

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. 134/2015, in Verbindung mit den §§ 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 Puls 4 TV GmbH & Co KG als Veranstalterin des Fernsehprogramms „Puls 4“ am 01.10.2015 während der zwischen 20:00 Uhr und 24:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen

1. um ca. 20:46 Uhr, um ca. 20:53 Uhr, um ca. 21:53 und um ca. 23:13 Uhr jeweils werblich gestaltete Sponsorhinweise zugunsten von „Fussl Modestraße“ ausgestrahlt hat, die nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von den vorangehenden Programmteilen getrennt waren; sowie
2. um ca. 20:29 Uhr, um ca. 22:56 Uhr und um ca. 23:43 Uhr jeweils werblich gestaltete Sponsorhinweise zugunsten von „Cashpoint“ ausgestrahlt hat, die nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von den vorangehenden Programmteilen (ca. 20:29 Uhr und ca. 23:43 Uhr) bzw. von den vorangehenden und den nachfolgenden Programmteilen (ca. 22:56 Uhr) getrennt waren,

wodurch jeweils § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt wurde, wonach Fernsehwerbung durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen ist.

2. Der Puls 4 TV GmbH & Co KG wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, die Spruchpunkte 1.1. und 1.2. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von ihr ausgestrahlten Programms „Puls 4“ an einem Donnerstag zwischen 20:00 und 23:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung zu veröffentlichen:

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

Die Puls 4 TV GmbH & Co KG hat am 01.10.2015 im Programm Puls 4 mehrere werblich gestaltete Sponsorenhinweise ausgestrahlt, die nicht eindeutig von den vorangehenden bzw. nachfolgenden Programmteilen getrennt waren. Dadurch wurde gegen das gesetzliche Gebot der Trennung der Werbung vom sonstigen Programm verstoßen.“

3. Der Puls 4 TV GmbH & Co KG wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung binnen weiterer zwei Wochen Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung vorzulegen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter wurden u.a. die am 01.10.2015 von 20:00 bis 24:00 Uhr im Programm „Puls 4“ der Puls 4 TV GmbH & Co KG ausgestrahlten Sendungen ausgewertet.

Aufgrund der Vermutung von Verletzungen der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G leitete die KommAustria mit Schreiben vom 29.10.2015 ein Rechtsverletzungsverfahren gegen die Puls 4 TV GmbH & Co KG ein und räumte dieser eine Frist von zwei Wochen zur Stellungnahme ein.

Mit der Stellungnahme vom 13.11.2015 teilte die Puls 4 TV GmbH & Co KG mit, dass die von der KommAustria beschriebenen Sachverhalte inhaltlich sowie in der zeitlichen Abfolge unbestritten seien.

Bezüglich der Sponsorhinweise der Firma „Fussl“ brachte die Puls 4 TV GmbH & Co KG zusammengefasst vor, dass diese Sponsorhinweise ohne Trennung zum Programm gesendet worden seien, da die Hinweise nicht werblich gestaltet wären. Die Aussage, dass das Einkaufen von Mode in der Fussl Modestraße *„Spaß macht“* und auch, dass man *„sich etwas Schönes gönnen soll“*, würden keinen speziell werblichen Charakter zugunsten des Sponsors beinhalten, sondern seien vielmehr Ausdruck eines bestimmten Lebensgefühls. Die generelle Freude am Einkaufen von Mode sei keine Besonderheit des Sponsors, aus der nach Ansicht der Puls 4 TV GmbH & Co KG eine konkrete Aufforderung zum Kauf abgeleitet werden könne.

Die Puls 4 TV GmbH & Co KG führte weiters an, dass auch der BKS in seinem Bescheid vom 23.06.2005, 611.001/0007-BKS/2005, in dem Sponsorhinweis *„Das Wetter – präsentiert von der Fussl Modestraße – Mode macht Spaß, bei jedem Wetter“* in vergleichbarer Weise bloß den Ausdruck eines bestimmten Lebensgefühls und damit einen ungestalteten Sponsorhinweis gesehen hätte.

Des Weiteren würde in dem Sponsorhinweis – wenn überhaupt – nur eine Aussage über generelle Leistungen des Sponsors gemacht, es fehle jedoch sowohl im Text *„Wo Mode Shopping Spaß macht“* wie auch in den Worten *„Gönn‘ Dir was Schönes“* ein Hinweis auf ein konkretes Produkt und damit ein absatzfördernder Hinweis. Auch nach Ansicht des VwGH (VwGH 10.12.2009, 2006/04/0058) seien verkaufsfördernde Hinweise nur dann unzulässig, wenn sie sich auf bestimmte Erzeugnisse und Dienstleistungen bezögen. Auch dem angezeigten Sponsoring fehlten diese konkreten Eigenschaften zu Gänze. Darüber hinaus

sei die Aussage „*Gönn' Dir was Schönes – Fussl'*“ Teil des unterscheidungskräftigen Zeichens des Sponsors iSd § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G, durch das das Erfordernis der eindeutigen Kennzeichnungseigenschaft des Sponsorhinweises erfüllt werde. Die Puls 4 TV GmbH & Co KG gehe daher von ungestalteten Sponsorhinweisen aus, die nicht von programmlichen Elementen zu trennen seien.

