherigen Verhalten zum Ausdruck gebracht hat, dass sie nicht gewillt oder in der Lage ist, sich an die gesetzlichen Vorgaben zu halten, ist eine Einziehung umso mehr angezeigt.

Weiter ist auch der Auffassung der Vorinstanz zuzustimmen, dass es sich bei der von ihr angebotenen Vorprüfung von Sponsoringbillboards um eine reine Dienstleistung der Vorinstanz handelt, welche das ihr in Art. 89 Abs. 1 RTVG eingeräumte Auswahlermessen nicht berührt. Die Beschwerdeführerin wusste von diesem Beratungsangebot, hat sie dieses in der Vergangenheit doch bereits mehrfach in Anspruch genommen. Die Vorinstanz war damit in keiner Weise verpflichtet, die Beschwerdeführerin im Sinne eines "milderen Mittels" (so die Beschwerdeführerin, vgl. E. 12.2 hiervor) aufzufordern, das beanstandete Sponsoringbillboard vor dessen Ausstrahlung zur Prüfung vorzulegen, ganz

abgesehen davon, dass nicht ersichtlich ist, wie dessen Existenz der Vorinstanz überhaupt hätte bekannt sein können. Im Übrigen wäre eine entsprechende "Genehmigungspflicht" mit der in Art. 17 BV und Art. 6 RTVG verankerten Unabhängigkeit und Autonomie der Programmveranstalter auch gar nicht vereinbar. Es wäre somit an der Beschwerdeführerin selbst gewesen, von der Möglichkeit einer Vorprüfung Gebrauch zu machen, um damit ein allfälliges Aufsichtsverfahren zu vermeiden (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.6).

12.3.3 Der Zweck der Einziehung muss deren Wirkung rechtfertigen, das heisst das Interesse an der Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes muss gegenüber dem Interesse der betroffenen Person am Verzicht auf die Einziehung überwiegen, und die Einziehung muss in diesem Sinne als zumutbar erscheinen (vgl. HÄFELIN/MÜLLER/UHLMANN, a.a.O., Rz. 1149 sowie E. 12.1 hiervor).

Die Beschwerdeführerin hat vorliegend nicht lange nach dem UVEK-Entscheid 519.1-187 vom 22. Juni 2005 in ähnlicher Weise erneut die Werbe- und Sponsoringbestimmungen verletzt (vgl. E. 12.3.2. hiervor). Obwohl ihr aufgrund jenes Entscheids bewusst sein musste, dass die für das betreffende Sponsoringbillboard gewählte Formulierung "Alinghi in Valencia – mit UBS" rechtlich nicht unbedenklich sein konnte, hat sie von der Möglichkeit einer Vorprüfung durch das BAKOM keinen Gebrauch gemacht. Dieses Fehlverhalten wiegt umso schwerer, als in der Zeit zwischen dem 22. Juni 2005 (Datum des erwähnten UVEK-Entscheids) und Ende Juni / Anfang Juli 2007 (Ausstrahlung des hier beanstandeten Sponsoringbillboards) in einer Reihe weiterer Fälle entsprechende Rechtsverletzungen der Beschwerdeführerin festgestellt wurden (vgl. E. 12.3.2 mit Verweis auf das Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.5.4). Unter solchen Umständen ist das öffentliche Interesse an einer Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes höher zu gewichten als das private Interesse der Beschwerdeführerin an der Verwendung der von ihr rechtswidrig erlangten Sponsoringgelder. Könnte die Beschwerdeführerin, welche sich zur Hauptsache über Empfangsgebühren finanziert (vgl. Art. 34 RTVG), dem Restitutionsinteresse des Staates jeweils das öffentliche Interesse an einem sparsamen Umgang mit Gebührengeldern entgegenhalten, würde dies zu einem gesetzwidrigen Ergebnis führen: Einerseits würde die Beschwerdeführerin damit gegenüber privat finanzierten Programmveranstaltern (z.B. Veranstalter mit Leis-

tungsauftrag ohne Gebührenanteil [vgl. Art. 43 RTVG]) regelmässig besser gestellt, was nicht dem im Geltungsbereich von Art. 89 Abs. 1 RTVG zentralen Grundsatz der rechtsgleichen Behandlung sämtlicher Programmveranstalter entsprechen würde. Andererseits würde die Beschwerdeführerin damit generell vom Anwendungsbereich von Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG ausgenommen, was mit Sinn und Zweck dieser Gesetzesbestimmungen offensichtlich nicht zu vereinbaren wäre (Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 11.7.2).

