

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 und 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, in Verbindung mit § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die oe24 GmbH als Veranstalterin des Programms „oe24TV“ am 15.10.2015 in dem zwischen ca. 17:47 Uhr und 17:51 Uhr ausgestrahlten Beitrag über das Einrichtungshaus „Kare“ im Rahmen der Sendung „Madonna TV“ durch Produktplatzierungen zu Gunsten von „Vodka Absolut“ audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen ausgestrahlt und dadurch § 42a AMD-G verletzt hat.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der oe24 GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 17:00 Uhr und 19:00 Uhr im Fernsehprogramm „oe24TV“ in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter Folgendes festgestellt:

Die oe24 GmbH hat als Kabelfernsehveranstalterin in ihrer Sendung „Madonna TV“ am 15.10.2015 durch die Einbeziehung von Spirituosen der Marke „Vodka Absolut“ gegen das Verbot von kommerzieller Kommunikation für Spirituosen verstoßen.“

Der oe24 GmbH wird aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Auf Grund der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter, forderte die KommAustria die oe24 GmbH mit Schreiben vom 14.10.2015 zur Vorlage von Aufzeichnungen ihres am 15.10.2015 von 17:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Programms „oe24TV“ auf. Dieses Schreiben wurde der oe24 GmbH am 16.10.2015 zugestellt.

Mit Schreiben vom 19.10.2015, bei der KommAustria am selben Tag eingelangt, übermittelte die oe24 GmbH einen Link, unter welchem eine Mediendatei abrufbar war, die den „oe24TV“-Programmloop vom 15.10.2015 beinhaltete. Ergänzend wurde am 22.10.2015 ein E-Mail übermittelt, welches eine Aufstellung der am 15.10.2015 im Zeitraum von 17:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen enthält. Die KommAustria ging in weiterer Folge davon aus, dass diese Aufzeichnung – auch in Kombination mit der schriftlichen Sendungsaufstellung – nicht den gesetzlichen Anforderungen genügt und leitete daher am 09.11.2015, KOA 1.960/15-240, ein Feststellungsverfahren wegen der vermuteten Verletzung von § 29 Abs. 1 AMD-G ein.

Ebenfalls mit Schreiben vom 09.11.2015 übermittelte die KommAustria der oe24 GmbH die Auswertung der am 15.10.2015 im Zeitraum von 17:23 bis 17:59 Uhr ausgestrahlten Programmschleife und leitete wegen der vermuteten Verletzung des § 42a AMD-G ein Feststellungsverfahren gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 AMD-G ein. Der oe24 GmbH wurde die Möglichkeit eingeräumt hierzu binnen einer Frist von zwei Wochen Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 23.11.2015, eingelangt am 01.12.2015, machte die oe24 GmbH von dieser Möglichkeit Gebrauch und führte Folgendes aus:

Es sei zutreffend, dass in der auf „oe24TV“ am 15. Oktober 2015 zwischen 17:47 und 17:51 Uhr ausgestrahlten Sendung „oe24.tv Style Madonna TV“ unter anderem eine Flasche „Limited Edition Absolut Elektrik“ zu sehen gewesen sei. Dabei handle es sich jedoch um keine unzulässige audiovisuelle kommerzielle Kommunikation gemäß § 42a AMD-G. Gemäß § 42a AMD-G sei jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Spirituosen untersagt. Der inkriminierte Beitrag stelle keine Werbung einer Spirituose dar, vielmehr handle es sich dabei um einen Beitrag über Deko-Trends, in dem Andy Pietratsch („Kare“ Österreich) interviewt werde. Dass Herr Pietratsch dabei auf das „Elektrik-Loft-Schaufenster“ bei „Kare“ hinweise und die „Absolut“-Flasche erwähne, sei der oe24 GmbH nicht vorwerfbar.