Zu den Sponsorhinweisen der Firma „Cashpoint“ brachte die Puls 4 TV GmbH & Co KG vor, dass diese jeweils einen Hinweis auf die folgende bzw. laufende Sendung und eine der Textpassagen „*Mehr Emotionen mit Cashpoint Sportwetten – Immer live dabei sein*“, „*Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten – Immer live dabei sein*“, „*Mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein*“, „*Mit Cashpoint live dabei sein*“ inkludierten. Die Puls 4 TV GmbH & Co KG habe diese Sponsorhinweise ohne Trennung zum Programm gesendet, da in diesen Fällen lediglich eine originelle Verbindung zur nachfolgenden bzw. bereits laufenden Sportübertragung gemacht werde, in der der Hinweis auf den Sponsor kreativ mit der konkreten Übertragung eines Live-Fußballspiels verbunden wird. Die konkreten Sponsorhinweise „*Schau'n wir mal was kommt. Mehr Emotionen mit Cashpoint Sportwetten – Immer live dabei sein*“, „*Wie immer es bei der Fußballübertragung weiter geht - Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten*“ und „*Was immer jetzt kommt – mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein*“ sollen den Zuseher auf die folgende bzw. laufende Sendung einstimmen und hinweisen. Diese Hinweise seien aber nicht geeignet, eine Verbindung zu einem konkreten Produkt oder einer Dienstleistung des Sponsors zu erzeugen.

Auch bei diesen Sponsorhinweisen könne nicht aus dem Ausdruck eines allgemeinen emotionalen Lebensgefühls („*immer in Führung sein*“, „*mehr Nervenkitzel / Emotionen empfinden*“) eine eigenständige werbliche, verkaufsfördernde Eigenschaft für ein konkretes Produkt oder eine Dienstleistung abgeleitet werden. Vielmehr sollte auf diese kreative Art eine Verbindung zur konkreten Fernsehsendung hergestellt werden, denn gerade bei einer Live-Übertragung eines Fußballspiels seien besonders viele Emotionen und der Wunsch, die Führung zu übernehmen, eine logische Erwartung der Zuseher. Eine derartige Bezugnahme auf das folgende bzw. laufende Programm sei rechtlich zulässig und enthalte keine qualitative Wertung eines konkreten Produktes.

Die zwei gekennzeichneten und getrennten Sponsorhinweise seien werblich gestaltet, da bei diesen Hinweisen konkrete Produkte des Sponsors, nämlich die aktuellen Wettquoten, eingeblendet würden. Nur weil in den aufgrund der Nennung konkreter Produkte die Grenze zur Werbung überschreitenden Sponsorhinweisen auch emotionale Ausdrücke verwendet würden, würden nicht die anderen nicht gestalteten Sponsorhinweise automatisch zu Werbung. Eine derartige Argumentation würde gestaltete Sponsorhinweise sehr weit einschränken, weil damit immer die Gefahr bestünde, dass ungestaltete Hinweise desselben Sponsors in Werbung umgedeutet werden könnten, nur weil sie – abgesehen von den werblichen – andere ähnliche Elemente enthalten. Für die Vermeidung der Irreführung des Zusehers sei es nach § 37 Abs. 1 Z 3 iVm § 43 AMD-G ausreichend, dass nur bei die Grenze zu Werbung überschreitenden Inhalten eine eindeutige Kennzeichnung und Trennung zum Programm erfolge. Die Puls 4 TV GmbH & Co KG habe daher auch die Sponsorhinweise dieses Sponsors als nicht gestaltete Sponsorhinweise nicht vom restlichen Programm getrennt.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Rundfunkveranstalterin

Die Puls 4 TV GmbH & Co KG ist eine zu FN 310081b beim Handelsgericht Wien eingetragene Gesellschaft mit Sitz in Wien. Unbeschränkt haftender Gesellschafter ist die Puls 4 TV GmbH.

Die Puls 4 TV GmbH & Co KG veranstaltet auf Grund des Bescheides der KommAustria vom 02.05.2007, KOA 2.100/07-046, das Fernsehprogramm „Puls 4“.

2.2. Sendungen am 01.10.2015

Gegen ca. 20:14 Uhr wird unmittelbar nach der Sendung „4 gegen 4 – Das Couchduell“ ein räumlich (Splitscreen) vom restlichen Programm getrennter Werbespot ausgestrahlt:



Der Countdown in der rechten unteren Bildschirmecke zählt während dieses Werbespots die Sekunden von 20 auf 0 herunter.

Unmittelbar nach Beendigung des Werbespots folgt ein Sponsorhinweis für „Fussl“, beginnend mit der Einblendung des Firmenlogos und hiernach gefolgt von einigen Einblendungen von Fotos eines männlichen Modells, das Bekleidung präsentiert.



Diese Bilder werden akustisch von einem Sprecher mit folgendem Text begleitet: *„Jetzt geht’s los - mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn’ Dir was Schönes – Fussl!“* Am Ende wird wieder das Firmenlogo von Fussl vor schwarzem Hintergrund eingeblendet.

Anschließend an diesen Sponsorhinweis folgt ein Sponsorhinweis für die Firma „Cashpoint“:



Am Anfang der graphischen Animation ist ein Fußballtor auf dem Rasen stehend zu sehen. Dann werden Fußbälle in Richtung des Tores bewegt, bei deren Auftreffen auf die Torlinie Buchstaben erscheinen, die am Ende den Firmennamen „CASHPOINT“ ergeben. Anschließend wird das Tor Richtung oberen Bildschirmrand bewegt, und am Ende der Animation erscheint folgender Bildschirm:



Ein Sprecher spricht während der graphischen Animation den Text: *„Schau'n wir mal was kommt. Mehr Emotionen mit Cashpoint Sportwetten – Immer live dabei sein.“*

Danach, gegen 20:15 Uhr, folgt die Anfangssignation für den Puls 4 Sport und danach die Vorbereichterstattung für das UEFA-Europa-League-Spiel Dynamo Minsk gegen Rapid Wien aus der Puls 4 Sports-Bar.

Gegen 20:29 Uhr, nach der Signation der UEFA-Europa-League, folgt wieder ein Sponsorhinweis für „Cashpoint“, graphisch ähnlich gestaltet wie jener um ca. 20:14 Uhr, jedoch mit dem Text: *„Wie immer es bei der Fußballübertragung weiter geht – Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten.“*

Unmittelbar danach folgt ein Sponsorhinweis für die Firma „Fussl“, der graphisch gleich wie der Sponsorhinweis um ca. 20:14 Uhr gestaltet ist, mit dem Text: *„Gleich geht's weiter - mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“* Im Anschluss an diesen Sponsorhinweis wird ein Werbetrenner gesendet und es folgt ein Werbeblock.

Gegen 20:35 Uhr wird, nach einem Programmhinweis, eine durch räumliche Mittel vom Programm getrennte Werbung für die Firma „Tesa“ gesendet. In der rechten unteren Bildschirmecke zählt ein Countdown von 15 auf 0 herunter.



Unmittelbar nach Beendigung des Werbespots folgt ein Sponsorhinweis für „Cashpoint“, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:14 Uhr. Ein Sprecher spricht während der graphischen Animation den Text: *„Was immer jetzt kommt – mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“* Danach folgt die Signation für die UEFA-Europa-League und die Vorberichterstattung wird fortgesetzt.

Gegen 20:46 Uhr folgt, unmittelbar nach der UEFA-Europa-League Signation und ohne optische, akustische oder räumliche Trennung, ein Sponsorhinweis für die Firma „Fussl“, graphisch gleich gestaltet wie der Sponsorhinweis um 20:14 Uhr, begleitet von den Worten: *„Gleich geht's weiter - mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“*

Gegen ca. 20:47 Uhr wird unmittelbar nach dem Sponsorhinweis eine durch räumliche Mittel getrennte Werbung für die Firma „bwin“ ausgestrahlt:



Danach folgen ein Werbetrenner und ein Werbeblock.

Gegen 20:53 Uhr wird unmittelbar nach einem Programmhinweis ohne optische, akustische oder räumliche Trennung wieder ein Sponsorhinweis für die Firma „Fussl“ gesendet, der

graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:14 Uhr, mit dem Text: *„Jetzt geht's weiter - mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“*

Unmittelbar anschließend wird ein Sponsorhinweis für die Firma „Cashpoint“, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:14 Uhr, mit den folgenden Worten ausgestrahlt: *„Was immer jetzt kommt – mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“* Danach wird die UEFA-Europa-League Signation gesendet und die Sendung fortgesetzt.

Um ca. 20:59 Uhr wird ein ca. 8 Sekunden dauernder, durch räumliche Mittel getrennter Sponsorhinweis für die Firma „Cashpoint“ gesendet. Er ist am Anfang graphisch gleich gestaltet wie der Sponsorhinweis um 20:14 Uhr. Jedoch wird am Ende ein gelbes Banner eingeblendet auf dem die aktuellen Wettquoten für das Spiel aufscheinen.

Werbung

CASHPOINT.com
Sportwetten

Jetzt Wetten

DINAMO MINSK	X	SK RAPID WIEN
4,10	3,40	1,90

Die UEFA Europa League auf PULS 4
In wenigen Sekunden geht es los mit der 1. Halbzeit

2

Ein Sprecher spricht während der graphischen Animation den Text: *„Mit Spannung in die erste Halbzeit – Präsentiert von Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“* Danach wird die Sendung mit einer Live-Schaltung in das Stadion fortgesetzt.