12.4 Als weiteres Zwischenergebnis kann folglich festgehalten werden, dass die Anordnung der Einziehung durch die Vorinstanz sowohl geeignet als auch erforderlich und grundsätzlich zumutbar ist (vgl. eingehender zur Zumutbarkeit der *Höhe* des abzuliefernden Betrags E. 14.3 nachfolgend).

13.
Die Beschwerdeführerin führt aus, gestützt auf Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG dürfe nur der Gewinn eingezogen werden. Sie habe jedoch die Sponsoringeinnahmen vollumfänglich zur Deckung eines Teils der Produktionskosten der gesponserten Sendungen verwendet und daher keinen Gewinn erzielt. Jedenfalls sei der die Produktionskosten des Sponsoringsbillboards übersteigende Erlös nicht mehr vorhanden, weil sie diesen bereits verbraucht habe. Bei fehlendem Gewinn stehe der Vorinstanz mangels gesetzlicher Grundlage auch keine Ersatzforderung zu.

Wie das Bundesverwaltungsgericht im kürzlich ergangenen Urteil A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 entschieden hat, darf die Aufsichtsbehörde gestützt auf Art. 89 Abs. 1 Bst. a Ziff. 3 RTVG und in Anwendung des sogenannten Nettoprinzips einzig den Gewinn abschöpfen, der von der für die Rechtsverletzung verantwortlichen Person erzielt worden ist. Es sind mit anderen Worten nicht die gesamten Einnahmen, sondern bloss die aus der widerrechtlichen Handlung erzielten Gewinne einzuziehen. Die fehlbare Person soll so gestellt werden, wie wenn sie die unzulässigen Sponsoringbillboards nicht ausgestrahlt hätte (vgl. ausführlich dazu das erwähnte Urteil E. 12.1 f. mit weiteren Hinweisen; vgl. auch Urteil des BVGer A-8318/2007 vom 3. Februar 2009 E. 18 sowie ROLF H. WEBER, a.a.O., Rz. 12 zu Art. 89 RTVG).

Vorliegend müssen daher von den Sponsoringeinnahmen der Beschwerdeführerin diejenigen Aufwendungen in Abzug gebracht wer-

den, welche ihr zur Finanzierung ihres rechtswidrigen Verhaltens entstanden sind. Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin kann dies aber nicht bedeuten, dass sämtliche Kosten für die Produktion einer Sendung, in deren Rahmen unzulässige Sponsoringbillboards ausgestrahlt wurden, zu berücksichtigen sind. Vielmehr sind bloss Aufwendungen abzuziehen, welche unmittelbar mit der beanstandeten Rechtsverletzung zusammenhängen, das heisst die Kosten der Produktion und Akquisition des unzulässigen Sponsoringbillboards (wobei vorliegend ein Abzug der Produktionskosten des Billboards entfällt, da diese gemäss der bei den Akten liegenden Sponsoringvereinbarung vom 13. Juni 2007 der Sponsor UBS zu tragen hatte). Unbeachtlich zu bleiben hat weiter, ob die Beschwerdeführerin den ihre Aufwendungen übersteigenden Erlös allenfalls bereits verwendet hat oder nicht (vgl. Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 12.2).

14.
Die Beschwerdeführerin stellt den Antrag, der einzuziehende Betrag sei zumindest in seiner Höhe erheblich herabzusetzen und auf höchstens 5 % des "Gewinns" zu beschränken, da einer umfangreicheren Einziehung insbesondere die eigenen Vermögensinteressen sowie das öffentliche Interesse an einer sparsamen Verwendung der Gebührengelder entgegenstünden.