Soweit die KommAustria in ihrem Schreiben erwähne, dass aus der Kameraeinstellung ersichtlich sei, dass dieses Produkt vor Ort zum Preis von EUR 14,99 erworben werden könne, weise die oe24 GmbH darauf hin, dass diesbezüglich keine Einblendung erfolge, sondern lediglich das Verkaufsregal gefilmt worden sei. Es könne auch kein Preis von EUR 14,99 erkannt werden. Im Übrigen weise die oe24 GmbH darauf hin, dass, soweit im Beitrag die „Absolut-Flasche“ erwähnt werde, nicht auf die Spirituose Vodka Bezug genommen werde. Es gehe allein um das Design der „Absolut-Flasche“. Soweit die KommAustria sich in ihrem Schreiben vom 09.11.2015 auf die Website urbanauts.at/absolut bzw. auf die Website von „Kare“ (www.kare-design.com/at/en) berufe, müsse die oe24 GmbH darauf hinweisen, dass sie für die Internet-Auftritte von Dritten nicht verantwortlich sei. Sie habe darauf auch keinen Einfluss. Dies gelte auch für die Facebook-Seite von

„Kare“, auf der, dem Schreiben der KommAustria vom 09.11.2015 zufolge, der inkriminierte Beitrag verlinkt worden sei.

Zusammenfassend habe die oe24 GmbH daher nicht gegen die Bestimmung des § 42a AMD-G verstoßen und werde auch weiterhin auf eine strenge Einhaltung sämtlicher Bestimmungen des AMD-G achten. Dabei werde sie auch in Zukunft dafür sorgen, dass sie keinesfalls gegen das Spirituosenwerbeverbot des § 42a AMD-G verstoße.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Mit Schreiben vom 07.10.2014, KOA 1.950/14-049, zeigte die oe24 GmbH das von ihr veranstaltete Kabelfernsehprogramm „oe24TV“ gemäß § 9 AMD-G bei der KommAustria an.

Die ausgewertete Programmschleife von „oe24TV“ wurde am 15.10.2015 von ca. 17:23 bis ca. 17:59 Uhr im Kabelnetz der A1 Telekom Austria AG ausgestrahlt.

Das Programm hat – soweit verfahrensgegenständlich von Relevanz – folgenden Inhalt:

Zwischen ca. 17:47 und ca. 17:51 Uhr wird die Sendung „oe24.tv Style / Madonna TV“ ausgestrahlt. Der einzige Beitrag dieser Sendung beschäftigt sich damit, aktuelle Dekorationstrends darzustellen und wurde in den Räumlichkeiten des Einrichtungshauses „Kare“ in 1060 Wien gefilmt.

Im Verlauf des Beitrages gibt Herr Andy Pietratsch von Kare Österreich Auskunft über verschiedene Einrichtungs- und Dekorationstrends, wobei auch die Rede von verschiedenen – im Geschäftslokal ausgestellten – Accessoires ist, welche vorwiegend in den Farben Silber, Metallic-Blau, Schwarz und Weiß gehalten sind:



Die wesentlichen Inhalte des Beitrages stellen sich chronologisch wie folgt dar:

Sprecherin oe24:

„Herbstzeit ist Dekozeit und so begeben wir uns heute auf die Suche nach den aktuellen und zukünftigen Dekotrends. Welcher Stil, welche Farbe und vor allem auch welche Materialien sind angesagt und welche eher nicht? Andy Pietratsch von Kare Österreich wird uns nicht nur diese Frage beantworten sondern uns vor allem auch die verschiedenen Kombinationsmöglichkeiten der unterschiedlichen Stile näherbringen.“

Nach dieser Einleitungssequenz gibt Andy Pietratsch Auskunft über verschiedene Einrichtungsstile:



Andy Pietratsch, Kare Österreich:

„Es gibt wahnsinnig viele verschiedene Möglichkeiten sich einzurichten. Es gibt auf der einen Seite so diesen Trend schwarz-weiß und minimalistisch. Das andere ist so, wir nennen es French-Bistro, das ist so ein bisschen belgisches und französisches Landhaus angehaucht, aber auch ein bisschen Eiche wieder mit drin, also mehr Naturhölzer. Dann gibt es auch noch diesen Loft-Stil was natürlich immer noch sehr trendy ist. Das ist auch ein ganz cooler Mix eigentlich: so ein bisschen Einfluss aus New York mit drin, so Atelier-Atmosphäre. Loft-Stil mit Vintage gemischt: So ein paar alte Sachen, Massivholz, dann wieder so ein bisschen reingebracht und einen ganz coolen Mix eigentlich draus gemacht. Und das dann viel auch mit den Farben Schwarz, ein bisschen Mystik wieder rein, ein ganz cooler Mix eigentlich, der eine unheimlich gute Atmosphäre auch kriert.“

Wir haben natürlich jetzt sehr viel auch für die kommende Saison: sehr viel im Glitzerbereich, sehr viel Silber. Man sieht das auch unten sehr schön in unserem Loft, das wir jetzt von „Absolut“ hier im Schaufenster haben: dieses Blau – dieses wirklich kräftige Blau, strahlende Blau – auf Aluminium und dann das Ganze mit Silber abgesetzt und in Schwarz, dass es so eine warme Atmosphäre kriegt. Also wirklich cool. Aber trotzdem nicht nur dieses ganz Technische: das ist dann so 90er Jahre, das ist eigentlich dann total durch natürlich; sondern man versucht mit anderen Materialien – ob es jetzt Vintage-Look ist – wieder so ein bisschen die Atmosphäre reinzukriegen, dass es auch was Heimeliges hat und nicht nur kalt und kühl ist. Es soll kein Museum sein, sondern die Atmosphäre ist halt wichtig. Und das bringt man eigentlich genau durch diesen Materialmix dann rein.“

Ergänzend zur Erklärung des „Loft-Stils“ wird das – im Schaufenster des Geschäftslokals eingerichtete – „Absolut Elektrik Loft“ gezeigt:



Wie aus den Screenshots ersichtlich ist, wird hierbei mehrmals die „Absolut“-Wortmarke in dem ihr typischen Schriftbild groß im Bild dargestellt. Weiters sind die von dem Unternehmen hergestellten Vodkaflaschen in zahlreichen Videosequenzen eingeblendet: So sind im „Absolut Elektrik Loft“ – ebenso wie in den übrigen Teilen des Geschäftslokals – zahlreiche Flaschen der Marke „Absolut“ in den Farben Blau und Silber aufgestellt, wobei in mehreren Fällen der Aufdruck „Absolut“ auf diesen erkennbar ist. Im „Absolut-Loft“ ist zudem ein Bett zu sehen, neben dem ein Beistelltisch aufgestellt ist, auf welchem, ergänzend zu den erwähnten Vodkaflaschen, auch Trinkgläser, Strohhalm und eine blaue Ablagematte mit der Aufschrift „Absolut“ zu sehen sind. Am Glas des Schaufensters sind zudem die Domain-Namen folgender Websites angebracht: urbanauts.at/absolut und facebook.com/kare.Austria.

Sprecherin oe24:

„Na dann, auf geht's!

Das Electric-Loft sieht also nicht nur spacig aus, es liegt auch voll im Trend der Zeit. Minimalistisch, stylisch, cool. Doch was benötige ich eigentlich um mir diesen Trend nach Hause zu holen?“

Mit diesen Worten werden nochmals die bereits zuvor gezeigten Einstellungen des „Elektrik-Loft-Schaufensters“ eingeblendet. Die Kamera fokussiert erneut auf verschiedene Details der Einrichtung des Lofts, wobei abermals auch die Vodkaflaschen der Limited Edition gezeigt werden.

Andy Pietratsch, Kare Österreich:

„Klar, also das wirklich Gute daran ist auch, man kann das mit relativ wenig Aufwand machen. Man sieht das in diesem Loft unten, im Absolut-Loft, eigentlich sehr schön: Da ist auch viel mit Accessoires gespielt worden – mit Farben gespielt worden und mit Accessoires – und dann kann man das mit einem schönen Deko-Artikel – ob das jetzt wie hier im Hintergrund diese Schmuck-Boxen oder natürlich die Absolut-Flaschen selber sind – irgendwie solche schönen Sachen mit reinbringen, dass man einfach einen Akzent setzt. Und die Leute sollen hier – sag ich mal – Ideen kriegen, Anregungen kriegen, um ihre eigene Wohnung dem entsprechend wieder so ein bisschen aufzufrischen. Und dafür muss es gar

nicht unbedingt die ganze Einrichtung wieder sein. Manchmal sind's grad diese Accessoires, die das Ganze dann wieder auffrischen, ein bisschen umdekorieren, und man kriegt einen ganz anderen Stil wieder. Und das ist eigentlich die schöne Kunst, wenn man das beherrscht, aus der eigenen Wohnung mit ein paar lustigen Accessoires was Anderes zu machen. Und das ist auch eigentlich so eine Spezialität von uns, dass wir die entsprechenden Accessoires haben, denn wir haben ja Unmengen an verschiedenen Accessoires.“

Auf die Frage hin, was der Kunde dazu benötigt, eine derartige „Elektrik-Loft“-Atmosphäre selbst zu Hause zu schaffen, gibt der Einrichtungsberater sinngemäß die Auskunft (zum genauen Wortlaut s.o.), dies könne man – neben anderen Accessoires – auch durch das Aufstellen von Absolut-Flaschen der Limited Edition bewerkstelligen. Im Rahmen dieser Äußerung greift der Einrichtungsberater demonstrativ nach einem der im Verkaufsraum dargebotenen Flaschen der Limited Edition:



Während der Einrichtungsberater nun weiterspricht, wird die Kamera durch die Verkaufsflächen der Geschäftsräumlichkeit geschwenkt und – als Beispiel für häusliche Dekoration – erneut ein entsprechendes Regal mit Accessoires gezeigt. Unter den dort aufgestellten Gegenständen kommt abermals der „Limited Edition Absolut Elektrik“ breiter Raum zu. Auch ist aus einer Kameraeinstellung ersichtlich, dass dieses Produkt vor Ort zum Preis von EUR 14,99 erworben werden kann:



Sprecherin oe24:

„Somit steht einem Nachshoppen und vor allem Nachstylen nichts mehr im Wege. Viel Vergnügen!“

Mit diesen Worten schließt der Beitrag. Mit dem Ende dieses Beitrages endet auch die Sendung „Madonna TV“.

Eine Einsichtnahme in die im Beitrag dargestellten Websites bzw. Internet-Präsenzen ergibt folgendes Bild:

Folgt man der URL urbanauts.at/absolut gelangt man zur Website der URBANAUTS GmbH, deren Unternehmensgegenstand im Wesentlichen darin besteht, aus ehemaligen Geschäftslokalen, Werkstätten und Ateliers Hotelzimmer zu gestalten und diese anschließend zu vermieten. Die Zimmer können über die genannte Website online gebucht werden. Dies trifft auch auf das „Absolut Elektrik Loft“ zu, welches aus Anlass einer Limited Edition des „Absolut Vodka“ („Absolut Elektrik Edition“) gestaltet wurde, wobei im Übernachtungspaket in diesem Loft auch ein eigener Barkeeper, Frühstück ans Bett und eine der „begehrten Flaschen“ der Limited Edition enthalten ist.

URBANAUTS An 2015-10-30 Ab 2015-10-31 Erw 2 Kind 0 **BOOK NOW** | LAGE | DE | EN

- URBANAUTS
- STREET LOFTS
 - COUPLE
 - COMFORT
- FELLOWS
- KONTAKT
- SPECIALS
- CITY GUIDE**
- SHOP
- LOOKBOOK
- PRESSE
- STORY
- IMPRESSUM

ABSOLUT ELECTRIK LOFT

Ab Oktober wird's ELECTRIK! Anlässlich der neuen ABSOLUT ELECTRIK EDITION des schwedischen Premium-Vodka ABSOLUT entsteht in Kooperation mit URBANAUTS das ABSOLUT ELECTRIK LOFT in der Belvederegasse 26.

Das Zimmer präsentiert sich in schick-elektrischem Silber und Kobaltblau, gespickt mit Lichteffekten und Schaltkreisen. Ein privater Barkeeper sorgt für die richtige Verköstigung und serviert den eigens von Science-Buster Werner Gruber kreierten „Elektrik Drink“. Für den Morgen danach gibt es eine Late-Morning Frühstück ans Bett.

URBANAUTS Gäste erhalten das Package bestehend aus 2 Nächten für 2 Personen im ELECTRIK LOFT, eigenem Barkeeper, Frühstück ans Bett und eine der begehrten Flaschen für insgesamt 340€.

FACEBOOK | departure.at

Auch auf der Website des Einrichtungshauses Kare findet sich auf der Startseite (<https://www.Kare-design.com/at/en>) ein – offenbar seit 12.10.2015 bestehender – Link, der zu einer Unterseite führt, auf welcher ebenfalls auf die Übernachtungsmöglichkeit im „Absolut Elektrik Loft“ hingewiesen wird. Weiters bewirbt die Website die „Absolut Vodka Limited Edition Edition Elektrik 2015“, zu welcher ausgeführt wird, dass eine solche Flasche „denselben schwedischen Vodka beinhaltet wie eine Flasche Absolut Vodka“. Zudem wird angemerkt, dass die „beliebten Sammlerflaschen derzeit exklusiv in allen Kare-Shops“ erhältlich sind:



THE NEW ABSOLUT LIMITED EDITION ELECTRIK BOTTLES



Absolut Elektrik contains the same Swedish vodka as a bottle of Absolut Vodka. It is made exclusively from natural ingredients, and unlike some other vodkas, it doesn't contain any added sugar. In fact, Absolut is as clean as vodka can be. Still, it has a certain taste: Rich, full-bodied and complex, yet smooth and mellow with a distinct character of grain, followed by a hint of dried fruit. All absolut is made in the same distillery, with wheat from the same fields, and water from our own deep well.

The popular collector's bottles are now exclusively available in all KARE shops.
Price: € 14,99

KARE AUSTRIA

PRODUCTS STORES - INSPIRATION FOLLOW US -   Search

Furniture Light Accessories

ABSOLUT ELECTRIK LOFT – TWO-NIGHTS-PACKAGE

12. October 2015

In this loft there is high voltage! From 22. October to 20. December you can book the absolute Elektrik Loft in Belvederegasse 26 and even better: KARE raffled 1x the two-night-package for 2 this dream apartments in KARE Design – the package includes 1x Late Morning Breakfast in Elektrik morning robe and 1x evening with private bartender who will mix signature drinks like the Absolute Ampere.



Folgt man der URL facebook.com/kare.austria gelangt man zur Facebook-Präsenz des Einrichtungshauses Kare, auf dem sich ein Posting über den gegenständlichen OE24TV-Beitrag befindet. Im Zuge dessen ist dort auch eine Verlinkung zu dem – von der oe24 GmbH – unter <http://www.oe24.at/video> bereitgestellten Abrufdienst, zu finden. Der genannte Link leitet unmittelbar zu dem verfahrensgegenständlichen Beitrag („Deko-Trends für den Herbst“) weiter, welcher im linearen Kabelfernsehprogramm OE24TV im Rahmen der Sendung „Madonna TV“ ausgestrahlt wurde.

Auf der Facebook-Seite von Kare ist zudem ein Foto aus dem Kare-Einrichtungshaus gepostet, auf welchem ein Regal mit einer größeren Anzahl an Vodka-Flaschen der Marke Absolut – hierbei handelt es sich um die oben beschriebene Limited Edition – zu sehen ist. Eine Flasche der „Absolut Elektrik- Edition“ kann im Geschäftslokal zum Preis von EUR 14,99 erworben werden:

The screenshot shows the Facebook profile of 'KARE Austria Möbelhaus'. The cover photo features a man in a purple shirt. The profile picture is the KARE logo with the text 'SPASS AM WOHNEN'. The page name is 'KARE Austria Möbelhaus'. Below the name are tabs for 'Chronik', 'Info', 'Fotos', 'Bewertungen', and 'Mehr'. The main content area shows a post from 'KARE Austria' dated 'Gestern um 03:42'. The post text reads: 'Ihr seid auf der Suche nach Deko-Trends im Herbst? Wir verraten euch, worauf ihr dabei Wert legen müsst. Am besten minimalistisch bleiben, einen Touch nature oder industrial style dazu kombinieren und schon ist der Herbst Look perfekt...mehr dazu erfahrt ihr im aktuellen KARE Beitrag auf Madonna TV 😊'. Below the text is a photo of a display of Absolut Vodka bottles. The caption for the photo is 'Deko-Trends für den Herbst' and 'Deko-Trends für den Herbst OE24.AT'. The left sidebar shows 'PERSONEN' with 5157 'Gefällt mir'-Angaben and 247 Besuche. The 'INFO' section shows the address 'Mariahilferstraße 5, Wien', phone number '01 5856211', and website 'http://www.kare-design.at/'.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Veranstaltung des Kabelrundfunkprogrammes ergeben sich aus den zitierten Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zu der zwischen ca. 17:47 und ca. 17:51 Uhr ausgestrahlten Sendung „oe24.tv Style / Madonna TV“ ergeben sich aus der von der oe24 GmbH vorgelegten Videodatei in Zusammenhang mit der schriftlichen Aufstellung der zwischen 17:00 und 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen. Die Feststellungen zu den Inhalten der zitierten Websites ergeben sich aus der amtswegig durchgeführten Einsichtnahme. Die oe24 GmbH ist diesen nicht entgegengetreten. Sofern seitens der oe24 GmbH bestritten wurde, dass im beobachteten Programm ersichtlich sei, dass im Geschäftslokal Vodka Absolut-Flaschen zum Preis von EUR 14,99 käuflich zu erwerben waren, ist auf den ersten Screenshot auf Seite 7 des vorliegenden Bescheides zu verweisen, welcher das Gegenteil ausweist.

Die Feststellung darüber, dass es sich bei den, in die Handlung der Sendung eingebundenen, Flaschen der Vodkamarke „Absolut“ um solche handelt, in denen handelsüblicher Vodka Absolut enthalten ist, ergibt sich aus der Einsichtnahme in die genannten Websites. So findet sich auf der Website des Einrichtungshauses „Kare“ folgende Aussage: „Absolut Elektrik contains the same Swedish vodka as a bottle of Absolut Vodka“.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Im vorliegenden Fall ergab sich aufgrund der Einsichtnahme in die vorgelegte Videodatei der begründete Verdacht eines Verstoßes gegen das Verbot von kommerzieller Kommunikation für Spirituosen, weshalb ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 42a iVm §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten war, wobei der oe24 GmbH die Möglichkeit zur Stellungnahme eingeräumt wurde, wovon diese auch Gebrauch machte.

4.2. Unzulässige audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen (§ 42a AMD-G) im Beitrag betreffend das Einrichtungshaus „Kare“ (Spruchpunkt 1.)

§ 42a AMD-G lautet wörtlich:

„Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen

§ 42a. *Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Spirituosen ist untersagt.“*

§ 2 Z 2 und Z 27 AMD-G lauten:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

1. [...]

2. *audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, die*

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

dienen. Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;

[...]

27. *Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder entsprechende Marke einzubeziehen, bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind; [...]*“

Der österreichische Gesetzgeber hat mit Schaffung des § 42a AMD-G (vgl. bis zur Rundfunknovelle 2010 die Vorgängerbestimmung in § 42 Abs. 1 PrTV-G) festgelegt, dass jegliche audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen in Fernsehprogrammen unzulässig ist. Hiervon sind sämtliche Unterformen der kommerziellen Kommunikation gleichermaßen erfasst (vgl. zu diesen § 2 Z 2 letzter Satz AMD-G). Unzulässig ist daher Werbung, Sponsoring, Produktplatzierung und auch eine Produktionshilfe von unbedeutendem Wert zugunsten von Spirituosen.

Zur Auslegung des Begriffs „Spirituosen“ kann auf § 4 Abs. 1 iVm Teil I Z 19 der Anlage zum Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG), BGBl. I Nr. 13/2006 idF BGBl. I Nr. 144/2015, verwiesen werden, welche ihrerseits auf die Verordnung (EG) Nr. 110/2008 vom 15. Jänner 2008, ABl. L Nr. 39 vom 13.02.2008, zur Begriffsbestimmung, Bezeichnung, Aufmachung und Etikettierung von Spirituosen sowie zum Schutz geografischer Angaben für Spirituosen verweist. Art. 2 Abs. 1 der Verordnung enthält eine Legaldefinition des Begriffs. Eine Spirituose ist demnach eine alkoholische Flüssigkeit, die zum menschlichen Verbrauch bestimmt ist, besondere sensorische Eigenschaften aufweist, über einen Mindestalkoholgehalt von 15 % vol verfügt und durch Destillation, Mazeration, Zusetzen von Aromastoffen oder durch Vermischung mit einem oder mehreren anderen Erzeugnissen hergestellt wird.

Diese Kriterien treffen auf das Getränk Vodka Absolut ohne Zweifel zu: Auf einer handelsüblichen Absolut-Flasche findet sich der Aufdruck: 40% ALC./VOL. (80 PROOF). Dieser Befund bestätigt sich durch eine Einsichtnahme in die Website des schwedischen Getränkeherstellers, wo unter anderem auch zahlreiche Absolut-Flaschen bildlich dargestellt sind (<http://www.absolut.com/en/products>). Wie bereits in den Feststellungen ausgeführt, handelt es sich bei den, im Einrichtungshaus „Kare“ lagernden und zum Verkauf angebotenen Flaschen der Limited Edition („Absolut Elektrik“), um solche, die handelsüblichen Absolut-Vodka enthalten. Zur genaueren Einordnung des Getränks in die oben erwähnte Verordnung (EG) Nr. 110/2008, ist auf deren Anhang II Z 15 (Wodka) zu verweisen.

Durch die im verfahrensgegenständlichen Beitrag gewählte audiovisuelle Darstellungsform werden nach Auffassung der KommAustria sowohl das Produkt Vodka Absolut (als Spirituose) als auch die entsprechende Marke Absolut (für das dahinterstehende Unternehmen) in das Programm einbezogen, sodass diese innerhalb einer Sendung erscheinen (§ 2 Z 27 AMD-G). Denn im vorliegenden Fall werden im Rahmen des Beitrages zum Einrichtungshaus „Kare“ sowohl die Spirituose als auch die Marke des Getränkeherstellers Absolut mehrfach und in teils prominenter Weise bildlich dargestellt. Beispielhaft zu nennen sind der mehrfach eingeblendete Schriftzug der Wortmarke „Absolut“, der Verweis auf die Internetpräsenz des Herstellers und die wiederholte Einblendung der in den Farben Metallic-Blau und Silber gehaltenen Flaschen der Spirituose. Weiters berichtet der im Beitrag befragte Einrichtungsberater von dem im Geschäftslokal eingerichteten „Absolut-Loft“, welches mit zahlreichen Abbildungen der Absolut-Wortmarke versehen ist. In einer Kamerasequenz nimmt der Einrichtungsberater auch auf die unmittelbar vor Ort aufgestellten Spirituosen Bezug, wobei er (wie im Sachverhalt festgestellt) nach einer der Flaschen greift, und sie damit dem Zuseher in erkennbarer Weise präsentiert. Da in den

Flaschen handelsüblicher Vodka Absolut enthalten ist, wird damit nicht nur auf die Marke sondern auch auf die Spirituose als Produkt Bezug genommen.

Weiters geht die KommAustria davon aus, dass eine derartige Darstellung nach dem Verkehrsgebrauch üblicherweise gegen Entgelt erfolgt. Entscheidend ist hierbei nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach dem Verkehrsgebrauch üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. zur identen Bestimmung in § 1a Z 10 ORF-G: VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019; ebenso VwGH 22.05.2013, 2010/03/0008).

Die Darstellung der Spirituosen sowie der dahinterstehenden Marke im Rahmen des Beitrages erfolgt nach Auffassung der KommAustria derart auffällig, häufig und nachdrücklich, dass keinerlei Zweifel daran bestehen kann, dass eine ebensolche Einbeziehung von Produkten und Marken seitens eines Fernsehveranstalters üblicherweise nur gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgt. Im gegebenen Zusammenhang ist *obiter* darauf zu verweisen, dass bei Nichtvorliegen eines Verstoßes gegen § 42a AMD-G der Sachverhalt nach Auffassung der KommAustria jedenfalls unter dem Gesichtspunkt des § 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G („zu starkes Herausstellen“) zu problematisieren wäre.

Den Ausführungen der oe24 GmbH, dass es sich bei dem inkriminierten Beitrag nicht um Werbung für eine Spirituose, sondern vielmehr um einen Beitrag über Deko-Trends handelt, ist einerseits entgegenzuhalten, dass die KommAustria nicht vom Vorliegen eines werblichen Beitrages für Spirituosen, sondern von Produktplatzierung ausgeht. Andererseits vermag der Umstand, dass der Beitrag sich grundsätzlich mit Deko-Trends und Einrichtungstipps beschäftigt, nichts an der Tatsache zu ändern, dass in diesem wiederkehrend und explizit auf die charakteristisch gestalteten Vodka Absolut-Flaschen Bezug genommen wird, die überdies auch handelsübliche Spirituosen enthalten. Auch wenn diese im Beitrag primär als Dekorationsartikel und nicht als alkoholisches Getränk dargestellt werden, sind sie dennoch in die Handlung des Beitrages einbezogen und wird auch auf sie Bezug genommen, wodurch der Tatbestand des § 2 Z 27 AMD-G (Produktplatzierung) erfüllt ist. Nach Auffassung der KommAustria spielt es im Übrigen angesichts des Schutzzwecks des § 42a AMD-G, nämlich den Spirituosenkonsum vor dem Hintergrund des Gesundheits- und wohl auch Jugendschutzes einzuschränken, keine Rolle, welcher behauptete „Primärzweck“ mit einer Maßnahme der kommerziellen Kommunikation verfolgt wird. Maßgeblich ist vielmehr, dass – wie vorliegend – auch die Platzierung von Markenspirituosen unter dem Gesichtspunkt „tolles Design“ zu einem (von § 42a AMD-G zu verhindernden) positiven Imagetransfer im Sinne der Förderung des Erscheinungsbildes des dahinterstehenden Unternehmens und damit jedenfalls mittelbar der Förderung des Absatzes der Spirituosen dienen kann. Anders ausgedrückt kann das Verbot kommerzieller Kommunikation für Spirituosen nicht dadurch umgangen werden, dass die betreffenden Produkte bzw. Marken im Rahmen alternativer „Verwendungsmöglichkeiten“ zum Inhalt von Fernsehsendungen gemacht werden.

Die oe24 GmbH vermeint in diesem Zusammenhang, es sei ihr nicht vorwerfbar, dass der Einrichtungsberater, Herr Pietratsch, auf die Spirituosen hinweist bzw. diese erwähnt. Unbeschadet des Umstandes, dass sich die konkrete Darstellung der Spirituosen nicht bloß in den Aussagen von Herrn Pietratsch erschöpft, sondern gerade auch die in der ausschließlichen Ingerenz der oe24 GmbH liegende Kameraführung das Vorliegen kommerzieller Kommunikation bewirkt, ist festzuhalten, dass der oe24 GmbH als Mediendienstanbieterin die uneingeschränkte redaktionelle Verantwortung (§ 2 Z 3 AMD-G) für das von ihr verbreitete Programm zukommt. Es obliegt damit ihr, den konkreten Inhalt von Sendungen – sei es durch klare redaktionelle Vorgaben, sei es durch nachprüfende Kontrollen – dahingehend zu gestalten, dass die gesetzlichen Bestimmungen betreffend verbotene Programminhalte (wie etwa § 42a AMD-G) nicht verletzt werden. Sie hat daher das von ihr veranstaltete Programm auf die Einhaltung der Bestimmungen des AMD-G zu

überprüfen und ist verpflichtet ihre Programminhalte so zusammenzustellen bzw. zu gestalten, dass Verstöße nicht zur Ausstrahlung gelangen. Auch kann die Rechtsverletzung nicht mit dem Hinweis darauf relativiert werden, der Mediendiensteanbieter hätte keinen Einfluss auf seinen Interviewpartner. Die journalistische Freiheit der Programmgestaltung findet dort ihre Grenze, wo Rechtsvorschriften verletzt werden.

Darüber hinaus ist anzumerken, dass es beim Rechtsverletzungsverfahren gegen einen Mediendiensteanbieter nicht auf Fragen der „subjektiven Tatseite“ ankommt, weshalb gegenständlich gar nicht zu prüfen ist, ob der oe24 GmbH bzw. vielmehr ihren außenvertretungsbefugten Organen Verschulden zuzurechnen ist (vgl. dazu *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze³, 555 mit Verweis auf VwGH 01.03.2005, 2004/04/0124). Daher ist auch nicht von Relevanz, aus welchen Gründen im konkreten Fall gegen das Verbot von kommerzieller Kommunikation für Spirituosen verstoßen wurde. Es genügt die „objektive Rechtsverletzung“.

Zu den Ausführungen der oe24 GmbH, sie sei für die Internet-Auftritte Dritter nicht verantwortlich, ist anzumerken, dass die Aufnahme der genannten Websites (urbanauts.at/absolut, Website von „Kare“ und Facebook-Seite von „Kare“) in die Sachverhaltsdarstellung lediglich dem Nachweis dient, dass in den Vodka-Flaschen, die von der oe24 GmbH immer wieder als reine Deko-Artikel dargestellt werden, sich tatsächlich handelsüblicher Vodka Absolut befindet. Es handelt sich bei den in den Farben Blau und Silber gestalteten Flaschen tatsächlich um eine „Special“-Edition von Vodka Absolut, die sich ihrem Inhalt nach durch nichts von anderen Vodka-Flaschen unterscheiden.

Es war daher spruchgemäß festzustellen, dass durch die im Rahmen des Beitrags über das Einrichtungshaus „Kare“ ausgestrahlten Produktplatzierungen zu Gunsten von „Vodka Absolut“ gegen das Verbot von audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Spirituosen nach § 42a AMD-G verstoßen wurde.

4.3. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 3.)

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, Zl. 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der oe24 GmbH auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 3. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 17:00 Uhr und 19:00 Uhr im Programm „oe24TV“ durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitraum erfolgte.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde. Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA 1.965/16-005“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 3. März 2016

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)

Zustellverfügung:

- oe24 GmbH, Friedrichstraße 10, 1010 Wien, per **RSb**