Nach der ersten Spielhälfte, um ca. 21:53 Uhr, wird die die UEFA-Europa-League Signation gesendet und es folgt unmittelbar darauf ohne optische, akustische oder räumliche Trennung ein Sponsorhinweis der Firma „Fussl“, der graphisch gleich gestaltet ist wie die zuvor gesendeten Sponsorhinweis der Firma „Fussl“ mit dem Text: *„Gleich geht's weiter – mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“*

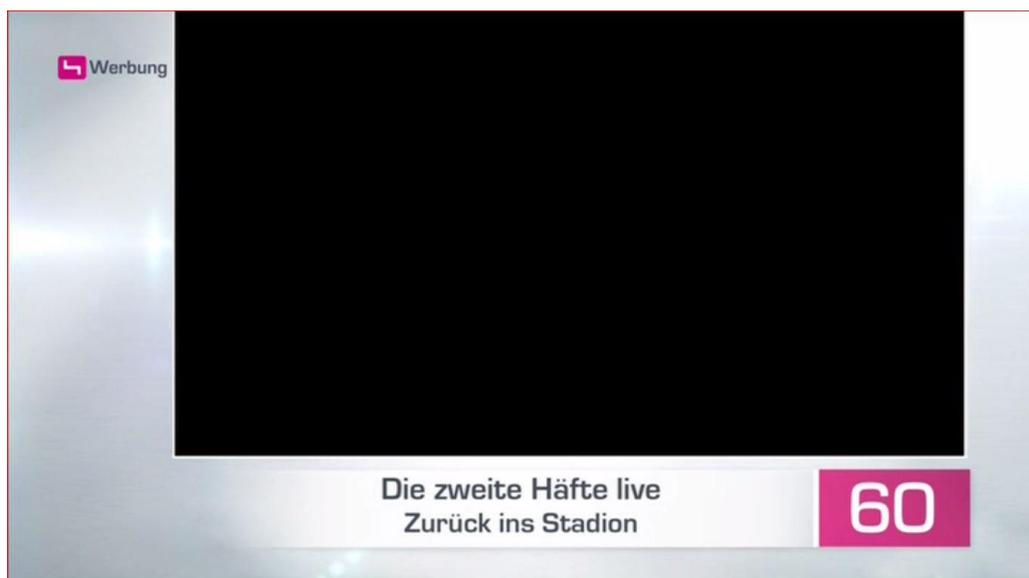
Unmittelbar danach wird ein Sponsorhinweis der Firma „Cashpoint“ gesendet, graphisch gleich gestaltet wie jener um ca. 20:14 Uhr, mit dem gesprochenen Text: *„Wie immer es bei der Fußballübertragung weiter geht – Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten.“*

Nach diesem Sponsorhinweis um ca. 21:53 Uhr folgt eine durch räumliche Mittel getrennte Werbung für die „Bank Austria“.



Unmittelbar danach gegen ca. 21:54 Uhr folgen ein Werbetrenner und ein Werbeblock.

Gegen 21:59 Uhr folgt nach einem Programhinweis ein räumliches Mittel der Werbetrennung ohne das im dafür vorgesehenen Fenster Werbung gesendet wird.



Der Countdown in der rechten unteren Bildschirmecke zählt von 60 auf 41 herunter. Es wird kein Text gesprochen.

Nach Beendigung des Countdowns wird anschließend ein Sponsorhinweis der Firma „Fussl“ gesendet mit dem Text: *„Jetzt geht's weiter – mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“* Danach wird die UEFA-Europa-League Signation gesendet und die Sendung fortgesetzt.

Um ca. 22:06 Uhr wird wieder ein Sponsorhinweis der Firma „Cashpoint“ mit räumlichen Mitteln getrennt gesendet, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:59 Uhr und auch abschließend die aktuellen Wettquoten enthält.



Ein Sprecher spricht während der graphischen Animation den Text: „Mit Spannung in die zweite Halbzeit – Präsentiert von Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“ Nach der ca. 8 Sekunden dauernden Einblendung wird das Programm mit der Übertragung der 2. Halbzeit fortgesetzt.

Gegen 22:56 Uhr wird unmittelbar nach dem Abpfiff des Spieles ohne optische, akustische oder räumliche Trennung ein Sponsorhinweis der Firma „Cashpoint“, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um ca. 20:14 Uhr, gesendet. Ein Sprecher spricht während der graphischen Animation den Text: „Fußball auf Puls 4 wird Ihnen präsentiert von Cashpoint Sportwetten – Mit Cashpoint live dabei sein!“ Nach dem Sponsorhinweis werden unmittelbar und ohne optische, akustische oder räumliche Trennung wieder die jubelnden Spieler im Stadion gezeigt, und der Reporter beginnt mit der Analyse des Spieles.

Gegen 23:13 Uhr wird unmittelbar nach der UEFA-Europa-League Signation ohne optische, akustische oder räumliche Trennung abermals der Sponsorhinweis der Firma „Fussl“ gesendet, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:14 Uhr, mit dem Text: „Gleich geht's weiter – mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“ Danach wird ein Werbetrenner gesendet und es folgt ein Werbeblock, der bis ca. 23:18 Uhr dauert.

Um ca. 23:19 Uhr wird, nach einem Programmhinweis, ein Werbespot der Firma „Tesa“ mit räumlichen Mitteln getrennt gesendet.



Unmittelbar danach folgt ein Sponsorhinweis der Firma „Fussl“, graphisch gleich gestaltet wie der Sponsorhinweis um 20:14 Uhr, mit dem Text: *„Jetzt geht's weiter – mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“* Danach wird eine Signation für die UEFA-Europa-League gesendet und die Sendung fortgesetzt.

Um ca. 23:43 Uhr wird abermals eine Signation für die UEFA-Europa-League gesendet und unmittelbar danach folgt ohne optische, akustische oder räumliche Trennung ein Sponsorhinweis von „Cashpoint“, der graphisch gleich gestaltet ist wie jener um 20:14 Uhr, mit den folgenden Worten: *„Wie immer es bei der Fußballübertragung weiter geht – Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten.“* Unmittelbar anschließend wird ein Sponsorhinweis der Firma „Fussl“, graphisch gleich gestaltet wie der Sponsorhinweis um 20:14 Uhr, gesendet mit dem Text: *„Gleich geht's weiter – mit den besten Teams Europas und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“* Danach wird ein Werbetrenner gesendet und es folgt ein Werbeblock der bis ca. 23:48 dauert.

Um ca. 23:49 Uhr wird, nach einigen Programmhinweisen, im Rahmen eines Splitscreens Werbung für die Firma „Tesa“ gesendet.



Danach wird eine Signation für die UEFA-Europa-League gesendet und die Sendung fortgesetzt.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Veranstaltung des Fernsehprogramms ergeben sich aus dem zitierten Bescheid vom 02.05.2007, KOA 2.100/07-046.

Die Feststellungen zu dem am 01.10.2015 von 20:00 bis 24:00 Uhr ausgestrahlten Programm „Puls 4“ ergeben sich aus den vorliegenden Aufzeichnungen des Programms. Der festgestellte Sachverhalt wurde von der Puls 4 TV GmbH & Co KG nicht bestritten.

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 KommAustria jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen. Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung war betreffend die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G iVm § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der Puls 4 TV GmbH & Co KG dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

Hinsichtlich des ursprünglich verfahrensgegenständlichen Spots um 21:59 Uhr war unter Berücksichtigung der Stellungnahme der Puls 4 TV GmbH & Co KG von einer Fortführung des Verfahrens abzusehen; im Übrigen geht die KommAustria vom Vorliegen folgender Verletzungen des AMD-G aus:

4.2. Verletzung des Trennungsgebots gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist: [...]

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern; [...]

40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von

Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung); [...]"

§ 37 AMD-G lautet auszugsweise:

„Sponsoring

§ 37. (1) *Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:*

[...]"

2. Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.

[...]"

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) *[...]"*

(2) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.

[...]"

4.2.1. Werblich gestaltete Sponsorhinweise für „Fussl“ (Spruchpunkt 1.1)

Die KommAustria geht davon aus, dass es sich bei den um ca. 20:14 Uhr, um ca. 20:29 Uhr, um ca. 20:46 Uhr, um ca. 20:53 Uhr, um ca. 21:53 Uhr, um ca. 21:59 Uhr, um ca. 23:13 Uhr, um ca. 23:19 Uhr und um ca. 23:43 Uhr ausgestrahlten Sponsorhinweisen der Firma „Fussl“ um werblich gestaltete Sponsorhinweisen handelt.

Dass den gegenständlichen Hinweisen ein Beitrag zur Finanzierung iSd § 2 Z 32 AMD-G zu Grunde liegt und insoweit der Tatbestand des Sponsorings erfüllt ist, wurde von der Puls 4 GmbH & Co KG nicht bestritten und ist auch nach dem im Lichte der stRSpr anzuwendenden objektiven Maßstab (näher z.B. VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, mwN) vom Vorliegen eines Sponsoringverhältnisses auszugehen.

Grundsätzlich steht es dem Rundfunkveranstalter frei, Sponsorhinweise iSd § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G in „ungestalteter“ (neutraler) Form oder aber in Form werblich gestalteter Sponsorhinweise auszustrahlen. Nach der vorzitierten stRSpr liegt eine werbliche Gestaltung eines Sponsorhinweises u.a. dann vor, wenn der Hinweis etwa durch Kaufaufforderungen, qualitativ-wertende Produkt- und Leistungsinformationen etc. eine über die Kennzeichnung des Auftraggebers hinausgehende eigenständige werbliche Botschaft enthält. Solche „gestalteten“ Sponsorhinweise unterliegen nach der stRSpr des VwGH (vgl. neuerlich VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) den gesetzlichen Anforderungen an die Fernsehwerbung (vgl. § 2 Z 40 AMD-G), insbesondere also dem Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot nach § 43 Abs. 2 AMD-G.

Im konkreten Fall ist nun festzuhalten, dass am Anfang und am Ende der Sponsorhinweise jeweils das Logo der Firma „Fussl“ eingeblendet wird, die Gestaltung zwischen diesen Logoeinblendungen in ihrer Aufmachung jedoch durchwegs einem Werbespot für eine

Modelfirma entspricht. Es werden mehrere Bilder von einem männlichen Model eingeblendet, das modische Kleidungsstücke präsentiert. Auch die Textpassage *„Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“* soll dem Zuseher suggerieren, dass im Unterschied zu anderen Möglichkeiten das Einkaufen in der „Fussl Modestraße“ eben *„Spaß macht“*. In der Kombination mit der Aufforderung, sich *„was Schönes [zu] gönnen“*, ist nach Auffassung der KommAustria zweifelsfrei eine unmittelbare Kaufaufforderung zu sehen, die den Zuseher motivieren soll, die *„schönen“* Produkte, die eben auch im Bild gezeigt werden, zu erwerben. Diese Hervorhebungen der besonderen Eigenschaften des Einkaufserlebnisses in der „Fussl Modestraße“ bzw. die Kaufaufforderung, gepaart mit der bildlichen Präsentation der Produkte, überschreiten daher die Grenze zur Werbung.

Dem Vorbringen der Puls 4 TV GmbH & Co KG, dass den Aussagen, dass das Einkaufen von Mode in der Fussl Modestraße *„Spaß macht“* und auch, dass man *„sich etwas Schönes gönnen soll“*, kein speziell werblicher Charakter zugunsten des Sponsors innewohne, sondern sie vielmehr Ausdruck eines bestimmten Lebensgefühls seien, kann die KommAustria insoweit nicht folgen. Die Puls 4 TV GmbH & Co KG führte weiters an, dass auch der BKS in dem Sponsorhinweis *„Das Wetter – präsentiert von der Fussl Modestraße – Mode macht Spaß, bei jedem Wetter“* in vergleichbarer Weise bloß den Ausdruck eines bestimmten Lebensgefühls und damit einen ungestalteten Sponsorhinweis gesehen habe. Dem ist entgegenzuhalten, dass – wie dargestellt – durch die bildschirmfüllende Darstellung der Herrenmode im Zusammenhang mit dem Text *„... und der Fussl Modestraße. Wo Mode Shopping Spaß macht! Gönn' Dir was Schönes – Fussl!“*, sowie der Plakat- oder Katalogwerbungen vergleichbaren Präsentationsart in Form des männlichen Modells, das die Herrenmode vorführt, sehr wohl ein konkretes Produkt bzw. eine Modelinie die im genannten Unternehmen erworben werden kann, beworben wird. Auch besteht im Unterschied zum zitierten Fall die Aussage vorliegend darin, dass *„Mode Shopping“*, und nicht eben bloß *„Mode“* Spaß macht. Aus dem Vorbringen, dass darüber hinaus sei die Aussage *„Gönn' Dir was Schönes – Fussl“* Teil des unterscheidungskräftigen Zeichens des Sponsors iSd § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G sei, durch das das Erfordernis der eindeutigen Kennzeichnungseigenschaft des Sponsorhinweises erfüllt werde, ist schon insoweit nichts zu gewinnen, als der VwGH im bereits mehrfach zitierten Erkenntnis (VwGH 149.11.2008, 2005/04/0172) festgestellt hat, dass *„eine absatzfördernde Aussage auch dann Werbung sein kann, wenn diese Aussage bzw. dieser Werbeslogan nach anderen Rechtsvorschriften geschützt ist (vgl. auch die Ausführungen im hg. Erkenntnis vom 6. April 2005, Zl. 2004/04/0226, wonach eine eingetragene Marke auch aus einem Werbeslogan bestehen kann).“*

Insoweit ist nach Ansicht der KommAustria vom Vorliegen werblich gestalteter Sponsorhinweise auszugehen, die bezüglich der Trennung den Anforderungen an die Werbung gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G unterliegen, sie also durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen sind.

Im Hinblick auf die Einhaltung dieser Vorschrift ist nun bei den genannten Hinweisen zu differenzieren:

Beim Hinweis um ca. 20:14 Uhr liegt keine Verletzung vor, da vorher ebenfalls Werbung ausgestrahlt wurde (Tesa) und unmittelbar danach ebenfalls Werbung (werblich gestalteter Sponsorhinweis für Cashpoint, vgl. dazu auch noch unten 4.2.2) folgt. Selbiges gilt für die Hinweise um ca. 20:29 Uhr (vorher Werbung für „Cashpoint“, danach ein Werbeblock), um ca. 21:59 Uhr (vorher Splitscreen mit Hinweis „Werbung“, danach eine eindeutige Signation als Trennmittel zum wiederbeginnenden Programm; vgl. u.a. VwGH 12.12.2007, 2005/04/0243), um ca. 23:19 Uhr (vorher Splitscreen-Werbung, danach eine eindeutige Signation als Trennmittel zum wiederbeginnenden Programm) sowie um ca. 23:43 Uhr (vorher Werbung für „Cashpoint“, danach ein Werbeblock).

Demgegenüber wurden die übrigen Sponsorhinweise ohne Trennmittel unmittelbar nach redaktionellen Programmteilen ausgestrahlt (danach wurde jeweils Werbung ausgestrahlt),

nämlich jene um ca. 20:46, um ca. 21:53 und um ca. 23:13 Uhr unmittelbar folgend auf die UEFA-Europa-League-Signation (die ebenfalls dem redaktionellen Programm zuzuordnen ist), sowie jener um ca. 20:53 Uhr nach einem Programmhinweis. Es waren daher spruchgemäß jeweils Verletzungen des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen (Spruchpunkt 1.1).

4.2.2. Werblich gestaltete Sponsorhinweise für „Cashpoint“ (Spruchpunkt 1.2)

Die KommAustria geht auch in Bezug auf die um ca. 20:14 Uhr, um ca. 20:29 Uhr, um ca. 20:35 Uhr, um ca. 20:53 Uhr, um ca. 21:53 Uhr, um ca. 22:56 Uhr und um ca. 23:43 Uhr ausgestrahlten Sponsorhinweise zugunsten von „Cashpoint“ davon aus, dass es sich um werblich gestaltete Sponsorhinweisen handelt.

Im Hinblick auf den Tatbestand des Sponsorings iSd § 2 Z 32 AMD-G und die Differenzierung zwischen ungestalteten und werblich gestalteten Sponsorhinweise sowie die Anforderungen an letztere ist auf die Begründung oben unter 4.2.1 zu verweisen: Auch in Bezug auf „Cashpoint“ liegt schon nach einem objektiven Maßstab unzweifelhaft ein Sponsoringverhältnis vor.

Nach Auffassung der KommAustria zielen die Sponsorhinweise mit den Aussagen um ca. 20:14 Uhr *„mehr Emotionen mit Cashpoint Sportwetten“*, um ca. 20:29 Uhr, um ca. 21:53 Uhr und um ca. 23:43 Uhr *„immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten“*, um ca. 20:35 Uhr und um ca. 20:53 Uhr *„mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten“* sowie um ca. 22:56 Uhr *„mit Cashpoint live dabei sein“* darauf ab, den durchschnittlichen Zuseher zur Inanspruchnahme der Dienstleistung des Abschließens einer Sportwette zu veranlassen, um eben – im Vergleich zum bloß passiven Ansehen der Fußball-Übertragung – ein intensiveres und spannenderes Spielerlebnis zu haben. Dies wird insbesondere durch die auf die umliegende Übertragung bezogenen vergleichenden Aussagen deutlich: Durch die „aktive“ Teilnahme in Form des Wetteinsatzes könne man verstärkt mitfiebern und dadurch mehr Emotionen bzw. mehr Nervenkitzel erleben, trotz eines Rückstandes z.B. des „favorisierten“ Teams im Spiel dennoch im Rahmen einer Wette auf den Gegner oder andere Spielereignisse bezogen auf die Gewinnerwartung persönlich immer *„in Führung“* bleiben oder durch den Abschluss von Wetten immer *„live dabei sein“*. Der Zuseher wird somit unmittelbar in Form von qualitativ-wertenden Aussagen zur Inanspruchnahme der Dienstleistung motiviert.

Hinzu tritt, dass um ca. 20:59 Uhr vor der ersten Halbzeit und um ca. 22:06 Uhr vor der zweiten Halbzeit – auch von der Puls 4 TV GmbH & Co KG als solche angesehene – werblich gestaltete Sponsorhinweise für „Cashpoint“ ausgestrahlt wurden. Diese beinhalten als einzigen relevanten Unterschied zu den übrigen Sponsorhinweisen ein Banner mit den aktuellen Wettquoten. Die KommAustria vermag nun den Unterschied nicht zu erkennen, wieso bei einem Online-Wettanbieter lediglich die Einblendung der Wettquoten mit dem relativ neutralen Text *„Mit Spannung in die erste (bzw. zweite) Halbzeit - Präsentiert von Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“* Werbung darstellen sollte, jedoch die durch den Wettanbieter im Rahmen der anderen Sponsorhinweise versprochenen gesteigerten Emotionen, Nervenkitzel und einem *„in Führung sein“* bei einer Live-Fernsehübertragung eines Fußballspiel als „neutrale“ Sponsorenhinweise einzuordnen wären. Dies umso mehr vor dem Hintergrund, dass die beiden werblich gestalteten Hinweise den übrigen Sponsorhinweisen auch in der graphischen Gestaltung sehr ähnlich sind (vgl. zu einer ähnlichen Konstellation, wonach die gleichartige bildliche und inhaltliche Gestaltung von Werbespots und anderen Elementen in unmittelbarem zeitlichen Zusammenhang eine einheitliche Einordnung als Werbung zur Folge hat: BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0001-BKS/2005).

Die KommAustria kann somit dem Argument der Puls 4 TV GmbH & Co KG, dass die konkreten Sponsorhinweise *„Schau'n wir mal was kommt. Mehr Emotionen mit Cashpoint Sportwetten – Immer live dabei sein.“*, *„Wie immer es bei der Fußballübertragung weiter geht*

– *Immer in Führung mit Cashpoint Sportwetten.*“ und *„Was immer jetzt kommt – Mehr Nervenkitzel mit Cashpoint Sportwetten. Immer live dabei sein!“* den Zuseher lediglich auf die folgende bzw. laufende Sendung einstimmen und hinweisen sollen, aus oben angeführten Gründen nicht folgen. Dass die Sponsorenhinweise lediglich auf kreative Art eine Verbindung zur konkreten Fernsehsendung herstellen sollten, weil gerade bei einer Live-Übertragung eines Fußballspiels besonders viele Emotionen und der Wunsch, die Führung zu übernehmen, eine logische Erwartung der Zuseher seien und diese Ausgestaltung sich nicht auf das Angebot des Sponsors bezöge, überzeugt die KommAustria nicht, zumal die jeweiligen Aussagen „[...] mit Cashpoint Sportwetten“ sich eindeutig auf Cashpoint und nicht auf das Spiel beziehen. Ebenso kann die KommAustria dem Argument, dass nur die Einblendung der aktuellen Wettquoten, die sich – wie aus dem Sachverhalt ersichtlich ist - während eines Spieles ändern, der Maßstab für die Beurteilung sein sollte, ob die Bewerbung für ein konkretes Produkt vorliegt, nicht folgen, zumal die Nennung der Quoten der Drei-Weg-Wette zwar eine nähere Konkretisierung eines (von vielen) gerade verfügbaren Produkten des Unternehmens beinhaltet, jedoch auch der Text der Sponsorhinweise in Zusammenschau mit den bewerbenden Aussagen auf ein konkretes Produkt, nämlich *„Cashpoint Sportwetten“* hinweist. Mehr ist aber auch für die Erfüllung des Werbetatbestands iSd § 2 Z 40 AMD-G nicht gefordert.

Da es sich nach Ansicht der KommAustria bei den genannten Sponsorhinweisen zugunsten von Cashpoint somit um werblich gestaltete Sponsorenhinweise handelt, unterliegen sie den Anforderungen an die Werbung, die gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen ist.

Von den in Frage stehenden Hinweisen sind nun jene um ca. 20:14 Uhr (vorher Werbung für „Fussl“ – vgl. oben 4.2.1, danach eine eindeutige Signation als Trennmittel zum wiederbeginnenden Programm), um ca. 20:35 Uhr (vorher Splitscreen-Werbung, danach eine eindeutige Signation als Trennmittel zum wiederbeginnenden Programm), um ca. 20:53 Uhr (vorher Werbung für „Fussl“ – vgl. oben 4.2.1, danach eine eindeutige Signation als Trennmittel zum wiederbeginnenden Programm) und um ca. 21:53 Uhr (vorher Werbung für „Fussl“ – vgl. oben 4.2.1, danach Splitscreen-Werbung) vor dem Hintergrund des § 43 Abs. 2 AMD-G nicht weiter zu problematisieren.

Demgegenüber wurden die übrigen Sponsorhinweise ohne Trennmittel einerseits unmittelbar nach redaktionellen Programmteilen ausgestrahlt, nämlich jene um ca. 20:29 Uhr und um ca. 23:43 Uhr unmittelbar folgend auf die UEFA-Europa-League-Signation, die ebenfalls dem redaktionellen Programm zuzuordnen ist; danach wurde mit werblich gestalteten Sponsorhinweisen fortgesetzt, sowie andererseits unmittelbar nach und vor redaktionellen Programmteilen, nämlich jener um ca. 22:56 Uhr unmittelbar folgend auf den Abpfiff des Spieles und unmittelbar gefolgt vom Zurückschalten ins Stadion zur Analyse. Es waren daher spruchgemäß jeweils Verletzungen des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen (Spruchpunkt 1.2).

4.3. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkte 2. und 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 Puls 4 TV GmbH & Co KG auf, die Spruchpunkte 1.1. und 1.2. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Donnerstag zwischen 20:00 Uhr und 23:00 Uhr im Programm „Puls 4“ durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitraum erfolgten.

Die Vorlage der Aufzeichnungen (Spruchpunkt 3.) dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (zum vergleichbaren § 36 Abs. 4 ORF-G vgl. VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

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: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA 2.250/16-002“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabekontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 6. Juni 2016

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)

Zustellverfügung:

- Puls 4 TV GmbH & Co KG, z.H. Mag. Pia Bambuch, Media Quarter Marx 3.1, Maria Jacobi Gasse 1, 1030 Wien, **per RSb**