14.1 Gemäss der Sponsoringvereinbarung vom 13. Juni 2007 schuldete die UBS der Beschwerdeführerin für die Sponsornennung unmittelbar vor und nach den Sendungen "Alinghi aktuell", "Alinghi – Countdown" und "Alinghi – Analyse" eine Entschädigung von insgesamt Fr. 380'000.--. Gestützt darauf ist von Gesamteinnahmen der Beschwerdeführerin in entsprechender Höhe auszugehen.

14.2 Zur Berechnung des einzuziehenden Betrages bedient sich die Vorinstanz generell folgender Methode: Ausgehend von den mit einem bestimmten Sponsoringbillboard erzielten Einnahmen nimmt sie in einem ersten Schritt eine (erste) Kürzung vor, wenn das Billboard teilweise den rundfunkrechtlichen Werbe- und Sponsoringbestimmungen entspricht. Von dieser Geldsumme stellt sie in einem zweiten Schritt bei einem ersten gleichartigen Verstoss grundsätzlich nur einen Drittel, beim zweiten Verstoss zwei Drittel und ab dem dritten Verstoss den gesamten Betrag in Rechnung, wobei eine Abweichung von dieser Regel erfolgen kann, wenn der letzte gleichartige Verstoss längere Zeit zurückliegt.

Übertragen auf den vorliegenden Fall führt dies zu folgendem Ergebnis: Von den Sponsoringeinnahmen von Fr. 380'000.-- und damit vom höchstmöglichen Betrag, der für die Einziehung überhaupt in Betracht kommt, bringt die Vorinstanz für die Nennung des Sponsors am Anfang und am Ende der Sendungen einen Drittel in Abzug. Von dem auf die unzulässige werbliche Aussage entfallenden Drittel unterwirft sie nur zwei Drittel der Einziehung, was sie damit begründet, trotz des dritten gleichartigen Verstosses innert kurzer Zeit (Verfügung des BAKOM vom 8. Januar 2008 betreffend die Sendung "Die grössten Schweizer Hits" bzw. vom 8. Februar 2008 betreffend die Sendungen "einfachluxuriös / Meteo" [bestätigt – soweit angefochten – mit Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009]) rechtfertige sich ein Abzug, weil im Verfahren betreffend "Die grössten Schweizer Hits" aufgrund besonderer Umstände auf eine Einziehung verzichtet worden sei. Nicht weiter reduziert sie dagegen den auf die ungenügende Deklaration des Sponsoringverhältnisses entfallenden Drittel, dies mit dem Hinweis, dass auch hier bereits der dritte Verstoss innert kurzer Zeit vorliege (Verfügung des BAKOM vom 7. November 2006 betreffend die Sendung "Glanz & Gloria" bzw. die bereits erwähnte Verfügung vom 8. Februar 2008 betreffend die Sendungen "einfachluxuriös / Meteo"). Insgesamt wird damit der Betrag von Fr. 211'110.-- in Rechnung gestellt.

14.3 Mit ihrem Vorgehen unterwirft die Vorinstanz zu Recht auch den Umfang der Einziehung dem Grundsatz der Verhältnismässigkeit (zur Verhältnismässigkeit der Massnahme an sich vgl. bereits E. 12.3 hiervor). Die von ihr benutzten Kriterien zur Berechnung des konkret einzuziehenden Betrages erscheinen grundsätzlich zweckmässig und nachvollziehbar (vgl. im Einzelnen Urteil des BVGer A-1625/2008 vom 3. Februar 2009 E. 13.3).

Vorliegend hat die Vorinstanz ihr Ermessen pflichtgemäss ausgeübt und gestützt auf die genannten Kriterien eine angemessene Massnahme getroffen, welche zweckmässig ist und den Umständen des konkreten Einzelfalls gerecht wird (vgl. allgemein dazu André Moser/Michael Beusch/Lorenz Kneubühler, Prozessieren vor dem Bundesverwaltungsgericht, Basel 2008, S. 88 Rz. 2.192). Die Einziehung des Betrags von Fr. 211'110.-- ist unter diesen Umständen nicht zu beanstanden.

