

# Bescheid

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat durch Senat II, bestehend aus dem Vorsitzenden-Stellvertreter Dr. Florian Philapitsch, LL.M. als Senatsvorsitzenden sowie den weiteren Mitgliedern Dr. Susanne Lackner und Mag. Michael Truppe, über die Beschwerde von A gegen die WT1 Privatfernsehen GmbH wie folgt entschieden:

## I. Spruch

1. a) Soweit die Beschwerde gegen die Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters gerichtet ist, wird gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 Z 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015 festgestellt, dass die WT1 Privatfernsehen GmbH als Veranstalterin des Programms „WT1“ die Bestimmung des § 32 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, indem sie die Berichterstattung über wahlwerbende Parteien für die Gemeinderatswahlen in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015, von 09.09.2015 bis 16.09.2015, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 zumindest teilweise von der Leistung eines pauschalen Entgelts abhängig gemacht hat, wodurch das Verbot der Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation verletzt wurde.  
  
b) Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.
2. Die KommAustria stellt aufgrund der Beschwerde gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 iVm § 62 Abs. 1 AMD-G darüber hinaus von Amts wegen fest, dass die WT1 Privatfernsehen GmbH

- a) für die Berichterstattung im Rahmen der Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015, von 09.09.2015 bis 16.09.2015, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 von wahlwerbenden politischen Parteien ein Pauschalentgelt erhalten hat, wodurch sie die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
- b) in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015 bei Minute 14:30 bzw. 41:16, von 26.08.2015 bis 02.09.2015 bei Minute 11:32 bzw. 42:07, von 02.09.2015 bis 09.09.2015 bei Minute 16:27 bzw. 41:50, von 09.09.2015 bis 16.09.2015 bei Minute 26:18 bzw. 58:31, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 bei Minute 16:50 bzw. 52:23 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 bei Minute 14:49 bzw. 45:16, durch Einblendung von Sponsorhinweisen zu Gunsten der Unternehmen „eww“ und „Max.center“ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
- c) in den Wochensendungen von 09.09.2015 bis 16.09.2015 bei Minute 51:00, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 bei Minute 39:27 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 bei Minute 34:52 durch Einblendung von Sponsorhinweisen zu Gunsten des Unternehmens „Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel“ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
- d) in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015 bei Minute 61:16, von 26.08.2015 bis 02.09.2015 bei Minute 57:30, von 02.09.2015 bis 09.09.2015 bei Minute 56:16 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 bei Minute 60:28 durch Ausstrahlung der von der der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ gesponserten „Wahlduelle“ bzw. der „Elefantenrunde“ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
- e) die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, indem sie den in der von 16.09.2015 bis 23.09.2015 ausgestrahlten Wochensendung ausgestrahlten Block über werbliche Portraits von Spitzenkandidaten für die Welscher Gemeinderatswahl, am Anfang bei Minute 64:22 nicht eindeutig als Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt hat;
- f) die Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass der in der von 16.09.2015 bis 23.09.2015 ausgestrahlten Wochensendung von Minute 64:22 bis Minute 78:51 ausgestrahlte Block über werbliche Portraits von Spitzenkandidaten für die Welscher Gemeinderatswahl, nicht leicht als Werbung erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar war;

- g) die 77:39 minütige Wochensendung von 09.09.2015 bis 16.09.2015 dreimal anstatt maximal zweimal und die 78:53 minütige Wochensendung von 16.09.2015 bis 23.09.2015 viermal anstatt maximal zweimal durch Werbung unterbrochen hat und dadurch die Bestimmung des § 44 Abs. 3 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen nur für einen programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden dürfen.
3. Gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G wird festgestellt, dass es sich bei den Spruchpunkten 1. und 2. um keine schwerwiegenden Verletzungen handelt.
4. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der WT1 Privatfernsehen GmbH wird aufgetragen, die Spruchpunkte 1. a und 2. a bis g binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung in ihrem Fernsehprogramm „WT1“ für die Dauer einer Woche in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher sowie durch Einblendung im Bild zu veröffentlichen:

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

*Die WT1 Privatfernsehen GmbH hat in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 27.09.2015 im Programm „WT1“ die Berichterstattung über wahlwerbende Parteien von der Leistung eines Pauschalentgelts durch diese Parteien abhängig gemacht. Dadurch wurde gegen das Verbot der Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation verstoßen.*

*Weiters wurden diese Wochensendungen durch die politischen Parteien und private Unternehmen gesponsert. Dadurch hat die WT1 Privatfernsehen GmbH gegen das gesetzliche Verbot des Sponsoring von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information verstoßen. Darüber hinaus waren die werblichen Portraits der Spitzenkandidaten der politischen Parteien in der Wochensendung von 16.09.2015 bis 23.09.2015 nicht eindeutig als Werbung erkennbar und von den anderen Sendungsteilen getrennt.*

*Außerdem wurden die Wochensendungen von 09.09.2015 bis 16.09.2015 und vom 16.09.2015 bis 23.09.2015 jeweils mehrfach durch Werbung unterbrochen. Dadurch wurde gegen die gesetzliche Vorschrift verstoßen, wonach Nachrichtensendungen für jeden Zeitraum von 30 Minuten nur einmal durch Werbung unterbrochen werden dürfen.“*

Der WT1 Privatfernsehen 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**

#### **1.1. Beschwerde**

Mit Schreiben vom 30.09.2015, bei der KommAustria am selben Tag eingelangt, erhob der Spitzenkandidat der wahlwerbenden Partei „Wels soll die schönste Stadt Österreichs werden“, A (in der Folge: Beschwerdeführer) gemäß § 61 Abs. 1 Z 1 AMD-G Beschwerde gegen die WT1 Privatfernsehen GmbH (in der Folge: Beschwerdegegnerin) auf Grund der Berichterstattung über die – damals bevorstehenden – Gemeinderatswahlen in Wels in dem von der Beschwerdegegnerin veranstalteten Kabelfernsehprogramm „WT 1“.

Der Beschwerdeführer führte begründend im Wesentlichen aus, dass er bei der Gemeinderatswahl am 27.09.2015 Spitzenkandidat einer der sieben antretenden wahlwerbenden Parteien gewesen sei. Im Rahmen der Vorwahlberichterstattung habe die Beschwerdegegnerin in ihrer Sendung sogenannte Berichterstattungen, Stellungnahmen, Diskussionssendungen und Wahlduelle einzelner oder mehrerer Kandidaten ausgestrahlt. Für diese Beiträge sei ein Entgelt verlangt worden, was zur Folge gehabt hätte, dass diese Beiträge als Werbung bzw. Sponsoring zu kennzeichnen gewesen wären. Dies habe die Beschwerdegegnerin allerdings unterlassen. Für einen Beitrag von 150 Sekunden sei ein Entgelt in der Höhe von EUR 1.850,- verlangt worden, wie der Redakteur B in einem persönlichen Gespräch ausgeführt habe. Weiters seien von der Beschwerdegegnerin für ein sogenanntes „Wahlpaket“, welches mehrere Beiträge, die Teilnahme an Streitgesprächen und an der sogenannten „Elefantenrunde“ der Spitzenkandidaten beinhaltet habe, EUR 7.000,- verlangt worden. Der Beschwerdeführer bezieht sich dabei auf ein Telefonat mit dem Geschäftsführer der Beschwerdegegnerin. Die Streitgespräche bzw. die „Elefantenrunde“ seien in Zusammenarbeit mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ durchgeführt worden. In dieser Diskussionsrunde habe der Moderator die Zuseher mit den Worten begrüßt: *„Es freut mich, dass sich gerade jetzt die fünf Spitzenkandidaten der größten Welser Parteien Zeit genommen haben“*. Dies stelle eine falsche Nachricht gemäß § 264 StGB dar, zu der eine Gegenäußerung nicht mehr wirksam verbreitet werden können. Bei der Welser Gemeinderatswahl habe nämlich nur eine „angemeldete“ Partei (Sozialdemokratische Partei Österreichs) teilgenommen. Nach dem Parteiengesetz gelte als politische Partei nur, wer die Satzung beim Bundesministerium für Inneres hinterlegt habe. Insofern seien alle anderen bloß Spitzenkandidaten von „wahlwerbenden Gruppen“ gewesen. Außerdem seien die bei der Elefantenrunde teilnehmende wahlwerbende Gruppe „NEOS - Das neue Österreich“ laut der Kundmachung der Gemeindewahlvorschläge (zehn Kandidatinnen bzw. Kandidaten) kleiner gewesen als die wahlwerbende Gruppe „Wels soll die schönste Stadt Österreichs werden“, die laut der Kundmachung 29 Kandidatinnen und Kandidaten aufgewiesen habe. Demnach sei der Einleitungssatz des Moderators nicht korrekt gewesen.

Dadurch, dass der Beschwerdeführer dieses Entgelt nicht entrichtet habe, sei er auch in der allgemeinen Berichterstattung nicht medial präsentiert worden. Auch in die „Elefantenrunde“, der Diskussion von fünf der sieben antretenden Spitzenkandidaten bzw. fünf der sechs zum Bürgermeisteramt antretenden Kandidaten, sei der Beschwerdeführer nicht geladen worden. Die Bevorzugung einzelner wahlwerbender Gruppen habe zu einer gesteigerten medialen Aufmerksamkeit und Bekanntheit einzelner Personen geführt, was im Ergebnis zu einer Minderung seiner Wahlchancen sowie sekundär zu einem finanziellen Schaden geführt habe. Als Folge seien alle Teilnehmer der „Elefantenrunde“ in den Gemeinderat gewählt worden.

In der Anlage legte der Beschwerdeführer Screenshots von verschiedenen Facebook-Diskussionen mit dem Chefredakteur der Beschwerdegegnerin, B, vor, woraus hervorgehen würde, dass die Bezahlung von Beiträgen offizielle Geschäftspraxis gewesen sei.

Die Beschwerde rügt demnach auch, dass die entgeltliche Wahlberichterstattung zu diversen Verstößen gegen weitere werberechtlichen Vorschriften des AMD-G geführt habe. Auch in diesem Zusammenhang behauptet der Beschwerdeführer eine persönliche Schädigung. Infolgedessen wurde dem Beschwerdeführer von der KommAustria mit Schreiben vom 06.10.2015 ein Mängelbehebungsauftrag gemäß § 13 Abs. 3 AVG erteilt. Darin wurde der Beschwerdeführer aufgefordert, Angaben zu machen, inwieweit er durch die behaupteten Rechtsverletzungen von werberechtlichen Bestimmungen unmittelbar geschädigt ist.

Mit Schreiben vom 14.10.2015 und einer diesbezüglichen Ergänzung vom 15.10.2015 nahm der Beschwerdeführer zum ergangenen Mängelbehebungsauftrag Stellung. Dabei wiederholte der Beschwerdeführer im Wesentlichen die bereits in der ursprünglichen Beschwerde vorgebrachten Ausführungen hinsichtlich der angeblichen Vorgehensweise der Beschwerdegegnerin, wonach die Kandidaten im Programm „WT1“ nur vorgestellt worden seien, wenn sie für Beiträge auch gezahlt hätten. Pro Sekunde sei ein Betrag von etwa EUR 27,- verlangt worden, für 150 Sekunden EUR 1.850,- und für ein „Wahlpaket“ je nach Umfang etwa EUR 7.000,-. Der Beschwerdeführer sei nicht einmal als Kandidat für das Bürgermeisteramt erwähnt worden. Diese bezahlte Werbung sei in Form von nicht als Werbung gekennzeichneten Beiträgen bzw. als Sponsoring politischer Beiträge erfolgt.

Durch das Kaufen von Sendezeit bzw. das Nichtkaufen durch den Beschwerdeführer seien zudem die Journalisten beeinflusst worden, in der Berichterstattung die Meinungen der Inserenten/Sponsoren wiederzugeben oder zu bevorzugen. Der Beschwerdeführer sei dabei ignoriert worden. Weiters hätten sich die politischen Parteien und wahlwerbenden Gruppen durch die (bezahlten) redaktionellen Beiträge Anteile der gesamten beschränkten Sendezeit erkaufte, welche damit nicht mehr für unabhängige Nachrichten über andere Kandidaten zur Verfügung gestanden sei. Damit zusammenhängend sei durch die Nichtkennzeichnung der Werbung dem Zuseher eine höhere Seriosität der Berichterstattung vorgespielt worden. Die Konsumenten seien nicht über die Intention der Berichte und deren Zustandekommen informiert worden und die Informationsqualität habe gelitten, wodurch die kritische Reflexion des Geschehens verringert worden sei und die unkritisch erfahrenen Informationen als mögliche Entscheidungsgrundlage für das Wahlverhalten gedient hätten. Außerdem seien die Wählerinnen und Wähler durch die nicht gekennzeichneten Werbebeiträge zur Wahl bestimmter Kandidaten angeregt worden und es sei somit der Wettbewerb beeinflusst worden. Der Beschwerdeführer sehe die genannten Argumente als möglichen Grund an, dass seine wahlwerbende Partei bei der Welser Gemeinderatswahl zu wenig Stimmen erhalten habe und sie in der Folge nicht in den Gemeinderat gewählt worden sei.

Neben dem primär ideellen Schaden und Schaden an „Rechten“ sei dem Beschwerdeführer auch finanzieller Schaden entstanden (entgangene Aufwandsentschädigung für die Tätigkeit als Gemeinderat, entgangener Ersatz der Wahlkampfkosten als Subvention der Stadt).

Mit Schreiben vom 19.10.2015 wurde der Beschwerdegegnerin die Gelegenheit gegeben, zur Beschwerde Stellung zu nehmen und diese aufgefordert, Aufzeichnungen der Wochensendungen der WT 1 Privatfernsehen GmbH samt allfälliger Sondersendungen für das verbreitete Programm „WT 1“ von 19.08.2015 bis 27.09.2015 vorzulegen. Zudem wurde die Beschwerdegegnerin aufgefordert, sämtliche – nach dem Vorbringen des Beschwerdeführers – bestehenden vertraglichen Vereinbarungen in Zusammenhang mit der erfolgten medialen Berichterstattung über die Spitzenkandidaten (Hermann Wimmer, Andreas Rabl, Peter Lehnert, Elke Mayerhofer sowie Markus Hufnagel) bzw. der von diesen vertretenen wahlwerbenden Gruppen als auch den Kooperationsvertrag bzw. Sponsoringvertrag mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ vorzulegen.

## **1.2. Stellungnahme der Beschwerdegegnerin**

Mit Schreiben vom 21.10.2015 legte die Beschwerdegegnerin die angeforderten Aufzeichnungen vor. Es handle sich dabei um insgesamt sechs Wochensendungen, welche jeweils von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015, von 09.09.2015 bis 16.09.2015, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 gelaufen seien.

Mit Schreiben vom 05.11.2015 nahm die Beschwerdegegnerin zur Beschwerde Stellung.

Zunächst führt die Beschwerdegegnerin hinsichtlich der Beschwerdelegitimation aus, dass Voraussetzung derselben für eine Einzelperson sei, dass sie durch die (behauptete) Rechtsverletzung unmittelbar geschädigt sein kann (§ 61 Abs. 1 Z 1 AMD-G). Die Judikatur zur – weitgehend – gleichlautenden Bestimmung des § 36 ORF-G gehe in diesem Zusammenhang davon aus, dass die bloße Behauptung einer materiellen oder immateriellen Schädigung, die zumindest im Bereich des Möglichen liegen müsse, dafür genügt. So soll insbesondere die Behauptung, die Unterlassung der Berichterstattung verringere die Wahlaussichten, für die unmittelbare Schädigung genügen. Diese Judikatur sei freilich auf den Bereich des dem AMD-G unterliegenden Privatfernsehens nicht unmittelbar übertragbar. Der Bundeskommunikationssenat (BKS) sei in der Vergangenheit davon ausgegangen, dass keine Partei einen Anspruch auf den aus medialer Präsenz für sie resultierenden Vorteil habe und die Beschwerdelegitimation des § 36 Abs. Z 1 lit. a ORF-G nicht schrankenlos sei. Außerdem müsse berücksichtigt werden, dass die behauptete Rechtsverletzung in den früher entschiedenen Fällen das für den ORF geltende Objektivitätsgebot gewesen sei, das im AMD-G keine Entsprechung habe. Die in § 41 Abs. 1 und 2 AMD-G aufgezählten Programmgrundsätze seien im Vergleich zu den Anforderungen an den ORF geringerer Intensität. Zwar seien auch private Rundfunkveranstalter grundsätzlich verpflichtet, den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt Rechnung zu tragen, allerdings ergebe sich daraus – anders als allenfalls im Bereich des ORF-G für eine im Nationalrat vertretene Partei – kein Anspruch einer wahlwerbenden Gruppe auf eine bestimmte Präsenz in der Berichterstattung.

Jene im Anwendungsbereich des ORF-G theoretisch mögliche unmittelbare Schädigung durch eine Verletzung des Objektivitätsgebots sei daher im konkreten Fall ausgeschlossen. Dass darüber hinaus Verstöße gegen Werbebestimmungen keine Beschwerdelegitimation nach § 36 Abs. 1 Z 1 lit. a begründen würden, entspräche der ständigen Rechtsprechung der KommAustria und des BKS (KOA 11.210/12-025 mwN). Es sei daher ausgeschlossen, dass der Beschwerdeführer unmittelbar und in Folge der behaupteten Rechtsverletzungen geschädigt worden sein könne. Die Beschwerdelegitimation sei daher nicht gegeben und daher die Beschwerde zurückzuweisen.

Zum Sachverhalt führt die Beschwerdegegnerin aus, dass sie aufgrund einer Zulassung der KommAustria ein in verschiedenen Kabelnetzen verbreitetes Programm unter dem Namen „WT 1“ veranstalte. Das Programm bestehe aus einer einmal wöchentlich wechselnden Wochensendung. Diese bestehe aus unterschiedlichen Rubriken und setze sich aus Nachrichten, Serviceelementen, lokaler Berichterstattung, Berichte über lokale Sportveranstaltungen und lokale Veranstaltungen zusammen. Es handle sich nicht um eine Nachrichtensendung oder eine Sendung zur politischen Information iSd § 37 Abs. 4 AMD-G, wenn man eine Gesamtbeurteilung annehme. Ein Verstoß gegen die besonderen Beschränkungen im Zusammenhang mit solchen Sendungen sei daher nicht einmal theoretisch möglich.

Als lokaler Anbieter eines Kabelfernsehprogrammes habe die Beschwerdegegnerin im Vorfeld der oberösterreichischen Gemeinderatswahlen im September 2015 selbstverständlich Teile der Sendezeit für die Berichterstattung über die bevorstehende Wahl verwendet. Alle in diesem Zusammenhang ausgestrahlten Berichte seien objektiv gewesen und hätten den anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprochen. Die in den Wochen vor der Wahl jeweils gesendeten Wahlduelle und Diskussionsrunden und auch die „Elefantenrunde“ seien auch von Seiten des Moderators durchaus kritisch und kontroversiell geführt worden. Es fehle jeder Ansatzpunkt dafür, dass es sich dabei um „bezahlte Werbung“ gehandelt habe.

Davon zu unterscheiden seien Werbespots, die die Beschwerdegegnerin im Auftrag von jenen politischen Parteien, mit denen sie Kooperationen vereinbart habe, produziert und ausgestrahlt habe. Diese „politische Werbung“ sei ausschließlich innerhalb der durch deutliche grafische Werbetrenner vom übrigen Programm getrennten und gekennzeichneten Werbeblöcke ausgestrahlt worden.

Es treffe zu, dass die Beschwerdegegnerin mit den bereits im Gemeinderat vertretenen Parteien sogenannten „Wahlpakete“ vereinbart habe. Darin seien weder irgendwelche Einflussnahmen auf redaktionelle Inhalte vereinbart gewesen, noch sei für irgendwelche Berichterstattungen, Stellungnahmen oder Diskussionsrunden oder die Teilnahme an Wahlduellen ein Entgelt bezahlt worden. Die Gegenleistung der politischen Parteien habe vielmehr – wie bei allen anderen Werbekunden – in erster Linie die Kosten der Produktion der Werbespots und die Abgeltung der Werbezeit („Schaltkosten“) umfasst.

Darüber hinaus habe die Beschwerdegegnerin Produktionskostenzuschüsse für aufwendige Portraits der einzelnen Spitzenkandidaten vereinbart. Damit sei freilich kein Einfluss der politischen Partei auf den Inhalt der Berichterstattung (bzw. den Programmplatz) verbunden gewesen. Diese Portraits seien sodann im Rahmen der Wochensendung außerhalb der Nachrichtenrubrik als „Vorstellung der Kandidaten“ ausgestrahlt worden. Gleiches gelte für rein redaktionell gestaltete Berichte von Veranstaltungen der im Gemeinderat vertretenen politischen Parteien.

Im Hinblick auf die mehrere Monate andauernde Kooperation habe es die Beschwerdegegnerin verabsäumt, bei sämtlichen Sendungen einen Hinweis auf die „Sponsortätigkeit“ der politischen Parteien aufzunehmen, zumal kein direkter Zusammenhang zwischen den vereinbarten Produktionskostenzuschüssen und den einzelnen redaktionellen Berichten bestanden habe. Dieses Versäumnis werde bedauert und in Zukunft werde sichergestellt, dass ein Verstoß gegen die Kennzeichnungspflicht des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G nicht mehr passiere. Außerdem würden diesbezüglich umfangreich Schulungen stattfinden.

Die Behauptung des Beschwerdeführers dahingehend, die Beschwerdegegnerin habe vom Beschwerdeführer für einen Beitrag einen bestimmten Geldbetrag verlangt, sei ebenso frei erfunden wie Behauptung, er habe mit dem Geschäftsführer der Beschwerdegegnerin über den Preis eines „Wahlpakets“ gesprochen.

Zwischen den von der Beschwerdegegnerin mit einzelnen politischen Parteien abgeschlossenen Kooperationsvereinbarungen und der vom Beschwerdeführer behaupteten Intensität der Berichterstattung bestehe kein direkter Zusammenhang. Die Beschwerdegegnerin habe sich darauf konzentriert, über jene wahlwerbenden Gruppierungen, die bereits im Gemeinderat vertreten gewesen seien bzw. jene – etwa die NEOS – die realistische Chancen auf den Einzug in den Gemeinderat gehabt hätten, zu berichten. „Spaßbewerbungen“ habe sie unberücksichtigt gelassen. Der Umstand, dass die vom Beschwerdeführer angeführte Liste letztendlich nur 313 Stimmen erhalten habe, könne nicht der fehlenden Berichterstattung über diese im Programm der Beschwerdegegnerin zugeschrieben werden. Dass die vom Beschwerdeführer angeführte Liste mehr Kandidaten aufgewiesen habe als andere wahlwerbende Gruppen, spiele ebenso wenig eine Rolle. Es lasse sich daraus jedenfalls keine so wesentliche Bedeutung für das Spektrum der im Versorgungsgebiet vorhandenen Meinungen ableiten, dass eine Aufnahme in die Berichterstattung unter dem Gesichtspunkt der Objektivität erforderlich wäre.

Vereinbarungen im engeren Sinn habe die Beschwerdegegnerin mit den politischen Parteien nicht abgeschlossen. Die Kooperationen seien in Auftragsbestätigungen dokumentiert, in

denen die Kosten für die Produktion von Werbespots einerseits und die Schaltungskosten der Werbespots ausgewiesen seien. Im Rahmen sogenannter „Wahlpakete“ habe die Beschwerdegegnerin in diesem Zusammenhang rabattierte Pauschalpreise vereinbart.

Die Wahlduelle und die Diskussion der Bürgermeisterkandidaten, die Aussicht auf den Einzug in den Gemeinderat gehabt hätten, habe die Beschwerdegegnerin gemeinsam mit den „Oberösterreichischen Nachrichten“ durchgeführt. Eine schriftliche Vereinbarung gebe es nicht. Die mündliche Vereinbarung war darauf beschränkt, dass ein Redakteur der „Oberösterreichischen Nachrichten“ gemeinsam mit dem Chefredakteur der Beschwerdegegnerin Fragen an die Kandidaten gestellt und die Gesprächsrunden moderiert habe. In beiden Medien sei dabei auf die gemeinsame Aktivität hingewiesen worden. Dadurch sei dokumentiert, dass die politischen Parteien, die einen finanziellen Beitrag zum Budget der Beschwerdegegnerin geleistet hätten, keinerlei Einfluss auf den Inhalt der Berichterstattung gehabt hätten.

Zu den vom Beschwerdeführer vorgebrachten weiteren Verstöße sei keine detaillierte Äußerung möglich, da kein direkter Zusammenhang zu dem von ihm behaupteten Sachverhalt hergestellt werde. Die Beschwerdegegnerin habe lediglich gegen die Verpflichtung zur Einhaltung der Kennzeichnung von Sponsorhinweisen verstoßen.

Daher sei die Beschwerde mangels Beschwerdelegitimation zurückzuweisen, in eventu festzustellen, dass die Beschwerdegegnerin durch das Versäumnis, in den Wochensendungen die erforderlichen Sponsorhinweise zu senden, gegen § 37 Abs. 1 AMD-G verstoßen habe. Im Übrigen sei die Beschwerde als unbegründet abzuweisen.

Die Stellungnahme der Beschwerdegegnerin wurde dem Beschwerdeführer mit Schreiben der KommAustria vom 05.11.2015 zur Kenntnis übermittelt und die Gelegenheit gegeben, dazu erneut Stellung zu nehmen.

### **1.3. Replik des Beschwerdeführers**

Mit Schreiben vom 12.11.2015 nahm der Beschwerdeführer dazu Stellung.

Zunächst führt der Beschwerdeführer wiederholend aus, dass sich seine Beschwerde nicht alleine gegen den Verstoß des Objektivitätsgebotes der Berichterstattung unter der vom AMD-G geforderten redaktionellen Unabhängigkeit richte. Gleichzeitig wiederholte er die – seiner Ansicht nach – verletzten Bestimmungen des AMD-G. Durch die Irreführung der Konsumenten sei der Beschwerdeführer darüber hinaus geschädigt worden.

Hinsichtlich der Beschwerdelegitimation gehe die Judikatur zum – weitgehend gleichlautenden – ORF-G davon aus, dass die bloße Behauptung einer materiellen oder immateriellen Schädigung, die zumindest im Bereich des Möglichen liegen müsse, dafür genüge. So solle insbesondere die Behauptung, die Unterlassung der Berichterstattung verringere die Wahlaussichten, für die unmittelbare Schädigung genügen. Diese Judikatur sei auch auf das AMD-G im Wesentlichen deswegen unmittelbar übertragbar, da die Sicherung der „Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt,“ des Rundfunks in Wort, Ton und Bild im Artikel 1 des Bundesverfassungsgesetzes vom 10. Juli 1974 über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks verfassungsgesetzlich vorgesehen sei und dieses Objektivitätsgebot auch in den Bestimmungen der §§ 41 und 42 AMD-G seinen Niederschlag finde. Eine „geringere Intensität“ der Programmgrundsätze nach AMD-G oder einem „mangelnden Anspruch“ – wie die Beschwerdegegnerin behaupte – könne aufgrund der Judikatur und des Verfassungsgesetzes nicht gefolgt werden.



Auch die Verstöße gegen die Werbebestimmungen würden zu einer Beschwerdelegitimation führen: Die Beschwerdegegnerin gebe selbst zu, dass politische Parteien und wahlwerbende Parteien wie alle anderen Werbekunden in erster Linie Kosten der Produktion der Werbespots und die Abgeltung der Werbezeit (Schaltkosten) bezahlt hätten. Dadurch seien Beiträge dieser Parteien als Werbebeiträge bzw. als gesponserte Beiträge zu qualifizieren, da die Sendezeit bzw. Werbezeit „gekauft“ gewesen sei. Durch die Nichtkennzeichnung dieser Beiträge sei eine höhere Seriosität der Berichterstattung und eine scheinbare Objektivität vermittelt worden. Die Konsumenten seien nicht über die Intention der Berichte und deren Zustandekommen informiert worden. Weiters habe die Informationsqualität und Objektivität gelitten, wodurch die kritische Reflexion des Geschehens verringert worden sei und die unkritisch erfahrenen Informationen als möglich Entscheidungsgrundlage für das Wahlverhalten gedient hätten. Denn durch die bezahlten und nicht gekennzeichneten Beiträge seien die Wähler zur Wahl bestimmter Kandidaten angeregt und so der Wettbewerb der Kandidaten beeinflusst worden. Die Zuseher haben davon ausgehen können, dass es keine anderen Mitbewerber gebe. Durch diese Nichtkennzeichnung sei demnach das Objektivitätsgebot verletzt worden, woraus sich unter Bezugnahme des BVG-Rundfunk die Beschwerdelegitimation ableiten lasse.

Unabhängig von der Frage der Beschwerdelegitimation rege der Beschwerdeführer die KommAustria zu einer amtswegigen Verfolgung an, zumal die Beschwerdegegnerin bereits eine ähnliche Verletzung – festgestellt mit Bescheid der KommAustria vom 01.04.2015, KOA 1.965/15-014 – begangen habe und nun keine Besserung eingetreten sei. Außerdem habe der Beschwerdeführer beim Verfassungsgerichtshof – unter Bezugnahme auf die Verletzung der Bestimmungen des AMD-G – Einspruch gegen die Gemeinderatswahl eingelegt und werde dieser die Entscheidung der KommAustria in sein Urteil einbeziehen.

Wie die Beschwerdegegnerin darstelle, setze sich die wöchentlich wechselnde „Wochensendung“ aus Nachrichten, Serviceelementen, lokaler Berichterstattung, Berichterstattung über lokale Sportveranstaltungen und lokale Veranstaltungen zusammen und wäre im Gesamten zu beurteilen. Diese Darstellung sei falsch, weil das, was die Beschwerdegegnerin als „Wochensendung“ bezeichne, im Grunde einen Sendeplan darstelle, nach dem die Einzelsendungen im zeitlichen Abstand wiederholt werden. Der im § 1a ORF-G definierte Begriff „in sich geschlossen“ betreffend die Frage des Vorliegens einer Sendung beziehe sich offensichtlich auf die inhaltliche Geschlossenheit. Die lokalen Sportveranstaltungen würden sich dadurch von einem Serviceelement oder einer Nachrichtensendung unterscheiden, jeder Teil sei eine eigene Sendung. Die in sich geschlossenen Nachrichtensendungen oder Sendungen zur politischen Information, die durch einen Vorspann angekündigt worden seien, würden sich eindeutig von den anderen in sich geschlossenen Sendungen unterscheiden. Würde man dennoch die „Wochensendung“ als einzige Sendung sehen, sei dadurch – zusätzlich zu den bereits genannten Bestimmungen – die Bestimmung des Trennungsgrundsatzes (§ 43 Abs. 2 AMD-G) verletzt.

Soweit die Beschwerdegegnerin behaupte, ihr Geschäftsführer habe nie mit dem Beschwerdeführer über den Preis eines „Wahlpaketes“ gesprochen, sei auf ein Telefonat mit einem Herrn verwiesen, welcher sich am Telefon mit „Holzhey“ gemeldet habe. Da der Geschäftsführer Wolf-Dieter Holzhey und der Key Account Manager C bei der Beschwerdegegnerin beschäftigt seien und nun bestritten werde, dass der Geschäftsführer das Telefonat geführt habe, sei davon auszugehen, dass es sich um ein Gespräch mit Herrn C gehandelt habe.

Das zu bezahlende „Wahlpaket“ habe eindeutig die Teilnahme an „Wahlduellen“ zweier Kandidaten sowie die Teilnahme an der „Elefantenrunde“ beinhaltet. Es könne nicht in

kostenpflichtige redaktionelle Beiträge, welche mittels Produktionskostenzuschuss und Abgeltung der Werbezeit finanziert worden seien, einerseits, und der vorgeblich unentgeltlichen Teilnahme an Diskussionsrunden getrennt werden (VwGH 2008/15/0075). Dies sei auch durch die Stellungnahme des Redakteurs B belegt, der – wie bereits in der Beschwerde vorgebracht – gemeint habe, es sei *„gar nicht möglich sei, sich für die Elefantenrunde ‚einzukaufen‘, es gibt so genannte Wahlpakete.“*

Die Summe des Preises eines Wahlpaketes in der Höhe von EUR 7.000,- entspräche etwa vier Beiträgen zu je EUR 1.850,- (Produktionskosten und Schaltzeit), bzw. 10 Minuten Sendezeit. Der „Naturalrabatt“ in Form der Möglichkeit einer Teilnahme an einem Wahlduell von einer Stunde sowie die Teilnahme an einer „Elefantenrunde“ von einer weiteren Stunde würde aber in Relation der Dauer der angeblichen „Dreingabe“ zur bezahlten Dauer als ein völlig „unverhältnismäßiger Rabatt“ gewährt werden. Es könne demnach davon ausgegangen werden, dass das Wahlduell und die „Elefantenrunde“ zwar kostengünstige, trotzdem aber kostenpflichtige Bestandteile des Gesamtpaketes gewesen seien. Deswegen seien diese Sendungen auch zu kennzeichnen gewesen bzw. hätten diese politischen Beiträge gar nicht gesponsert werden dürfen. Das Gesamtpaket werde dadurch erhärtet, dass nur zwei bis drei Werbebeiträge zu je EUR 1.850,- vorgesehen wären und die Differenz zu EUR 7.000,- auch durch irgendeine Leistung abgegolten hätte werden müssen. Unabhängig der Wahlpakete sei jede erfolgte entgeltliche Schaltung ein Verstoß gegen § 37 Abs. 4 AMD-G gewesen.

Dadurch, dass bei der großen, augenscheinlich gesponserten Diskussionsrunde fünf Spitzenkandidaten vertreten gewesen seien, könne davon ausgegangen werden, dass diese bzw. die jeweiligen Parteien solche Wahlpakete abgeschlossen hätten. Die teilnehmenden Parteien seien die Sozialdemokratische Partei Österreichs - SPÖ, die Freiheitliche Partei Österreichs - FPÖ, die ÖVP - Liste Lehner, die Grünen - Die Grüne Alternative und die NEOS - Das neue Österreich, gewesen. Aus den von diesen Parteien mit der Beschwerdegegnerin abgeschlossenen Verträgen müssten Zeit, Inhalt und Umfang der Leistungen ersichtlich sein, weswegen die Vorlage dieser Vereinbarungen beantragt werde. Dadurch und durch die Aufzeichnungen der Sendungen könne auch ersehen werden, welche und wie viele Beiträge gegen Bezahlung erfolgt seien und welche Berichte rein redaktionell gewesen seien.

Im Übrigen sei auf den Bescheid der KommAustria vom 01.04.2015, KOA 1.965/15-014, verwiesen, mit dem diese im Programm der Beschwerdegegnerin eine Verletzung der Sponsoringbestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G festgestellt habe. Im Verfahren sei von der Beschwerdegegnerin mitgeteilt worden, dass in Hinkunft besser gekennzeichnet werde. Nun sei leider erneut dieselbe Gesetzesverletzung aufgetreten, obwohl Schulungen hätten stattfinden müssen. Spätestens seit den Bescheiden der KommAustria zu KOA 1.960/15-177, KOA 3.110/05-001 und KOA 1.965/14-011, mit denen diese jeweils Verletzungen von werberechtlichen Bestimmungen bei der Beschwerdegegnerin sowie bei der LT1 Privatfernsehen GmbH (von denen Wolf-Dieter Holzhey ebenfalls Geschäftsführer sei) festgestellt habe, hätte Herr Holzhey Bedacht nehmen müssen, die Bestimmungen des AMD-G einzuhalten. Es bestehe der Verdacht, dass diese Nicht-Kennzeichnung und das Sponsoring von politischen Beiträgen Teil der normalen Geschäftspolitik sei. Dass in der Rubrik „Steuerberatung“ immer dieselben Steuerberater auftreten, wie beispielsweise in der Sendung vom 29.04. und 01.07., deute ebenso wie die Vorstellung einer Verkaufsstätte für Swimmingpools außerhalb eines Werbeblocks (Sendung vom 29.04.) auf eine nicht gekennzeichnete Werbung hin.

Der lächerlichen Strafhöhe (Verlesung der Veröffentlichung zu KOA 1.965/15-014 sowie ein Betrag von EUR 45,- zu KOA 1.960/15-177) stünden dabei Werbeeinnahmen von

mindestens fünfmal EUR 7.000,-, demnach EUR 35.000,- netto gegenüber, vermutlich aber erheblich höhere, weil der Wahlkampf bereits seit Jahresbeginn 2015 angedauert habe. Dies sei ein illegales Geschäftsmodell, das sich trotz gelegentlicher Strafen rechnen würde, da keiner kontrolliere. Da vorsätzlich eine Abgeltung der Werbezeit für politische Beiträge in Rechnung gestellt worden sei, was die Beschwerdegegnerin in ihrer Stellungnahme zugestehe, liege zudem das Delikt der vorsätzlichen Täuschung der Zahler bis zum gewerbsmäßigen Betrug sowie ein Verstoß gegen § 63 Abs. 4 Z 2 AMD-G vor. Wahlwerbung bzw. offensichtlich gesponserte Beiträge fände man zuhauf im Programm der Beschwerdegegnerin (beispielsweise in der Sendung vom 01.07.2015, vom 05.08.2015 oder vom 19.08.2015).

Die Rechtfertigung der Beschwerdegegnerin (*„Die Behauptung, die Einschreiterin habe von dem Beschwerdeführer für einen Beitrag einen bestimmten Geldbetrag verlangt, ist ebenso frei erfunden [...]“*) stehe im Widerspruch zu folgender Aussage: *„Die Gegenleistung der politischen Parteien hat vielmehr – wie bei allen Werbekunden – in erster Linie die Kosten der Produktion der Werbespots und die Abgeltung der Werbezeit (sogenannte „Schaltkosten“) umfasst“*.

Außer der offensichtlich gesponserten Wahlwerbungen habe, abgesehen von Übertragungen der Gemeinderatssitzungen, praktisch keine Berichterstattung stattgefunden. Die Ausführungen der Beschwerdegegnerin, sie habe sich im Rahmen der Berichterstattung darauf konzentriert, über jene wahlwerbende Gruppierungen, die bereits im Gemeinderat vertreten gewesen seien und jene, wie etwa die NEOS, die realistische Chancen auf den Einzug in den Gemeinderat gehabt hätten, zu berichten, würden bezeugen, dass die Beschwerdegegnerin nicht objektiv berichtet hätte und die Berichterstattung und die subjektiven Wertungen nicht den anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprochen hätten. Weder die KPÖ noch die vom Beschwerdeführer angeführten Liste seien als „Spaßbewerbungen“ zu werten. Diese ergäbe sich aus dem umfangreichen Wahlprogramm auf der Website (<http://www.welswird.at/programm.html>). Die Berichterstattung über die Liste des Beschwerdeführers habe tatsächlich gefehlt. Es sei kein Zufall, dass diejenigen Parteien, die Wahlwerbung bei der Beschwerdegegnerin in Auftrag gegeben hätten, in den Gemeinderat eingezogen seien. Wenn die fehlende Berichterstattung in einem lokal ausgestrahlten Kabelrundfunkprogramm den Parteien nichts gebracht hätte, müsse man sich fragen, wozu die Ausgaben der Parteien in der Höhe von mindestens EUR 35.000,- gut gewesen sei bzw. ob prinzipiell Werbung bei der Beschwerdegegnerin Sinn mache.

Auch wenn die finanziellen Beiträge der politischen Parteien und wahlwerbenden Gruppen angeblich keinerlei Einfluss auf den Inhalt der Berichterstattung gehabt hätte, sei anscheinend aufgrund der zahlreichen bezahlten Beiträge zu wenig Zeit für unabhängige Berichterstattung geblieben. Hätte der Beschwerdeführer ein „Wahlpaket“ gekauft, hätte er an den Wahlduellen und der Diskussion der Bürgermeisterkandidaten teilnehmen können, unabhängig davon, ob er eine „Spaßbewerbung“ gemacht hätte oder nicht.

Die Stellungnahme der Beschwerdegegnerin wurde der Beschwerdegegnerin mit Schreiben der KommAustria vom 18.11.2015 zur Kenntnis übermittelt und die Gelegenheit gegeben, dazu erneut Stellung zu nehmen. Zudem wurde die Beschwerdegegnerin erneut aufgefordert, sämtliche – nach dem Vorbringen des Beschwerdeführers – bestehenden vertraglichen Vereinbarungen in Zusammenhang mit der erfolgten medialen Berichterstattung über die Spitzenkandidaten (Hermann Wimmer, Andreas Rabl, Peter Lehnert, Elke Mayerhofer sowie Markus Hufnagel) bzw. der von diesen vertretenen wahlwerbenden Parteien als auch den Kooperationsvertrag bzw. Sponsoringvertrag mit den „Oberösterreichischen Nachrichten“ vorzulegen.

#### 1.4. Duplik der Beschwerdegegnerin

Mit Schreiben vom 07.12.2015 nahm die Beschwerdegegnerin zur Stellungnahme des Beschwerdeführers Stellung.

Hinsichtlich der Beschwerdelegitimation unterliege der Beschwerdeführer offensichtlich weiterhin einem grundsätzlichen Missverständnis. Die Beschwerdegegnerin habe nicht den Umfang der vom Beschwerdeführer behaupteten Beschwerdegründe nicht erkannt, sondern begründe der überwiegende Teil der behaupteten Rechtsverletzungen aufgrund der Rechtsprechung der Regulierungsbehörden keine Beschwerdelegitimation nach § 36 Abs. 1 Z 1 lit. a ORF-G. Eine Verpflichtung eines privaten, den Bestimmungen des AMD-G unterliegenden Rundfunkveranstalters, bestimmte Programminhalte aus Gründen von Objektivität und Meinungsvielfalt zwangsläufig in die Berichterstattung aufzunehmen, bestehe nicht. Aus dem behaupteten Umstand, dass der Beschwerdeführer in dem von der Beschwerdegegnerin betriebenen Fernsehprogramm „nicht vorgekommen“ sei, lasse sich daher keine Rechtsverletzung konstruieren. Insofern fehle es auch an einer Grundvoraussetzung für eine unmittelbare Schädigung des Beschwerdeführers. Er sei daher nicht beschwerdelegitimiert und die Beschwerde werde schon aus diesem Grund zurückzuweisen sein.

Weiters sei aus dem Umstand, dass der Beschwerdeführer seinen Behauptungen nach gegen die Gemeinderatswahl Einspruch erhoben habe, im Zusammenhang mit dem vorliegenden Verfahren nichts zu gewinnen. Dass eine Entscheidung des VfGH irgendwelche Aspekte einer angeblichen Rechtsverletzung nach dem AMD-G einbezieht, sei angesichts des beschränkten Prüfungsumfangs einer Wahlanfechtung nach Art 141 B-VG ausgeschlossen.

Betreffend die weiteren Behauptungen vermenge der Beschwerdeführer die von der Beschwerdegegnerin zugestandenen Sachverhaltselementen mit eigenen Spekulationen. Es treffe zu, dass wahlwerbende Gruppen für die Gemeinderatswahl in Wels bei der Beschwerdegegnerin die Herstellung von Werbespots und deren Ausstrahlung – im Rahmen von eindeutig getrennten und gekennzeichneten Werbeblöcken – beauftragt hätten und dafür auch das vereinbarte Entgelt geleistet worden sei. Dabei habe es sich nicht um „kommerzielle Werbung“ gehandelt, sondern um audiovisuelle kommerzielle Kommunikation im Sinne des § 2 Z 2 lit. b AMD-G („Ideelle Werbung“). Diese sei bei der Einhaltung der im AMD-G geltenden Vorgaben der Trennung und Kennzeichnung zweifellos zulässig, sodass insofern auch der „Kauf“ von dafür notwendiger Sendezeit bzw. Werbezeit nicht zu beanstanden sei. Mit „gesponserten Beiträgen“ habe dies freilich nichts zu tun. In wie weit ein Seher Werbesendungen (unabhängig davon, ob sie für irgendwelche Konsumprodukte oder für wahlwerbende Gruppen ausgestrahlt werden) kritisch reflektiere, sei nicht Gegenstand der Beurteilung durch die KommAustria.

Die Behauptungen des Beschwerdeführers darüber, dass es sich bei der von der Beschwerdegegnerin verbreiteten Wochensendung nicht um eine Sendung handle, sondern dass gleichsam innerhalb dieser Sendung ein Sendeplan bestehe, sodass die einzelnen Beiträge als unabhängige Sendungen zu qualifizieren wären, sei faktisch unrichtig und rechtlich das Ergebnis einer verfehlten Interpretation der rechtlichen Rahmenbedingungen. Abgesehen davon, dass sich die für die Beschwerdegegnerin anwendbare Definition einer Sendung in § 2 Z 30 AMD-G finde, ergebe sich gerade aus der Definition, dass die Sendung – und nicht etwa einzelne Teile davon – Teil eines Sendeplans sein müssten. Der Sendeplan der Beschwerdegegnerin sei – wie dies im Bereich der lokalen Fernsehprogramm durchaus üblich sei – eben eine sogenannte „Wochensendung“, die im konkreten Fall jeweils am Mittwoch um 18:00 Uhr erstmals ausgestrahlt werde und dann kontinuierlich wiederholt

werde. Die Spekulationen und Vergleiche mit den Sendungen des ORF seien so abwegig, dass eine inhaltliche Stellungnahme dazu nicht möglich sei. Gegenstand der Beurteilung seien daher die inkriminierten (Wochen)Sendungen der Beschwerdegegnerin, bei denen es sich nicht um Nachrichtensendungen oder Sendungen zur politischen Information handle und für die daher die für solche Sendungen anwendbaren Beschränkungen nicht zutreffen würden.

Die vom Beschwerdeführer in den Raum gestellten Preise für einzelne von der Beschwerdegegnerin angebotenen Leistungen seien für die Beschwerdegegnerin nicht nachvollziehbar. Sie würden sich jedenfalls nicht mit den im Rahmen der sogenannten „Wahlpakete“ tatsächlich angebotenen und verrechneten Beträgen decken. Im Übrigen sei nicht erkennbar, worauf die Ausführungen des Beschwerdeführers abzielten.

Dass die Beschwerdegegnerin von wahlwerbenden Gruppen mit der Produktion und Ausstrahlung von Werbespots beauftragt worden sei und überdies Produktionskostenzuschüsse vereinbart habe, sei aufgrund des im Rahmen des Verfahrens bereits gemachten Vorbringens aufgeklärt. Die Überlegungen des Beschwerdeführers würden daher auf sich beruhen können. Wenn der Beschwerdeführer aus der Stellungnahme der Beschwerdegegnerin ableite, diese habe zugestanden, dass nicht gekennzeichnete Werbung ausgestrahlt worden sei, verkehre sie die Ausführungen der Beschwerdegegnerin ins Gegenteil. Richtig sei vielmehr, dass die von der Beschwerdegegnerin im Auftrag der wahlwerbenden Gruppen produzierten Werbespots stets innerhalb des Werbeblocks und dort auch ausreichend gekennzeichnet und getrennt ausgestrahlt worden seien.

Die vom Beschwerdeführer wiedergegebenen Ausführungen zu anderen Rechtsverletzungen, welche zum Teil nicht einmal die Beschwerdegegnerin betreffen, seien für das vorliegende Verfahren völlig unerheblich. Gleiches gelte für pauschal behauptete angeblich systematische Rechtsverletzungen in Sendungen, die jedenfalls außerhalb des Beschwerdezeitraums lägen und daher von der KommAustria nicht einmal theoretisch aufgegriffen werden könnten. Weiters lasse der Beschwerdeführer mit der Bezeichnung einer verhängten Verwaltungsstrafe von EUR 45,- als „lächerlich“ den notwendigen Respekt gegenüber der Regulierungsbehörde vermissen.

Ob „prinzipiell Werbung bei der WT1 Sinn macht“ oder nicht sei wohl ausschließlich Entscheidung des Werbungstreibenden und nicht Gegenstand einer Beurteilung durch die KommAustria. Diese werde vielmehr ausschließlich darüber zu entscheiden haben, ob die Beschwerdegegnerin allenfalls durch unterbliebene Sponsorhinweise gegen die Bestimmungen des AMD-G verstoßen habe.

Der Antrag des Beschwerdeführers, bestimmte „beschriebene Beweismittel“ einzufordern, laufe auf einen reinen Erkundungsbeweis hinaus. Der Beschwerdeführer habe bisher kein konkretes Vorbringen dazu erstattet, welche Inhalte oder welche Beiträge „bezahlt“ gewesen sein sollen. Soweit den Ausführungen des Beschwerdeführers zu entnehmen sei, dass er auch in der ursprünglichen Beschwerde nicht angeführte Berichte für rechtswidrig halte, seien diese Vorwürfe außerhalb des Beschwerdezeitraums erhoben und würden von der Behörde daher nicht aufgegriffen werden können. Nicht ersichtlich sei, was konkret an diesen Berichten rechtswidrig gewesen sein sollte.

Weiters seien die rechtlichen Rahmenbedingungen der Werbebeobachtung durch die KommAustria durch § 2 Abs. 1 Z 7 KOG abschließend geregelt. Einen Rechtsanspruch auf eine bestimmte Intensität der Überwachung lasse sich weder aus dieser Bestimmung noch aus den Bestimmungen des AMD-G ableiten.

Gleichzeitig mit dieser Stellungnahme übermittelte die Beschwerdegegnerin eine zwischen ihr und den Grünen Wels am 27.04.2015 abgeschlossene und unterzeichnete „Auftragsbestätigung“ über die Kooperation „Wahlen 2015“, wobei die nach Auffassung der Beschwerdegegnerin für dieses Verfahren unerheblichen tatsächlichen Preise als Geschäftsgeheimnis geschwärzt wurden. Die mit den anderen wahlwerbenden Parteien getroffenen Kooperationsvereinbarungen seien abgesehen vom unterschiedlichen Ausmaß der gebuchten Werbezeiten inhaltlich weitgehend identisch. Ein Kooperationsvertrag bzw. Sponsoringvertrag mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ existiere nicht. Die Beschwerdegegnerin verweise diesbezüglich auf ihre Ausführung in der Stellungnahme vom 05.11.2015. Gleichzeitig halte sie die dort gestellten Anträge aufrecht.

Die Stellungnahme der Beschwerdegegnerin wurde dem Beschwerdeführer mit Schreiben der KommAustria vom 14.12.2015 zur Kenntnis übermittelt und ihm die Gelegenheit gegeben, dazu erneut Stellung zu nehmen.

### **1.5. Duplik des Beschwerdeführers**

Mit Schreiben vom 28.12.2015 nahm der Beschwerdeführer dazu Stellung.

Hinsichtlich der Beschwerdelegitimation bringt der Beschwerdeführer im Wesentlichen vor, dass nach § 41 Abs. 5 AMD-G *Berichterstattung und Informationssendungen (...) in allen Fernsehprogrammen den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen*“ hätten. Diese journalistischen Grundsätze habe der Österreichische Presserat formuliert und auf seiner Website veröffentlicht. Darin werde etwa ausgeführt: *„Wirtschaftliche Interessen des Verlages dürfen redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformation oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnte.“* Weiters sei gemäß Art I Abs. 2 BVG Rundfunk jede zulässige Darbietung den grundsätzlichen Geboten der Objektivität, Unparteilichkeit, Pluralität und Ausgewogenheit unterworfen. Nach § 32 Abs. 2 AMD-G dürfe audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigen. Obwohl Wahlwerbung im Privatrundfunk allgemein als zulässig angesehen werden, so verfehle *„eine parteiische oder manipulative Nachrichtenpolitik oder die Darstellung einer verzerrten Wirklichkeit das verfassungsrechtliche Rundfunkleitbild auch im privaten Rundfunk“* (Berka, Rundfunkmonopol auf dem Prüfstand - Die Freiheit und öffentliche Verantwortung des Rundfunks in Österreich (Orac, Wien 1988) und Kassai, Politische Werbung im Fernsehen, (Wien 2006)).

Daraus sei ableitbar, dass – entgegen der Rechtsauffassung der Beschwerdegegnerin – sehr wohl eine Verpflichtung bestehe, Programminhalte aus Gründen der Objektivität aufzunehmen. Wenn *„die Spitzenkandidaten der kandidierenden Parteien“* präsentiert würden oder anmoderiert werde: *„Wir stellen Ihnen jetzt die Welser Bürgermeisterkandidaten im Portrait vor,“* und nur jene präsentiert würden, die dafür vorher Geld bezahlt hätten, so sei es eindeutig zu Fehlinformationen und Unterdrückung wesentlicher Informationen (dass auch andere Parteien kandidieren würden) und in der Folge zur Schädigung des Beschwerdeführers gekommen.

Weiters gebe die Beschwerdegegnerin zu, dass wahlwerbende Gruppen wie alle anderen Werbekunden in erster Linie Kosten der Produktion der Werbespots und die Abgeltung der Werbezeit (sogenannte Schaltkosten) bezahlt hätten oder ihnen in Rechnung gestellt worden seien. Allerdings seien nicht alle bezahlten Beiträge als kommerzielle bezahlte Kommunikation gekennzeichnet worden. Wohl auch, weil Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürften. Beispielsweise laufe in der Wochensendung ab 16.09.2015 (zusätzlich zum gekennzeichneten FPÖ-Werbespot ab Minute 59:09) in den

„Nachrichten“ eingebettet ab Minute 01:02 ein Spot der FPÖ, der keine „Nachrichten“ wiedergebe, sondern eindeutig das Wahlprogramm der FPÖ. In den „Nachrichten-Beiträgen“ würden die Politiker nicht als „Vizebürgermeister“, „Stadtrat“ oder „Gemeinderat“ im Insert vorgestellt werden, sondern als „Bürgermeisterkandidat“. Dies stelle Wahlwerbung dar, welche nicht nach § 43 AMD-G gekennzeichnet worden sei. Dies habe die Beschwerdegegnerin bereits zugestanden.

In der Wochensendung ab 16.09.2015 sei ab Minute 64:22 ein Wahl-Portrait 2015 gesendet und mit den Worten *„Wir stellen Ihnen jetzt die Welser Bürgermeisterkandidaten im Portrait vor“* anmoderiert worden. Gezeigt worden seien nur die Kandidatinnen der SPÖ, FPÖ, ÖVP, Grünen und NEOS, weil diese dafür gezahlt hätten. Es sei nicht anmoderiert oder eingebildet worden, dass die teilnehmenden Parteien dafür gezahlt hätten oder dass es sich um kommerziell bezahlte Kommunikation handle. Ähnliches gelte für die Wochensendung ab dem 23.09.2015.

In der von der Beschwerdegegnerin vorgelegten Auftragsbestätigung stehe eindeutig im vorletzten Absatz auf Seite 2: *„Darüberhinaus sind die Spitzenkandidaten eingeladen an einer Diskussionsrunde (Runder Tisch, ca. 1 Woche vor der Wahl) teilzunehmen. (bei Abschluss Paket)“*. Wer nicht zahle, nehme an der „Elefantenrunde“ (Sendung ab 23.9.2015) nicht teil.

Soweit die Beschwerdegegnerin vorbringe, bei den verfahrensgegenständlichen Wochensendungen handle es sich um jeweils eine einzige Sendung, gäbe es nach Ansicht des Beschwerdeführers zwei Möglichkeiten. Entweder es sei nur eine einzige Sendung, dann bestehe sie aus Sendungsteilen und dabei müsste Fernsehwerbung gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G *„durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein“*. Oder sie wäre ein Block aus mehreren Sendungen und bestünde somit aus Einzelsendungen, so müssten gesponserte Sendungen gemäß § 37 Abs. 2 eindeutig als gesponsert gekennzeichnet sein, *„bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.“*

Besonders auffällig trete die Nichtkennzeichnung bei den Wahl-Portraits und bei den Wahlduellen zutage, so insbesondere beim Wahlduell zwischen den Grünen und den NEOS in der Sendung ab 12.08.2015, beim Wahlduell zwischen FPÖ und der ÖVP in der Sendung ab 19.08.2015, beim Wahlduell zwischen der SPÖ und der ÖVP in der Sendung vom 26.08.2015, beim Wahlduell zwischen der SPÖ und der FPÖ in der Sendung ab 02.09.2015 und die Wahl-Portraits von den Spitzenkandidaten der SPÖ, der FPÖ, der ÖVP, den Grünen und den NEOS. Die „Elefantenrunde“ in der Sendung ab 23.09.2015 moderiere der Nachrichtensprecher B.

Der Beschwerdeführer stellte abschließend den Antrag, dass die an die Parteien ausgesendeten Angebote und auch alle Auftragsbestätigungen von SPÖ, FPÖ, ÖVP und NEOS aus 2015 überprüft werden sollen. Dass diese mit der Auftragsbestätigung der Grünen weitgehend identisch seien, hieße nicht, dass darin nicht auch andere Positionen (Beiträge, Konfrontationen, Wahlduelle) enthalten sein würden. Offensichtlich seien nämlich weitere Beiträge bezahlt und ohne Kennzeichnung gesendet worden bzw. die Werbeaufträge hätten die redaktionelle Arbeit beeinflusst, wie beispielsweise in der Wochensendung ab 16.09.2015, wo zusätzlich zum gekennzeichneten FPÖ-Werbespot ab Minute 59:09, in den „Nachrichten“ eingebettet, ab Minute 62:00 ein Spot der FPÖ wiedergegeben worden sei.

Die vom Beschwerdeführer ins Treffen geführten und von der Beschwerdegegnerin bestrittenen Preisangaben über die Wahlpakete würden aus telefonischen Preisangaben von der Beschwerdegegnerin und der online abrufbaren Preisliste resultieren.

Die Stellungnahme des Beschwerdeführers wurde der Beschwerdegegnerin mit Schreiben vom 25.01.2016 zur Kenntnis und allfälligen Stellungnahme zugestellt. Es langte keine weitere Stellungnahme ein.

Am 11.04.2016 fand eine mündliche Verhandlung in den Räumlichkeiten der KommAustria statt, in deren Rahmen die Zeugen C und B einvernommen wurden. Dabei wurden vom Zeugen C die in der Ladung zur mündlichen Verhandlung angeforderten Dokumentationen (Auftragsbestätigungen bzw. ein diesbezügliches Anbot) der mit den politischen Parteien abgeschlossenen „Wahlpakete“ vorgelegt.

### **1.6. Stellungnahme der Beschwerdegegnerin**

Mit Schreiben vom 27.04.2016 nahm die Beschwerdegegnerin aus Anlass der Übermittlung des Tonbandprotokolls nochmals Stellung. Einwendungen gemäß § 14 Abs. 3 AVG wurden nicht erhoben. In diesem Zusammenhang führte sie im Wesentlichen aus, das Beweisverfahren habe ergeben, dass sowohl die sogenannten „Duellen“ als auch deren Abschluss im Rahmen der „Elefantenrunde“ rein redaktionelle Entscheidungen waren, die bereits vor Abschluss der sogenannten „Wahlpakete“ entschieden waren. Der Abschluss eines Wahlpaketes habe daher keinen redaktionellen Einfluss auf die Auswahl der teilnehmenden Kandidaten gehabt. Der Zeuge C habe dargestellt, dass mit den Parteien auf deren Bestreben offenbar zunächst ein Paketpreis vereinbart sei, der dann auf die einzelnen Angebote aufgeteilt worden sei. Bereits daraus ergebe sich, dass eine direkte Zuordnung von Sponsorenleistungen zu einzelnen Beiträgen nicht möglich sei. Dies erkläre die Schwierigkeiten der Beschwerdegegnerin bei der gesetzeskonformen Auszeichnung der gesponserten Programme.

Aus der Zeugenaussage des Zeugen Schiehauer ergebe sich überdies zweifelsfrei, dass die Sponsoren keinen die redaktionelle Unabhängigkeit des Fernsehveranstalters beeinträchtigenden Einfluss auf den Inhalt der Berichterstattung gehabt hätten. Es habe keine Einmischung der Parteien in die redaktionelle Arbeit gegeben und insofern keinerlei inhaltliche Einflussnahme.

### **1.7. Stellungnahme des Beschwerdeführers**

Mit undatiertem Schreiben, eingelangt bei der KommAustria am 02.05.2016, nahm der Beschwerdeführer aus Anlass der Übermittlung des Tonbandprotokolls nochmals Stellung. Darin wiederholte er im Wesentlichen sein bisheriges Vorbringen. Einwendungen gemäß § 14 Abs. 3 AVG wurden nicht erhoben.

## **2. Sachverhalt**

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

### **2.1. Beschwerdeführer**

Der Beschwerdeführer ist Zustellbevollmächtigter einer wahlwerbenden Partei („Wels soll die schönste Stadt Österreichs werden“), die bei der Welser Gemeinderatswahl am 27.09.2015 als wahlwerbende Partei kandidiert hat. Weiters war der Beschwerdeführer Bewerber für das Amt des Bürgermeisters. Sowohl die wahlwerbende Partei als auch der Beschwerdeführer schafften den Einzug in den Gemeinderat bzw. die Wahl zum Bürgermeister nicht.



## 2.2. Beschwerdegegnerin

Die Beschwerdegegnerin ist eine Fernsehveranstalterin, welche ihr Programm „WT1“ in verschiedenen Kabelnetzen verbreitet (Anzeige vom 30.06.2013, KOA 1.950/13-048). Das Programm besteht aus einer einmal wöchentlich wechselnden Sendung, welche sich aus den Rubriken News, Wirtschaft, Geschehen, Sport, Kultur, Szene, Talk, Kino und Rückblick zusammensetzt. Diese Wochensendung wird im etwa 90-Minuten-Takt rund um die Uhr bis zum jeweiligen darauffolgenden Mittwoch um 18:00 Uhr wiederholt. Die Programminhalte aus den verschiedenen Rubriken beschäftigen sich zu 95 % mit Geschehnissen aus dem Raum Wels und Wels Land. Neben diesem Kabelfernsehprogramm ist die Beschwerdegegnerin darüber hinaus Veranstalterin eines Abrufdienstes (www.wt1.at).

## 2.3. Vereinbarungen im Vorfeld der Gemeinderats- und Bürgermeisterwahl 2015

Die Beschwerdegegnerin hat im Vorfeld der Welser Gemeinderatswahl, welche am 27.09.2015 stattfand, mit verschiedenen wahlwerbenden Parteien sogenannte „Wahlpakete“ bzw. Kooperationsvereinbarungen abgeschlossen, welche die Kooperation „Wahlen 2015“ zum Inhalte hatten.

Die mit den Grünen Wels abgeschlossene Kooperationsvereinbarung („Paket 07 bis 09/2015 // GEMEINDERATSWAHL 2015“) vom 27.04.2015 beinhaltet folgende Leistungen.

### „1) Vorstellung der einzelnen Spitzenkandidaten:

*Privates Portrait der Spitzenkandidatin Elke Mayerhofer / Konzept wird jeweils gemeinsam ausgearbeitet / redaktionelle Gestaltung*

*Länge: 3.00 Minuten / Produktion durch WT1*

*Privates Umfeld / Parteiprogramm / Hobbies...*

*Aufnahmeterrnin: August 2015*

### Ausstrahlungstermin auf WT1:

*Eigenes Special „Vorstellung aller Spitzenkandidaten Wels“*

*Mittwoch 1,5 Wochen vor dem Wahltermin*

*Ab 18 Uhr // min 100 Ausstrahlungen auf WT1*

### Kosten:

*Produktionskosten (3 x EUR ---)      EUR ---*

*Schaltkosten 3 Minuten                      EUR ---*

### 2) Werbespots auf WT1:

*Produktion Werbespot durch WT1: Länge bis 20 sec.      EUR ---*

*Produktionskosten Standbildspot / Filmaufnahmen*

*Max. 2,5 Stunden Kamera / 3,5 Stunden Schnitt / Animation*

*5 Werbespotschaltungen auf WT1:*

*5 Wochen lang durchgehend im Programm auf WT1 (in der Woche der Wahl Schaltung nur Mittwoch bis Sonntag)*

*À EUR --- / Spotschaltung*

*5 Schaltungen à ---*

### 3) Werbeberichte auf WT1

*2.30 Minuten Werbe- Eventbericht nach Abstimmung*

*(ev. Wahlkampfabschluss)*

*1 Werbebericht Zeitraum Juli bis September 2015,*

*In den Wochen vor der Wahl darf nur 1 Bericht / Woche eingebucht werden.*

*Produktionskosten 1x EUR --- netto            EUR ---  
Schaltkosten 1x EUR --- netto            EUR ---*

**GESAMTKOSTEN: (PAKET DIE GRÜNEN WELS)**

*Portrait 3.00 Minuten in jeweiliger Stadt- Wahlportraitsendung            EUR ---  
Produktion 3.00 Minuten            EUR ---  
Schaltung 3.00 Minuten            EUR ---  
Produktion Werbespot            EUR ---  
5 Werbespotschaltungen 20 sec à EUR ---            EUR ---  
Produktion Werbeberichte 1 x EUR ---            EUR ---  
Schaltung Werbeberichte 3 x EUR ---            EUR ---*

*abzüglich Kosten Produktion Werbespot            EUR ---  
abzüglich 20 % auf Schaltkosten im Paket            EUR ---  
abzüglich sonstiger Kooperationsrabatt            EUR ---*

**SONDERPAKETPREIS            EUR ---**  
*excl. 5% WA von EUR --- (---), excl. 20% Ust  
Verrechnung am 15.09.2015*

*Bei Abschluss dieses Paketes geben wir auf weitere zusätzliche Schaltungen einen Rabatt von 25% auf Schaltkosten.*

*Darüberhinaus sind die Spitzenkandidaten eingeladen an einer Diskussionsrunde (Runder Tisch, ca. 1 Woche vor der Wahl) teilzunehmen. (bei Abschluss Paket)*

*Sollte es wieder Sommergespräche mit den Spitzenkandidaten geben (Juli/August 2015), so werden auch da die Spitzenkandidaten dazu eingeladen (Länge min. 10 Minuten). (nur bei Abschluss Paket).“*

Derartige Vereinbarungen wurden von der Beschwerdegegnerin auch mit den wahlwerbenden Parteien SPÖ, ÖVP und FPÖ abgeschlossen, wobei sich diese Vereinbarungen lediglich hinsichtlich der gebuchten „Werbeberichte“ von der Vereinbarung mit den Grünen unterscheiden und zwar in der Form, dass mit der SPÖ, ÖVP und FPÖ laut schriftlicher Dokumentation jeweils drei „Werbeberichte“ vereinbart wurden. Die wahlwerbende Partei NEOS hat zwar über die Vermittlung von Privatpersonen einzelne Werbespots und Berichte gebucht, jedoch keine als „Wahlpaket“ bezeichnete Vereinbarung abgeschlossen.

Hinsichtlich der in der Kooperationsvereinbarung unter Punkt 3) angeführten Werbeberichte wird festgestellt, dass die in den einzelnen Vereinbarungen angeführten Zahlen eine beliebige Größe darstellen, die auf die tatsächliche Berichterstattung durch die Beschwerdegegnerin nicht direkt umgelegt werden kann. Tatsächlich wurden die „Wahlpakete“ als Gesamtpaket für den angegebenen Leistungszeitraum pauschal angeboten und in weiterer Folge pauschal gekauft. Die Wahlpakete dienten dabei einer verschriftlichten Abbildung der Gesamtleistung, die nicht unbedingt der tatsächlichen Leistungserbringung durch die Beschwerdegegnerin entsprach. Lediglich hinsichtlich der Berichte „Wir wollen Wimmer“ (SPÖ) und „Burgweinfest“ (FPÖ) kann festgestellt werden, dass es sich hierbei um Werbeberichte im Sinne der Leistungsvereinbarung gehandelt hat. Im Hinblick auf sämtliche anderen auf die einzelnen Parteien entfallenden Berichte kann nicht festgestellt werden, ob es sich hierbei um Werbeberichte oder „reguläre“ Berichte gehandelt hat. Werbeberichte

wurden im Rahmen der Wochensendung sowohl in der Rubrik News als auch in anderen Rubriken gesendet.

In den Redaktionssitzungen der Beschwerdegegnerin wurde durch einen Vertreter der Verkaufsabteilung regelmäßig bekannt gegeben, dass bestimmte Berichte auf Wunsch der Parteien erfolgen müssten. Diesen Vorgaben wurde durch die Redaktion Rechnung getragen. Durch den Abschluss der „Wahlpakete“ konnten die Parteien sicherstellen, dass eine Berichterstattung über einzelne Themen bzw. Veranstaltungen garantiert war, andernfalls wäre es der Redaktion freigestanden, einen entsprechenden Bericht zu verfassen oder eben von einer Berichterstattung abzusehen. Eine Beeinflussung der konkreten redaktionellen Ausgestaltung der Berichterstattung, etwa auch im Rahmen einer Abnahme, erfolgte durch die wahlwerbenden Parteien nicht.

## **2.4. Inkrimierte Sendungen**

Die Beschwerdegegnerin strahlte im beschwerdegegenständlichen und beobachteten Zeitraum insgesamt sechs Wochensendungen aus, welche jeweils von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015, von 09.09.2015 bis 16.09.2015, von 16.09.2015 bis 23.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 gesendet wurden. Die beobachteten Sendungen setzten sich – in chronologischer Reihenfolge aufgezählt – im Wesentlichen aus den Kategorien „News“, „Geschehen“, „Sport“, „Kultur“, „Szene“ und „Talk“ zusammen, in welchen entsprechende themenspezifische Beiträge zusammengefasst werden.

### **2.4.1. Wochensendung von 19.08.2015 bis 26.08.2015**

Ab dem 19.08.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung – im Anschluss an eine Signation – mit den Worten des Moderators Stefan Schiehauser: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, zu einer neuen Ausgabe unseres WT1 Wochenmagazins.“* In der Einleitungssequenz wird vom Moderator auf das in der Sendung ausgestrahlte Wahlduell zwischen der ÖVP und der FPÖ hingewiesen: *„[...] und das zweite WT1 Wahlduell. Die FPÖ trifft auf die ÖVP.“* Im Anschluss setzt der Moderator fort: *„Den Anfang machen wie gewohnt die Nachrichten.“* Es folgt ab Minute 00:53 der übermittelten Aufzeichnungen ein „News“-Vorspann:



Ab Minute 01:03 der übermittelten Aufzeichnungen leitet der Moderator unter dem Titel „Visionen FPÖ Wels“ einen Bericht über die Vorhaben der FPÖ Wels ein.



Dabei führt er aus: „Im Volksgarten soll ein FH-Campus entstehen, der KJ soll in beide Richtungen geöffnet werden und mit gratis Parken in der Tiefgarage will man neue Frequenz in die Innenstadt bringen. So zumindest laut den Plänen der FPÖ, die jetzt Teil 1 ihrer Wels Visionen präsentierte.“ Darauf folgen Bilder von der Präsentation der FPÖ Wels. Begleitet wird der Beitrag von Interviews von FPÖ-Funktionären, wie etwa dem Spitzenkandidat der FPÖ Wels, Dr. Andreas Rabl. Diese stellen die Vorteile ihrer Pläne vor. Der Beitrag endet bei Minute 03:58.

Ab Minute 07:01 leitet der Moderator einen Bericht über den Wahlkampf der SPÖ ein.



Dabei moderiert er den Beitrag wie folgt an: *„Die SPÖ startet in den Intensivwahlkampf und das nicht nur in Wels, auch im Bezirk Wels Land. In 23 Gemeinden kandidiert die SPÖ. Die Zahl von derzeit fünf Bürgermeistern will man mindestens auf sieben aufstocken. Wo und mit welchen Themen das gelingen soll, mehr dazu jetzt.“* Im Beitrag selbst werden diverse Bürgermeisterkandidaten interviewt, wie etwa der amtierende Bürgermeister der Gemeinde Krenglbach: *„I bin für jeden do, des is a die Pflicht des Bürgermeisters, dass ma nicht nur für a gewisse Gruppe do is, sondern wirklich für jeden Bürger do is und i glaub des schätz die Krenglbacherinnen und Krenglbacher und deren Zuspruch, oiso, ba de Hausbesuche, was i jetzt gmocht hob, is eigentlich sehr sehr positiv.“*

Beendet wird der Beitrag mit den Worten des Moderators: *„Die SPÖ setzt im Wahlkampf auf Frauenpower und neue Gesichter im ganzen Bezirk Wels Land. Lediglich in Eichkirchen ist es den Sozialdemokraten nicht gelungen, eine Liste für die Wahl aufzustellen.“* Der Beitrag endet bei Minute 10:35.

Ab Minute 14:30 der Sendung wird ein Sponsorhinweis der eww-Gruppe unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Beginnend ab Minute 40:43 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks ein Werbespot der FPÖ gesendet.

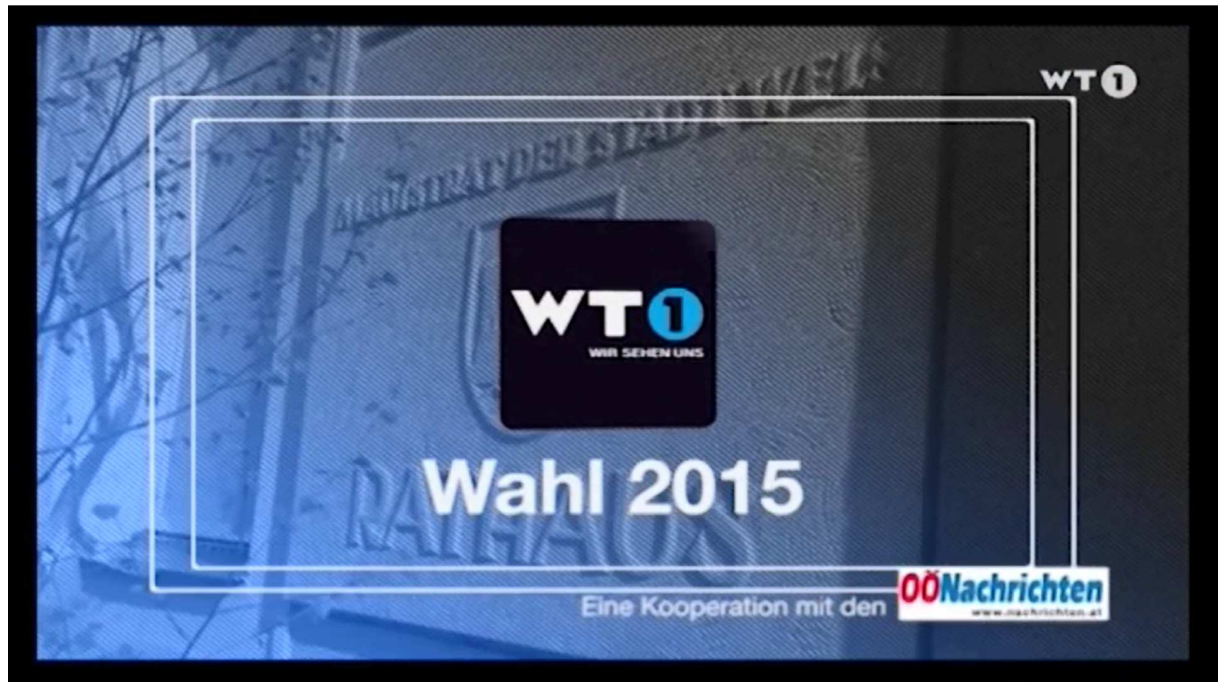
Direkt anschließend, ab Minute 41:16 wird ein Sponsorhinweis des Max.center unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“*

Nach einer Einblendung eines Werbetrenners wird ab Minute 60:21 ein Werbespot der SPÖ ausgestrahlt



Anschließend, ab Minute 61:16 der Sendung, wird ein Spot der FPÖ gezeigt.

Beginnend ab Minute 61:36 wird der Berichtsteil „Talk“ eingeleitet. Der Moderator kündigt in der Folge das nachfolgende „Wahlduell“ zwischen der FPÖ und der ÖVP an.



Der Moderator B moderiert dieses, wie er anführt, zweite Wahlduell. Als Co-Moderator fungiert dabei Friedrich Müller von der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“.



Zum Duell geladen waren die Spitzenkandidaten der FPÖ und der ÖVP, Peter Lehner und Andreas Rabl, die sich den Fragen des Moderatorenduos stellten.

Die Sendung endet bei Minute 111:51 der gelieferten Aufzeichnung.

#### **2.4.2. Wochensendung von 26.08.2015 bis 02.09.2015**

Ab dem 26.08.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung mit den Worten der Moderatorin Michaela Großwindhager: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, zu einer neuen Ausgabe unserer WT1 Wochensendung.“* In der Einleitungssequenz wird von der Moderatorin auf das in der Sendung ausgestrahlte Wahlduell zwischen der SPÖ und der ÖVP hingewiesen. Es folgt ab Minute 00:55 der übermittelten Aufzeichnungen eine „News“-Einblendung zur Einleitung eines Nachrichtenblocks.

Ab Minute 01:05 der übermittelten Aufzeichnungen leitet die Moderatorin unter dem Titel „Gutachten Welldorado“ einen Bericht über ein Gutachten hinsichtlich des „Welldorados“ ein: *„Paukenschlag beim Thema Welldorado. Monatelang hat sich ein unabhängiger Gutachter im Auftrag der Staatsanwaltschaft mit dem Fall beschäftigt, jetzt liegt die Auswertung vor und diese beinhaltet einige Überraschungen. So ist nicht nur die Schadenssumme angestiegen, auch die Vorgesetzten sollen schon länger von den Vorgängen gewusst haben.“* In weiterer Folge fasst der Sprecher das Gutachten in den wesentlichen Punkten zusammen. Im Bericht werden nur Interviews mit dem Spitzenkandidat der ÖVP, Peter Lehner, gezeigt, welcher Kritik an den handelnden Personen und dem Magistrat Wels äußert. Gegenäußerungen erfolgen nicht. Der Bericht endet bei Minute 04:20.

Ab Minute 08:05 leitet die Moderatorin – weiterhin innerhalb der Rubrik „News“ – einen Beitrag mit folgenden Worten ein: *„Die Zukunft der Stadt Wels, Umwelt und Klima sowie die Geschichte der Hypo Alpe Adria. Über diese Themen wurde vergangene Woche bei einem Informationsabend der freiheitlichen Wirtschaftstreibenden diskutiert. Was die größten Herausforderungen für Wels sind – wir waren für Sie vor Ort.“* In der Folge werden Bilder und Interviews (etwa mit Dr. Andreas Rabl, Spitzenkandidat der FPÖ Wels) von der Veranstaltung gezeigt.

Die Sprecherin des Berichtes führt dabei aus: *„Es ist fünf vor zwölf, zumindest wenn es nach der FPÖ geht. Der Ruf von Wels ist negativ behaftet, in vielen aktuellen Studien hat unsere Stadt schlecht abgeschnitten. Daher ist es nun Zeit für Taten, in Wels muss sich einiges verändern.“* Beendet wird der Bericht bei Minute 10:48 mit den Worten der Moderatorin: *„Egal ob Wels, Österreich oder Europa: Es gibt viel zu tun, Veränderungen stehen ins Haus, um am Ball bleiben zu können.“*

Ab Minute 11:32 der Sendung wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.) und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Ab Minute 21:55 der Sendung leitet die Moderatorin innerhalb des Berichtsteils „Geschehen“ einen Bericht über die Initiative „Wir wollen Wimmer“ ein: *„Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport machen sich dabei für den Spitzenkandidaten der Welser Sozialdemokraten stark. Anfang dieser Woche hat die Gruppierung zum sogenannten Freundschaftsfest geladen.“* Dabei werden Bilder der Veranstaltung eingeblendet und gleichzeitig werden Interviews von verschiedenen Festbesuchern, die für den SPÖ-Bürgermeisterkandidat Hermann Wimmer werben, gezeigt.

Nach einer Einblendung eines Werbetrenners wird ab Minute 25:38 ein Werbespot der SPÖ gesendet.

Beginnend ab Minute 26:48 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der GRÜNEN Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 40:40 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der FPÖ Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 41:35 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der ÖVP Wels ausgestrahlt.

Direkt anschließend, ab Minute 42:07 wird folgender Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“* (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.)

Beginnend ab Minute 54:00 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der NEOS Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 57:30 wird der Berichtsteil „Talk“ mit der Einblendung „Wahl 2015“ eingeleitet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1. die idente Anfangssequenz). Die Moderatorin kündigt in der Folge das nachfolgende „Wahlduell“ zwischen den Spitzenkandidaten der SPÖ und der ÖVP an. Dieses moderiert erneut B.

Als Co-Moderator fungiert dabei Erik Famler von der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“. Zum Duell geladen waren die Spitzenkandidaten der SPÖ und der ÖVP, Hermann Wimmer und Peter Lehner, die sich den Fragen des Moderatorenduos stellten. Die Sendung endet bei Minute 108:27 der gelieferten Aufzeichnung.

### **2.4.3. Wochensendung von 02.09.2015 bis 09.09.2015**

Ab dem 02.09.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung mit den Worten des Moderators Stefan Schiehauser: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, schön dass ich Sie auch diese Woche zu einer neuen Ausgabe unserer WT1 Wochensendung begrüßen darf.“* In der Einleitungssequenz wird vom Moderator auf das in der Sendung ausgestrahlte Wahlduell zwischen der SPÖ und der FPÖ hingewiesen. Es folgt ab Minute 00:59 der übermittelten Aufzeichnungen eine „News“-Einblendung zur Einleitung eines Nachrichtenblocks.

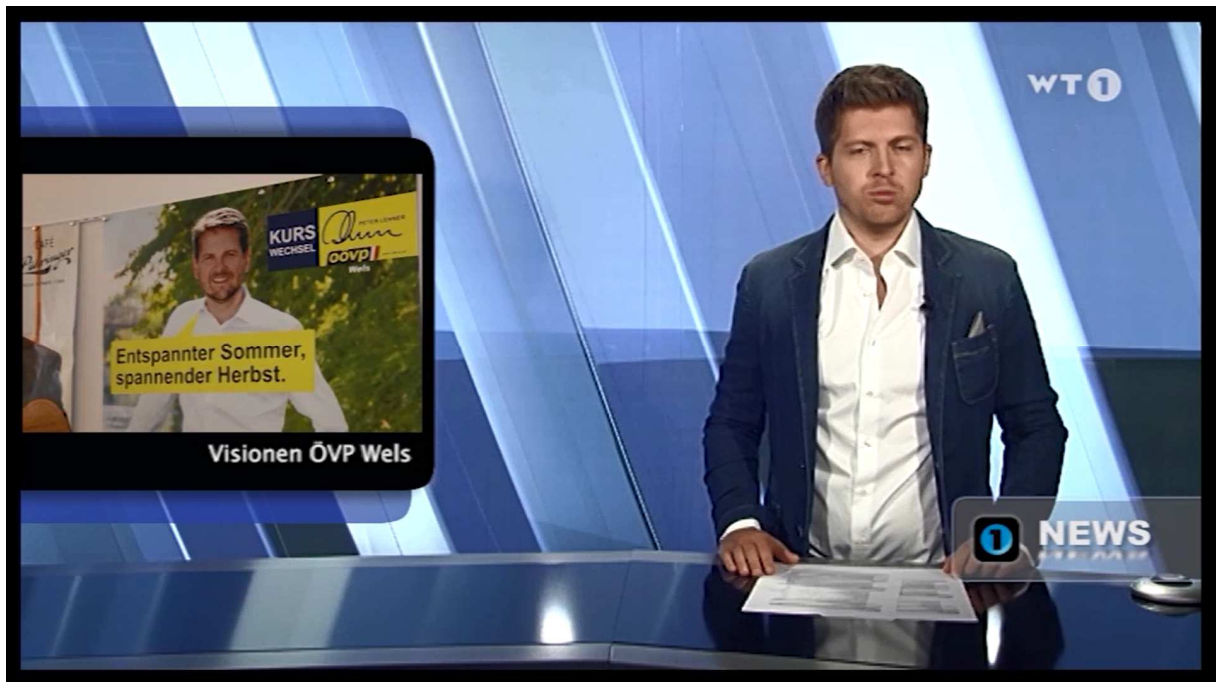
Ab Minute 01:09 der übermittelten Aufzeichnungen leitet der Moderator unter dem Titel *„Wahlkampfauftakt FPÖ“* einen Bericht über die FPÖ Wels ein.





Dabei führt er aus: „Den Bürgermeistersessel in Wels erobern, zweitstärkste Partei in Oberösterreich werden und Rekordzugewinne im gesamten Bundesland. Die FPÖ feiert mit hochgesteckten Zielen Landeswahlkampfauftakt. Und das nicht ohne Grund in Wels, wo man heuer Historisches erreichen will. Zu Gast am Minoritenplatz unter anderem Bundesparteiohmann H.C. Strache.“ In weiterer Folge werden ein Bericht von der Veranstaltung gesendet und Interviews (etwa mit Dr. Andreas Rabl, Spitzenkandidat der FPÖ Wels bzw. H.C. Strache) eingeblendet. Dabei werden ausschließlich die Positionen der FPÖ Wels präsentiert. Der Beitrag endet bei Minute 04:20.

Ab Minute 07:41 der übermittelten Aufzeichnungen leitet der Moderator unter dem Titel „Visionen ÖVP Wels“ einen Bericht über den Wahlkampf der ÖVP Wels ein. Dabei führt er aus: „Die ÖVP setzt in Wels im Wahlkampf auf das Thema Kurswechsel. Doch mit welchen Themen der Wechsel geschafft werden soll, das war lange im Unklaren. Jetzt hat man auch die dazugehörigen Visionen präsentiert. Von einer West-Ost-Öffnung des KJs, bis zu einer Untertunnelung der Ringstraße und einem Schulneubau im Stadtzentrum.“ Infolgedessen wird ein Bericht vom Treffen der Parteispitze der ÖVP samt Interviews (etwa mit Peter Lehner, Spitzenkandidat der ÖVP Wels) eingeblendet. Dabei wird ausschließlich das Wahlprogramm der ÖVP Wels wiedergegeben.



Der Beitrag endet bei Minute 10:42.

Ab Minute 16:27 der Sendung wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.) und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Ab Minute 25:13 wird innerhalb der Rubrik „Geschehen“ ein Beitrag über das „ÖVP Kandidatentreffen“ mit folgenden Worten eingeleitet: *„Wahlduelle, Wahlplakate und hitzige Diskussionen: Die Wahl ist nicht mehr weit entfernt. Damit diese auch erfolgreich wird, gibt jede Partei nochmal ihr Bestes. So auch die ÖVP, die ihre Kandidaten beim sogenannten Kandidatentreffen für die letzten 30 Tage motiviert und auf einen Kurswechsel einstimmt.“* In der Folge werden Bilder dieser Veranstaltung gezeigt und mit folgenden Worten der Sprecherin des Berichtes begleitet: *„Der 27. September rückt immer näher, der Tag, an dem entschieden wird, welche Partei den neuen Bürgermeister der Stadt Wels stellt. 30 Tage davor lud die ÖVP Wels zum Kandidatentreffen in den Trachtenhof, um das gesamte Team für die anstehenden Wochen zu motivieren.“* In der Folge wird der Spitzenkandidat der ÖVP Wels interviewt, welcher erklärt: *„Das Wichtigste bei einer Wahlbewegung sind die Funktionärinnen und Funktionäre. Die haben wir heute eingeladen, um mit uns die Strategie für die nächsten Wochen festzulegen, mit ihnen zu diskutieren und ihnen zu zeigen, was wir geplant haben, wie es weitergeht mit dem Kurswechsel in Wels.“* In der Folge werden weitere Interviews von Funktionären der ÖVP gezeigt, welche alle auf den „Kurswechsel“ der ÖVP abzielen.

Abgeschlossen wird der Bericht bei Minute 28:04 mit den Worten der Sprecherin: *„Alle Infos rund um die Wahl und die Kandidaten finden Sie in unseren Wahlduellen auf der WT1 Homepage.“*

Beginnend ab Minute 28:10 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der ÖVP Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 29:23 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der FPÖ Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 40:07 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der NEOS Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 41:12 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der Grünen Wels ausgestrahlt.

Direkt anschließend, ab Minute 41:50 wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“* (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.)

Beginnend ab Minute 50:48 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der SPÖ Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 52:12 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der FPÖ Wels ausgestrahlt.

Beginnend ab Minute 56:16 wird der Berichtsteil „Talk“ eingeleitet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1. die idente Anfangssequenz). Der Moderator kündigt in der Folge das nachfolgende „Wahlduell“ zwischen den Spitzenkandidaten der SPÖ und der FPÖ an. Die Diskussion wird erneut von B geleitet.

Als Co-Moderator fungiert dabei Friedrich Müller von der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“. Zum Duell geladen waren die Spitzenkandidaten der SPÖ und der FPÖ, Hermann Wimmer und Dr. Andreas Rabl, die sich den Fragen des Moderatorenduos stellten. Die Sendung endet bei Minute 115:51 der gelieferten Aufzeichnung.

#### **2.4.4. Wochensendung vom 09.09.2015 bis 16.09.2015**

Ab dem 09.09.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung mit den Worten der Moderatorin Michaela Großwindhager: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, zu einer neuen Ausgabe unserer WT1 Wochensendung.“* Es folgt ab Minute 00:56 der übermittelten Aufzeichnungen eine „News“-Einblendung zur Einleitung eines Nachrichtenblocks.

Ab Minute 01:31 bzw. 05:40 der übermittelten Aufzeichnungen leitet die Moderatorin jeweils einen redaktionellen Bericht über den Wahlkampfauftakt in der Gemeinde Marchtrenk bzw. Gunskirchen ein.

Ab Minute 09:48 der übermittelten Aufzeichnungen wird unter dem Titel „Bericht Rechnungshof“ ein Bericht über mögliche Vertuschungen beim „Welldorado“ eingeleitet: *„Bahnt sich in Wels der nächste Skandal an? Seit drei Monaten soll ein Rechnungshofbericht zu mehreren Bereichen der Stadt beim Bürgermeister aufliegen, ohne den Referenten oder Fraktionen Einsicht zu gewähren, weswegen die Freiheitlichen der SPÖ jetzt Vertuschung vorwerfen.“* Im Bericht werden nur Interviews mit dem Spitzenkandidat der FPÖ, Dr. Andreas Rabl, welcher auch als ‚Bürgermeisterkandidat‘ bezeichnet wird, gezeigt, welcher Kritik an den handelnden Personen der SPÖ und dem Magistrat Wels äußert.

Gegenäußerungen erfolgen nicht. Der Bericht endet bei Minute 11:52.

Direkt anschließend leitet die Moderatorin einen Bericht über den Wahlkampf der ÖVP ein.



Dabei moderiert sie den Beitrag wie folgt an: *„Seit 1995 ist Josef Pühringer Landeshauptmann von Oberösterreich. Geht es nach der ÖVP, soll er das natürlich auch bleiben. In Zeiten von Politikverdrossenheit und internationaler Krisen setzt die Partei auf die Bekanntheitswerte des Landeshauptmanns. Vergangene Woche startete in Wels der Landtagswahlkampf.“* Im Beitrag selbst werden im Rahmen der Veranstaltung verschiedene Interviews mit Funktionären der ÖVP, wie etwa dem Landesgeschäftsführer der ÖVP, Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer, dem Außenminister Sebastian Kurz, oder dem als ‚Bürgermeisterkandidat ÖVP‘ betitelten Peter Lehner, gezeigt. Beendet wird der Beitrag mit den Worten der Moderatorin: *„So wie beim Auftakt in Wels symbolisch, steigt die ÖVP als die Bürgerpartei im Land am 27. September in den Ring. Mit ‚LH.JOE‘, wie er liebevoll von der JVP genannt wird. Und der Kampf, der wird diesmal sicher nicht leicht.“* Der Beitrag endet bei Minute 15:17.

Direkt anschließend, ab Minute 15:17 der übermittelten Aufzeichnungen leitet die Moderatorin unter dem Titel „Zentrum Noitzmühle“ einen Bericht über ein abgeschlossenes Bauprojekt, welches als Altenpflegeheim fungieren soll, ein. Dabei verweist sie auf den Besuch des Bundeskanzlers, Werner Faymann. Darauf folgen Bilder vom Bauprojekt. Begleitet wird der Beitrag von Interviews mit SPÖ-Funktionären, wie Bundeskanzler Werner Faymann, der Sozialstadträtin Silvia Huber oder dem als ‚Bürgermeisterkandidaten‘ der SPÖ betitelten Hermann Wimmer, welche sich alle für die Wichtigkeit dieses Baus bzw. weiterer Bauvorhaben aussprechen.





Der Beitrag endet bei Minute 18:30

Direkt anschließend leitet die Moderatorin einen Beitrag mit dem Titel „Wohnbauprogramm“ ein: *„Und wir bleiben auch gleich beim Thema Wohnen. Knapp 51.000 Menschen suchen in Oberösterreich eine Wohnung, in Wels sind es rund 2.000. Dabei ist Wohnen ein Grundbedürfnis des Menschen. Damit sich jeder einen Um- oder Auszug leisten kann, setzt die SPÖ nun auf ein Sonderwohnbauprogramm. Wie das genau aussieht, das sehen Sie im folgenden Beitrag.“* Im Bericht selbst werden die Vorhaben der SPÖ, belegt durch Interviews von SPÖ-Funktionären, vorgestellt. Auch wird von Hausbesuchen des als ‚SP-Vizebürgermeister‘ betitelten Hermann Wimmer berichtet.

Der Beitrag endet bei Minute 21:20.

Direkt im Anschluss leitet die Moderatorin einen Bericht mit dem Titel „Diskussionsabend NEOS“ ein. Im Bericht werden Forderungen der NEOS, belegt durch verschiedene Interviews gezeigt. Beendet wird der Beitrag bei Minute 25:00 mit den Worten des Sprechers: *„Mehr zum Programm der NEOS und die Verbesserungsvorschläge für Wels gibt es im Internet unter [wels.neos.eu](http://wels.neos.eu).“*

Ab Minute 26:18 der übermittelten Aufzeichnungen wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.) und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Von Minute 43:12 bis Minute 45:11 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Ab Minute 51:00 der übermittelten Aufzeichnungen wird folgender Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Kultur“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Kultur wird Ihnen präsentiert von der Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel. Ihr Partner für´s Bauen und Wohnen.“*

Von Minute 56:11 bis Minute 58:46 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Direkt anschließend, ab Minute 58:31 wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“* (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.)

Von Minute 68:23 bis Minute 70:03 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Die Sendung endet bei Minute 77:39 der gelieferten Aufzeichnung.

#### **2.4.5. Wochensendung von 16.09.2015 bis 23.09.2015**

Ab dem 16.09.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung mit den Worten des Moderators B: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, schön, dass ich Sie zu einer neuen Ausgabe unseres WT1 Wochenmagazins begrüßen darf.“* Es folgt ab Minute 00:57 der übermittelten Aufzeichnungen eine „News“-Einblendung zur Einleitung eines Nachrichtenblocks.

Ab Minute 01:08 der übermittelten Aufzeichnungen leitet der Moderator unter dem Titel *„Visionen FPÖ Wels“* einen Bericht über die Vorhaben der FPÖ Wels ein.



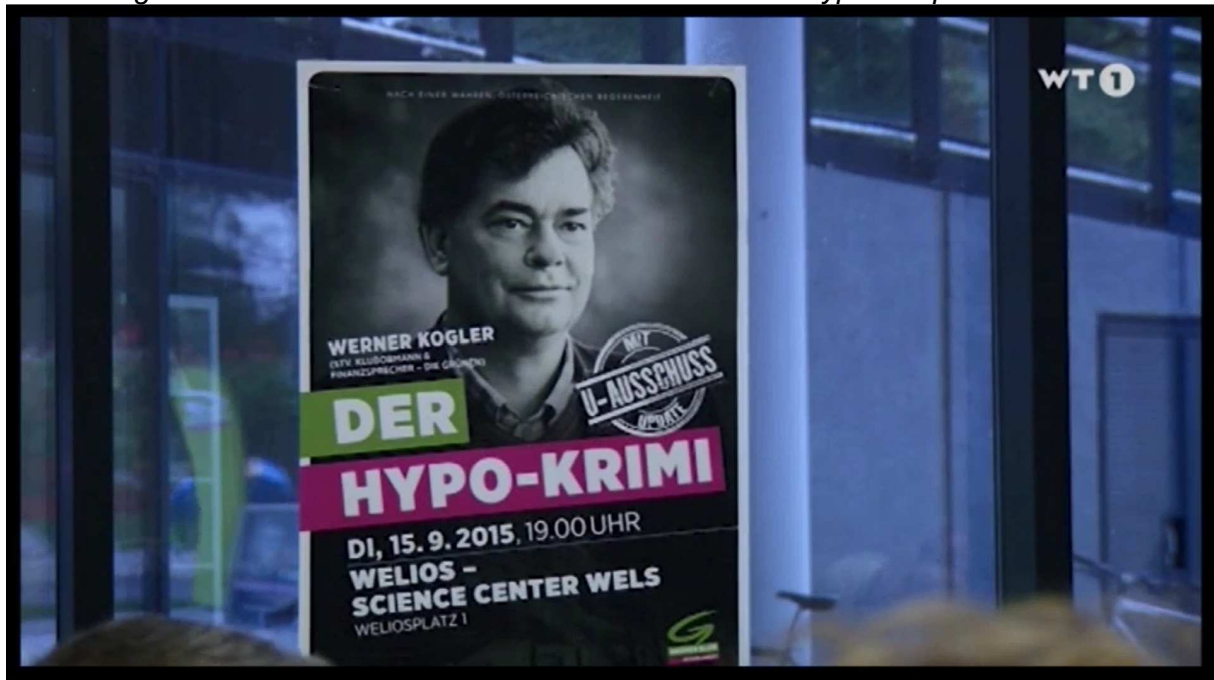
Dabei führt er aus: *„Neue Sprachgruppen in Kindergärten, Asyl- und Migrationspaten und die Errichtung eines Pflegeheimes für Menschen mit Beeinträchtigung unter 60 Jahren. Die FPÖ hat Anfang dieser Woche den zweiten Teil ihrer Visionen präsentiert. Soziales und Integration, inklusive Seitenhieb Richtung SPÖ.“* Infolgedessen folgen Bilder von der Präsentation der FPÖ Wels gezeigt. Begleitet wird der Beitrag von Interviews von FPÖ-Funktionären, wie etwa dem Spitzenkandidat der FPÖ Wels, Dr. Andreas Rabl, der ausführlich die konkreten Pläne seiner Partei vorstellt. Der Beitrag endet bei Minute 04:17.

Direkt anschließend, ab Minute 04:17, leitet der Moderator unter dem Titel *„Wahlkampf Ingo Kagerer“* einen Bericht über die Ziele eines ÖVP-Kandidaten für die Gemeinderatswahl ein.

Dabei führt er aus: „Mit 72 Jahren in die Politik. Während sich andere mit diesem Alter aus der Öffentlichkeit verabschieden, will der Welser Ingo Kagerer jetzt erst richtig aktiv werden. Von Listenplatz 24 aus will er für die ÖVP in den Gemeinderat einziehen. Ein Unterfangen, für das knapp 400 Vorzugsstimmen benötigt werden.“ Im Bericht stellt Herr Kagerer seine politischen Ansichten dar und führt abschließend aus: „Flexibilität ist keine Sache des Alters, sondern Flexibilität ist eine Sache der Einstellung und ich glaube, ich habe Mut zur Veränderung bewiesen und ich glaube auch, dass ich einer für alle sein kann. Mein erklärtes Ziel bei der Wahl ist, in den Gemeinderat zu kommen, um zu versuchen, etwas zum Guten zu verändern.“ Beendet wird der Bericht mit den Worten des Sprechers: „Und das Vorhaben ist durchaus zu schaffen. Vor sechs Jahren hat Ernst Kirchmaier von der SPÖ mit 405 Vorzugsstimmen den Sprung in den Gemeinderat geschafft. Von Listenplatz 25 aus.“

Der Bericht endet schließlich bei Minute 07:10.

Direkt anschließend daran, leitet der Moderator einen Beitrag über die Grünen mit dem Titel „Hypo Krimi-Tour“ ein: „Das Milliardenendesaster Hypo Alpe Adria gilt als der größte Finanzskandal der zweiten Republik. Rund 5,5 Milliarden Euro hat das Hypo-Abenteuer bis jetzt den österreichischen Steuerzahlern gekostet. Wie hoch der Schaden schlussendlich ausfallen wird, ist noch unklar. Ein Experte in diesem Fall, der Grüne Politiker Werner Kogler, der Anfang dieser Woche in Wels die skurrilsten Fakten zum Hypo Fall präsentierte.“



Im Bericht selbst wird hauptsächlich ein Interview mit Herrn Kogler gezeigt, der über den Fall Hypo Alpe Adria spricht. Ebenfalls gezeigt wird ein Interview mit der als ‚Bürgermeisterkandidatin‘ der Grünen Wels bezeichneten Mag. Elke Mayerhofer: „Die Grünen san nicht nur im Hypo-Skandal als die Aufklärerpartei bekanntgeworden. Ich erinnere nur an den Untersuchungsausschuss, dem Gabi Moser vorgesessen ist. Die Grünen ham sich in Bezug auf Aufklärung wirklich einen Namen gemacht und auch im Welldorado ist uns immer ein Anliegen gewesen, uns um eine sachliche Aufklärung aller Fakten zu bemühen.“ Der Bericht endet schließlich bei Minute 11:23 mit den Worten des Moderators: „Die Grünen Wels setzen sich jetzt für eine andere Möglichkeit ein, das Geld auszugeben, im Rahmen der Krimi-Tour präsentiert man eine neue Offensive zum Thema



*Flüchtlinge. Man will gemeinsam mit dem Roten Kreuz Geld sammeln. Wer helfen will: Die Kontonummer sehen Sie unten eingeblendet.“*

Ab Minute 15:12 der übermittelten Aufzeichnungen berichtet ein Sprecher über eine Veranstaltung der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten: *„Die Wahl rückt immer näher. Passend dazu haben die „Oberösterreichischen Nachrichten“ zu einer Podiumsdiskussion in der Fachhochschule geladen. Daran beteiligt, die Spitzenkandidaten von SPÖ, FPÖ, ÖVP und den Grünen. Meinungsverschiedenheiten gab es vor allem bei den Themen Verkehr, Welldorado, Parteienförderungen und Integration. Die große WT1 Elefantenrunde mit allen Spitzenkandidaten geht in der Woche vor der Wahl auf Sendung.“*



Der Beitrag endet bei Minute 15:40.

Direkt anschließend daran folgt ein Kurzbericht über ein Vorhaben der SPÖ Wels. Der Sprecher führt dabei aus: *„Das Thema Rekordarbeitslosigkeit wird jetzt auch Wahlkampfthema, konkret setzt SPÖ-Spitzenkandidat Hermann Wimmer zwei Schwerpunkte zur Schaffung von Arbeitsplätzen. Bei den passenden Rahmenbedingungen für Betriebsansiedelungen und bei den Beschäftigungen für Menschen, die auf dem ersten Arbeitsmarkt nicht unterkommen. Unterstützung bekommt er von Arbeiterkammerpräsident Johann Kalliauer.“*





Der Beitrag endet bei Minute 16:04.

Ab Minute 16:07 der übermittelten Aufzeichnungen wird ein Kurzbericht über das Welldorado eingeblendet. Der Sprecher des Beitrages führt dabei aus: *„Das Welldorado kommt nicht aus den Schlagzeilen raus. Nicht nur bei den Abrechnungen soll geschlampt worden sein, laut ÖVP sind auch die Solarien seit 2006 nicht gewartet worden. Weswegen man jetzt Konsequenzen fordert.“* Der ÖVP-Spitzenkandidat berichtet weiter: *„Bisher haben wir darüber gesprochen, dass 400.000 Euro veruntreut wurden, jetzt gehts um die Gesundheit der Welldorado-Besucher. Das Solarium wurde seit 2006 nicht mehr gewartet, nicht mehr inspiziert, die Warnleuchten leuchten dort rot auf und ein rotes Licht ist nicht nur für die Stadt schlecht sondern auch vom Solarium schlecht. Auch politisch gibt es hier Verantwortliche und das gehört dringend geklärt.“* Der Bericht endet bei Minute 16:49.

Ab Minute 16:50 der übermittelten Aufzeichnungen wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.) und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Von Minute 33:08 bis Minute 35:21 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Ab Minute 39:27 der übermittelten Aufzeichnungen wird folgender Sponsorhinweis (siehe bereits bei Punkt 2.4.4.) unmittelbar vor dem Berichtsteil „Kultur“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Kultur wird Ihnen präsentiert von der Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel. Ihr Partner für´s Bauen und Wohnen.“*

Von Minute 49:35 bis Minute 52:38 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Direkt anschließend, ab Minute 52:23 wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“* (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.)

Ab Minute 56:09 wird vom Moderator im Berichtsteil „Szene“ ein Bericht über das Burggarten Weinfest der Welser FPÖ eingeleitet. Die Sprecherin des Beitrags führt zunächst aus: *„Ein Fest von Welsern für Welser. Das Burggarten Weinfest der FPÖ hat mittlerweile Tradition. Und mit Wein, Sturm und einer guten Jause bringt man die Leute kurz vor der Wahl noch einmal zusammen.“*

In der Folge werden verschiedene Gäste und Funktionäre der FPÖ interviewt. Die Sprecherin schließt den Beitrag bei Minute 59:03 mit den Worten: *„Gute Weine, gutes Essen und gute Stimmung. Eine rundum gelungene Veranstaltung.“*

Von Minute 59:09 bis Minute 60:55 wird ein gekennzeichneteter Werbeblock ausgestrahlt.

Ab Minute 64:22 wird ein Beitrag über die bevorstehende Gemeinderatswahl 2015 eingeleitet.

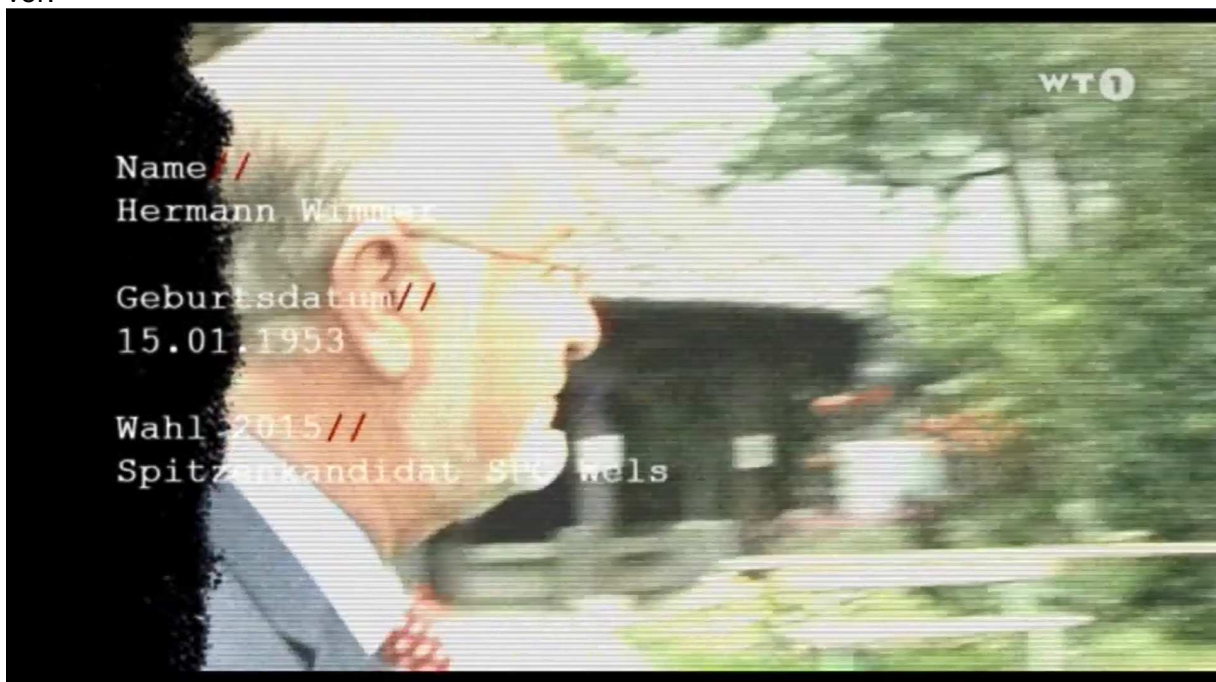


Der Moderator leitet den Bericht wie folgt ein: *„Die Wahlen stehen vor der Tür, doch wen wählen? Kaum ein Stammtisch kommt derzeit um diese Frage drum herum. Falls auch Sie sich noch nicht entschieden haben, wir stellen Ihnen jetzt die Welser Bürgermeisterkandidaten im Portrait vor. Ich wünsche Ihnen noch eine schöne Woche.“* In der Folge wird folgendes Titelbild gezeigt.





Im nachfolgenden Interview ab Minute 64:58 mit dem Spitzenkandidaten der SPÖ Wels, Hermann Wimmer, stellt dieser zunächst seine Person und seinen beruflichen Werdegang vor.



Im Zuge des Berichts werden mittels einer Art „Wordrap“ Einblendungen kurze Fragen an den Spitzenkandidaten gestellt, welche dieser jeweils in der Folge beantwortet, wie z.B. „Was hat sie bewogen in die Politik zu gehen?“, „Was würden Sie in Wels verändern?“ oder „Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?“ Bebildert wird das Interview mit den Tätigkeitsbereichen von Herrn Wimmer sowie mit dessen privaten Umfeld.



In der Folge werden gleichgestaltete derartige Wahlportraits der Spitzenkandidaten der FPÖ ab Minute 67:42, der ÖVP ab Minute 70:41, der Grünen ab Minute 73:21, sowie der NEOS ab Minute 76:03 gezeigt. Die an die jeweiligen Kandidaten (Andreas Rabl, Peter Lehner, Elke Mayerhofer und Markus Hufnagl) gestellten Fragen sind größtenteils identisch mit jenen an Herrn Wimmer. Der Beitrag endet bei Minute 78:51.

Die Sendung endet bei Minute 78:53.

#### **2.4.6. Wochensendung von 23.09.2015 bis 27.09.2015**

Ab dem 23.09.2015 wurde eine von der WT1 Privatfernsehen GmbH produzierte Sendung in laufender Wiederholung ausgestrahlt. Eingeleitet wird die Sendung mit den Worten der Moderatorin Michaela Großwindhager: *„Herzlich Willkommen, liebe Zuseher, zu einer neuen Ausgabe unserer WT1 Wochensendung.“* Es folgt ab Minute 00:51 der übermittelten Aufzeichnungen eine „News“-Einblendung zur Einleitung eines Nachrichtenblocks.

Ab Minute 05:32 wird von der Moderatorin in der Rubrik „News“ ein Beitrag mit dem Titel *„Welser SP-Landtagskandidaten“* eingeleitet: *„Der Countdown läuft. In wenigen Tagen wird in Oberösterreich gewählt, die neuen Bürgermeister, die neuen Gemeinderäte und der neue Landtag. Entsprechend dem Wahlergebnis setzen sich die 56 Landtagsabgeordneten zusammen. Zwei Damen, die für den Landtag kandidieren und dabei Wels-Stadt und Wels-Land vertreten, sind Roswita Bauer und Petra Müllner.“* In der Folge werden im Bericht die beiden Kandidatinnen vorgestellt und Interviews eingeholt. Dabei werden zahlreiche politischen Vorhaben der SPÖ dargelegt. Als Abschluss des Beitrages wird zudem ein Interview mit dem Bürgermeisterkandidaten der SPÖ, Hermann Wimmer, gezeigt.

Ab Minute 08:34 wird – weiterhin in der Rubrik „News“ – ein Beitrag mit dem Titel *„NEOS Kritik an Stadtschulden“* anmoderiert: *„Die Stadt Wels steuert auf eine finanzielle Katastrophe zu. Eine Woche vor der Wahl starten die NEOS einen Frontalangriff. Im Fokus der Kritik: die Finanzen der Stadt. Der Welser Spitzenkandidat Markus Hufnagl spricht dabei von einem Einsparungspotential von neun Millionen Euro pro Jahr.“* In der Folge werden auch Bilder von einer Veranstaltung der NEOS gezeigt. Dabei werden auch Interviews mit

dem Vorsitzenden der NEOS Österreich, Matthias Strolz, sowie dem Welser Spitzenkandidat der NEOS, Markus Hufnagl, gezeigt. Es werden politische Forderungen der NEOS dargestellt. Der Bericht endet bei Minute 11:32.

Direkt anschließend wird ein Bericht mit dem Titel „Wahlwerbung am Markt“ anmoderiert: *„Ja man merkt, der Wahlkampf geht in den Endspurt. Jetzt gilt es, die letzten unschlüssigen Wähler zu überzeugen. Wie das gehen kann? Wir haben die SPÖ am Welser Wochenmarkt begleitet.“* Dabei werden Bilder vom besagten Markt gezeigt, wo Hermann Wimmer sowie der Landeshauptmann-Stellvertreter, Reinhold Entholzer, auf Stimmenfang gehen und Werbeartikel an die Bürger verteilen. Dabei werden auch in Interviews der genannten Personen die Forderungen der SPÖ dargelegt. Der Bericht endet bei Minute 13:59.

In einem Kurznachrichten-Überblick wird ab Minute 14:05 ein Bericht über eine Veranstaltung der NEOS eingeblendet, wo der Fall Hypo Alpe Adria aufgerollt wird. Der Nationalratsabgeordnete der NEOS, Rainer Hable, kam dazu nach Wels. Abschließend wird ein Bild des Wahlkampfteam, inklusive dem Bürgermeisterkandidat der NEOS, Markus Hufnagl, gezeigt.

Anschließend daran, ab Minute 14:49 der Sendung wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Geschehen“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Das Geschehen wird Ihnen präsentiert von der eww Gruppe – Voller Energie für morgen. In unseren Adern fließt Energie.“*

Beginnend ab Minute 23:18 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der NEOS Wels gesendet.

Beginnend ab Minute 24:34 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der FPÖ Wels gesendet.

Ab Minute 34:52 der übermittelten Aufzeichnungen wird folgender Sponsorhinweis (siehe bereits bei Punkt 2.4.4.) unmittelbar vor dem Berichtsteil „Kultur“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Kultur wird Ihnen präsentiert von der Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel. Ihr Partner für's Bauen und Wohnen.“*

Beginnend ab Minute 43:36 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der Grünen Wels gesendet.

Beginnend ab Minute 44:36 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der SPÖ Wels gesendet.

Direkt anschließend, ab Minute 45:16 wird ein Sponsorhinweis unmittelbar vor dem Berichtsteil „Szene“ eingeblendet und mit folgenden Sätzen begleitet: *„Die Szene wird Ihnen präsentiert von Max.center – best shops inside. Max.center – shoppen bei Freunden.“* (siehe bereits bei Punkt 2.4.1.)

Beginnend ab Minute 56:01 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der FPÖ Wels gesendet.

Beginnend ab Minute 56:56 wird innerhalb eines gekennzeichneten Werbeblocks eine Werbeeinschaltung der ÖVP Wels gesendet.

Nach einer Vorstellung eines Kinofilms wird ab Minute 60:28 der Berichtsteil „Talk“ eingeleitet: *„Am 27. September wird gewählt. Wir haben knapp eine Woche vor der Wahl*

noch einmal die Spitzenkandidaten zusammengetrommelt und zu einer Fernsehkonfrontation geladen. Die Hauptthemen dabei: die Flüchtlingsfrage, das Welldorado und die Innenstadt. Ich gebe weiter zu meinem Kollegen B und wünsche Ihnen noch eine schöne und angenehme Woche.“

Nachfolgend begrüßt der Moderator B die „fünf Spitzenkandidaten der größten Welser Parteien“ im Studio „zur großen Elefantenrunde“. Begleitet wird die Diskussionsrunde von Erik Famler von der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“, welcher ebenfalls Fragen an die Teilnehmer stellt.



Die Sendung endet bei Minute 140:06.

## 2.5. Zusammenfassung der Sendungen

Die auf die einzelnen politischen Parteien entfallenden Berichte bzw. Werbespots in den Wochensendungen vom 19.08.2015 bis zum 27.09.2015 lassen sich wie folgt zusammenfassen:

19.08.2015 – 26.08.2015		
	News	FPÖ („Visionen“) SPÖ (Wahlkampfbericht)
	Werbung	FPÖ, SPÖ, FPÖ
	Duell	FPÖ – ÖVP
26.08.2015 – 02.09.2015		
	News	ÖVP („Welldorado“) FPÖ (Wirtschaftsbund)
	Geschehen	SPÖ („Wir wollen Wimmer“)
	Werbung	SPÖ, Grüne, FPÖ, ÖVP, NEOS
	Duell	SPÖ – ÖVP
02.09.2015 – 09.09.2015		



	News	FPÖ (Wahlkampfbericht)
		ÖVP („Visionen“)
	Geschehen	ÖVP (Kandidatentreffen)
	Werbung	ÖVP, FPÖ, NEOS, Grüne, SPÖ, FPÖ
	Duell	SPÖ – FPÖ
09.09.2015 – 16.09.2015		
	News	FPÖ (RH-Bericht)
		ÖVP (Wahlkampfbericht)
		SPÖ („Altersheim“)
		SPÖ (Wohnbauprojekt)
		NEOS (Veranstaltungsbericht)
	Werbung	NEOS, FPÖ, Grüne, ÖVP, SPÖ, FPÖ
16.09.2015 – 29.09.2015		
	News	FPÖ („Visionen“)
		ÖVP („Kagerer“)
		Grüne (Veranstaltungsbericht „Hypo“)
		SPÖ (Bericht über Vorhaben)
		ÖVP („Welldorado“)
	Szene	FPÖ (Veranstaltungsbericht)
	Werbung	NEOS, FPÖ, SPÖ, ÖVP, FPÖ, Grüne
	Portraits	SPÖ, ÖVP, FPÖ, Grüne, NEOS
23.09.2015 – 27.09.2015		
	News	SPÖ (Kandidaten)
		NEOS („Schulden“)
		SPÖ (Wahlkampfbericht)
		NEOS (Veranstaltungsbericht)
	Werbung	NEOS, FPÖ, Grüne, SPÖ, FPÖ, ÖVP
	Elefantenrunde	SPÖ, ÖVP, FPÖ, Grüne, NEOS

Wie oben unter 2.3. ausgeführt, wurde von den einzelnen Parteien eine finanzielle Gegenleistung an die Beschwerdegegnerin im Rahmen so genannter „Wahlpakete“ erbracht. Die hierfür von der Beschwerdegegnerin erbrachten Leistungen umfassten die Portraits der Spitzenkandidaten, die Produktion und Sendung der Werbespots sowie eine Berücksichtigung von Veranstaltungen bzw. Themen der jeweiligen politischen Parteien (sog. „Werbeberichte“) auf deren Veranlassung, wobei nicht festgestellt werden kann, welche der genannten Berichte auf Veranlassung und somit gegen Bezahlung erfolgten und welche im Rahmen der freien journalistischen Tätigkeit der Redaktion erbracht wurden. Jedenfalls handelt es sich bei dem Bericht „Wir wollen Wimmer“ in der Wochensendung von 26.08.2015 bis 02.09.2015 sowie bei dem Bericht über das Weinfest der FPÖ in der Wochensendung von 02.09.2015 bis 09.09.2015 um derartige „Werbeberichte“. Die „Werbeberichte“ wurden verstreut auf alle Rubriken in den Wochensendungen ausgestrahlt.

Für die in den genannten Wochensendungen ausgestrahlten Wahlduelle wurde seitens der teilnehmenden wahlwerbenden Parteien kein Entgelt geleistet. Ebenfalls kann nicht festgestellt werden, dass für die Teilnahme an der sogenannten „Elefantenrunde“ ein Entgelt geleistet worden ist.

Die Zusammenstellung der gesendeten Wahlduelle bzw. die Auswahl der Teilnehmer der „Elefantenrunde“ erfolgte nach journalistischen Kriterien. Der Abschluss von „Wahlpaketen“

bzw. die Buchung von kommerzieller Kommunikation war keine Bedingung für die Teilnahme an den genannten Sendungen.

Der Beschwerdeführer bzw. die wahlwerbende Partei „Wels soll die schönste Stadt Österreichs werden“, deren Zustellbevollmächtigter der Beschwerdeführer ist, findet in den vorgelegten Wochensendungen, mithin in der Zeitspanne vom 19.08.2015 bis zum Tag der oberösterreichischen Gemeinderatswahl am 27.09.2015 keine Erwähnung. Ebenfalls nicht erwähnt wird die siebte wahlwerbende Gruppe, die KPÖ.

Zu der Kooperation mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ existiert keine schriftliche Vereinbarung. Die mündliche Vereinbarung war darauf beschränkt, dass ein Redakteur der „Oberösterreichischen Nachrichten“ gemeinsam mit dem Chefredakteur der Beschwerdegegnerin Fragen an die Kandidaten der „Duelle“ stellt und die Gesprächsrunden co-moderiert. Sowohl in der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ als auch im Programm der Beschwerdegegnerin wurde auf die gemeinsame Aktivität hingewiesen.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zum Begehren des Beschwerdeführers sowie zu seinem wesentlichen Vorbringen ergeben sich aus der Beschwerde vom 30.09.2015, den Stellungnahmen vom 14.10.2015 und der Ergänzung vom 15.10.2015, der Replik vom 12.11.2015 sowie der Duplik vom 28.12.2015. Die Feststellungen zum Vorbringen der Beschwerdegegnerin ergeben sich aus dem Schriftsatz vom 05.11.2015 und der Duplik vom 07.12.2015.

Die Feststellungen zum Inhalt der gegenständlichen Wochensendungen im Rahmen des Programms „WT 1“ ergeben sich aus den von der Beschwerdegegnerin mit Schreiben vom 21.10.2015 vorgelegten Aufzeichnungen, in welche die Behörde Einsicht genommen hat.

Die Feststellungen zum Abschluss sogenannter „Wahlpakete“ bzw. Kooperationsvereinbarungen mit den wahlwerbenden Parteien SPÖ, ÖVP, FPÖ und Grüne im Vorfeld der Welser Gemeinderatswahl sowie zum Inhalt derselben ergeben sich aus den vorgelegten Kooperationsvereinbarungen bzw. dem laut Vorbringen der Beschwerdegegnerin in weiterer Folge angenommenen Anbot an die ÖVP. Die Feststellungen, dass für die NEOS Privatpersonen entsprechende Vereinbarungen über Werbespots, Portraits und Werbeberichte mit der Beschwerdegegnerin abgeschlossen haben, ergeben sich aus dem glaubwürdigen Vorbringen des Zeugen C in der mündlichen Verhandlung vom 11.04.2016.

Ebenfalls aus dem glaubhaften Vorbringen des Zeugen C ergibt sich die Feststellung, wonach die Angaben hinsichtlich der Werbeberichte in den Kooperationsvereinbarungen nicht deckungsgleich mit der tatsächlichen Berichterstattung sind und es sich hierbei lediglich um eine Verschriftlichung einer pauschal entgoltenen Gesamtleistung handelt.

Die Feststellung, dass es sich bei den Berichten „Wir wollen Wimmer“ (SPÖ) und „Burgweinfest“ (FPÖ) um entsprechende Werbeberichte gehandelt hat sowie dass „Werbeberichte“ sowohl in der Rubrik News als auch in anderen Rubriken gesendet wurden, ergibt sich aus der glaubwürdigen Aussage des Zeugen B.

Ebenfalls aus der Aussage des Zeugen Schiehauer ergeben sich die Feststellungen zur Berücksichtigung von Wünschen bzw. Veranlassungen der wahlwerbenden Parteien in der Berichterstattung sowie zum Spielraum der Redaktion im Hinblick auf Ausgestaltung bzw. Auswahl der jeweiligen Berichte. Auch die Feststellung, dass die „Werbeberichte“ über mehrere Rubriken verteilt waren, gründen auf dieser Aussage.



Die Feststellungen, dass die konkreten Berichte, welche als „Werbeberichte“ ausgestrahlt wurden, nicht eindeutig als solche identifizierbar sind, ergeben sich aus den glaubhaften Aussagen des Zeugen B in der mündlichen Verhandlung vom 11.04.2016. In diesem Zusammenhang ist insbesondere auf die Aussage des Zeugen zu verweisen, wonach der Unterschied zwischen „Werbeberichten“ und „normalen“ Berichten nicht groß sei. Auch der Zeuge C konnte nicht angeben, bei welchen der im Beschwerdezeitraum gesendeten Berichte es sich um „Werbeberichte“ und somit entgeltliche Beiträge gehandelt hat.

Die Feststellungen, dass für die Wahlduelle seitens der teilnehmenden Parteien kein Entgelt an die Beschwerdegegnerin geleistet wurde, ergeben sich aus den glaubhaften Aussagen der Zeugen B und C in der mündlichen Verhandlung vom 11.04.2016. Aus den gleichen insoweit glaubhaften Aussagen ergibt sich die Feststellung, dass die Auswahl der Teilnehmer an den „Wahlduellen“ bzw. der „Elefantenrunde“ anhand von journalistischen Kriterien getroffen wurde und nicht von der Buchung eines „Wahlpakets“ oder sonstiger kommerzieller Kommunikation abhängig gemacht wurde. In diesem Zusammenhang ist insbesondere auf die insofern glaubwürdige Aussage des Zeugen Schiehauer zu verweisen, wonach man die vier im Welser Gemeinderat vertretenen Fraktionen ausgewählt habe sowie die NEOS, die in dieser Zeit oberösterreichweit bzw. bundesweit viel Aufsehen erregt hätten. Ebenfalls glaubhaft waren die Ausführungen des Zeugen dahingehend, dass er die wahlwerbende Gruppe des Beschwerdeführers bis zuletzt als „Spaßpartei“ wahrgenommen habe. Ebenso stützen sich die Feststellungen, wonach Vertreter der Verkaufsabteilung regelmäßig an Redaktionssitzungen teilgenommen haben und die Redaktion zur Gestaltung und Ausstrahlung von Berichten bewegt haben, auf die glaubhaften Aussagen des Zeugen B.

Die Feststellung über den Inhalt bzw. die Dokumentation der Kooperation mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ ergibt sich aus dem insoweit unwidersprochenen Vorbringen der Beschwerdegegnerin.

## **4. Rechtliche Beurteilung**

### **4.1. Behördenzuständigkeit**

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 134/2015, obliegt der KommAustria die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter unter anderem nach den Bestimmungen des AMD-G.

Gemäß § 60 iVm § 66 AMD-G obliegt der KommAustria die Rechtsaufsicht über die Mediendienstanbieter nach dem AMD-G. Die KommAustria entscheidet über Verletzungen von Bestimmungen des AMD-G gemäß § 61 Abs. 1 AMD-G von Amts wegen oder aufgrund von Beschwerden.

### **4.2. Beschwerdevoraussetzungen**

§ 61 lautet auszugsweise:

#### ***„Beschwerden***

**§ 61. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen oder auf Grund von Beschwerden**

1. einer Person, die durch diese Rechtsverletzung unmittelbar geschädigt zu sein behauptet;  
[...]  
(2) Beschwerden sind innerhalb von sechs Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung dieses Bundesgesetzes, bei der Regulierungsbehörde einzubringen.“

#### **4.2.1. Rechtzeitigkeit der Beschwerde**

Gemäß § 61 Abs. 2 AMD-G sind Beschwerden innerhalb von sechs Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung des AMD-G einzubringen. Die Beschwerde langte am 30.09.2015 bei der KommAustria ein, wobei dem am 06.10.2015 erteilten Mängelbehebungsauftrag durch Schreiben des Beschwerdeführers, eingelangt bei der KommAustria am 14.10.2015 und 15.10.2015, fristgerecht entsprochen wurde. Da die behaupteten und vom Beschwerdeantrag erfassten Rechtsverletzungen in den Sendewochen von 19.08.2015 bis 27.09.2015 stattfanden, wurde sohin rechtzeitig innerhalb der sechswöchigen Beschwerdefrist des § 61 Abs. 2 AMD-G Beschwerde erhoben.

#### **4.2.2. Beschwerdelegimitation**

Die KommAustria entscheidet gemäß § 61 Abs. 1 Z 1 AMD-G über die Verletzung von Bestimmungen des AMD-G aufgrund von Beschwerden einer Person, die durch eine Rechtsverletzung unmittelbar geschädigt zu sein behauptet.

Ausgehend von der sachverhaltsgegenständlichen Leistung von Zahlungen durch wahlwerbende Parteien im Zusammenhang mit der Vorwahlberichterstattung bzw. der Ausstrahlung audiovisueller kommerzieller Kommunikation im Umfeld der Welser Kommunalwahlen 2015 moniert die Beschwerde zusammengefasst Verstöße einerseits gegen das Verbot der Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters (§ 32 Abs. 2 AMD-G) sowie andererseits gegen mehrere formelle und materielle Anforderungen an audiovisuelle kommerzielle Kommunikation (insb. § 37 Abs. 1, § 43 Abs. 1 und 2 sowie § 44 AMD-G).

Nach der stRSpr zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 36 Abs. 1 Z 1 lit. a ORF-G ist für die Beschwerdelegimitation wesentlich, dass eine Person unmittelbar geschädigt zu sein behauptet, wobei eine „unmittelbare Schädigung“ nach ständiger Spruchpraxis des BKS neben materieller auch eine immaterielle Schädigung umfasst, die zumindest im Bereich der Möglichkeit liegen muss (vgl. etwa BKS 18.10.2010, GZ 611.929/0002-BKS/2010). Immaterielle Schäden begründen dann eine Beschwerdelegimitation, wenn der Schaden aus der Rechtsordnung unmittelbar ableitbare rechtliche Interessen betrifft, denen der Gesetzgeber Rechtsschutz zuerkennt (vgl. etwa BKS 25.02.2013, GZ 611.807/0002-BKS/2013).

In der Rechtsprechung anerkannt ist, dass eine politische Partei iSd zitierten Bestimmung unmittelbar geschädigt sein kann, wenn sie behauptet, die Unterlassung der Berichterstattung verringere ihre Wahlaussichten (vgl. BKS 18.07.2006, 611.901/0005-BKS/2006, 10.12.2007, 611.950/0004-BKS/2007, 18.10.2010, 611.901/0012-BKS/2010).

Der Grundgedanke, wonach eine (dem spezifisch im ORF-G geregelten Objektivitätsgebot widersprechende) Unterlassung der Wahlberichterstattung einen im Bereich der Möglichkeit liegenden Schaden für eine wahlwerbende Partei bewirken kann, kann insoweit auf § 32 Abs. 2 AMD-G übertragen werden, als die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters von kommerzielle motivierten Einflüssen insgesamt eine den journalistischen Grundsätzen entsprechende Programmgestaltung absichert und für alle

„Objekte“ der Berichterstattung eine grundsätzlich gleiche Ausgangsbasis garantiert. Verschaffen sich nun – wie beschwerdegegenständlich behauptet – Werbetreibende über den Weg der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation einen Einfluss auf die redaktionelle Tätigkeit des Mediendienstanbieters, indem etwa (behauptetermaßen und beschwerdegegenständlich) Berichterstattung im Umfeld der Wahlauseinandersetzung aktiv eingefordert werden kann, ist es nach Auffassung der KommAustria nicht von vornherein ausgeschlossen, dass sich diese „Bevorzugung“ in der nachrangigen Behandlung anderer – kein Entgelt leistender – Berichterstattungsobjekte manifestiert.

Es erscheint daher nicht gänzlich abwegig, wenn der Beschwerdeführer im Wesentlichen behauptet, dass eine durch die dargestellte Verletzung bedingte Unterlassung der Berichterstattung seine Wahlchancen im Hinblick auf die wenige Wochen bzw. Tage nach Ausstrahlung der inkriminierten Sendungen stattfindende Gemeinderatswahl schmälere, und darin die Möglichkeit einer immateriellen Schädigung iSd § 61 Abs. 1 Z 1 AMD-G zu sehen ist. Die Beschwerdelegitimation des Beschwerdeführers gemäß § 61 Abs. 1 Z 1 AMD-G ist daher nach Auffassung der KommAustria hinsichtlich der inkriminierten redaktionellen Unabhängigkeit gegeben.

Anders verhält es sich mit Blick auf die Frage der Einhaltung der anderen werberechtlichen (Ordnungs-)Vorschriften: Die Beschwerdegegnerin weist zutreffend darauf hin, dass nach der ständigen Rechtsprechung der KommAustria und des BKS derartige Verstöße keine Beschwerdelegitimation nach § 36 Abs. 1 Z 1 lit. a ORF-G begründen können (Verweis auf KOA 20.12.2012, KOA 11.210/12-025, bestätigt durch BKS 25.02.2013, 611.807/0002-BKS/2013). Sowohl im Hinblick auf die Einhaltung des Verbots des Sponsorings von Nachrichtensendungen, als auch der Trennung bzw. Erkennbarkeit von Werbung sowie der Zulässigkeit der Unterbrechung von Nachrichtensendungen fehlt es nämlich an einer unmittelbaren Schädigung des Beschwerdeführers. Ziel der genannten Regelungen ist es zum einen, die redaktionelle Verantwortung und die Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters zu gewährleisten (vgl. ErwG 93 der AVMD-RL), zum anderen eine Irreführung des Medienkonsumenten zu vermeiden bzw. eine Überfrachtung des redaktionellen Programms mit kommerzieller Kommunikation hintanzuhalten.

Anders als bei der Frage der aus einer Verletzung des § 32 Abs. 2 AMD-G entstehenden Ungleichbehandlung, die gegenüber dem Beschwerdeführer konkretisierbar ist, handelt es sich bei den möglichen Folgen etwa eines Verstoßes gegen das Verbot des Sponsorings von Nachrichtensendungen um ausschließlich die Veranstalter- bzw. Zusehersphäre betreffende Auswirkungen, was sich auch darin zeigt, dass das Sponsoringverbot abstrakt wirkt und – vgl. die Spruchpunkte 2b und 2c – auch ohne jeglichen Berührungspunkt zum Beschwerdeführer zur Anwendung gelangt. Auch denkbare Folgen in Richtung einer für den Zuseher nicht unmittelbar nachvollziehbaren „Aufwertung“ der politischen Mitbewerber durch die Präsenz in Nachrichtensendungen wären zwar immateriell aber bestenfalls mittelbar. Ausgeschlossen ist eine unmittelbare Schädigung des Beschwerdeführers im Hinblick auf die – primär dem Konsumentenschutz dienenden – Bestimmungen zur Trennung und Erkennbarkeit bzw. der Unterbrechung von Sendungen.

Eine Beschwerdelegitimation hinsichtlich der Verletzung der genannten Werbevorschriften ist im gegebenen Fall daher zu verneinen, weswegen die Beschwerde insoweit zurückzuweisen war.

Ungeachtet dessen entscheidet die KommAustria gemäß § 61 Abs. 1 AMD-G über Verletzungen von Bestimmungen des AMD-G auch von Amts wegen. Von dieser Möglichkeit hat sie hinsichtlich des Spruchpunktes 2 (a bis g) Gebrauch gemacht.

### 4.3. Verstoß der Beeinträchtigung redaktioneller Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation (Spruchpunkt 1.)

§ 32 AMD-G lautet auszugsweise:

#### **„Präsentation und Einflussnahme**

**§ 32. (1) [...]**

*(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigen.“*

Im vorliegenden Fall ist zu prüfen, ob die Berücksichtigung von politischen Gruppierungen in der Berichterstattung auf Grundlage von finanziellen Gegenleistungen, dem Grundsatz des Verbots der Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation entsprechen. Nach § 32 Abs. 2 AMD-G darf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigen.

Politische Berichterstattung im Vorfeld einer demokratischen Wahl dient u.a. dazu, dem Zuseher Informationen zu verschaffen sowie eine Grundlage für seine spätere Wahlentscheidung zu bieten. Den Umfang der Berichterstattung kann der Rundfunkveranstalter – im Rahmen des gesetzlich Zulässigen – frei gestalten. In den verfahrensgegenständlichen Wochensendungen entschied sich die Beschwerdegegnerin dabei u.a. für die Ausstrahlung von Diskussionen bzw. „Duellen“ zwischen einzelnen oder allen Spitzenkandidaten, Personenportraits, Pressekonferenzen sowie Berichte und Interviews von Veranstaltungen oder Kampagnen verschiedener Parteien.

Für die Frage der Einhaltung der Bestimmung des § 32 Abs. 2 AMD-G, kann zunächst dem Punkt 4.4. vorgegriffen werden, dass die verfahrensgegenständlichen Sendungen pauschal gesponsert wurden. Eine aus diesen Sponsoringverträgen resultierende Beeinträchtigung redaktioneller Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters würde eine Verletzung der Bestimmung des § 32 Abs. 2 AMD-G bedeuten. Gegenständlich ist zu prüfen, wie die vorliegend geleisteten „Produktionskostenzuschüsse“ für die Produktion und die Ausstrahlung der „Werbeberichte“, deren Leistung die Beschwerdegegnerin auch nicht bestreitet, rechtlich eingeordnet werden können. Diese Art sogenannter „PR-Berichte“ sind Beiträge, die gegen Bezahlung in der Art eines redaktionellen Beitrages produziert und ohne Kennzeichnung gesendet werden. So das Zustandekommen eines bestimmten Beitrages bereits von einem entsprechenden „Auftrag“ an den Rundfunkveranstalter abhängt, ist die rechtliche Zulässigkeit zu verneinen. Erlaubt sind derartige Beiträge im Sinne des § 32 Abs. 2 AMD-G nur insoweit, als dem Rundfunkveranstalter die initiative Entscheidung über den Inhalt einer Produktion bzw. eines bestimmten Beitrages obliegen muss und gegebenenfalls nachgelagert Sponsoren einen Beitrag zur Finanzierung des Beitrages leisten (vgl. erneut *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>3</sup>, 512 mwN).

Im gegenständlichen Fall ist die rechtliche Zulässigkeit aus genau diesen Überlegungen zu verneinen, da die Produktion und folgende Ausstrahlung von Beiträgen zumindest teilweise von der Veranlassung durch die wahlwerbenden Parteien als Sponsoren abhängig war. Konkret wurde für die Ausstrahlung einzelner Berichte von Veranstaltungen und Kampagnen verschiedener Parteien ein Entgelt in Form eines pauschal abgeschlossenen Wahlpaketes geleistet. Hätten diese Parteien das entsprechende „Wahlpaket“ nicht abgeschlossen, wäre – möglicherweise – in einer anderen Form berichtet worden.

Die redaktionelle Unabhängigkeit besteht nicht nur in der Freiheit, *wie* über ein Ereignis berichtet wird. Auch die Entscheidung *ob* über ein Ereignis berichtet wird, steht einer unabhängigen Redaktion frei. Dass eben diese Freiheit im vorliegenden Fall nicht bestanden hat, ergibt sich vor allem aus der Zeugenaussage des Chefredakteurs, wonach es im Fall der von den Sponsoren veranlassten und von der Abteilung Verkauf vermittelten Berichte der Redaktion eben nicht frei stand, einen entsprechenden Bericht zu verfassen oder eben von einer Berichterstattung abzusehen. Durch den Abschluss der Pakete hatten die Vertragsparteien die Gewissheit, dass die gewünschten Berichte im Programm der Beschwerdegegnerin ausgestrahlt würden. Dass die Redaktion in der konkreten Ausgestaltung der Berichte freie Hand hatte, ist aus den genannten Gründen unerheblich. Eine Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit durch das Sponsoring der politischen Parteien liegt daher zweifelsfrei vor.

#### **4.4. Verbotenes Sponsoring von Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information (Spruchpunkt 2a.)**

§ 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;*“

§ 37 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Sponsoring**

**§ 37.** (1)-(3) [...]

(4) *Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.*“

Bei den beschwerdegegenständlichen Wochensendungen handelt es sich, wie gleich zu zeigen sein wird, um Nachrichtensendungen iSd § 37 Abs. 4 AMD-G. Gemäß § 37 Abs. 1 iVm Abs. 4 AMD-G ist ein Sponsoring von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information verboten. Gemäß § 2 Z 32 AMD-G liegt Sponsoring vor, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern. Die von den einzelnen politischen Parteien geleisteten Beiträge, entweder im Rahmen der als „Wahlpakete“ bezeichneten Kooperationen, oder aber auch für die Buchung einzelner Berichte, wurden mit dem Ziel geleistet, den Namen bzw. das Erscheinungsbild der Auftraggeber zu fördern womit der Tatbestand des Sponsoring erfüllt ist. Gleiches gilt für das Sponsoring durch private Unternehmen (Spruchpunkt 2b und 2c).

Nach der ständigen Rechtsprechung des BKS ist auch dann, wenn nur einzelne Beiträge einer Sendung den Charakter einer Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information aufweisen, anzunehmen, dass sich das Verbot der finanziellen Unterstützung auf

die gesamte Sendung erstreckt (vgl. BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275). Nach dieser Rechtsprechung ist aus nachstehenden Gründen bei sämtlichen verfahrensgegenständlichen Wochensendungen davon auszugehen, dass sie den Tatbestand der Nachrichtensendung erfüllen:

Die sechs inkriminierten Wochensendungen beinhalten jeweils Beiträge, die jedenfalls einer „politischen“ Nachrichtensendung zuzuordnen sind (insbesondere die jeweiligen Nachrichten-Beiträge am Beginn jeder einzelnen Sendung innerhalb der Rubrik „News“. Daher sind sämtliche beschwerdegegenständliche Wochensendungen als Nachrichtensendungen iSd § 37 Abs. 4 AMD-G anzusehen. Die Ausführungen der Beschwerdegegnerin, unter Annahme einer Gesamtbeurteilung komme man zum Ergebnis, die inkriminierten seien keine Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information, stehen im Widerspruch zur zitierten Rechtsprechung und können somit dahingestellt bleiben.

Die KommAustria geht darüber hinaus davon aus, dass es sich bei den oben dargestellten Sendungen jeweils um eine einheitliche Sendung handelt. Nach der Rechtsprechung des Bundeskommunikationssenats (vgl. BKS 02.06.2010, 611.009/0013-BKS/2010) ist für die Frage des Vorliegens einer Sendung im Sinne der Definition des § 2 Z 30 AMD-G vor allem auf den Eindruck des durchschnittlichen Zusehers abzustellen. Im Wege einer Gesamtbetrachtung sind Kriterien wie der inhaltliche Zusammenhang zwischen Sendungsteilen, ihre formale Gestaltung und ihre zeitliche Abfolge zu bewerten. Bei den gegenständlich ausgestrahlten Sendungen handelt es sich um jeweils eine solche (einzige) Sendung; dies lässt sich schon allein aus der jeweiligen Einleitungssequenz der Sendung bzw. der Begrüßung der Moderatorin bzw. des Moderators ableiten (siehe auch die Einordnung als einheitliche Sendung der von der WT1 Privatfernsehen GmbH ausgestrahlten Wochensendung im Bescheid der KommAustria, 01.04.2015, KOA 1.965/15-014).

Im gegenständlichen Fall wurde von zumindest vier politischen Parteien im Rahmen einer als „Wahlpaket“ bezeichneten Vereinbarung ein Pauschalentgelt für die Berichterstattung im Vorfeld der oberösterreichischen Gemeinderatswahlen geleistet. Zwar wurde dieses „Wahlpaket“ dahingehend verschriftlicht, dass eine bestimmte Anzahl von „Werbeberichten“ durch die Beschwerdegegnerin zu erbringen sei. Jedoch hat das Ermittlungsverfahren ergeben, dass eine Bestimmung, bei welchen Berichten in den verfahrensgegenständlichen Wochensendungen es sich um derartige gesponserte Berichte handelt – mit der Ausnahme von zwei konkret genannten Berichten – selbst der Beschwerdegegnerin und den ihr zuzurechnenden Personen nicht möglich ist. Die KommAustria geht daher davon aus, dass sämtliche Wochensendungen im Leistungszeitraum Juli bis September 2015, mithin also auch im Beschwerdezeitraum, pauschal durch die genannten politischen Parteien gesponsert wurden.

Da es sich bei den gegenständlichen Wochensendungen, wie bereits festgehalten, um Nachrichtensendungen im Sinne des § 37 Abs. 4 AMD-G handelt, ist durch die Ausstrahlung der genannten Berichte aus den genannten Gründen dem durch § 37 Abs. 4 AMD-G determinierten Verbot von Sponsoring von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht Rechnung getragen worden. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass Erfordernis des Beitrages zur Finanzierung weit zu verstehen ist und es demnach auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung nicht ankommt. Entscheidend ist vielmehr, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendiensteanbieters geleistet wird (vgl. BKS 26.03.2007, 611.001/0009-BKS/2007). Es kann daher dahin gestellt bleiben, welches Entgelt für welche konkreten Beiträge gezahlt worden ist.

Auf die Frage der Offenlegung des Sponsorings gem. § 37 Abs. 1 AMD-G war nicht einzugehen, weil schon eine Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G festzustellen war und das Sponsoring somit nicht offenzulegen war.

#### **4.4.1. eww / Max.center / Volksbank (Spruchpunkte 2b. und 2c.)**

Wie sich aus den ausgestrahlten Sponsorhinweisen in den beschwerdegegenständlichen Wochensendungen für das Unternehmen „eww“, das Einkaufszentrum „Max.center“ und die „Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel“ ergibt, waren die Sendungsteile „Geschehen“, „Szene“ und „Kultur“ von diesen gesponsert und ist insoweit der Tatbestand des „Sponsorings“ gemäß § 2 Z 32 AMD-G (s.o. unter 4.4.) erfüllt.

Vor dem Hintergrund, dass es sich bei den inkriminierten Wochensendungen – wie bereits erwähnt – jeweils um Nachrichtensendungen gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G handelt, ist durch die Ausstrahlung der Hinweise auf den Sponsor „eww“ in den Wochensendungen ab 19.08.2015 bei Minute 14:30, ab 26.08.2015 bei Minute 11:32, ab 02.09.2015 bei Minute 16:27, ab 09.09.2015 bei Minute 26:18, ab 16.09.2015 bei Minute 16:50 und ab 23.09.2015 bei Minute 14:49, durch die Ausstrahlung der Hinweise auf den Sponsor „max.center“ bei den Wochensendungen ab 19.08.2015 bei Minute 41:16, ab 26.08.2015 bei Minute 42:07, ab 02.09.2015 bei Minute 41:50, ab 09.09.2015 bei Minute 58:31, ab 16.09.2015 bei Minute 52:23 und ab 23.09.2015 bei Minute 45:16, sowie durch die Ausstrahlung der Hinweise auf den Sponsor „Volksbank Linz-Wels-Mühlviertel“ in den Wochensendungen ab 09.09.2015 bei Minute 51:00, ab 16.09.2015 bei Minute 39:27 und ab 23.09.2015 bei Minute 34:52, aus den genannten Gründen dem durch § 37 Abs. 4 AMD-G determinierten Verbot von Sponsoring von Nachrichtensendungen nicht Rechnung getragen worden.

#### **4.4.2. „Kooperation“ mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ (Spruchpunkt 2d.)**

Sowohl die Wahlduelle in den Wochensendungen vom 19.08.2015 bis 26.08.2015, vom 26.08.2015 bis 02.09.2015 und 02.09.2015 bis 09.09.2015, als auch die Elefantenrunde in der Wochensendung vom 23.09.2015 bis 27.09.2015, wurden jeweils in „Kooperation“ mit der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ gestaltet und co-moderiert (siehe Punkt 2.4. der Sachverhaltsfeststellungen). Nach Ansicht der KommAustria erfüllen diese verfahrensgegenständliche Hinweise aus folgenden Gründen den Tatbestand des „Sponsorings“ gemäß § 2 Z 32 AMD-G:

Nach Angaben der Beschwerdeführerin habe die Beschwerdegegnerin die Wahlduelle und die Diskussion der Bürgermeisterkandidaten (Elefantenrunde) gemeinsam mit den „Oberösterreichischen Nachrichten“ durchgeführt. Eine schriftliche Vereinbarung gebe es nicht. Die mündliche Vereinbarung war darauf beschränkt, dass ein Redakteur der „Oberösterreichischen Nachrichten“ gemeinsam mit dem Chefredakteur der Beschwerdegegnerin Fragen an die Kandidaten stellt und die Gesprächsrunden moderiert. In beiden Medien wurde auf die gemeinsame Aktivität hingewiesen.

Damit ist nach Auffassung der KommAustria der Tatbestand des Sponsorings iSd § 2 Z 32 AMD-G erfüllt: Zu berücksichtigen ist im vorliegenden Fall, dass durch die Oberösterreichischen Nachrichten ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung in der Form geleistet wird, dass ein Experte im Rahmen der Sendung eine redaktionelle Leistung in Form der Moderation bzw. Fragestellung an die Kandidaten erbringt, die ansonsten vom Rundfunkveranstalter durch den Einsatz eigener Mittel (etwa in Form eines eigenen Moderators bzw. dem „Zukauf“ einer entsprechenden externen Person) zu erbringen

gewesen wäre (vgl. hierzu BKS 04.04.2006, GZ 611.941/0002-BKS/2006, bestätigt durch VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089, wonach als „Beitrag zur Finanzierung“ von audiovisuellen Werken auch jene Formen der Beteiligung an der Produktion gelten müssen, bei denen der Rundfunkveranstalter geldwerte Leistungen zur Verfügung gestellt bekommt, die er ansonsten durch den Einsatz eigener Mittel (finanziell, personell oder sachlich) aufbringen hätte müssen).

Dass dies – vgl. die Definition in § 2 Z 32 AMD-G – auch mit dem Ziel der „Imageförderung“ zugunsten der Oberösterreichischen Nachrichten erfolgt, ergibt sich aus der entsprechenden Offenlegung der Unterstützungsleistung bzw. Kooperation im Rahmen der Sponsorhinweise, die nach einem objektiven Maßstab (vgl. VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) als üblicherweise gegen Entgelt erbracht anzusehen sind. Hinzu tritt, dass zusätzlich im Zuge der wechselseitigen Kooperation auch Hinweise auf das Programm von WT1 im Rahmen der Oberösterreichischen Nachrichten erfolgt sind, die ebenfalls nach einem objektiven Maßstab als geldwerte Gegenleistungen anzusehen sind, sodass auch unter diesem Gesichtspunkt die im Rahmen der gegenständlichen Sponsorhinweise erfolgte Imageförderung der Oberösterreichischen Nachrichten als entgeltlich anzusehen ist.

Für die KommAustria besteht daher kein Zweifel, dass hinsichtlich der verfahrensgegenständlichen Hinweise („Eine Kooperation mit den Oberösterreichischen Nachrichten“ bzw. der Hinweis auf die Co-Moderation) aufgrund der Leistungs-/Gegenleistungsbeziehung der Tatbestand des Sponsorings erfüllt ist. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass keine schriftliche Vereinbarung getroffen wurde.

Da es sich bei den gegenständlichen Sendungen jeweils um eine Nachrichtensendung gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G handelt, ist durch das Sponsoring seitens der Oberösterreichischen Nachrichten in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 aus den genannten Gründen dem durch § 37 Abs. 4 AMD-G determinierten Verbot von Sponsoring von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht Rechnung getragen worden.

#### **4.5. Portraits der Spitzenkandidaten in der Wochensendung ab 16.09.2015 - Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G (fehlende Trennung von Werbung und Inhalt - Spruchpunkt 2e.)**

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Begriffsbestimmungen**

**§ 2.** Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

*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);*

[...]“



§ 43 AMD-G lautet:

### **„Erkennbarkeit und Trennung**

**§ 43.** (1) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.*

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

(3) *Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug ‚Dauerwerbesendung‘ zu kennzeichnen.“*

Die WT1 Privatfernsehen GmbH gesteht in ihren Stellungnahmen zur Beschwerde das Vorliegen von Sponsoring – wie es vom Beschwerdeführer vorgebracht wurde – durch Ausstrahlung von Portraits, welche durch sogenannte „Produktionskostenzuschüsse“ unterstützt worden sind, zu. Nach Auffassung der KommAustria handelt es sich jedoch aus nachstehenden Überlegungen nicht um einen gesponserten Beitrag, sondern um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

Werbung im Sinne des AMD-G ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet 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).

Werbung ist also grundsätzlich durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit. Dabei ist für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ maßgeblich, „ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird“ (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, „bisläng uninformede oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist“ (vgl. VwGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0167). Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten dabei qualitativ-wertende Aussagen, werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen, das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften oder direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle.

Die gegenständlichen Einschaltungen dienen unmittelbar der Unterstützung der auftretenden wahlwerbenden Parteien und insofern der „Unterstützung einer Sache oder Idee“. Ziel der Ausstrahlung war es, uninformede Zuseherinnen und Zuseher, respektive Wählerinnen und Wähler auf die Spitzenkandidaten aufmerksam zu machen und allenfalls zur Unterstützung – konkret zu deren Wahl – anzuregen. Dies wird durch einheitlich gestaltete private Kurzinterviews über die Themen Hobbies, Parteiprogramm, Vorbilder und privates Umfeld erreicht und hebt sich insoweit vom üblichen redaktionellen Programm ab. Als Einschaltung zur Unterstützung einer Sache oder Idee stellt der Spot demnach eine „ideelle Werbung“ im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G dar.

Im vorliegenden Fall der ideellen Werbung, nämlich politischer (Wahl-) Werbung von Spitzenkandidaten, entfällt die geforderte doppelte Entgeltlichkeit dergestalt, dass lediglich die Sendung der Äußerung gegen Entgelt erfolgt sein muss. Aus den von der Beschwerdegegnerin bzw. dem Zeugen C vorgelegten „Auftragsbestätigungen“ (bzw. dem –

angenommenen – Anbot an die ÖVP) und den Ausführungen der Beschwerdegegnerin ergibt sich, dass ein konkreter Beitrag der jeweiligen Parteien (bzw. von Privatpersonen) für die privaten Portraits geleistet wurde. Zu selbigem Ergebnis gelangt man unter Zugrundelegung eines objektiven Maßstabs zur Bestimmung der Entgeltlichkeit (vgl. das Erkenntnis des VwGH vom 19.11.2008, 2005/04/0172). Das Kriterium der Entgeltlichkeit liegt demnach unzweifelhaft vor.

Da somit „ideelle Werbung“ gegen Leistung eines Entgelts vorliegt, ist in einem weiteren Schritt zu prüfen, ob den Anforderungen des Trennungsgebots des § 43 Abs. 2 AMD-G entsprochen wurde. § 43 Abs. 2 AMD-G erfordert einerseits sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung eine eindeutige optische oder akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl. BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005). Die vorliegende Wochensendung endet mit dem Ende des gegenständlichen Werbeblocks, was dazu führt, dass die Wochensendung, welche in einer Schleife gesendet wird, mit einer Signation beginnt (siehe die Sachverhaltsfeststellungen in Punkt 2.4.1.). Das Erfordernis der eindeutigen Trennung am Ende des Werbeblocks wurde daher erfüllt.

Der Schutzzweck von § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten, was im vorliegenden Fall umso mehr von Bedeutung ist, als die Werbung – anders als bei klassischen Werbespots – insgesamt von der Aufmachung weitgehend unterschiedslos in das redaktionelle Programm der Beschwerdegegnerin eingefügt ist.

Da somit am Anfang (ab Minute 64:22 der übermittelten Aufzeichnung) des werblichen Blocks über die Kandidatenportraits Trennmittel jedweder Art zum davor ausgestrahlten redaktionellen Programmteil fehlen, war eine entsprechende Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

#### **4.6. Portraits der Spitzenkandidaten in der Wochensendung ab 16.09.2015 - Verletzung von § 43 Abs. 1 AMD-G (mangelnde Erkennbarkeit von Werbung - Spruchpunkt 2f.)**

Gemäß § 43 Abs. 1 AMD-G müssen Fernsehwerbung und Teleshopping auch leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.

Wie bereits ausgeführt, handelt es sich nach Auffassung der KommAustria bei dem Beitrag über die Portraits von Spitzenkandidaten um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G.

Die gewählte Form der Darstellung des ab Minute 64:22 der gelieferten Aufzeichnung beginnenden Blocks beeinträchtigt aus nachstehenden Gründen die von § 43 Abs. 1 AMD-G zwingend geforderte Unterscheidbarkeit von Werbung und redaktionellem Programm:

Nach Auffassung der KommAustria wird zwar vor dem Hintergrund der Aufmachung der Anmoderation des inkriminierten Blocks – die sich bei der Fernsehveranstalterin bei der Anmoderation von redaktionellen Beiträgen ähnlich gestaltet – sowie insbesondere durch eine der redaktionellen Berichterstattung über die Wahlduelle und über die Elefantenrunde in den Wochensendungen von 19.08.2015 bis 26.08.2015, von 26.08.2015 bis 02.09.2015, von 02.09.2015 bis 09.09.2015 und von 23.09.2015 bis 27.09.2015 vergleichbaren Einleitungssequenz (Schriftzug „Wahl-Portrait 2015“ auf blauem Hintergrund mitsamt dem Senderlogo von WT1) der Anschein erweckt, dass es sich um redaktionelles Programm handelt; tatsächlich verfolgen die einleitenden Worte des Moderators sowie die genannte

Einleitungssequenz jedoch keinen redaktionellen Zweck, sondern sollen auf die nachfolgende Werbesendung aufmerksam machen. Damit verstößt die gewählte Form der Präsentation aber auch gegen das Gebot des § 43 Abs. 1 AMD-G, wonach Fernsehwerbung leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein muss. Dieser Anforderung wird in Bezug auf gegenständlichen Werbebeitrag nicht Rechnung getragen, zumal damit dem Zuseher letztlich ein redaktioneller Inhalt suggeriert wird. Aufgrund der Einbettung des Blocks in die Sendung und die sich von der Anmoderation redaktioneller Beiträge nicht unterscheidende Präsentation samt Einleitungssequenz wird somit der Eindruck vermittelt, es handle sich um Teile des redaktionellen Programms. Tatsächlich handelt es sich jedoch bereits – siehe die obigen Ausführungen – um einen Bestandteil der Werbung.

Daher war eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G festzustellen.

#### **4.7. Verbotene Unterbrechung einer Nachrichtensendung (Spruchpunkt 2g.)**

§ 44 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Unterbrechung von Sendungen**

##### **§ 44. (1)-(2) [...]**

*(3) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden. [...]*“

Nach Ansicht der KommAustria handelt es sich bei den Werbeblöcken ab Minute 43:12, 56:11 und 68:23 der Aufzeichnungen der Wochensendung von 09.09.2015 bis 16.09.2015 und bei den Werbeblöcken ab Minute 33:08, 49:35, 59:09 und 64:22 der Aufzeichnungen der Wochensendung von 16.09.2015 bis 23.09.2015 um Fernsehwerbung.

Die beiden genannten Wochensendungen, die – wie unter Punkt 4.4. ausführlich gezeigt wurde – Nachrichtensendungen sind, haben eine Dauer von 77:39 bzw. 78:53 Minuten. Damit liegt die Gesamtdauer der Sendung unter 90 Minuten. Die beiden Wochensendungen hätten damit nur jeweils zweimal durch Fernsehwerbung unterbrochen werden dürfen.

Durch die drei- bzw. viermalige Unterbrechung der mit weniger als 90 Minuten programmierten Nachrichtensendungen hat die WT1 Privatfernsehen GmbH jeweils das Verbot des § 44 Abs. 3 AMD-G verletzt, wonach Nachrichtensendungen nur für einen programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden dürfen.

#### **4.8. Ausspruch gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G (Spruchpunkt 3)**

Gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G hat die Regulierungsbehörde in ihren Bescheid im Falle der Feststellung einer Rechtsverletzung einen Ausspruch aufzunehmen, ob es sich um eine schwerwiegende Verletzung einer Bestimmung dieses Bundesgesetzes handelt.

Beim Tatbestandsmerkmal der schwerwiegenden Rechtsverletzung ist der Regulierungsbehörde insoweit Ermessen eingeräumt, als sie nach den Umständen des Einzelfalls eine Wertung vorzunehmen haben wird. Jedenfalls als schwere Rechtsverletzungen anzusehen sind Verstöße gegen § 30 Abs. 2 (Aufreizen zu Hass) und § 42 Abs. 1 (ernsthafte Beeinträchtigung der Entwicklung von Minderjährigen) (vgl.

*Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>3</sup>, 556; dass die genannte Quelle darüber hinaus eine Verletzung des § 32 Abs. 1, den Auftritt von Nachrichtensprechern in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, als schwere Verletzung iSd § 62 Abs. 4 AMD-G nennt, beruht offensichtlich auf einem Redaktionsversehen durch eine Bezugnahme auf § 32 Abs. 1 PrTV-G, der Vorgängerregelung des § 42 Abs. 1 AMD-G).

Im gegenständlichen Fall war es gängige Praxis des Beschwerdegegners, Berichte im Rahmen einer Nachrichtensendung auf Veranlassung eines Sponsors zu produzieren und auszustrahlen. Die derart entgeltliche Berichterstattung stand ohne nähere Auszeichnung neben jenen Beiträgen, die ohne entsprechende Einwirkung zustande gekommen waren.

Durch eine derartige Präsentation von Inhalten wird der Konsument darüber getäuscht, was Nachricht und was Werbung ist (vgl. in diesem Sinne auch den Erläuternden Bericht zum Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016800cb348>). Diese verpönte Vermischung von politischen (redaktionellen) Nachrichten und den in den inkriminierten Sendungen ausgestrahlten Werbeberichten wird im gegenständlichen Fall kausal durch einen Verstoß gegen § 32 Abs. 2 AMD-G bewirkt.

Nach § 32 Abs. 2 AMD-G darf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nicht die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigen.

Sämtlichen Massenmedien, insbesondere dem (Privat)Fernsehen, kommt eine besondere Bedeutung bei der politischen Meinungsbildung – vor allem im Zusammenhang mit demokratischen Wahlen – zu. Die Stimmvergabe in der Wahlkabine erfolgt nicht zuletzt aufgrund eines Entscheidungsprozesses der von der Darstellung politischer Parteien und anderer Wahlwerber in der Vorwahlberichterstattung in audiovisuellen Medien abhängt. Die Gestaltung der Vorwahlberichterstattung, etwa auch im Hinblick auf Veranstaltungen und Kampagnen der wahlkämpfenden Parteien, hat auch bei privaten Fernsehveranstaltern nach journalistischen Grundsätzen zu erfolgen. Die Berücksichtigung von wahlwerbenden Parteien in der Berichterstattung wurde von der Beschwerdegegnerin von einer Bedingungen abhängig gemacht, deren Unvereinbarkeit mit der redaktionellen Unabhängigkeit außer Frage steht: Durch das Eingehen einer entgeltlichen Kooperation mit dem Fernsehveranstalter konnte sichergestellt werden, dass bestimmte Berichte in der Berichterstattung des Fernsehveranstalters Eingang finden.

Die KommAustria geht nicht nur davon aus, dass eine derart „verkaufte“ politische Berichterstattung mit dem Grundsatz der redaktionellen Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters unvereinbar ist. Darüber hinaus stehen derartige Geschäftspraktiken in einem diametralen Widerspruch zu Funktion der Massenmedien in einer demokratischen Gesellschaft. Nicht nur wurden im gegebenen Fall scheinbar redaktionelle (politische) mit einer tatsächlich redaktionellen Berichterstattung für den Zuseher unerkennbar vermischt, sondern fanden Teile der Berichterstattung über einzelne wahlwerbenden Parteien nachweislich nur dann statt, wenn diese gleichzeitig Sponsoring erbracht hatten. Dass weder der für den Verkauf der „Wahlpakete“ verantwortliche Key-Account-Manager noch der Chefredakteur der Beschwerdegegnerin angeben können, bei welchen Berichten es sich um beauftragte Werbeberichte oder aber um „freie“ redaktionelle Berichte handelt, verdeutlicht die vollständige Vermischung von Nachrichten und werblichen Elementen.

Im Rahmen der Beurteilung, ob es sich bei der vorliegenden Verletzung um eine schwerwiegende Rechtsverletzung gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G handelt, kommt es – unter Berücksichtigung der Freiheit der Meinungsäußerung im Sinne des Art 10 EMRK und des Zwecks der Sendung – auf eine Einzelfallbetrachtung an (vgl. BKS 09.03.2009, GZ 611.192/0001-BKS/2009).

Der Zweck einer politischen Berichterstattung im Vorfeld einer demokratischen Wahl liegt insbesondere darin, dem Zuseher eine Grundlage für seine spätere Wahlentscheidung zu bieten. Dies erfolgt zum einen durch eine, unter Umständen durch kritische Fragestellung geleitete, Diskussion zwischen mehreren Spitzenkandidaten, zum anderen durch redaktionelle Berichte unterschiedlicher Machart (Kandidatenporträts, Reportagen, Interviews). Die in diesem Zusammenhang notwendige redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters ist jedoch dann nicht gewährleistet, wenn die Berücksichtigung in der Berichterstattung von einer finanziellen Vorleistung der wahlwerbenden Parteien abhängig gemacht wird.

Die Berücksichtigung von politischen Gruppierungen in der Berichterstattung auf Grundlage von finanziellen Gegenleistungen ist mit der journalistischen Gestaltungsfreiheit unvereinbar.

Im vorliegenden Fall bleibt es nicht nur bei einem (verbotenen) Sponsoring von Nachrichtensendungen durch private Unternehmen und politische Parteien über einen Zeitraum von mehreren Monaten. Darüber hinaus wurden einzelne Berichte auf Veranlassung der Sponsoren produziert und ausgestrahlt, wodurch zum einen die redaktionelle Unabhängigkeit maßgeblich beeinträchtigt wurde und zum anderen der Zuschauer darüber getäuscht wurde, dass es sich bei der vorgeblich unabhängigen redaktionellen Berichterstattung zum Teil um bestellte und bezahlte Werbeberichte handelte.

Im Hinblick darauf, dass die Behörde eine Beurteilung des jeweiligen Einzelfalls vornehmen muss, ist jedoch auch darauf Bedacht zu nehmen, dass im Laufe des Verfahrens erkennbar wurde, dass die Beschwerdegegnerin – wenn auch spät – offenkundig glaubhaft zur Erkenntnis gelangt ist, dass ihre bisherige Praxis nicht unproblematisch war.

Die KommAustria geht davon aus, dass die Möglichkeit eines Ausspruchs einer schwerwiegenden Verletzung im Hinblick auf die entsprechenden Folgen (Verfahren zum Entzug und zur Untersagung) auch dazu dienen soll, andauernde, besonders krasse Rechtsverletzungen möglichst schnell und wirksam zu unterbinden. Im Vergleich mit den jedenfalls als schwere Rechtsverletzung zu beurteilenden Verstößen gegen § 30 Abs. 2 (Aufreizen zu Hass) und § 42 Abs. 1 (ernsthafte Beeinträchtigung der Entwicklung von Minderjährigen) weist der gegenständliche Einzelfall – trotz der lang andauernden und systematischen Rechtsverletzung – einen Tatunwert auf, der gegenüber dem der genannten schweren Verletzungen zurückbleibt. Das Verfahren zum Entzug einer Zulassung dient zudem dazu, der Regulierungsbehörde eine Handhabe zu bieten, eine andauernde Rechtsverletzung schnell zu unterbinden. Die bezughabende Rechtsverletzung liegt jedoch in der Vergangenheit; auch aus diesem Gesichtspunkt heraus besteht keine Erforderlichkeit, eine schwerwiegende Rechtsverletzung festzustellen.

Insgesamt geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei der vorliegenden Verletzung des § 32 Abs. 2 AMD-G gerade noch um keine schwerwiegende Rechtsverletzung handelt (Spruchpunkt 3).

Dieser Ausspruch ändert freilich nichts daran, dass der Beschwerdegegner gemäß § 62 Abs. 1 letzter Satz AMD-G unverzüglich einen der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechend Zustand herzustellen hat, so die festgestellte Rechtsverletzung noch andauert. Verwiesen wird ebenso auf § 63 AMD-G wonach eine wiederholte (auch derartige) Rechtsverletzung zu einem Entzugsverfahren führt.

#### **4.9. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 4.)**

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 WT1 Privatfernsehen GmbH auf, die Spruchpunkte 1 a und 2 a bis g in der unter Spruchpunkt 4 angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung in ihrem Fernsehprogramm „WT1“ für die Dauer einer Woche durch Verlesung durch einen Sprecher sowie durch Einblendung im Bild zu veröffentlichen.

Die Vorlage der Aufzeichnungen 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 1.960/16-239,, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 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 11. Mai 2016

**Kommunikationsbehörde Austria**

Der Senatsvorsitzende

Dr. Florian Philapitsch, LL.M.  
(Vorsitzender-Stellvertreter)