15.
Die angefochtene Verfügung ist damit bezüglich Ziff. 1, 3, 4 und 5 des Dispositivs rechtmässig. Ziff. 2 des Dispositivs erweist sich als unvollständig und ist im Sinne der Ausführungen unter Erwägung 5 zu ergänzen. Dies allein rechtfertigt allerdings keine Ermässigung der Kosten, die der Beschwerdeführerin im vorinstanzlichen Verfahren auferlegt worden sind (Fr. 5'200.--, Dispositiv Ziff. 6). Die Vorinstanz führt nämlich überzeugend aus, bei der Bemessung der Verfahrenskosten sei bereits dem Umstand Rechnung getragen worden, dass nicht in allen Punkten, die zur Eröffnung des Aufsichtsverfahrens Anlass gegeben hätten, eine Rechtsverletzung festgestellt worden sei. Die Beschwerde erweist sich demnach mit Ausnahme der Rügen zu Ziff. 2 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung als unbegründet und ist – mit ebendieser Einschränkung – abzuweisen.

16.
Bei diesem Verfahrensausgang gilt die Beschwerdeführerin im überwiegenden Umfang als unterliegende Partei, weshalb sie grundsätzlich die gesamten Verfahrenskosten in der Höhe von Fr. 3'000.- zu tragen hat (Art. 63 Abs. 1 VwVG sowie Art. 4 des Reglements vom 21. Februar 2008 über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht [VGKE, SR 173.320.2]). Da jedoch Ziff. 2 des Dispositivs der angefochtenen Verfügung aufgrund eines "Versehens" der Vorinstanz unvollständig geblieben ist (vgl. E. 5) und die Vorinstanz überdies den Anspruch der Beschwerdeführerin auf rechtliches Gehör verletzt hat (vgl. E. 8), rechtfertigt es sich, die Verfahrenskosten aus diesen beiden Gründen um Fr. 500.-- (Gehörsverletzung) beziehungsweise Fr. 200.-- (Unvollständigkeit des Verfügungsdispositivs) zu ermässigen und ihr insgesamt bloss Fr. 2'300.- aufzuerlegen. Parteientschädigungen sind keine zuzusprechen (Art. 64 Abs. 1 VwVG i.V.m. Art. 7 Abs. 3 VGKE).

Demnach erkennt das Bundesverwaltungsgericht:

1.
Die Beschwerde wird insofern teilweise gutgeheissen, als Ziff. 2 des Dispositivs der angefochten Verfügung vom 25. April 2008 im Sinne der Erwägungen zu ergänzen ist. Im Übrigen wird die Beschwerde abgewiesen.

2.
Die Verfahrenskosten von insgesamt Fr. 3'000.- werden im Umfang von Fr. 2'300.- der Beschwerdeführerin auferlegt. Sie werden mit dem geleisteten Kostenvorschuss von Fr. 3'000.- verrechnet. Der Restbetrag von Fr. 700.-- wird der Beschwerdeführerin nach Eintritt der Rechtskraft des vorliegenden Urteils zurückerstattet. Hierzu hat sie dem Bundesverwaltungsgericht ihre Bankverbindung oder ihre Postkontonummer anzugeben.

3.
Es wird keine Parteientschädigung zugesprochen.

4.
Dieses Urteil geht an:

- die Beschwerdeführerin (Gerichtsurkunde)
- die Vorinstanz (Ref-Nr.OS 1000220034, Einschreiben)
- das Generalsekretariat UVEK (Gerichtsurkunde)

Für die Rechtsmittelbelehrung wird auf die nächste Seite verwiesen.

Die vorsitzende Richterin:	Der Gerichtsschreiber:
Kathrin Dietrich	Mario Vena

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach Eröffnung beim Bundesgericht, 1000 Lausanne 14, Beschwerde in öffentlich-rechtlichen Angelegenheiten geführt werden (Art. 82 ff., 90 ff. und 100 des Bundesgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005 [BGG, SR 173.110]). Die Rechtsschrift ist in einer Amtssprache abzufassen und hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift zu enthalten. Der angefochtene Entscheid und die Beweismittel sind, soweit sie die beschwerdeführende Partei in Händen hat, beizulegen (vgl. Art. 42 BGG).

Versand: