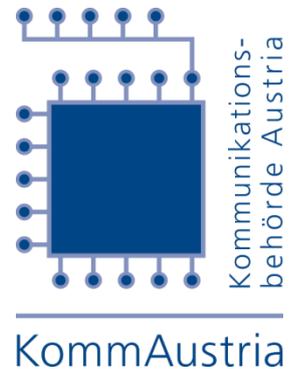


Behörde (Anschrift, Telefon, Telefax, E-Mail, DVR, URL)
Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)
Mariahilfer Straße 77-79, 1060 Wien
Telefon: 01/58058-0,
Telefax: 01/58058-9191
E-Mail: rtr@rtr.at
http://www.rtr.at
DVR: 4009878 Austria



RSb
A

Zahl (Bitte bei Antworten angeben!)	Sachbearbeiter/in	Durchwahl	Datum
KOA 1.850/16-036	Mag. Bohdal, LL.M.	453	21.09.2016

Straferkenntnis

Sie haben als gemäß § 9 Abs. 2 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 idF BGBl. I Nr. 33/2013, für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften verantwortlicher Beauftragter für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 112/2015, zu verantworten, dass am 01.12.2015 im bundeslandweiten Hörfunkprogramm Radio Tirol

A. die um

1. ca. 07:37:25 Uhr (Flughafen Innsbruck),
2. ca. 08:36:12 Uhr (Flughafen Innsbruck) und
3. ca. 08:36:45 Uhr (familyhaus.eu)

ausgestrahlten werblich gestalteten Sponsorhinweise an deren Beginn nicht durch akustische Mittel eindeutig vom vorangehenden Programm getrennt wurden;

B.

1. während der von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 10:11:41 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 10:15:05 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
2. während der von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 11:11:43 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 11:14:53 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 11:46:51 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
3. während der von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“
 1. um ca. 15:16:06 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 15:19:35 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 15:41:41 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
 4. um ca. 15:45:01 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),

4. während der von ca. ca. 16:04:05 bis ca. 17:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“
 1. um ca. 16:08:21 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 16:11:51 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),

Sponsorhinweise ausgestrahlt wurden;

C.

1. die von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,
2. die von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich der Sponsoren
 1. Sanatorium Kettenbrücke und
 2. Industriellenvereinigung Tirol,
3. die von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich der Sponsoren
 1. Sanatorium Kettenbrücke und
 2. Industriellenvereinigung Tirol, sowie
4. die von ca. 16:04:05 bis ca. 17:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,

nicht am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendungen gekennzeichnet wurden; sowie

- D. durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von netto ca. 7 Minuten und 14 Sekunden die höchstzulässige tägliche Werbezeit von 6 Minuten jedenfalls um ca. 1 Minute und 14 Sekunden überschritten wurde.

Tatort: jeweils 1136 Wien, Würzburggasse 30

Sie haben dadurch folgende Rechtsvorschrift(en) verletzt:

- zu A.: jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2 VStG
- zu B.: jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2 VStG
- zu C.: jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G iVm § 9 Abs. 2 VStG
- zu D.: § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G iVm § 9 Abs. 2 VStG

Wegen dieser Verwaltungsübertretung(en) wird über Sie folgende Strafe verhängt:

Geldstrafe von Euro	falls diese uneinbringlich ist, Ersatzfreiheitsstrafe von	gemäß
zu A.: 1.: XXX 2.: XXX 3.: XXX	1 Tag 1 Tag 1 Tag	A.: jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm §§ 16 und 19 VStG
zu B.: 1.1.: XXX	2 Tagen	B.: jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG

1.2.: XXX	2 Tagen	
2.1.: XXX	2 Tagen	
2.2.: XXX	2 Tagen	
2.3.: XXX	2 Tagen	
3.1.: XXX	2 Tagen	
3.2.: XXX	2 Tagen	
3.3.: XXX	2 Tagen	
3.4.: XXX	2 Tagen	
4.1.: XXX	2 Tagen	
4.2.: XXX	2 Tagen	
zu C.:		C.:
1.: XXX	1 Tag	jeweils § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2,
2.1.: XXX	1 Tag	§§ 16 und 19 VStG
2.2.: XXX	1 Tag	
3.1.: XXX	1 Tag	
3.2.: XXX	1 Tag	
4.: XXX	1 Tag	
zu D.: XXX	3 Tagen	D.:
		§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG

Allfällige weitere Aussprüche (zB über die Anrechnung der Vorhaft, über den Verfall oder über privatrechtliche Ansprüche):

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haftet der Österreichische Rundfunk für die verhängten Geldstrafen sowie die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand.

Ferner haben Sie gemäß § 64 des Verwaltungsstrafgesetzes 1991 – VStG zu zahlen:

zu A.:

1.: XXX

2.: XXX

3.: XXX

zu B.:

1.1.: XXX

1.2.: XXX

2.1.: XXX

2.2.: XXX

2.3.: XXX

3.1.: XXX

3.2.: XXX

3.3.: XXX

3.4.: XXX

4.1.: XXX

4.2.: XXX

zu C.:

1.: XXX

2.1.: XXX

2.2.: XXX

3.1.: XXX

3.2.: XXX

4.: XXX

zu D.: XXX

Euro als Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens, das sind 10% der Strafe, mindestens jedoch 10 Euro (ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100 Euro);

Euro als Ersatz der Barauslagen für

Der zu zahlende **Gesamtbetrag** (Strafe/Kosten/Barauslagen) beträgt daher
XXX **Euro**

Zahlungsfrist:

Wird keine Beschwerde erhoben, ist dieses Straferkenntnis sofort vollstreckbar. Der **Gesamtbetrag (Strafe/Kosten)** ist – unter Angabe der **Geschäftszahl** – binnen zwei Wochen auf das Konto der RTR-GmbH, IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAATWWXXX, zu überweisen.

Erfolgt binnen dieser Frist keine Zahlung, kann der Gesamtbetrag eingemahnt werden. In diesem Fall ist ein pauschalierter Kostenbeitrag in der Höhe von fünf Euro zu entrichten. Erfolgt dennoch keine Zahlung, wird der ausstehende Betrag **vollstreckt** und im Fall seiner **Uneinbringlichkeit** die diesem Betrag entsprechende **Ersatzfreiheitsstrafe** vollzogen.

Begründung:

1. Gang des Verfahrens

1.1. Feststellungsverfahren nach §§ 35 bis 37 ORF-G

Mit Bescheid vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, stellte die KommAustria im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den ORF gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 und Z 9 KOG iVm mit den §§ 35, 36 und 37 ORF-G in Spruchpunkt 1. fest, dass der ORF am 01.12.2015 im bundeslandweiten Hörfunkprogramm Radio Tirol

A. durch die Unterlassung der eindeutigen Trennung der um

1. ca. 07:37:25 Uhr (Flughafen Innsbruck),
2. ca. 08:36:12 Uhr (Flughafen Innsbruck) und
3. ca. 08:36:45 Uhr (familyhaus.eu)

ausgestrahlten werblich gestalteten Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm jeweils die Bestimmung des § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt hat, wonach Werbung durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen ist;

B. durch die Ausstrahlung von Sponsorhinweisen

1. während der von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 10:11:41 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 10:15:05 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
2. während der von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 11:11:43 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 11:14:53 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 11:46:51 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
3. während der von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“
 1. um ca. 15:16:06 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 15:19:35 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 15:41:41 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
 4. um ca. 15:45:01 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
4. während der von ca. ca. 16:04:05 bis ca. 17:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“
 1. um ca. 16:08:21 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 16:11:51 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),

jeweils die Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verletzt hat, wonach Sponsorhinweise während einer Sendung unzulässig sind;

C. durch die Unterlassung der Kennzeichnung

1. der von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,
2. der von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich der Sponsoren
 1. Sanatorium Kettenbrücke und
 2. Industriellenvereinigung Tirol,
3. der von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich der Sponsoren

1. Sanatorium Kettenbrücke und
2. Industriellenvereinigung Tirol, sowie

4. der von ca. 16:04:05 bis ca. 17:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,

an ihrem Beginn oder an ihrem Ende jeweils die Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G verletzt hat, wonach gesponserte Sendungen durch Sponsorhinweise am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen sind;

- D. durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 7 Minuten und 14 Sekunden die Bestimmung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G verletzt hat, wonach in bundeslandweiten Programmen gesendete Werbung und Sponsorhinweise im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten dürfen, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.

Am 08.03.2016 erhob der ORF gegen diesen Bescheid eine Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht (BVwG). Die KommAustria legte die Beschwerde sowie die Bezug habenden Verwaltungsakten am 25.03.2016 dem BVwG vor.

1.2. Einleitung des Verwaltungsstrafverfahrens

Mit Schreiben vom 27.04.2016, KOA 1.850/16-012, übermittelte die KommAustria dem Beschuldigten als gemäß § 9 Abs. 2 VStG für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften verantwortlichem Beauftragten für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-Gesetz gemäß §§ 40 und 42 VStG eine Aufforderung zur Rechtfertigung wegen des Vorwurfs, dass am 01.12.2015 im bundeslandweiten Hörfunkprogramm Radio Tirol

- A. durch die Unterlassung der eindeutigen Trennung der um
1. ca. 07:37:25 Uhr (Flughafen Innsbruck),
 2. ca. 08:36:12 Uhr (Flughafen Innsbruck) und
 3. ca. 08:36:45 Uhr (familyhaus.eu)

ausgestrahlten werblich gestalteten Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm jeweils die Bestimmung des § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt wurde, wonach Werbung durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen ist;

- B. durch die Ausstrahlung von Sponsorhinweisen
1. während der von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 10:11:41 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 10:15:05 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. während der von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“
 1. um ca. 11:11:43 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 11:14:53 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 11:46:51 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
 3. während der von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“
 1. um ca. 15:16:06 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 2. um ca. 15:19:35 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
 3. um ca. 15:41:41 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
 4. um ca. 15:45:01 Uhr (Industriellenvereinigung Tirol),
 4. während der von ca. ca. 16:04:05 bis ca. 17:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol

am Nachmittag“

1. um ca. 16:08:21 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),
2. um ca. 16:11:51 Uhr (Sanatorium Kettenbrücke),

jeweils die Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verletzt wurde, wonach Sponsorhinweise während einer Sendung unzulässig sind;

C. durch die Unterlassung der Kennzeichnung

1. der von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,
2. der von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich der Sponsoren
 1. Sanatorium Kettenbrücke und
 2. Industriellenvereinigung Tirol,
3. der von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich der Sponsoren
 1. Sanatorium Kettenbrücke und
 2. Industriellenvereinigung Tirol, sowie
4. der von ca. 16:04:05 bis ca. 17:00:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke,

an ihrem Beginn oder an ihrem Ende jeweils die Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G verletzt wurde, wonach gesponserte Sendungen durch Sponsorhinweise am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen sind;

D. durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 7 Minuten und 14 Sekunden die Bestimmung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G verletzt wurde, wonach in bundeslandweiten Programmen gesendete Werbung und Sponsorhinweise im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten dürfen, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.

Mit Schreiben vom 18.05.2016 rechtfertigte sich der Beschuldigte und verwies dabei zunächst auf die im vorangegangenen Rechtsverletzungs- bzw. Feststellungsverfahren erhobene Beschwerde des ORF vom 08.03.2016, samt Ergänzung vom 06.05.2016, gegen den Bescheid der KommAustria vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, und erhob die Beschwerde samt ergänzender Stellungnahme zur Gänze zum Inhalt seiner Rechtfertigung bzw. seines Vorbringens im Verwaltungsstrafverfahren. Darüber hinaus brachte er zu den ihm vorgehaltenen Verwaltungsübertretungen im Wesentlichen Folgendes vor:

1. Zur vorgehaltenen Unterlassung der eindeutigen Trennung der in A. 1. - 3. genannten werblich gestalteten Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm erklärte der Beschuldigte, dass die konkret gesponserten Sendungen die Titel „Radio Tirol Wetterservice“ und „Radio Tirol Verkehrsservice“ trügen und die Nennung des Titels bzw. die Formulierung „Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice“ deren expliziten Abschluss darstellen würden, der zweifellos zum redaktionellen Programm zähle. Unmittelbar anschließend daran, sohin § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G entsprechend am Ende der jeweiligen Sendung, folge die Kennzeichnung als gesponserte Sendung durch den mittels „Pling“ von anderen Programmteilen getrennten werblich gestalteten Sponsorhinweis „präsentiert von ...“. Daher seien die vorliegenden Sponsorhinweise in ihrer Gesamtheit vom redaktionellen Programm getrennt und liege kein Verstoß gegen § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G vor.

2. Zur vorgehaltenen Ausstrahlung von Sponsorhinweisen zu Gunsten der Sponsoren Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol während der in B. 1. - 4. genannten Sendungen brachte der Beschuldigte im Wesentlichen Folgendes vor:

Das Sanatorium Kettenbrücke sei Sponsor der Sendungen der Reihe „*G’sund bleiben*“, die jeweils in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Bestandteile des Hörfunkprogramms, sohin einzelne Sendungen seien, die zulässiger Weise gesponsert würden, wobei die Kennzeichnung jeweils am Beginn und am Ende durch einen Sponsorhinweis erfolgt sei. Zum Ablauf einer typischen Sendestunde in Radio Tirol führte der Beschuldigte aus, dass diese mit einer Nachrichtensendung zur vollen Stunde beginne und von Wettermeldungen und dem Verkehrsservice gefolgt sei. Danach folge moderiertes Musikprogramm. Zur halben Stunde werde – jedenfalls während der Morgensendungen – die laufende Sendestunde durch Wetter- und Verkehrsmeldungen sowie Schlagzeilen unterbrochen. Hierauf folge neuerlich moderiertes Musikprogramm, welches kurz vor Ende der Sendestunde nochmals durch einen Werbeblock unterbrochen werde. Kurz darauf folgen die nächsten Nachrichten zur vollen Stunde. Die „Fläche“ werde zulässiger Weise durch die eigenständigen Sendungen „*G’sund bleiben*“ („mit Radio Tirol“) unterbrochen.

Bei der Beurteilung, ob eine eigenständige Sendung vorliege, spielen der inhaltliche Zusammenhang, die formale Gestaltung und die zeitliche Abfolge eine Rolle. Die konkreten Sendungen würden sich nach Auffassung des Beschuldigten gestalterisch und inhaltlich deutlich vom „Flächenprogramm“ abheben, sodass sie nicht lediglich Beiträge innerhalb der Sendestunde darstellen. Sie beginnen mit einer Anfangssignation und enden mit einer Schlussignation, wobei als gestalterischer Abschluss der Sendungstitel genannt werde. Weiters würden sich die journalistischen Herangehensweisen an die in der „Fläche“ behandelten Themen (tagesaktuelle und chronikale moderative Meldungen) einerseits und dem in den Sendungen jeweils behandelten Thema (monothematische Wissensvermittlung, Experten-Interview) andererseits unterscheiden. Daher seien die Sendungen „*G’sund bleiben*“ zulässiger Weise an deren Anfang und Ende gesponsert und die Sponsorhinweise nicht während einer Sendung ausgestrahlt worden.

Die Industriellenvereinigung Tirol wiederum sei Sponsor der eigenständigen Sendung „*Mut, Fleiß, Ideen - Tirols Firmen aus der Nähe*“. Auch diese Sendungen würden sich von der dargestellten typischen Sendestunde gestalterisch und inhaltlich deutlich abheben, sodass sie nicht lediglich einen Beitrag innerhalb der Sendestunde darstellen. Die inkriminierte Sendung (ca. 15:41 Uhr) beginne mit einer Anfangssignation und ende mit einer Schlussignation, wobei der Sendungstitel genannt werde. Auch hier sei die journalistische Herangehensweise an das behandelte Thema eine völlig andere als im moderierten Musikprogramm. Ebenso würden die Inhalte der Sendestunde (tagesaktuelle und chronikale moderative Meldungen) und der inkriminierten Sendung (monothematische Wissensvermittlung, Experten-Interview) keinerlei Ähnlichkeiten aufweisen. Die Sponsorhinweise zugunsten der Industriellenvereinigung Tirol um ca. 15:41:41 Uhr und 15:45:01 Uhr seien daher zulässiger Weise am Anfang und Ende der Sendung „*Mut, Fleiß, Ideen - Tirols Firmen aus der Nähe*“, und der inkriminierte Sponsorhinweis um ca. 11:46:51 Uhr zulässiger Weise am Ende eines Programmhinweises auf diese Sendung ausgestrahlt worden. Die dem Beschuldigten vorgeworfenen Verstöße gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G lägen daher nicht vor.

3. Im Hinblick auf die unter C. 1. - 4. vorgehaltene Unterlassung der Kennzeichnung gesponserter Sendungen an deren Beginn und Ende führte der Beschuldigte unter Hinweis auf sein unter 2. dargestelltes Vorbringen aus, dass die ihm angelasteten Verstöße gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G nicht erfolgt seien.

4. Zu der unter D. vorgehaltenen Überschreitung der maximal zulässigen Werbedauer am 01.12.2015 im Programm Radio Tirol erklärte der Beschuldigte, dass die Dauer der ausgestrahlten Werbung und Sponsorhinweise nur 346,94 Sekunden betragen habe und die höchstzulässige tägliche Werbezeit des § 14 Abs. 4 ORF-G nicht überschritten worden sei. Nach Auffassung des Beschuldigten sei die Dauer des Spots für die ORF-Nachlese Edition Winterzeit (14 Sekunden) nicht in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen, da es sich bei dem beworbenen Druckwerk um ein insofern privilegiertes, direkt von Programmen und Sendungen des ORF abgeleitetes Begleitmaterial (§ 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G) handle. Zur detaillierten Begründung verwies der Beschuldigte in diesem Zusammenhang auf die beim Bundesverwaltungsgericht (BVwG) anhängige und der gegenständlichen Äußerung beigelegte

Beschwerde des ORF vom 07.01.2016 gegen den Bescheid der KommAustria vom 07.12.2015, KOA 1.850/15-015, samt den am 26.01.2016 an das BVwG übermittelten Beilagen und erhob auch das diesbezügliche Vorbringen zum Inhalt seiner gegenständlichen Äußerung bzw. Rechtfertigung im Verwaltungsstrafverfahren.

Ferner brachte der Beschuldigte zur Dauer der Sponsorhinweise (29 Sekunden) im Umfeld der Verkehrsservice-Sendungen (familyhaus.eu und Hypo Tirol Bank) vor, dass diese nicht in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen sei, da es sich bei diesen Sendungen um solche zu Gunsten sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handle (§ 17 Abs. 5 ORF-G).

Zu den Sponsorhinweisen zu Gunsten des Flughafen Innsbruck, des Sanatoriums Kettenbrücke und der Industriellenvereinigung Tirol führte der Beschuldigte aus, dass diese richtigerweise ab deren Beginn „präsentiert von ...“ in die höchstzulässige Werbezeit gemäß § 14 Abs. 4 Satz 5 ORF-G einzurechnen seien.

Abschließend erklärte der Beschuldigte, dass er mangels Verwirklichung des objektiven Tatbestands in jedem einzelnen vorgeworfenen Punkt keine Verwaltungsübertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G begangen habe und stellte daher den Antrag, das gegen ihn eingeleitete Verwaltungsstrafverfahren einzustellen.

2. Sachverhalt

Nach den Ergebnissen des Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungsrelevanter Sachverhalt fest:

2.1. Am 01.12.2015 ausgestrahltes Hörfunkprogramm Radio Tirol / Werbeverstöße

A. Sponsorhinweise zu Gunsten von Flughafen Innsbruck und familyhaus.eu

1. Hinweis um ca. 07:37:25 Uhr

Um ca. 07:37:25 Uhr erfolgt unmittelbar nach Verlesung der Wetterinformationen folgende Ansage durch einen Sprecher: „Der Radio Tirol Wetterservice...“ Es folgt eine akkordartige Tonfolge („Pling“). Eine Sprecherin setzt fort: „...präsentiert von Flughafen Innsbruck, ihr Tiroler Heimatflughafen – innsbruck-airport.com.“ Es folgen neuerlich die akkordartige Tonfolge („Pling“) und anschließend der Verkehrsservice.

2. Hinweis um ca. 08:36:12 Uhr

Um ca. 08:36:12 Uhr erfolgt unmittelbar nach Verlesung der Wetterinformationen folgende Ansage durch einen Sprecher: „Der Radio Tirol Wetterservice...“ Es folgt eine akkordartige Tonfolge („Pling“). Eine Sprecherin setzt fort: „...präsentiert von Flughafen Innsbruck, ihr Tiroler Heimatflughafen – innsbruck-airport.com.“ Es folgen neuerlich die akkordartige Tonfolge („Pling“) und anschließend der Verkehrsservice.

3. Hinweis um ca. 08:36:45 Uhr

Um ca. 08:36:45 Uhr erfolgt unmittelbar nach den von einer Sprecherin verlesenen Verkehrsmeldungen folgende Ansage durch einen Sprecher: „Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice...“ Es folgt eine akkordartige Tonfolge („Pling“). Ein anderer Sprecher setzt fort: „...präsentiert von www.familyhaus.eu – der Bauträger aus dem Tiroler Oberland, schafft Deine persönlichen Wohnträume.“ Es folgen neuerlich die akkordartige Tonfolge („Pling“) und anschließend ein Musikstück.

B. Sponsorhinweise zu Gunsten von Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol

Von ca. 09:00:00 Uhr bis ca. 12:00:00 Uhr wird das moderierte Vormittagsprogramm „Radio Tirol am Vormittag“ und von ca. 15:00:00 bis ca. 18:00:00 Uhr das moderierte Nachmittagsprogramm „Radio Tirol am Nachmittag“ ausgestrahlt. Jeweils zur vollen Stunde werden in diesen Programmschienen Nachrichten, Wetter- und Verkehrsinformationen gesendet, die jeweils ca. 4 Minuten dauern.

1. *Sponsorhinweise während der Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr*

Die zweite Stunde der Sendeschiene „Radio Tirol am Vormittag“ beginnt nach den Nachrichten-, Wetter- und Verkehrsmeldungen um ca. 10:04:01 Uhr mit folgender Ansage: *„Radio Tirol am Vormittag, mit Isabella Krassnitzer“*.

Daraufhin spricht die Moderatorin folgende Einleitung: *„Ja Hallo, und eine feine Woche wünsche ich. Liebe Damen, es passiert jedes Monat, obenrum ist alles prall und gespannt, und untenrum da zieht es, die Laune sackt in den Keller – die Tage sind da, und irgendwie muss man da durch. Und das kann mühsam sein. Einigen geht es dabei aber nicht nur nicht so toll, einige müssen im Bett bleiben, brauchen Medikamente. Was kann man tun? Wir reden drüber, in ein paar Minuten.“*

Es folgen zwei Musikstücke. Nach Ende des zweiten Musikstücks um ca. 10:11:41 Uhr erfolgt folgende Sponsoransage durch einen Sprecher und eine Sprecherin: *„G’sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke.“*

Danach leitet die Moderatorin zum nachfolgenden Sendungsteil über: *„Im Fokus unseres Schwerpunkttales ‚Gesundheit‘ da steht heute die Gesundheit der Frau, und wie es ihr geht, wenn einmal im Monat die Tage kommen.“* Nach einer Einleitung folgt ein Gespräch mit einer Gynäkologin zum Thema Regelschmerzen. Am Ende führt die Moderatorin aus: *„Die Endometriose, das ist eine Erkrankung bei Frauen, die vielen aber als solche gar nicht bekannt ist. Was das genau ist, was es damit auf sich hat, ob es Heilungschancen gibt bzw. wie man mit diesem Befund umgeht, darüber sprechen wir mit Frau Dr. Karin Matthä in der nächsten Stunde um kurz nach 11:00.“*

Um ca. 10:15:05 wird dann neuerlich der Sponsorhinweis *„G’sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke“* ausgestrahlt; im Anschluss folgt Musik.

2. *Sponsorhinweise während der Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr*

Die dritte Stunde der Sendeschiene „Radio Tirol am Vormittag“ beginnt nach den Nachrichten-, Wetter- und Verkehrsmeldungen um ca. 11:04:13 Uhr mit folgender Ansage: *„Radio Tirol am Vormittag, mit Isabella Krassnitzer“*.

Daraufhin spricht die Moderatorin folgende Einleitung: *„Einen guten Tag, good work und gute Laune. Ich schicke Ihnen ein Smiley – musikalisch mit dem Wirbelwind Francine Jordi, dann hier, mit den Pet Shop Boys, und dann hören wir, was die Ursache sein kann für starke Schmerzen bei Frauen im Unterbauch.“*

Es folgen die beiden angekündigten Musikstücke. Nach Ende des zweiten Musikstücks wird um ca. 11:11:43 Uhr der o.a. Sponsorhinweis *„G’sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke“* ausgestrahlt.

Der nachfolgende Sendungsteil wird von der Moderatorin wie folgt eingeleitet: *„In der letzten Stunde haben wir von Gynäkologin Dr. Karin Matthä gehört, welche verschiedenen Ursachen chronische Unterbauchschmerzen haben können und viele Frauen auch so starke Regelschmerzen haben.“* Es folgt ein Gespräch mit der Gynäkologin zum Thema Endometriose.

Danach folgen um ca. 11:14:53 Uhr wieder der beschriebene Sponsorhinweis zu Gunsten des Sanatoriums Kettenbrücke sowie ein Musiktitel.

Um ca. 11:45:52 Uhr folgt nach einem Musikstück folgender Beitrag:

Moderatorin:

„Mittag ist nah, schnell ins Geschäft, schnell durch die Regale sausen, Einkäufe besorgen, und wieder raus. Ich weiß ja nicht, wie das bei Ihnen läuft, aber ich mach‘ das irgendwie schon fast automatisch. Umso mehr ist ja die Industrie gefordert, noch attraktivere Verpackungen zu gestalten, unter anderem die Firma Pirlo in Kufstein. Pirlo ist nämlich der Spezialist, wenn es um Verpackungen aus Weißblech geht. Geshapete Dosen, also Dosen, die in der Mitte zusammenlaufen und besser in der Hand liegen zum Beispiel. Das ist eine neue Herausforderung für das Team. Aber weshalb braucht es so etwas überhaupt, Geschäftsführer Julius Lüthi?“

Gf Julius Lüthi:

„Es ist Wunsch unserer Kunden, unsere Kunden wollen sich von der Masse abheben, und am Point of Sale, also im Supermarkt, fällt die Entscheidung der Endverbraucher in wenigen Sekunden. Und wenn etwas anders ausschaut als alles andere, dann greift man lieber dorthin.“

Moderatorin:

„Für die Produktion ist so ein Kundenwunsch eine besondere Herausforderung. Wie Pirlo das meistert, das hören Sie heute in Radio Tirol am Nachmittag, um kurz nach vier.“

Direkt im Anschluss folgt um ca. 11:46:51 Uhr ein wechselnd durch einen Sprecher und eine Sprecherin gesprochenen und mit Musik unterlegter Sponsorhinweis mit folgendem Wortlaut: *„Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe, präsentiert von der Industriellenvereinigung Tirol – Tirol, I steh‘ auf Di‘.“* Es folgt Musik.

3. Sponsorhinweise während der Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr

Die erste Stunde der Sendeschiene „Radio Tirol am Nachmittag“ beginnt nach den Nachrichten-, Wetter- und Verkehrsmeldungen um ca. 15:04:08 Uhr mit folgender durch die Moderatorin gesprochenen Einleitung: *„Grüß Gott am Dienstagnachmittag, hier ist Waltraud Kiechl für Sie. Obwohl erst drei, schön langsam wird’s schon dunkel draußen, und das Kerzenlicht wärmt den Raum ganz schön. Auch hier bei mir im Studio brennt die erste Kerze an unserem Adventkranz, und jetzt noch die passende Musik dazu, und dann ist die Stimmung perfekt. Hier sind die Seer für Sie in Radio Tirol. Angenehmen Nachmittag wünsche ich Ihnen.“*

Es folgen mehrere Musikstücke. Um ca. 15:12:32 Uhr spricht die Moderatorin folgenden Text: *„Das ist der Nachmittag mit Radio Tirol. Gerade jetzt die Advent- und Weihnachtszeit mit der Familie zu verleben ist ja ganz besonders schön. Die Vorfreude der Kinder zu genießen – das hat schon was. Aber: Bei vielen Paaren klappt’s einfach nicht mit der Familienplanung, da kommen die Kinder nicht, der Kinderwunsch wird nicht erfüllt. Wie das denn medizinisch abzuklären ist, das besprechen wir heute in unserem Schwerpunktthema Gesundheit, und die Reihe der Untersuchungen, die da auf Mann und Frau zukommen, die hören Sie gleich bei uns in Radio Tirol am Nachmittag.“*

Nach einem weiteren Musikstück folgt um ca. 15:16:06 Uhr der o.a. Sponsorhinweis *„G’sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke“.*

Die Moderatorin leitet den anschließenden Sendungsteil wie folgt ein: *„Ein Kind zu bekommen ist für viele Paare ja die absolute Erfüllung. Schätzungen zufolge haben aber 12 % der Paare Schwierigkeiten schwanger zu werden. Dr. Andreas Bachmann, er ist Gynäkologe in Innsbruck, wo liegen denn eigentlich die Ursachen für einen unerfüllten Kinderwunsch?“* Es folgt ein Gespräch mit dem Gynäkologen zum Thema.

Um ca. 15:19:35 Uhr folgen wieder der beschriebene Sponsorhinweis zu Gunsten von Sanatorium Kettenbrücke sowie im Anschluss ein Musiktitel.

Um ca. 15:41:41 Uhr folgt nach einem Musikstück ein wechselnd durch einen Sprecher und eine Sprecherin gesprochenen und mit Musik unterlegter Sponsorhinweis mit folgendem Wortlaut: „Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe, präsentiert von der Industriellenvereinigung Tirol.“

Dann setzt die wieder die Moderatorin der Sendung ein: „Beinahe jeden Tag, da stehen wir im Geschäft, kaufen Produkte, die wir für's alltägliche Leben brauchen. Was aber schlussendlich im Einkaufskorb landet, wird sachlich entschieden – hehe, glauben Sie. Da geht man nach Einkaufsliste vor, beinhart, und kauft nur das, was man braucht. Nein, nein, nicht ganz, denn eigentlich sind's Gefühle, die entscheiden, was wir kaufen und was nicht. Umso mehr ist die Verpackungsindustrie gefordert, da ansprechende, auffällige Produkte herzustellen. Damit diese Verpackungen dann letztendlich auffallen und uns zum Kauf anregen. Radio Tirol Reporterin Patricia Graeff hat das Tiroler Unternehmen Pirlo in Kufstein besucht, das ist nämlich eines der führenden Verpackungsspezialisten weltweit.“

Es folgt der angekündigte Bericht der Reporterin samt Gespräch mit dem Geschäftsführer des Unternehmens in der Dauer von insgesamt ca. zwei Minuten. Im Abschlusssatz führt dieser aus: „Es gibt aber durchaus Bereiche, wo sie [die Dose] nicht wegzudenken ist, das ist alles, was zB lösemittelhaltig ist, das hält der Kunststoff nicht aus, und da haben wir durchaus unsere Daseinsberechtigung...“ Die Moderatorin der Sendung ergänzt daraufhin: „...und kreative Verpackungen für anspruchsvolle Kunden. Und das Gute daran: Weißblech ist beliebig oft recyclebar.“

Unmittelbar darauf folgt um ca. 15:45:01 Uhr ein wechselnd durch einen Sprecher und eine Sprecherin gesprochenen und mit Musik unterlegter Sponsorhinweis mit folgendem Wortlaut: „Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe, präsentiert von der Industriellenvereinigung Tirol – Tirol, I steh' auf Di'.“ Es folgt Musik.

4. Sponsorhinweise während der Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ von ca. 16:04:05 bis ca. 17:00:00 Uhr

Die zweite Stunde der Sendeschiene „Radio Tirol am Nachmittag“ beginnt nach den Nachrichten-, Wetter- und Verkehrsmeldungen um ca. 16:04:05 Uhr mit folgender Ansage: „Radio Tirol am Nachmittag, mit Waltraud Kiechl“.

Daraufhin spricht die Moderatorin folgende Einleitung: „Wer schon einmal im Krankenhaus war, der weiß, dass wir ein sehr besonders hoch entwickeltes Gesundheitssystem in Österreich haben. Da hab' ich schon manche sagen gehört: ‚Gut, dass mir das nicht im Ausland passiert ist und dass ich in einem österreichischen Krankenhaus behandelt werde‘ Und doch: Die Versorgung der Patienten wird nie ganz risikofrei sein, es kommt da zu Verwechslungen, zu falschen Medikamentengaben und sogar zu falschen Operationen. Wie kann man sich denn als Patient sicher fühlen, was wird da von Seiten der österreichischen Krankenhäuser unternommen? Sie hören's gleich bei uns in Radio Tirol am Nachmittag.“

Nach einem Musikstück folgt sodann um ca. 16:08:21 Uhr der o.a. Sponsorhinweis „G'sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke“.

Danach leitet die Moderatorin wie folgt zum nachfolgenden Sendungsteil über: „Bei der Versorgung der Patienten in den Krankenhäusern kann leider viel schiefgehen. Es kommt zu Verwechslungen, falschen Medikamentengaben und sogar zu falschen Operationen. Schätzungen des ehemaligen EU-Kommissars für Gesundheit zufolge passieren bei jeder zehnten Behandlung im Krankenhaus Fehler. Standardisierte Abläufe sollen die Sicherheit der Patienten garantieren. Von der Identifikation bei der Aufnahme über Kontrollen auf der Station und im OP-Bereich, erklärt Dr. Michael Gabl – er ist Facharzt für Neurochirurgie in Innsbruck.“

Es folgt ein Gespräch mit dem Chirurgen zum Thema.

Nach Ende des Gesprächs folgen um ca. 16:11:51 Uhr neuerlich der beschriebene Sponsorhinweis sowie ein Musiktitel.

C. Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 01.12.2015

1. *Ausgestrahlte Werbespots und Sponsorhinweise*

Am 01.12.2015 wurden im Hörfunkprogramm Radio Tirol folgende Werbespots und Sponsorhinweise ausgestrahlt [Angaben in hh:mm:ss]:

Von ca. 06:59:19 bis ca. 06:59:49 wurde 1 Werbespot (Riedel) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 07:29:46 bis ca. 07:30:32 wurden 2 Werbespots (Smartride, Tiroler Saunabäder) ausgestrahlt. Die Bruttodauer von ca. 00:00:46 beinhaltet 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 0,5 Sekunden, sohin ca. 00:00:01. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:45.

Von ca. 07:37:25 bis ca. 07:37:33 wurde 1 Sponsorhinweis (Flughafen Innsbruck; siehe oben 2.1.A.1) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:08.

Von ca. 07:58:40 bis ca. 07:59:51 wurden 3 Werbespots (MPPreis, Ski-Dimension Serfaus/Fiss/Ladis, Riedel) ausgestrahlt. Die Bruttodauer von ca. 00:01:11 beinhaltet 2 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 0,5 Sekunden, sohin ca. 00:00:01. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:10.

Von ca. 08:29:36 bis ca. 08:30:12 wurden 2 Werbespots (Freizeitarena Sölden, Operettensommer Kufstein) ausgestrahlt. Die Bruttodauer von ca. 00:00:36 beinhaltet 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 0,5 Sekunden, sohin ca. 00:00:01. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:35.

Von ca. 08:36:12 bis ca. 08:36:20 wurde 1 Sponsorhinweis (Flughafen Innsbruck; siehe oben 2.1.A.2) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:08.

Von ca. 08:36:45 bis ca. 08:36:57 wurde 1 Sponsorhinweis (Familyhaus.eu; siehe oben 2.1.A.3) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:12.

Von ca. 08:59:25 bis ca. 08:59:50 wurde 1 Werbespot (UPC) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 10:11:41 bis ca. 10:11:46 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.1) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 10:15:05 bis ca. 10:15:11 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.1) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 11:11:43 bis ca. 11:11:49 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.2) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 11:14:53 bis ca. 11:14:58 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.2) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:29:31 bis ca. 11:29:37 wurde 1 Sponsorhinweis (Tirol-Werbung) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06. Die gesamte Sequenz hat folgenden Ablauf [genaue Zeitangaben in Klammer]: Durch einen Sprecher und eine Sprecherin erfolgt abwechselnd folgende Ansage: [11:28:57] „*Mein Advent – Mein Radio – Radio Tirol. Kiechl, Punsch und Weihnachtsweiß – zauberhafte Adventmärkte in Radio Tirol. Die MS Tirol lädt ein zu*

„Weihnachten wie friahga“, die Gruppe Tanzig verzaubert uns mit Weihnachtsweise und Menuetten aus früherer und heutiger Zeit, dazu die einmalig verträumte Kulisse des winterlichen Achensees. „Weihnachten wie friahga“ auf der MS Tirol am Achensee, am 4. Dezember in der Sendung „Hallo Tirol am Wochenende“ in Radio Tirol. [11:39:31] Präsentiert von Tirol-Werbung – zauberhafte Adventmärkte in Radio Tirol [11:39:37]“

Von ca. 11:46:51 bis ca. 11:47:02 wurde 1 Sponsorhinweis (IV-Tirol; siehe oben 2.B.2) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:11.

Von ca. 11:59:43 bis ca. 12:00:03 wurde 1 Werbespot (Tanzsommer.at) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 12:29:23 bis ca. 12:29:43 wurde 1 Werbespot (Ski-Dimension Serfaus/Fiss/Ladis) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 12:29:54 bis ca. 12:30:03 wurde 1 Sponsorhinweis (Hypo Tirol Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:09. Die Sequenz hat folgenden Ablauf: Nach Verlesung der Verkehrsmeldungen erfolgt durch einen Sprecher und eine Sprecherin wechselnd folgende Ansage: *„Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice, präsentiert von Hypo Tirol Bank, unsere Landesbank.“* Es folgen die Schlagzeilen.

Von ca. 13:34:37 bis ca. 13:34:45 wurde 1 Sponsorhinweis (Hypo Tirol Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:08. Die Sequenz hat folgenden Ablauf: Nach Verlesung der Verkehrsmeldungen erfolgt durch einen Sprecher und eine Sprecherin wechselnd folgende Ansage: *„Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice, präsentiert von Hypo Tirol Bank, unsere Landesbank.“* Es folgt die Signation zur Sendung „Hallo Tirol“.

Von ca. 15:16:06 bis ca. 15:16:12 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.3) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 15:19:35 bis ca. 15:19:40 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.3) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 15:41:41 bis ca. 15:41:49 wurde 1 Sponsorhinweis (IV-Tirol; siehe oben 2.1.B.3) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:08.

Von ca. 15:45:01 bis ca. 15:45:11 wurde 1 Sponsorhinweis (IV-Tirol; siehe oben 2.1.B.3) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 16:08:21 bis ca. 16:08:27 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.4) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 16:11:51 bis ca. 16:11:57 wurde 1 Sponsorhinweis (Sanatorium Kettenbrücke; siehe oben 2.1.B.4) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 16:59:23 bis ca. 16:59:53 wurde 1 Werbespot (Tiroler Wasserkraft) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 17:29:45 bis ca. 17:30:05 wurde 1 Werbespot (Ski-Dimension Serfaus/Fiss/Ladis) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 17:56:52 bis ca. 17:57:06 wurde 1 Werbespot (ORF-Nachlese Edition Winterzeit) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:14. Der von einer Sprecherin gesprochene Spot hat folgenden Wortlaut: *„Jetzt neu in der ORF-Nachlese Edition: Entdecken und genießen Sie Österreichs schönste Regionen. Winterwandern, Wellness und stimmungsvolles Brauchtum: Die ORF-Nachlese Edition Winterzeit. Jetzt neu in Ihrer Trafik.“*

Die Bruttodauer der am 01.12.2015 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug

daher in Summe ca. 00:07:17, die Nettodauer unter Abzug der „Schwarzblenden“ ca. 00:07:14.

2. Inhalt der ORF-Nachlese Edition Winterzeit

Das vom Österreichischen Rundfunk herausgegebene Druckwerk ORF-Nachlese Edition Winterzeit hat einen Umfang von 84 Seiten und ist am 24.10.2015 erschienen. Es beinhaltet Artikel zu Wintersport- und Freizeitmöglichkeiten in den neun Bundesländern, zu Brauchtum und zu Adventmärkten sowie themenbezogene Werbeeinschaltungen.

Im Detail stellen sich die Inhalte in einer tabellarischen Übersicht wie folgt dar:

Lf d. Nr.	Seite(n)	Inhalt	Angegebener „Sendehinweis“
1	1	Cover mit Hinweisen „Österreichs traumhafteste Regionen“, „Die schönsten Adventmärkte“, „Aktiv im Schnee (Rodelspaß, Langlaufen, Winterwandern u.v.m.)“ sowie „Entspannung pur (Die besten Thermen, die schönsten Spas“	
2	2	Werbung	
3	3	Editorial (allgemeine Bezugnahme auf die Inhalte der Ausgabe sowie Weihnachtswünsche der Redaktionsleiterin); Impressum	
4	4-5	Inhaltsverzeichnis	
5	6	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 7 bis 14	
6	7	Artikel „Wintersport in der Großstadt“; Darstellung von drei Eislaufplätzen sowie von zwei Skipisten in Wien	„Radio Wien, ab 6.1.2016“
7	8-11	Artikel „Winterspaß vor der Tür“; Darstellung mehrerer Skigebiete im Mostviertel, einschließlich Einkehrmöglichkeiten	„Harrys liabste Hütt'n, 29.8.2004, ORF 2“
8	12	Werbung	
9	13	Artikel „Energie tanken im Naturparadies“; Darstellung des Eiswanderns am Neusiedlersee, des Winterwanderns, der Möglichkeit zum Besuch von Adventmärkten sowie der St. Martins Tagetherme (ca. 88 % der Seite)	„Harrys liabste Hütt'n, 5.9.2004, ORF 2“
10	13	Werbung (ca. 12 % der Seite)	
11	14	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; drei kurze Artikel (Weihnachtsmarkt am Spittelberg, Traismauer Krippenspiel, Luziengang der burgenländischen Ungarn)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“
12	15	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 16 bis 44	
13	16-19	Artikel „Beim Christkind zu Hause“; Darstellung von jahreszeitbezogenen Angeboten in der Region Steyr (Wallfahrtsort Christkindl, Weihnachtsmuseum, diverse Krippen(-ausstellungen), diverse Adventmärkte, Steyrer Schmiedeweihnacht, Steyrtal Museumsbahn, Adventkalenderdorf Steinbach)	„Mein Adventradio, 21.12.2015, Radio OÖ“

14	20-21	Artikel „Wunderbare Winterwelt“; Darstellung der Region Dachstein-Salzkammergut, insbesondere des Skigebiets Dachstein West samt Einkehrmöglichkeiten und Pferdeschlittenfahrten, Schneewanderungen, der Gosauer Bergweihnacht, des Krampuslaufs in Bad Goisern sowie des „Meisteradvents“ in Schloss Neuwildenstein	„Harrys liebste Hütt'n, 22.1.2012, ORF 2“
15	22-23	Artikel „Frohsinn an kalten Tagen“; Darstellung der Region Ausseerland - Salzkammergut (Skigebiete Loser und Tauplitz, Loipen in Bad Mitterndorf, GrimmingTherme, Narzissen Bad Aussee, drei Rodelbahnen)	
16	24	Artikel „Urlaubsglück im Schnee“; Darstellung der Region Fuschlsee mit Hinweisen auf das Langlaufdorf Faistenau, das Skigebiet Gaissau-Hintersee einschließlich Veranstaltungshinweisen, sowie die Adventmärkte im Rahmen des „Advents der Dörfer“	
17	25	Werbung	
18	26	Artikel „Einfach nur gemütlich“; Zusammenfassung der auf den nachfolgenden beiden Seiten präsentierten Angebote (Naturpark Almenland; Joglland-Waldheimat, Bad Waltersdorf)	
19	27	Artikel „Vielfältig und unterhaltsam“; Darstellung des Naturparks Almenland (Loipenangebot, Gratis-Skifahren in Fladnitz, Wandermöglichkeiten und Tipps für Hütten zum Einkehren, Heublumenbad)	„Steiermark heute, 13.3.2014, ORF 2“
20	28	Artikel „Wintertage erlebnisreich gestalten“ mit Informationen zur Region Joglland-Waldheimat (Skifahrermöglichkeiten, Joglland-Loipe, Schneeschuh-Wanderungen) sowie Artikel „Sprudelnde Lebensenergie“ mit einer Vorstellung der Angebote der Therme Bad Waltersdorf	
21	29	Werbung	
22	30-31	Artikel „Urlaubsregion Murtal“; Darstellung der Skigebiete Hohentauern (Langlaufzentrum, Rodeltaxi, Wander- und Einkehrmöglichkeiten sowie Möglichkeiten zum Tourengehen) und Pölstal (Skiabfahrten, Skitouren und Langlaufen, Eisstockschießen und Kulinarik); weiters Hinweis auf das „Faschingsrennen“ am 08.02.2016	„Radio Kärnten, 3.-9.2., ganztägig“
23	32-35	Artikel „Jede Menge Winterfreude“; Darstellung der Wintersport- und Freizeit- sowie Einkehrmöglichkeiten in den Regionen Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen, Steirische Krakau und Oberwölz-Lachtal; Hinweis auf Winterwanderwege im Gebiet Murau-Kreischberg	„Harrys liebste Hütt'n, 9.1.2011, ORF 2“

24	36-37	Artikel „Wohltuendes im Winter“; Darstellung des Rogner Bad Blumau sowie der Freizeitmöglichkeiten in Bad Blumau (Spaziergänge und Museumsbesuch)	„Radio Steiermark Frühschoppen, 20.12.“
25	38-40	Artikel „Fröhliches Warten aufs Christkind“; Allgemeine Darstellung der Stadt Klagenfurt und Umgebung (Altstadt, Wappensaal, Architektur, Wallfahrtskirche Maria Saal, Gurk-Kraftwerk) sowie einzelner Angebote in der Winterzeit (Ausstellung im Museum moderner Kunst, Christkindlmarkt, Eislaufplatz am Neuen Platz, Adventzauber am Schiff)	„Aktuelle Berichterstattung in Radio Kärnten“
26	41	Werbung	
27	42-44	Artikel „Wintervergnügen ohne Grenzen“; Darstellung der Region Villach (Skigebiete Gerlitzen und Dreiländereck, Adventmarkt mit Krampuslauf, Schneeschuhwandern im Dreiländereck, auf der Gerlitzen Alpe und im Naturpark Dobratsch, Therme Warmbad Villach, Adventmarkt in der Altstadt, Ankunft des Christkinds am 20.12.)	„Adventzeit, 27.11.2011, ORF 2“
28	45	Werbung	
29	46-47	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; zwei kurze Artikel (Kirchleintragen in Bad Eisenkappel, Christbaumtauchen in Gmunden); ca. 150 % der beiden Seiten	Auflistung „ORF Sendungen zum Thema“: 1. Radio Oberösterreich, Mein Adventradio mit Hinweisen auf Sendungen von Adventmärkten an den vier Adventsonntagen von 14:00 bis 17:00 Uhr; 2. Beschreibung der „Ö3 Pistenbully Tour“ samt Datumsangabe, wo die Ö3-DJs auf den Pisten präsent sein werden; 3. TV: Angabe von 3 Sendungen: „Advent in Vorarlberg, So., 20.12., 17.05 Uhr, ORF 2“; Magische Weihnachten, 13.12., 16.00 Uhr, ORF 2; Bergweihnacht mit Zabine Kapfinger, Do., 24.12., 20.15 Uhr, ORF 2
30	47	Werbung (ca. 50 % der Seite)	
31	48	Fortsetzung „Brauchtum etc.“ mit drei kurzen Artikeln (Glöcklerlauf in Ebensee; Lichtstafette aus Bethlehem; Edelschrotter Lichtmessgeiger)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“
32	49	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 50 bis 77	
33	50-52	Artikel „Wintermärchen pur“; Darstellung der Region Radstadt und Umgebung (Skischaukel Radstadt-Altenmarkt, Loipenangebote, Rodelbahn Königslehen, Krippenpfad, Eisstockschießen, Therme Amadé, Radstädter Weihnachtswanderungen, Adventgarten)	„Adventzeit, 15.3.2013, ORF 2“
34	53	Werbung	

35	54-56	Artikel „Skispaß und Naturgenuss“; Darstellung der Region Großarlal (Skischaukel Großarlal-Dorfгатsein, Ski amadé, Einkehrmöglichkeiten, Skitourengehen, Schneeschuhwandern über Verein Berg-Gesund, Rodelbahn beim Hotel Lammwirt, Adventmarkt mit Krippenweg und Kinderangeboten)	„Harrys liabste Hütt'n, 15.1.2006, ORF 2“
36	57	Werbung	
37	58-59	Artikel „Zauberhaftes Schneevergnügen“; Darstellung der Region Mittersill-Hollersbach-Stuhlfelden (Skigebiet Kitzbüheler Alpen, Pinzga-Loipe, Blizzard-Loipe, Hochmoor-Loipe, Angebot der Nationalpark-Ranger, Mittersiller Nationalpark Adventmarkt mit Kinderprogramm)	„Harrys liabste Hütt'n, 1.7.2012, ORF 2“
38	60-65	Artikel „Zauber der Kitzbüheler Alpen“; Darstellung der Region St. Johann in Tirol/Oberndorf/Kirchdorf und Erpfendorf (Kaiserbachtalloipe, Langlaufzentrum Koasastadion, Schneewinkel Skigebiet, Kitzbüheler Alpen AllStarCard, Comeback2Ski für Wiedereinsteiger, Winterwanderungen im Kaiserbachtal, Einkehrmöglichkeiten, Schneeschuhwandern auf der Kas-Kreuz-Koasa-Tour, Naturrodelbahnen in Kirchdorf, Bacheralm, Erpfendorf, Oberndorf und St. Johann in Tirol, Pferdekutschenfahrt, Stefani-Pferdeschlittenrennen, Biathloncenter Lärchenhof) sowie diverse Veranstaltungshinweise in der Winterzeit	„Harrys liabste Hütt'n, 10.2.2006, ORF 2“
39	66-67	Werbung	
40	68-71	Artikel „Abenteuer im Schnee“; Darstellung der Region Achensee (Schneeschuhwanderung am Achensee, Loipenangebot, Weihnachtsmarkt „Achensee Weihnacht“, Sennhütte Falzthurn, Alpengasthof Falzthurn, Gasthof St. Hubertus, Museumsweihnacht in Maurach); ca. 50 % der Seiten 69-71	„Harrys liabste Hütt'n, 6.2.2003, ORF 2“
41	69-71	Werbung (jeweils ca. 50 % der Seiten)	
42	72-75	Artikel „Im Angesicht der Dreitausender“; Darstellung der Region Osttirol und der Winterangebote (Tourengehen im Villgrattental samt Einkehrmöglichkeiten, geführte Schneeschuhwanderungen mit den Rangern des Nationalparks Hohe Tauern, Langlaufen ohne Gepäck im Rahmen von „Transdolomiti“, Skifahren im Defereggental); Buchtipps Skitourenführer Villgrattental	„Adventzeit, 4.12.2011, ORF 2“
43	76	Werbung	
44	77	Artikel „Wahres Skivergnügen“; Darstellung der Region Montafon und der Wintersportangebote (Abfahrt HochjochTotale, Silvretta Skisafari, Höhenloipen)	„Harrys liabste Hütt'n, 17.2.2006, ORF 2“
45	78	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; drei kurze Artikel (Tresterer in Zell am See, Jungfrauenkrone/Schäppel der Montafoner Tracht; Sternsingeraktion in Österreich)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“

46	79	Werbung	
47	80-82	Übersichtsseite „Adventmärkte“; Auflistung von insgesamt 59 Adventmärkten in allen neun Bundesländern samt Adressen und Öffnungszeiten; ca. 68 % der Seiten 80 und 81	
48	80-81	Werbung (ca. 32 % der Seiten)	
49	83-84	Werbung	

Bei keinem der Inhalte der ORF-Nachlese Edition Winterzeit erfolgt im Text eine über einen „Sendehinweis“ (so vorhanden) hinausgehende inhaltliche Bezugnahme auf eine ORF-Sendung (vgl. dazu im Detail KommAustria 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, S. 27 bis 36).

Der in der vorstehenden Tabelle angeführte „Sendehinweis“ ist dabei (mit Ausnahme der Seiten 18 und 47) jeweils im unmittelbaren Bereich des Mittelfalzes des Heftes, meist in Zusammenhang mit dem Quellennachweis der Bilder, quer und in deutlich reduzierter Schriftgröße abgedruckt. Um diesen Hinweis lesen zu können, muss das Heft mit entsprechendem Druck in der Mitte „auseinandergebogen“ werden.

2.2. Bestellung des Beschuldigten zum verantwortlichen Beauftragten / Vorstrafen

Der ORF ist als Stiftung öffentlichen Rechts nach § 1 Abs. 1 ORF-G eine juristische Person. Mit Schreiben vom 06.12.2011, erfasst unter KOA 5.009/12-005, wurde der Beschuldigte mit dessen Zustimmung zum verwaltungsstrafrechtlich Beauftragten, sachlich abgegrenzt für Übertretungen u.a. nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G, für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks bestellt.

Mit Straferkenntnis vom 16.01.2012, KOA 3.500/12-002, wurden durch die KommAustria über den Beschuldigten wegen zweier Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G Geldstrafen iHv je EUR XXX verhängt. Dieses Straferkenntnis wurde mit dem die dagegen erhobene Berufung abweisenden Bescheid des Unabhängigen Verwaltungssenates Wien (UVS Wien) vom 27.02.2013, UVS-06/23/1729/2012-17, rechtskräftig.

Mit Straferkenntnis vom 29.02.2012, KOA 3.500/12-013, wurde durch die KommAustria über den Beschuldigten wegen einer Übertretung des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 16 Abs. 5 Z 3 ORF-G eine Geldstrafe iHv EUR XXX verhängt. Dieses Straferkenntnis wurde mit dem die dagegen erhobene Berufung abweisenden Bescheid des UVS Wien vom 20.06.2012, UVS-06/48/3556/2012-6, rechtskräftig.

Mit Straferkenntnis vom 13.06.2013, KOA 3.500/13-008, wurde durch die KommAustria über den Beschuldigten rechtskräftig wegen einer Übertretung des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 15 Abs. 2 ORF-G eine Geldstrafe iHv EUR XXX verhängt.

Mit Straferkenntnis vom 06.11.2014, KOA 3.500/14-049 wurden durch die KommAustria über den Beschuldigten wegen insgesamt 28 Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2 (4 Übertretungen) und Satz 4 (9 Übertretungen) iVm § 17 Abs. 5 ORF-G und des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G (15 Übertretungen), jeweils iVm § 9 Abs. 2 VStG, Geldstrafen iHv insgesamt EUR XXX verhängt. Dieses Straferkenntnis wurde mit dem die dagegen erhobene Beschwerde abweisenden Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichts vom 16.02.2016, GZ W94 2016273-1/13E, rechtskräftig.

Mit Straferkenntnis vom 15.04.2015, KOA 1.850/14-021, wurden durch die KommAustria über den Beschuldigten rechtskräftig wegen dreier Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 13 Abs. 1 Satz 2 iVm § 1a Z 7 ORF-G Geldstrafen iHv je EUR XXX verhängt.

Mit Straferkenntnis vom 17.11.2015, KOA 3.500/15-046 wurde durch die KommAustria über den Beschuldigten rechtskräftig wegen einer Verletzung des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 3 ORF-G iVm § 9 Abs. 2 VStG, eine Geldstrafe iHv EUR XXX verhängt.

2.3. Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen des Beschuldigten

Im ORF besteht unter der Verantwortung des Beschuldigten ein allgemeines System, wonach aufgrund einer Dienstanweisung des Generaldirektors sämtliche zu gerichtlichen und verwaltungsbehördlichen Entscheidungen (Bescheide, Urteile, Beschlüsse, Erkenntnisse udgl.) in Werbesachen im weitesten Sinn abgegebenen Einschätzungen, Empfehlungen und Vorgaben der Abteilung Recht und Auslandsbeziehungen (GRA) sowie sämtliche durch den Beschuldigten festgelegte Maßnahmen von allen Dienststellen und Tochtergesellschaften zu berücksichtigen bzw. einzuhalten sind. Weiters gibt es eine vom Beschuldigten an alle Direktoren, Landesdirektoren, Dienststellenleiter und mehrere Tochtergesellschaften adressierte „Interne Mitteilung“ vom 08.03.2010, in der eine Verteilung von Berichten der Abteilung GRA und deren Abrufbarkeit im Internet angeordnet werden. Weiters wird angeordnet, dass werberechtliche Fragen, die nicht ausjudiziert sind und bisher noch nicht von GRA beurteilt wurden, ausnahmslos an GRA zur Klärung heranzutragen sind. Bei Sendungen oder sonstigen Aktivitäten, die neu sind und/oder ein nicht unbeachtliches mediales Interesse erwarten lassen, sind alle damit in Zusammenhang stehenden werberechtlichen Fragen im Vorhinein mit GRA abzuklären. Einzelfälle, bei denen aufgrund ihrer Komplexität Zweifel über die werberechtliche Zulässigkeit der Vorgehensweise besteht, sind an GRA heranzutragen. Ebenso ist in der internen Mitteilung in Aussicht gestellt, dass GRA regelmäßig in allen von den Werbebestimmungen betroffenen Bereichen des ORF und seiner Tochtergesellschaften stichprobenartige Kontrollen und Überprüfungen durchführen wird.

Feststellungen, ob bzw. dass im vorliegenden Fall konkrete bzw. flächendeckenden Aufsichts- oder Kontrollmaßnahmen hinsichtlich der Einhaltung der Werbebestimmungen im bundeslandweit ausgestrahlten Hörfunkprogramm Radio Tirol gesetzt worden wären, konnten nicht getroffen werden.

2.4. Einkommens- und Vermögensverhältnisse sowie Sorgepflichten des Beschuldigten

Der Beschuldigte ist verheiratet und unterhaltspflichtig für zwei Kinder und seine im Ruhestand befindliche Ehefrau. Als Leiter der Abteilung Recht- und Auslandsbeziehungen des ORF bezog er 2010 ein Jahresbruttoeinkommen von XXX Euro, wobei davon auszugehen ist, dass auch 2016 Einkünfte in zumindest dieser Höhe vorliegen. Er besitzt nach seinen Angaben keine Vermögenswerte.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Sendungsablauf am 01.12.2015 im bundeslandweiten Hörfunkprogramm Radio Tirol, insbesondere zu den ausgestrahlten Werbespots und den Sponsorhinweisen, gründen sich auf die Auswertung der Aufzeichnungen des Programms.

Soweit vom Beschuldigten bzw. vom ORF die festgestellte Dauer einzelner Sponsorhinweise bzw. das Ausmaß ihrer Einrechnung in die höchstzulässige Werbezeit vom ORF bestritten wurden, ist dies eine Frage der rechtlichen Würdigung. Selbiges gilt für die Frage der Einrechnung des Werbespots für die ORF-Nachlese Edition Winterzeit in die höchstzulässige Werbezeit. Zur Frage, welche Dauer der Überschreitung dem Beschuldigten vorzuwerfen ist (Brutto oder Nettodauer), siehe ebenso die rechtliche Würdigung unten.

Die Feststellungen zum Inhalt der ORF-Nachlese Edition Winterzeit sowie zu den angegebenen „Sendehinweisen“ und deren Platzierung stützen sich auf die im vorangegangenen Feststellungsverfahren vorgenommene Auswertung des betreffenden Druckwerks.

Der Beschuldigte brachte vor, dass bestimmte „Sendehinweise“ nicht erfasst worden seien:

- Nr. 15 „Frohsinn an kalten Tagen“ und Nr. 16 „Urlaubsglück im Schnee“: in den Artikeln „Wunderbare Winterwelt“ (Nr. 14), „Frohsinn an kalten Tagen“ und „Urlaubsglück im Schnee“

gehe es um das gesamte Salzkammergut. Zum besseren Verständnis sei der Inhalt der Sendung auf diese drei Artikel aufgeteilt worden: Sendehinweis „Harry's liebste Hütt'n 22.01.2012, ORF 2“, S. 20.

- Nr. 18 „Einfach nur gemütlich“: Bei diesem Artikel handle es sich um die Regionen Almenland, Joglland-Waldheimat und Bad Waltersdorf, Sendehinweis „Steiermark Heute, 13.03.2014, ORF 2“, S. 27.
- Nr. 20 „Wintertage erlebnisreich gestalten“: Die Kapitel „Wintertage erlebnisreich gestalten“ sowie „Sprudelnde Lebensenergie“ würden zum Artikel „Einfach nur gemütlich“, Sendehinweis „Steiermark Heute, 13.03.2014, ORF 2“, S. 27 gehören.
- Nr. 47 „Adventmärkte“: Die angegebenen Adventmärkte seien aktuelles Programm und würden laufend sowohl in den ORF Radios als auch im TV regional redaktionell eingebunden und auf den jeweiligen Homepages des ORF Landesstudios angekündigt. Hier wäre die Ankündigung jedes Hinweises platzaufwendiger, als das tatsächliche Datum und der Ort des Marktes. Sendebezüge würden für jeden Markt in der Redaktion aufliegen.

Hierzu ist festzuhalten, dass diese Sichtweise schon aufgrund der Layoutierung bzw. Gliederung der Artikel als jeweils in sich geschlossene Einheiten nicht geteilt werden kann. Nach der maßgeblichen BKS-Rechtsprechung (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) ist bei den Inhalten eines Begleitmaterials jeweils eine konkrete Bezugnahme auf eine bestimmte Sendung erforderlich. Diese fehlt aber bei den Artikeln Nr. 15 und 16, da diese weder inhaltlich, noch in Form eines „Sendehinweises“ auf die behauptetermaßen begleitete Sendung „Harrys liebste Hütt'n, 22.01.2012, ORF 2“ Bezug nehmen. Für den durchschnittlichen Leser des Artikels ist daher in keiner Weise erkennbar, dass sich – wie der Beschuldigte behauptet – der bei Artikel Nr. 14 gesetzte Sendehinweis auch auf die beiden nachfolgenden Artikel beziehen soll. Selbiges gilt für Artikel Nr. 20 („Wintertage erlebnisreich gestalten“ bzw. „Sprudelnde Lebensenergie“), auf die sich behauptetermaßen auch der bei Artikel Nr. 19 gesetzte Sendehinweis beziehen soll, der selbst wiederum dem Artikel Nr. 18 („Einfach nur gemütlich“) zuzuordnen sei. Auch hier ist der vom Beschuldigten behauptete Zusammenhang aus der Layoutierung bzw. der Gliederung für den Leser in keiner Weise erkennbar und für ihn auch aus dem Inhalt der einzelnen Artikel mangels Bezugnahme nicht ersichtlich, dass sich alle genannten Inhalte von der Sendung „Steiermark heute“ vom 13.03.2014 ableiten sollen.

Die getroffenen Feststellungen in der obenstehenden Tabelle waren insoweit aufrechtzuerhalten; vgl. dazu (insb. zum Artikel Nr. 47) auch noch die rechtliche Würdigung unten.

Die Feststellungen dazu, dass die „Sendehinweise“ im Bereich des Mittelfalzes erst bei druckvollem „Auseinanderbiegen“ des Heftes lesbar sind, beruhen auf der durch die KommAustria durchgeführten Auswertung des Druckwerks (vgl. dazu auch KommAustria vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005).

Die Feststellungen zur Bestellung des Beschuldigten als verwaltungsstrafrechtlich verantwortlichen Beauftragten ergeben sich aus dem zitierten Schreiben des ORF vom 06.12.2011, KOA 5.009/12-005.

Die Feststellung zur Verhängung von Verwaltungsstrafen gegen den Beschuldigten wegen der Übertretung des § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G ergeben sich aus den zitierten Bescheiden bzw. Erkenntnissen.

Die Feststellungen zu den „allgemeinen“ Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen ergeben sich aus den in den zitierten Verwaltungsstraferekenntnissen getroffenen Feststellungen, wobei die KommAustria es unbeschadet des Fehlens von Angaben durch den Beschuldigten hierüber für wahrscheinlich hält, dass diese weiterhin in Geltung stehen dürften. Dass keine Feststellungen zu allfälligen konkreten Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen in Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Sachverhalte getroffen werden konnten, ist auf das Fehlen entsprechenden Vorbringens zurückzuführen. Der Beschuldigte hat sich zu diesem Themenkomplex nicht geäußert bzw. ausschließlich das Vorliegen des objektiven Tatbestands bestritten.

Die Feststellungen zu den Einkommens- und Vermögensverhältnissen sowie Sorgepflichten des Beschuldigten ergeben sich aus den zuletzt erfolgten Feststellungen im Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichtes vom 16.02.2016, W194 2016273-1/13E. Im vorliegenden Verfahren hat der Beschuldigte nichts zu allfälligen Änderungen vorgebracht. Daher geht die KommAustria davon aus, dass die in dem genannten Verfahren getroffenen Feststellungen weiterhin die Einkommens- und Vermögensverhältnissen sowie Sorgepflichten des Beschuldigten widerspiegeln.

4. Rechtliche Würdigung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KOG, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2016, obliegt der KommAustria die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über den ORF und seine Tochtergesellschaften sowie das Führen von Verwaltungsstrafverfahren nach Maßgabe des ORF-G. Auch gemäß § 35 ORF-G obliegt der KommAustria als Regulierungsbehörde die Rechtsaufsicht über den ORF.

4.2. Zum objektiven Tatbestand

§ 38 ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984 in der zum Zeitpunkt der Begehung der Verwaltungsübertretung maßgeblichen Fassung BGBl. I Nr. 112/2015, lautet auszugsweise:

„Verwaltungsstrafen

§ 38. (1) *Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit einer Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen, wer – soweit die nachfolgend genannten Bestimmungen auf seine Tätigkeit Anwendung finden – nach diesem Bundesgesetz ein Programm veranstaltet, einen Abrufdienst anbietet oder sonst ein Online-Angebot bereitstellt und dabei*

[...]

2. § 13 Abs. 4, § 13 Abs. 1 bis 6, § 14 Abs. 1, 3 bis 5 und 9 oder den §§ 15 bis 17 zuwiderhandelt;

[...]

§ 1a ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984 in der zum Zeitpunkt der Begehung der Verwaltungsübertretung maßgeblichen Fassung BGBl. I Nr. 112/2015, lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

[...]

5. „Sendung“

[...]

b) in Hörfunkprogrammen einen einzelnen, in sich geschlossenen und zeitlich begrenzten Bestandteil des Programms;

[...]

8. „Fernseh- oder Hörfunkwerbung (Werbung)“

a) 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 oder

b) jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gesendet wird;

[...]

11. Sponsoring, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen 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.“

§ 14 ORF-G lautet auszugsweise:

„Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten

§ 14. (1) Werbung muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Sie ist durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.

[...]

(4) Eines der österreichweiten Programme des Hörfunks gemäß § 3 Abs. 1 Z 1 hat von Werbung frei zu bleiben. In österreichweit verbreiteten Hörfunkprogrammen ist Werbung nur österreichweit zulässig. Hörfunkwerbung darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. In einem Programm darf Werbung im Jahresdurchschnitt 8 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Hörfunkwerbung, die in bundeslandweiten Programmen gesendet wird, ist nur einmal zu zählen und darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Die Dauer von Werbung, die zeitgleich in mehr als einem bundeslandweiten Programm ausgestrahlt wird (Ringwerbung), ist jeweils in die fünfminütige Werbedauer des betreffenden bundeslandweiten Programms einzurechnen.

[...]

(6) Nicht in die jeweilige höchstzulässige Werbedauer einzurechnen ist die Dauer von

1. Hinweisen des Österreichischen Rundfunks auf Sendungen seiner Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind und
2. Produktplatzierungen.

[...]

(9) Auf Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken im Programm- und Online-Angebot finden die Bestimmungen der § 13 Abs. 1, 3 und 9 sowie des § 14 Abs. 1 und Abs. 3 erster Satz sinngemäß Anwendung.

[...]"

§ 17 ORF-G lautet auszugsweise:

„Sponsoring

§ 17. (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

[...]

2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig. Das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung gilt nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten.

[...]

(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zu Gunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise – mit Ausnahme der in Abs. 1 Z 2 letzter Satz beschriebenen Hinweise – in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung

technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.“

4.2.1. Zur Unterlassung der eindeutigen akustischen Trennung der werblich gestalteten Sponsorhinweise zu Gunsten des Flughafens Innsbruck und familyhaus.eu vom vorangehenden Programm (Spruchpunkt A.)

Die KommAustria hat bereits in dem diesem Verwaltungsstrafverfahren vorangegangenen Feststellungsverfahren (vgl. dazu KommAustria 04.02.2016, KOA 1.850/16-005) die Auffassung vertreten, dass es sich bei den Sponsorhinweisen zu Gunsten von Flughafen Innsbruck und familyhaus.eu aufgrund der Absatzförderungseignung der Aussagen bzw. ihres qualitativ-wertenden Charakters um solche handelt, die als „werblich gestaltet“ zu qualifizieren sind. Dies vor dem Hintergrund, dass bei den Sponsorhinweisen zu Gunsten des Flughafens Innsbruck der Aussage „*ihr Tiroler Heimatflughafen*“ ein qualitativ-wertender Inhalt in Richtung des Herausstreichens der lokalen Identität bzw. Heimatverbundenheit des Unternehmens unterstellt werden kann. Beim Sponsorhinweis zu Gunsten von familyhaus.eu ergibt sich diese Einordnung vor allem aus der darin enthaltenen qualitativ-wertenden Aussage, dass der Bauträger die „*persönlichen Wohnträume*“ seiner Kunden schaffe.

Nach der ständigen Rechtsprechung unterliegen werblich gestaltete Sponsorhinweise den Anforderungen an Werbung, insbesondere dem Trennungsgebot (vgl. für viele VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180) und sind in ihrer Gesamtheit vom redaktionellen Programm durch akustische Mittel eindeutig iSd § 14 Abs. 1 ORF-G zu trennen. Eine passagenweise oder gar wortweise Trennung werblicher Elemente innerhalb des Sponsorhinweises ist demgegenüber unzulässig (vgl. u.a. BKS 19.05.2008, 611.001/0001-BKS/2008; 16.12.2005, 611.001/0021-BKS/2005; 26.03.2007, 611.001/0013-BKS/2006). Nach Auffassung der KommAustria ist somit davon auszugehen, dass die Sponsorhinweise in den vorliegenden Fällen jeweils aus einer vom durchschnittlichen Zuhörer als syntaktisch und inhaltlich zusammengehörend wahrgenommenen Aussage bestehen, nämlich einerseits „*Der Radio Tirol Wetterservice, präsentiert von Flughafen Innsbruck, ihr Tiroler Heimatflughafen – innsbruck-airport.com*“ bzw. andererseits „*Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice, präsentiert von www.familyhaus.eu – der Bauträger aus dem Tiroler Oberland, schafft Deine persönlichen Wohnträume.*“

Gerade die Wiederholung des Sendungstitels am Ende der Sendung in Kombination mit der Patronanzabsage bewirkt vorliegend erst die Herstellung des – auch aus Sicht des Sponsors gewünschten bzw. erforderlichen – Bezugs der Sponsorhinweise zur Sendung. Anders ausgedrückt, bliebe bei gedachtem Weglassen des ersten Teils der Ansagen („*Der Radio Tirol Wetterservice...*“ bzw. „*Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice...*“) völlig offen, ob sich die nachfolgende Ansage „*präsentiert von...*“ auf die vorangehende Sendung oder die nachfolgende Sendung beziehen soll. Auch daraus erhellt, dass die Sponsoransagen als Einheit anzusehen sind und eine passagenweise Trennung der werblichen Ansage nach der zitierten Rechtsprechung nicht den Anforderungen des § 14 Abs. 1 ORF-G entspricht. Daran vermag auch der Umstand nichts zu ändern, dass § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G für die Erfüllung der Kennzeichnungsverpflichtung auch die bloße Nennung des Namens des sponsernden Unternehmens genügen ließe, handelt es sich hier doch um bloße Mindestanforderungen (vgl. diesbezüglich schon RFK 19.01.1999, 561/1-RFK/99, RfR 1999, 20, wonach „*dort, wo der bloße Hinweis auf die Patronanzfirma nicht ausreichen wird, um eine entsprechende Information des Publikums sicherzustellen, dass es sich um eine patronisierte Sendung handelt, eine ergänzende Information in vertretbarer Kürze zulässig ist.*“)

Der Beschuldigte tritt der Einschätzung der KommAustria, dass es sich vorliegend um werblich gestaltete Sponsorhinweise handelt nicht entgegen, wendet sich aber gegen die beanstandete Unterlassung der eindeutigen akustischen Trennung der werblich gestalteten Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm. Seiner Auffassung nach würden die konkret gesponserten Sendungen (Wetterservice bzw. Verkehrsservice) mit der Nennung ihres Titels bzw. mit ihrem expliziten Abschluss durch die Formulierungen „*Radio Tirol Wetterservice*“ und „*Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice*“ durch einen Sprecher enden, wobei diese Formulierungen zweifellos zum redaktionellen Programm zählen würden. Danach folge aufgrund

der werblichen Gestaltung der durch einen korrekt positionierten „Pling“ getrennte Sponsorhinweis „präsentiert von ...“, womit dem Erfordernis der Kennzeichnung der Sendung an ihrem Ende iSd § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G sowie der eindeutigen Trennung des folgenden werblich gestalteten Sponsorhinweises vom redaktionellen Programm iSd § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G entsprochen worden sei.

Eine gewisse Verbindung von Titel bzw. Sendungsabschluss und dem jeweiligen Sponsorhinweis sei notwendiger Weise gegeben, da – so der Beschuldigte – anderenfalls möglicher Weise nicht zum Ausdruck käme, welche Sendung als gesponserte Sendung gemäß § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G gekennzeichnet sei. Insofern sei der Bezug der Sponsorhinweise zur Sendung geradezu erforderlich und seien die Überlegungen der KommAustria zu gedachten Weglassen des Titels/Sendungsabschlusses nicht zutreffend. Die von der KommAustria schon im Feststellungsbescheid zitierte Spruchpraxis zur passagen- oder gar wortweisen Trennung werblicher Elemente innerhalb eines Sponsorhinweises sei im gegenständlichen Fall nicht anwendbar, da es sich um unterschiedliche Sachverhalte handle:

BKS 19.05.2008, 611.001/0013-BKS/2008, behandle die Frage, ob das zwischen der Wortfolge „Diese Stunde präsentiert euch das freche Lokal, Du mich auch' in der Maxglaner Hauptstraße in Salzburg“ und der Wortfolge „Mit sensationell günstigen Menüs für nur fünf Euro neunzig. www.du-mich-auch.at“ wahrnehmbare akustische Signal als ausreichend eindeutiger Werbetrenner zu qualifizieren sei. Hier entfalte sich die werbliche Botschaft der inkriminierten Aussage im Zusammenspiel der beiden untrennbar zusammenhängenden Satzteile, da im ersten Satzteil das zu bewerbende Lokal genannt werde und der zweite Satzteil sowohl sprachlich als auch logisch an den ersten Satzteil anknüpfe, indem er die besonderen Eigenschaften des zuvor genannten Lokals hervorhebe. Da diese beiden Satzteile nicht isoliert betrachtet werden können, sei die Formulierung in einem solchen Fall als Ganzes zu beurteilen. Bei BKS 16.12.2005, 611.001/0021-BKS/2005, laute die Formulierung „Diesen Service präsentierte Euch Denzel Salzburg, [(zu) leises Pling*] Ihr Alfa Romeo Partner in der Innsbrucker Bundesstraße. Jetzt bei Denzel den neuen Alfa Romeo 147 testen ...“. Dass auf Grund der Nennung des Sponsors bereits vor dem Werbetrenner auch hier eine Gesamtbetrachtung zu erfolgen habe, stehe außer Zweifel. BKS 26.03.2007, 611.001/0013-BKS/2006, behandle einen wiederum völlig anders gelagerten Sachverhalt, nämlich die Verquickung eines Veranstaltungshinweises mit Werbung zu Gunsten eines Dritten durch einen vom Programm abgesetzten, eingespielten Spot mit der Wortfolge „Der Antenne Kärnten Live Sommer. Die beste Musik, 100% live. Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at.“ Im vorliegenden Fall sei der gesamte kombinierte Spot für die „besten Konzerte“ der Antenne Kärnten im Rahmen der Veranstaltung Antenne Kärnten Live Sommer und die Ticketbestellmöglichkeit über austriaticket.at als Werbung zu trennen und allein insofern eine passagenweise oder wortweise Trennung werblicher Elemente nicht zulässig gewesen.

Eine vergleichbare Konstellation liege gegenständlich nicht vor, da lediglich und zulässigerweise die jeweils gesponserte Sendung mit ihrem Titel bzw. expliziten Abschluss beendet worden und daran anschließend der werblich gestaltete, vom redaktionellen Programm getrennte Sponsorhinweis „präsentiert von...“ ausgestrahlt worden sei. § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G sei daher nicht verletzt.

Die KommAustria hält ihre bereits im Feststellungsbescheid vorgenommene rechtliche Beurteilung weiterhin aufrecht, dies aus nachstehenden Erwägungen:

Es ist zunächst neuerlich auf das zentrale Argument zu verweisen, dass die in Frage stehenden Sponsorhinweise jeweils aus einer vom durchschnittlichen Zuhörer als syntaktisch und inhaltlich zusammengehörend wahrgenommenen Aussage bestehen, nämlich welche Sendung durch wen gesponsert wird.

Die vom Beschuldigten vertretene Auffassung, dass die Nennung des Titels bzw. die Formulierung „Sicher unterwegs mit dem Radio Tirol Verkehrsservice“ das Ende der gesponserten Sendungen darstellten und „zweifellos zum redaktionellen Programm“ zähle, ist schon insoweit nicht nachvollziehbar und auch nicht der Wahrnehmung auf Seiten des

durchschnittlichen Zuhörers entsprechend, als diese nach Ende des Verkehrs- oder Wetterservice ausgestrahlten „Nennungen“ abgesondert durch einen anderen Sprecher als die vorangehenden Sendungen gesprochen werden.

Hinzu tritt, dass diese abgesonderten Nennungen ausschließlich dann auftreten, wenn ein Sponsorhinweis ausgestrahlt wird, sie sonst jedoch fehlen. Die KommAustria verweist hier auf folgende, zufällig ausgewählte und anhand der im vorangegangenen Feststellungsverfahren ausgewerteten (dem Akt zu KOA 1.850/16-005, beiliegenden) Aufzeichnungen nachprüfbarer Ausstrahlungen:

Zum Wetterservice:

- Der von ca. 07:03:09 bis ca. 07:04:25 Uhr ausgestrahlte Wetterservice endet mit den (noch von der Sprecherin des Wetterservice gesprochenen) Worten *„...das war's vom Wetter mit Carmen Schüssling“*.
- Der von ca. 08:03:08 bis ca. 08:04:25 Uhr ausgestrahlte Wetterservice endet mit den (noch von der Sprecherin des Wetterservice gesprochenen) Worten *„...soviel zum Wetter mit Carmen Schüssling“*.
- Der von ca. 09:33:55 bis ca. 09:34:44 Uhr ausgestrahlte Wetterservice endet mit den (noch vom Sprecher des Wetterservice gesprochenen) Worten *„...es wird ausgesprochen mild morgen, mit 7 bis 12 Grad plus“*.
- Der von ca. 12:42:43 bis ca. 12:44:07 Uhr ausgestrahlte Wetterservice endet mit den (noch vom Sprecher des Wetterservice gesprochenen) Worten *„...bis Mitte nächster Woche bleibt's ganz einfach spätherbstlich schön“*.

Zum Verkehrsservice:

- Der von ca. 07:04:25 bis ca. 07:04:37 Uhr ausgestrahlte Verkehrsservice endet mit den (noch vom Sprecher des Verkehrsservice gesprochenen) Worten *„...es liegen uns keine Meldungen über Störungen oder Verzögerungen vor, 4 Minuten nach 7, eine gute Fahrt hinein in den Dienstag wünsch' ich Ihnen“*.
- Der von ca. 08:04:25 bis ca. 08:04:48 Uhr ausgestrahlte Verkehrsservice endet mit den (noch von der Sprecherin des Verkehrsservice gesprochenen) Worten *„...und alle Fahrzeuge brauchen zudem Ketten für den Ammersattel“*.
- Der von ca. 12:07:02 bis ca. 12:07:19 Uhr ausgestrahlte Verkehrsservice endet mit den (noch von der Sprecherin des Verkehrsservice gesprochenen) Worten *„...wenn Sie was sichten, einfach im Handy ‚Stern 300‘ eingeben und uns mitteilen, wenn Ihnen was auffällt – schöne und sichere Fahrt wünsch' ich“*.
- Der von ca. 16:34:35 bis ca. 16:34:48 Uhr ausgestrahlte Verkehrsservice endet mit den (noch von der Sprecherin des Verkehrsservice gesprochenen) Worten *„... keine Probleme im ganzen Land, wir wünschen gute und sichere Fahrt“*.

Dies bestätigt den Befund, dass es sich bei den in Frage stehenden Nennungen um keinen „Sendungsabschluss“ und damit Bestandteil des redaktionellen Programms, sondern eindeutig um Bestandteile des (werblich gestalteten Sponsorhinweises) handelt.

Enthält eine solche als Einheit anzusehende Passage, sei es nun ein Sponsorhinweis, ein Programmhinweis, ein Gewinnspiel oder eine sonstige Ausstrahlung, Werbung zu Gunsten eines Dritten, gilt nach der ständigen Rechtsprechung (beginnend mit BKS 20.01.2005, 611.009/0021-BKS/2004; bestätigt durch VwGH 01.10.2008, 2005/04/0053) der Grundsatz, dass gesamthaft vom Vorliegen von Werbung auszugehen ist und auf die gesamte als Einheit anzusehende Passage die für Werbung geltenden Anforderungen zur Anwendung zu bringen sind. Die vom Beschuldigten versuchte Herausarbeitung von sachverhältnismäßigen Unterschieden bei der im beschwerdegegenständlichen Bescheid zitierten Judikatur vermögen nach Auffassung der KommAustria in keinsten Weise den dargestellten und diesen Entscheidungen jeweils zu Grunde liegenden Grundsatz zu widerlegen.

Das Trennmittel in Form des „Pling“, welches auch sonst im Programm von Radio Tirol die Werbung vom Programm trennt, hätte daher nicht mitten in diesem Satz (jeweils vor der

Wortfolge „*präsentiert von...*“), sondern an dessen Beginn ausgestrahlt werden müssen, weswegen jeweils eine Verletzung des § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G vorliegt und insoweit auch jeweils der objektive Tatbestand einer Verwaltungsübertretung nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G gegeben ist.

4.2.2. Unzulässige Sponsorhinweise während der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ zu Gunsten der Sponsoren Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol (Spruchpunkt B.)

Die KommAustria hat auch in diesem Zusammenhang im Feststellungsbescheid vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, bereits die Rechtsansicht zum Ausdruck gebracht, dass die im Sachverhalt dargestellten Sponsorhinweise (vgl. 2.1.B) gegen das Verbot des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verstoßen, zumal sie sich nicht auf Sendungen, sondern auf bloße Sendungsteile (Beiträge) im Rahmen der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ beziehen.

Der Beschuldigte hat hierzu unter Verweis auf die Beschwerde des ORF gegen den o.z. Feststellungsbescheid im Wesentlichen ausgeführt, dass das Sanatorium Kettenbrücke Sponsor einzelner Sendungen der Sendereihe „*G'sund bleiben*“ im Programm Radio Tirol sei, die jeweils in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Bestandteile des Hörfunkprogramms, sohin einzelne Sendungen seien, die zulässiger Weise gesponsert worden seien, wobei die Kennzeichnung jeweils am Beginn und am Ende durch einen Sponsorhinweis erfolgt sei. Am 01.12.2015 seien im Rahmen eines Schwerpunkttages vier einzelne Sendungen ausgestrahlt worden, die jeweils an ihrem Beginn und Ende gemäß § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G durch einen Sponsorhinweis als gesponserte Sendungen gekennzeichnet worden seien. Bei den Sendungen dieser Sendereihe handle es sich um einzelne, in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Bestandteile des Hörfunkprogramms, sohin um einzelne Sendungen, die zulässiger Weise gesponsert worden seien. Unter „Sendung“ iSd § 1a Z 5 lit. a ORF-G werde ein einzelner, in sich geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms verstanden. Bei der Beurteilung spielen der inhaltliche Zusammenhang, die formale Gestaltung und die zeitliche Abfolge eine Rolle.

Zum Ablauf einer typischen Sendestunde in Radio Tirol führte der Beschuldigte aus, dass diese mit einer Nachrichtensendung zur vollen Stunde beginne und von Wettermeldungen und dem Verkehrsservice gefolgt sei. Danach folge moderiertes Musikprogramm. Zur halben Stunde werde – jedenfalls während der Morgensendungen – die laufende Sendestunde durch Wetter- und Verkehrsmeldungen sowie Schlagzeilen unterbrochen. Hierauf folge neuerlich moderiertes Musikprogramm, welches kurz vor Ende der Sendestunde nochmals durch einen Werbeblock unterbrochen werde. Kurz darauf folgen die nächsten Nachrichten zur vollen Stunde. Die „Fläche“ werde zulässiger Weise durch die eigenständigen Sendungen „*G'sund bleiben*“ („*mit Radio Tirol*“ als Programmname) unterbrochen, die wiederum zulässiger Weise gesponsert würden.

Bei der Beurteilung, ob eine eigenständige Sendung vorliege, spielen der inhaltliche Zusammenhang, die formale Gestaltung und die zeitliche Abfolge eine Rolle. Die konkreten Sendungen würden sich nach Auffassung des Beschuldigten gestalterisch und inhaltlich deutlich vom „Flächenprogramm“ abheben, sodass sie nicht lediglich Beiträge innerhalb der Sendestunde darstellen. Sie beginnen mit einer Anfangssignation und enden mit einer Schlussignation, wobei als gestalterischer Abschluss der Sendungstitel genannt werde. Dass diese Elemente nach Ansicht der KommAustria Bestandteil des Sponsorhinweises sein sollen, sei – so der Beschuldigte unter Hinweis auf das zu den Sponsorhinweisen Flughafen Innsbruck und familyhaus.at erstattete Vorbringen – falsch. Weiters würden sich die journalistischen Herangehensweisen an die in der „Fläche“ behandelten Themen (tagesaktuelle und chronikale moderative Meldungen) einerseits und dem in den Sendungen jeweils behandelten Thema (monothematische Wissensvermittlung, Experten-Interview) andererseits unterscheiden. Auch bestehe keine „nahtlose“ Integration in die Moderation des Musikprogramms“, sondern würden die Sendungen beginnend mit dem gesprochenen Titel „*G'sund bleiben*“ („*mit Radio Tirol*“ als Programmname) als Anfangssignation anschließend an ein beendetes Musikstück ausgestrahlt. Dadurch sei dem durchschnittlichen Zuhörer sehr wohl eine ausreichende Abgrenzung zum

Musikprogramm erkennbar.

Ebenso sei es medienwissenschaftlich unzutreffend, dass nur die Verwendung einer konkreten Grußformel, wie eine gesonderte Begrüßung bzw. Verabschiedung, den Anfang bzw. das Ende einer Sendung bedeuten könne. Insofern sei es auch unschädlich, wenn keine gesonderte Begrüßung/Verabschiedung erfolge. Die von der KommAustria im Feststellungsbescheid beschriebenen Vorankündigungen einzelner Sendungen der Sendereihe (vgl. dazu auch Beschwerde des ORF vom 08.03.2016, KOA 1.850/16-008, gegen den Feststellungsbescheid) würden ebensolche Ankündigungen darstellen.

Hinsichtlich der Sponsorhinweise zu Gunsten der Industriellenvereinigung Tirol brachte der Beschuldigte ebenfalls vor, diese sei Sponsor der eigenständigen Sendung „*Mut, Fleiß, Ideen - Tirols Firmen aus der Nähe*“. Auch diese Sendungen würden sich von der dargestellten typischen Sendestunde gestalterisch und inhaltlich deutlich abheben, sodass sie nicht lediglich einen Beitrag innerhalb der Sendestunde darstellen. Die inkriminierte Sendung (ca. 15:41 Uhr) beginne mit einer Anfangssignation und ende mit einer Schlussignation, wobei der Sendungstitel genannt werde. Auch hier sei die journalistische Herangehensweise an das behandelte Thema eine völlig andere als im moderierten Musikprogramm. Ebenso würden die Inhalte der Sendestunde (tagesaktuelle und chronikale, moderative Meldungen) und der inkriminierten Sendung (monothematische Wissensvermittlung, Experten-Interview) keinerlei Ähnlichkeiten aufweisen. Die Sponsorhinweise zugunsten der Industriellenvereinigung Tirol um ca. 15:41:41 Uhr und 15:45:01 Uhr seien daher zulässiger Weise am Anfang und Ende der Sendung „*Mut, Fleiß, Ideen - Tirols Firmen aus der Nähe*“, und der inkriminierte Sponsorhinweis um ca. 11:46:51 Uhr zulässiger Weise am Ende eines Programmhinweises auf diese Sendung ausgestrahlt worden.

Die dem Beschuldigten vorgeworfenen Verstöße gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G lägen daher nicht vor.

Nach Auffassung der KommAustria vermag diese Sichtweise weiterhin nicht zu überzeugen:

Hinsichtlich des Begriffs der Sendung ist nach der ständigen Rechtsprechung davon auszugehen, dass die Definition in § 1a Z 5 lit. b ORF-G wörtlich die ständige Spruchpraxis des BKS aufgreift (BKS 05.11.2012, 611.804/0002-BKS/2012, unter Hinweis auf BKS 01.06.2005, 611.009/0016-BKS/2005, und 20.10.2008, 611.009/0023-BKS/2008). Der BKS vertritt dabei die Auffassung, dass es bei der Beurteilung eines Programmbestandteils als „Sendung“ nicht auf die Dauer der Ausstrahlung per se ankommen kann. Vielmehr ist bei der Beurteilung darauf abzustellen, ob es sich um einen einzelnen, in sich geschlossenen, zeitlich begrenzten Teil des Rundfunkprogramms handelt. Bei dieser Beurteilung ist neben dem Inhalt der Sendungsteile auch darauf abzustellen, ob (im Bild oder) im Ton der Übertragung ein Hinweis darauf zu erkennen ist, dass eine Sendung zu Ende geht und eine neue Sendung beginnt (vgl. dazu BKS 04.04.2006, 611.009/0057-BKS/2005 zu § 17 Abs. 2 Z 2 ORF-G in der Fassung BGBl. I Nr. 97/2004, mwN).

Bei mehrstündigen Sendeschienen bzw. „Flächenprogrammen“ – wie vorliegend „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ – ist auf die einschlägige diesbezügliche Rechtsprechung zu verweisen (BKS 05.11.2012, 611.804/0002-BKS/2012):

Tatsächlich besteht jede Sendestunde für sich genommen aus unterschiedlichen inhaltlichen Elementen; diese Elemente werden jedoch mehr oder minder gleichbleibend in jeder anderen Stunde „wiederholt“ (z.B. Wetter und Verkehr), sodass jede Sendestunde – nicht zuletzt aufgrund der zur vollen Stunde vorgesehenen eigenständig präsentierten Nachrichtensendung und des damit verbundenen „Zwangs“, gegen die Sendeminute 59 hin zu einem gestalterischen Ende zu kommen – ein in sich geschlossenes „System“ darstellt. Schon aufgrund der Einteilung der Uhrzeit in volle Stunden begreift der durchschnittliche Zuhörer die an dieser zeitlichen „Vorgabe“ orientierten gestalterischen Elemente als abgegrenzte Einheit, ohne dabei einen spezifischen inhaltlichen Zusammenhang zu den Folgestunden zu erkennen oder vorauszusetzen.

Vor dem Hintergrund, dass die Sendeschienen „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ zu jeder vollen Stunde durch eine Nachrichtensendung, gefolgt von Wetterinformationen und Verkehrsmeldungen, die teilweise selbst als eigene Patronanzsendungen ausgestaltet werden, unterbrochen werden, kann daher nicht von einer durchgehenden, in sich geschlossenen mehrstündigen Sendung gesprochen werden, sondern ist nach Auffassung der KommAustria jede Sendestunde von „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“, mit einem Beginn um ca. 4 Minuten nach der vollen Stunde und einem Ende mit dem Beginn der Nachrichten zur nächsten vollen Stunde, als Sendung iSd § 1a Z 5 lit. b ORF-G zu qualifizieren.

Entgegen der vom Beschuldigten vertretenen Auffassung kann die KommAustria nun aber nicht erkennen, dass die einzelnen Beiträge von „*G’sund bleiben*“ bzw. „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“ den gesetzlichen Anforderungen an Sendungen iSd § 1a Z 5 lit. b ORF-G genügen oder mit anderen Worten es sich hierbei um in sich geschlossene Bestandteile des Hörfunkprogramms handelt. Besondere Bedeutung ist dabei vor allem dem Umstand zuzumessen, dass in allen Fällen – entgegen der Auffassung des Beschuldigten – eine nahtlose Integration der Beiträge in die Moderation des Musikprogramms erfolgt:

Es ist jeweils die Moderatorin, die sich aus dem Musikprogramm mit einer Einleitung des Beitragsthemas im Programm „zurückmeldet“, sodass aus Sicht des durchschnittlichen Zuhörers keinerlei formale Abgrenzung zum sonstigen moderierten Programm der Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ erkennbar ist. Es erfolgt auch keinerlei gesonderte Begrüßung bzw. Verabschiedung in den einzelnen Beiträgen von „*G’sund Leben*“ oder „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“, die einen Hinweis darauf geben würden, dass nun das moderierte Musikprogramm durch eine eigene Sendung unterbrochen würde; auch fehlt es an einer neuerlichen Begrüßung bzw. neuerlichen Ankündigung der Fortsetzung der Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ nach Ende der in Frage stehenden Beiträge. Die vom Beschuldigten im Rahmen seiner Rechtfertigung vorgenommene Subsumtion des Sachverhalts unter den Sendungsbegriff steht auch völlig konträr zur bisherigen Rechtsprechung. Das Bundesverwaltungsgericht (BVwG 19.02.2016, W194 2013491-1/7E) hat jüngst ausgesprochen, dass sowohl die Ankündigung von Inhalten am Beginn oder während einer Sendung durch dieselbe Moderatorin ein Kriterium sei, das „einen weiteren Beitrag im Rahmen der laufenden Sendung erwarten lässt“ [Hervorhebung hinzugefügt]. Ebenso werden die Elemente der Begrüßung und Verabschiedung als wesentliche Kriterien für die Beurteilung des Vorliegens einer in sich geschlossenen Sendung herangezogen. Genau diese Kriterien hat die KommAustria – neben anderen – auch ihrer rechtlichen Würdigung der in Rede stehenden Beiträge (vgl. bereits Bescheid vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005) zu Grunde gelegt. Ob dies – wie der Beschuldigte im Hinblick auf die Begrüßung/Verabschiedung ohne nähere Belege behauptet – „*medienwissenschaftlich unzutreffend*“ sei, ist daher aus Sicht der KommAustria nicht nur hinterfragenswert, sondern im Lichte der Rechtsprechung irrelevant.

Bei „*G’sund leben*“ tritt hinzu, dass die jeweiligen Beiträge auch am Beginn der jeweiligen Sendestunde von „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ von der Moderatorin als Inhalt der Sendung vorangekündigt werden (vgl. etwa die Ansage um ca. 10:04:01 Uhr „*Ja Hallo, und eine feine Woche wünsche ich. Liebe Damen, es passiert jedes Monat, obenrum ist alles prall und gespannt, und untenrum da zieht es, die Laune sackt in den Keller – die Tage sind da, und irgendwie muss man da durch. Und das kann mühsam sein. Einigen geht es dabei aber nicht nur nicht so toll, einige müssen im Bett bleiben, brauchen Medikamente. Was kann man tun? Wir reden drüber, in ein paar Minuten*“ [Hervorhebung hinzugefügt]). Deutlich tritt die Einordnung der Beiträge als integraler und damit unselbständiger Bestandteil der umgebenden Sendungen von „Radio Tirol am Vormittag bzw. Nachmittag“ auch bei der Aussage der Moderatorin um ca. 10:15 Uhr am Ende des ersten Beitrages hervor: „*Die Endometriose, das ist eine Erkrankung bei Frauen, die vielen aber als solche gar nicht bekannt ist. Was das genau ist, was es damit auf sich hat, ob es Heilungschancen gibt bzw. wie man mit diesem Befund umgeht, darüber sprechen wir mit Frau Dr. Karin Matthä in der nächsten Stunde um kurz nach 11:00*“ [Hervorhebung hinzugefügt].

Auch im Rahmen des ersten Beitrages von „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“ ab ca. 11:45:52 Uhr erfolgt durch die Moderatorin eine Fortsetzungsankündigung eines umfassenderen zweiten Beitrages in Form einer Bezugnahme auf die Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ („*Wie Pirlo das meistert, das hören Sie heute in »Radio Tirol am Nachmittag«, um kurz nach vier.*“ [Hervorhebung hinzugefügt]), und nicht etwa eine Ankündigung in die Richtung „mehr davon erfahren Sie in der Sendung »*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*« heute um ...“. Der erste Beitrag ist angesichts des selbständigen Informationsgehalts und der inhaltlichen Unterscheidung vom zweiten Beitrag – entgegen dem Vorbringen des Beschuldigten – auch nicht als (bloßer bzw. selbständiger) Programmhinweis zu qualifizieren.

Inwieweit die „journalistische Herangehensweise“ bei den in Frage stehenden Sendungsteilen eine andere sein mag, als sonst im Programm, vermag schon insoweit keine rechtserhebliche Rolle zu spielen, als dieses vom Beschuldigten behauptete Kriterium für einen durchschnittlichen Zuhörer nicht in ausreichendem Maße erkennbar nach außen tritt: Tatsächlich führt etwa bei „*G’sund leben*“ sogar die Moderatorin des sonstigen umgebenden Programms das Gespräch mit dem jeweiligen Experten und ist im Fall von „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“ der Wechsel zu einem durch eine (andere) Redakteurin vorbereiteten und gesprochenen Beitrag auch nicht derart ungewöhnlich oder gar auffällig, dass damit ein in sich geschlossener Bestandteil eines Rundfunkprogramms entstände. Zudem ist die „unterschiedliche journalistische Herangehensweise an ein Thema“ als Abgrenzungskriterium ungeeignet: Es kann nicht ernstlich in Erwägung gezogen werden, etwa die Beiträge des Ö1-Mittagsjournal in einzelne „Sendungen“ zu zerteilen, nur weil die jeweils gewählte journalistische Herangehensweise (Bericht, Interview, Reportage, Porträt, Streitgespräch, Kommentar etc.) unterschiedlich ist.

Auch die Frage, ob eine monothematische Behandlung eines Themas vorliegt, ist nach Auffassung der KommAustria unerheblich: Dem Großteil jeder innerhalb einer Sendung ausgestrahlten Beiträge liegt eine Einschränkung des Beitragsthemas zu Grunde. Ebenso wenig wie beispielsweise die Beiträge der Nachrichtensendungen in Radio Tirol aufgrund der monothematischen Themenbehandlung einzelne „Sendungen“ darstellen, kann dies bei den in Frage stehen Beiträgen ein Abgrenzungskriterium darstellen.

Nichts zu gewinnen ist für den Beschuldigten aus der Sichtweise, dass durch die „Anfangssignation“ oder „Schlussignation“ eine Abgrenzung der Beiträge als eigenständige Sendungen erreicht werde: Einerseits ist darauf hinzuweisen, dass der BKS vergleichbare Elemente bei der Beurteilung des Ö3-Flächenprogramms, insbesondere etwa die durchwegs durch eigene „Signations“ eingeleiteten Comedy-Elemente, augenscheinlich als nicht rechtserheblich eingestuft hat (BKS 05.11.2011, 611.804/0002-BKS/2012). Zum anderen ist festzuhalten, dass die als „Anfangssignations“ bzw. „Schlussignations“ bezeichneten Elemente gerade jene Sponsorhinweise darstellen („*G’sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke*“ bzw. „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe, präsentiert von der Industriellenvereinigung Tirol [– Tirol, i steh’ auf Di!]*“) deren rechtliche Zulässigkeit vorliegend zu prüfen ist, und sie schon insoweit als Fall der *petitio principii* nicht als Abgrenzungskriterium herangezogen werden können.

Insgesamt ist daher festzuhalten, dass nach den Kriterien der Rechtsprechung bei den in Frage stehenden Beiträgen kein Hinweis darauf zu erkennen ist, dass eine Sendung zu Ende gehen und eine neue Sendung beginnen würde (vgl. neuerlich BKS 04.04.2006, 611.009/0057-BKS/2005 zu § 17 Abs. 2 Z 2 ORF-G in der Fassung BGBl. I Nr. 97/2004, mwN). Es handelt sich daher bei den im Sachverhalt unter 2.1.B.1 bis 2.1.B.4 wiedergegebenen Ausstrahlungen von „*G’sund leben*“ bzw. „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“ nicht um Sendungen iSd § 1a Z 5 lit. b ORF-G, sondern um bloße Elemente/Beiträge innerhalb der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ und damit Sendungsteile.

Aus diesem Grund liegen nach Auffassung der KommAustria durch das Sponsoring von bloßen Sendungsteilen Verstöße gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 und 2 ORF-G vor und ist insoweit jeweils der objektive Tatbestand einer Verwaltungsübertretung iSd § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G gegeben.

4.2.3. Unterlassung der eindeutigen Kennzeichnung der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ am Anfang oder am Ende als gesponserte Sendungen (Spruchpunkt C.)

Der Beschuldigte verweist in diesem Zusammenhang auf seine entgegenstehende Rechtsauffassung, dass die Beiträge „*G'sund leben*“ und „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“ als eigenständige Sendungen ordnungsgemäß als gesponserte Sendungen gekennzeichnet worden seien, woraus auch seine Sichtweise resultiere, dass kein Verstoß gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G in Zusammenhang mit den Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ und „Radio Tirol am Nachmittag“ vorliege.

Vor dem Hintergrund der unter 4.2.2. dargelegten Erwägungen, wonach einerseits jede Sendestunde von „Radio Tirol am Vormittag“ bzw. „Radio Tirol am Nachmittag“ eine Sendung iSd § 1a Z 5 lit. b ORF-G darstellt, und andererseits die Sponsorhinweise zu Gunsten des Sanatoriums Kettenbrücke bzw. der Industriellenvereinigung Tirol sich auf bloße Sendungsteile innerhalb dieser Sendungen (nämlich die Beiträge „*G'sund leben*“ und „*Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe*“) beziehen, vertritt die KommAustria weiterhin die Auffassung, dass damit den gesetzlichen Anforderungen des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G nicht entsprochen wurde. Nach dieser Bestimmung sind nämlich gesponserte Sendungen als Mindestanforderung am Anfang oder am Ende durch einen Sponsorhinweis, nämlich den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen.

Am Vorliegen des Tatbestandes des Sponsorings nach § 1a Z 11 ORF-G kann hinsichtlich des Unternehmens bzw. der Interessensvertretung kein Zweifel bestehen, da auch die Finanzierung von bloßen Sendungsteilen einen Beitrag zur Finanzierung einer Hörfunksendung darstellt.

Daher hätten 1. die von ca. 10:04:01 bis ca. 11:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke, 2. die von ca. 11:04:13 bis ca. 12:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Vormittag“ hinsichtlich der Sponsoren Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol, 3. die von ca. 15:04:08 bis ca. 16:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ ebenfalls hinsichtlich der Sponsoren Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol, sowie 4. die von ca. 16:04:05 bis ca. 17:00:00 Uhr ausgestrahlte Sendung „Radio Tirol am Nachmittag“ hinsichtlich des Sponsors Sanatorium Kettenbrücke, jeweils an ihrem Beginn oder an ihrem Ende gekennzeichnet werden müssen.

Es liegen daher jeweils Verstöße gegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G vor und ist insoweit jeweils der objektive Tatbestand einer Verwaltungsübertretung iSd § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G gegeben.

4.2.4. Überschreitung der zulässigen täglichen Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 01.12.2015 (Spruchpunkt D.)

Bereits im Feststellungsbescheid vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, hat die KommAustria ihre Auffassung dargelegt, dass alle im Sachverhalt (vgl. 2.1.C.1.) als Werbespots bezeichneten Ausstrahlungen als kommerzielle Werbung iSd § 1a Z 8 lit. a ORF-G und alle als Sponsorhinweise bezeichneten Ausstrahlungen als Sponsorhinweise iSd § 1a Z 11 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G anzusehen und damit in die für das bundeslandweit ausgestrahlte Hörfunkprogramm Radio Tirol am 01.12.2015 maßgebliche höchstzulässige Werbezeit nach § 14 Abs. 4 Satz 5 ORF-G einzurechnen sind.

Der Beschuldigte tritt dieser Einschätzung unter Verweis auf die Beschwerde des ORF vom 08.03.2016 gegen den o.z. Feststellungsbescheid in seiner Rechtfertigung entgegen.

Vorbemerkung

Die KommAustria ging im Rahmen der Einleitung des Verwaltungsstrafverfahrens angesichts der zu diesem Zeitpunkt bestehenden Judikatur davon aus, dass für die Einhaltung der Beschränkungen des § 14 Abs. 4 ORF-G die Nettodauer der Werbespots und Sponsorhinweise maßgeblich ist und insoweit „Schwarzblenden“ iSv „stummen Sekunden“ zwischen einzelnen Spots sowie Trennelemente etc. nicht in die höchstzulässige Dauer miteinzurechnen sind.

Diese Sichtweise ist im Lichte des EuGH-Urteils vom 17.02.2016 in der Rs C-314/14 (Sanoma Media Finland Oy u.a.) nicht aufrechtzuerhalten. Der EuGH hat in diesem Urteil ausdrücklich festgehalten, dass aus Art. 23 Abs. 1 AVMD-RL ein Verbot abzuleiten ist, die Mindestsendezeit, die für die Ausstrahlung von Sendungen oder anderen redaktionellen Inhalten bestimmt ist, zugunsten von Werbeelementen auf unter 80 % innerhalb einer vollen Stunde herabzusetzen. Die Dauer der zwischen einzelnen Werbespots ausgestrahlten Schwarzblenden ist daher in die Werbezeit einzuberechnen. Weiters ist gegebenenfalls auch eine zwischen dem letzten Werbespot und dem unmittelbar darauf folgenden redaktionellen Programm ausgestrahlte Schwarzblende der Werbezeit zuzurechnen, wenn das nachfolgende Programm durch die Gestaltung der Einleitungssequenz eine hinreichend eindeutige Trennung iSd des § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verwirklicht (vgl. hierzu u.a. BKS 23.05.2004, 611.009/0009-BKS/2004; 06.09.2005, 611.009/0021-BKS/2005; 14.10.2005, 611.009/0028-BKS/2005). Dieselben Überlegungen führen dazu, dass auch die zur Trennung der Werbung von anderen Programmteilen eingesetzten optischen oder akustischen Mittel den „Werbeelementen“ zuzurechnen und daher in die Werbezeit einzurechnen sind. Auch hier gilt, dass diese Trennmittel selbst zwar keinen Werbezweck verfolgen, sie umgekehrt aber kausal durch die Werbung bedingt sind und keine „Sendungen oder redaktionelle Inhalte“ darstellen, da auch diese die für redaktionelle Elemente zur Verfügung stehende Sendezeit herabsetzen. Nach Auffassung der KommAustria ist die vom EuGH im zitierten Urteil vorgenommene Auslegung sowohl für Fernsehen als auch für Hörfunk relevant: Nach der ständigen Rechtsprechung des VwGH ist die Fernsehrichtlinie (nunmehr AVMD-RL) nämlich auch für die Auslegung der werberechtlichen Bestimmungen des Privatradiogesetzes (PrR-G) maßgeblich (vgl. mit ausführlicher Begründung VwGH 22.10.2012, Zl. 2009/03/0180, wonach nach der ständigen Judikatur des EuGH ein Gemeinschaftsinteresse daran besteht, die vom Unionsrecht übernommenen Bestimmungen oder Begriffe einheitlich auszulegen, und der EuGH sich daher im Interesse einer einheitlichen Interpretation zur Auslegung nationaler Vorschriften befugt erachtet, die – obwohl sie keinen unionsrechtlich relevanten Sachverhalt regeln – Begriffe bzw. Normen aus dem Unionsrecht übernehmen).

Für den ORF ergibt sich die Geltung der EuGH-Auslegung sowohl für Fernsehen als auch für Hörfunk neben den sinngemäß zu übertragenden Überlegungen des VwGH auch bereits aus dem Umstand, dass dem ORF-G in den gesetzlichen Definitionen und materiellen Vorschriften keine relevante Differenzierung nach der Mediengattung zu entnehmen ist, und auch die Gesetzesmaterialien keinerlei Hinweise enthalten, die eine unterschiedliche Interpretation der einschlägigen Vorschriften für Hörfunk oder Fernsehen nahelegen könnten (vgl. in diesem Zusammenhang auch die ohne weiteres angenommenen Geltung der aus der AVMD-RL übernommenen Bestimmungen zur Produktplatzierung auch für den ORF-Hörfunk VwGH 18.09.2013, Zl. 2012/03/0162).

Nach der stRSpr entfalten EuGH-Urteile in Vorabentscheidungsverfahren ex-tunc-Wirkung, soweit nichts anderes ausgesprochen wird. Unbeschadet des Umstandes, dass daher grundsätzlich im Hinblick auf die Verwirklichung des objektiven Tatbestands die „Bruttozeit“ maßgeblich wäre, ist zu berücksichtigen, dass im Zeitpunkt der Begehung der Verwaltungsübertretung das maßgebliche Urteil noch nicht vorgelegen ist und sich insoweit auch der behördliche Tatvorwurf an den Beschuldigten auf die „Nettodauer“ beschränkt hat. Eine Ausweitung des Tatvorwurfs (die grundsätzlich innerhalb der noch nicht eingetretenen Verfolgungsverjährung denkbar wäre) hat aber insoweit zu unterbleiben, als in Bezug auf die Brutto-Netto-Differenz im Ausmaß von 3 Sekunden jedenfalls von einem das Verschulden ausschließenden Rechtsirrtum iSd § 5 Abs. 2 VStG auszugehen ist und insoweit iSd § 45 Abs. 1 Z 2 letzter Fall VStG Umstände vorliegen, die die Strafbarkeit bezogen auf dieses (objektiv

vorliegende) zusätzliche Überschreitungsausmaß ausschließen. Damit ist aber vorliegend als Verwaltungsübertretung iS einer dem Beschuldigten vorwerfbaren Handlung bzw. Unterlassung weiterhin von der Netto-Ausstrahlungsdauer der Werbung und Sponsorhinweise auszugehen.

Zu den Sponsorhinweisen im Umfeld des Verkehrsservice

Hinsichtlich der Sponsorhinweise zu Gunsten von familyhaus.eu (ca. 08:36:45 Uhr) sowie zu jenen zu Gunsten von Hypo Tirol Bank (ca. 12:29:54 Uhr und ca. 13:34:37 Uhr) brachte der Beschuldigte einerseits dem Grunde nach vor, dass eine Einrechnung jedenfalls erst ab der Ansage „...präsentiert von...“ zu erfolgen habe. Andererseits habe seiner Auffassung nach eine Einrechnung in die höchstzulässige Werbezeit bei Verkehrsservice-Sendungen aber ohnedies zu unterbleiben, da § 17 Abs. 5 ORF-G dies nur dann für Sponsorhinweise vorsehe, sofern es sich bei der gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handle. Bei derartigen Sendungen sei die Dauer der An- und/oder Absage nicht in die Werbezeit einzurechnen, gleichgültig, ob diese gestaltet oder ungestaltet sei. Die Privilegierung komme dann zum Tragen, wenn die Sendung einen im öffentlichen Interesse liegenden Zweck verfolge.

Diese Anforderung sei bei einer Sendung, die ausschließlich Informationen zur aktuellen Verkehrs- und Straßenlage beinhalte, jedenfalls erfüllt. Informationen darüber, ob sich etwa ein Verkehrsstau aufgrund eines Unfalls, einer defekten Ampelanlage, etc. gebildet hat, ob und warum eine Straße gesperrt ist oder einfach ungewöhnlich hohes Verkehrsaufkommen besteht und wie lange daher eine einzurechnende zeitliche Verzögerung auf einem frühmorgens zu bewältigenden Weg – sei es zur Arbeit, in die Schule, in den Kindergarten, zu einem wichtigen Termin oä – ist, lägen jedenfalls im öffentlichen Interesse im Sinn des § 17 Abs. 5 ORF-G und sei die Dauer der Sponsorhinweise am Beginn/Ende einer solchen Sendung jedenfalls hinsichtlich der Einrechnung in die höchstzulässige Werbezeit privilegiert.

Die ORF-Verkehrsredaktion sei die zentrale Koordinationsstelle für Verkehrsinformation im ORF. Hier würden rund um die Uhr von Fachredakteuren 1 Million Verkehrsmeldungen pro Jahr generiert, selektiert, aufbereitet und distribuiert. Über alle Hörfunkprogramme des ORF würden die aktuellen Verkehrsinformationen für Österreich und die Grenzgebiete zur halben und vollen Stunde – bei Geisterfahrmeldungen sofort – in gesprochener Form an rund zehn Millionen Hörerinnen und Hörer (technische Reichweite) ausgesendet. Durch die Kooperation mit allen Blaulichtorganisationen, den Straßenbetreibern und den Leitstellen des öffentlichen Verkehrs biete die ORF-Verkehrsredaktion über verschiedene Kommunikationsmedien (Hörfunk, RDS-TMC, Internet etc.) Informationen zum aktuellen Verkehrsgeschehen in Österreich an. Der Beschuldigte führte zu den nachfolgend angeführten Zielen der Verkehrsmeldungen umfangreiche Schilderungen der Tätigkeiten der Verkehrsredaktionen (vgl. dazu Beschwerde vom 08.03.2016, S. 6 bis S. 8) an:

- Erhöhung der Verkehrssicherheit
- Steuerung der Verkehrsströme durch punktgenaue Information
- ideales Ineinandergreifen von Individualverkehr und öffentlichem Verkehr
- Reduktion der Umweltbelastung
- Positive Auswirkungen auf Wirtschaftsstandort und Gesellschaft

Zusammenfassend erklärte der Beschuldigte, dass die Funktion und der Zweck der ORF-Verkehrsservice-Sendungen im Allgemeinen und des „Radio Tirol Verkehrsservice“ im Speziellen daher jedenfalls und unbestreitbar im öffentlichen Interesse liegen würden und folglich die Dauer diesbezüglicher Sponsorhinweise gemäß § 17 Abs. 5 ORF-G nicht in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen seien.

Die KommAustria kann sich dieser Sichtweise des Beschuldigten aus den nachfolgenden Erwägungen nicht anschließen:

Die Bestimmung des § 17 Abs. 5 ORF-G geht auf die Novelle BGBl. I Nr. 83/2001, zurück, mit

der erstmals die Einrechnung aller Formen von Sponsorhinweisen in die höchstzulässige Werbezeit verfügt wurde. Systematisch steht die Bestimmung in erkennbarem Zusammenhang mit der bereits seit der Novelle BGBl. I Nr. 1/1999 im vormaligen § 5 Abs. 7 Satz 3 RFG enthaltenen Ausnahme der Einrechnung von Hinweisen auf ORF-eigene Programme und Sendungen sowie auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen abgeleitet sind, sowie Beiträgen im Dienst der Allgemeinheit und kostenlosen Spendenaufrufen zu wohltätigen Zwecken in die höchstzulässige Werbezeit. Diese Ausnahmebestimmungen finden sich seit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 nunmehr – abgesehen von der begrifflichen Ersetzung der „Beiträge im Dienst der Allgemeinheit“ durch „Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit“ inhaltlich unverändert, jedoch ergänzt um die Dauer von Produktplatzierungen – in § 14 Abs. 6 und 9 ORF-G.

In den Gesetzesmaterialien zu den genannten Novellen findet sich keinerlei Hinweis darauf, dass der Gesetzgeber dem in § 17 Abs. 5 ORF-G verwendeten Begriff der Sendungen „*zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke*“ einen wesentlich anderen Bedeutungsgehalt zumessen wollte, als den in § 14 Abs. 9 ORF-G genannten „*Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit*“ bzw. den „*kostenlosen Spendenaufrufen zu wohltätigen Zwecken*“. Zutreffender Weise wird daher auch in der Literatur darauf hingewiesen, dass ein vergleichbarer inhaltlicher Maßstab anzusetzen ist (Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze³, 207 f). Unter Rückgriff auf die Judikatur zu den Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit – nur diese können wohl in Bezug auf die Ausstrahlung des Verkehrsservice relevanter Maßstab sein – lässt sich festhalten, dass nicht jede denkmögliche Wiedergabe von Informationen, die für die Zuhörer von Nutzen sein können, unter den Tatbestand zu subsumieren sind; maßgeblich ist vielmehr, dass etwa auf gemeinnützige Angebote hingewiesen wird oder Verhaltensweisen nahegelegt werden, deren Einhaltung der Allgemeinheit in irgendeiner Weise mittelbar der unmittelbar zum Vorteil gereichen soll (vgl. BKS 18.10.2010, 611.919/0006-BKS/2010).

Dass dies bei der Wiedergabe von Informationen zur aktuellen Verkehrslage der Fall wäre, lässt sich schon insoweit nicht behaupten, als zwar der einzelne zuhörende Verkehrsteilnehmer vielleicht persönlich einen Nutzen aus der Kenntnis von Verkehrsbehinderungen ziehen kann. Ein wie auch immer gearteter Nutzen der breiten Öffentlichkeit ist daraus jedoch nicht abzuleiten, und zwar selbst dann nicht, wenn sich möglicherweise Zuhörer aufgrund der erhaltenen Informationen zum Wechsel auf Ausweichstrecken oder „Schleichwege“ entscheiden sollten, da damit im Wesentlichen nur Verlagerungen der Verkehrsströme einhergehen, die wiederum andere Personengruppen belasten können. Anders verhielte es sich vielleicht bei einem Verkehrsmagazin, das gezielt über Alternativen zum Individualverkehr informiert und letztlich – etwa im Sinne des Umweltschutzes – einen Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel propagiert. Dies entspräche auch dem Begriffsverständnis der Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, wie er in den Materialien zum zugrundeliegenden Art. 12 Abs. 4 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen, BGBl. III Nr. 164/1998 idF BGBl. III Nr. 64/2002, zum Ausdruck kommt, wonach etwa „*gemeinnützige Meldungen wie zB zur Straßensicherheit, Gesundheitskampagnen oder staatsbürgerlichen Pflichten*“ erfasst sein sollen (vgl. Rz 227 iVm Rz 104 des Explanatory Reports, ETS Nr. 132 idF ETS Nr. 171).

Folgte man der „weiten“ Sichtweise des Beschuldigten, so ließe sich schon aus der umfassenden Formulierung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrages in § 4 Abs. 1 ORF-G ableiten, dass – vielleicht von einzelnen Ausnahmen abgesehen – letztlich jede Sendung der ORF-Programme einem „*im öffentlichen Interesse liegenden Zweck*“ dient, ja sogar dienen muss, sei es nun die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen (Z 1 leg.cit.), die Förderung der österreichischen Identität (Z 3 leg.cit) oder die Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebotes (Z 7 leg.cit), um nur einige Beispiele zu nennen. Selbst den Wetterinformationen ließe sich unterstellen, dass sie dem im öffentlichen Interesse liegenden Zweck dienen, der Öffentlichkeit witterungsadäquate Bekleidung zu ermöglichen und damit mittelbar das Risiko von Erkältungen oder hitzebedingten Beschwerden und die damit verbundenen Folgekosten für das öffentliche Gesundheitssystem zu reduzieren. Nach Auffassung der KommAustria ist eine solche Überdehnung der in § 17 Abs. 5 ORF-G enthaltenen Ausnahme für Sendungen „*zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke*“, die zu einem „Freibrief“ für

Sponsorhinweise über weite Teile des gesamten ORF-Programms gerät, dem Gesetzgeber nicht zu unterstellen.

Auch die weitwendigen Ausführungen hinsichtlich der Professionalität und Qualität der ORF-Verkehrsinformation vermögen nicht zu begründen, dass Verkehrsmeldungen als zugunsten im öffentlichen Interesse liegender Zwecke iSd § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G einzustufen seien. Der Maßstab der in § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G angeordneten Ausnahme ist vergleichbar zu den „Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit“ anzusetzen, sodass nicht auf mögliche mittelbare Effekte, sondern den unmittelbaren Zweck einer Ausstrahlung abzustellen ist. Auch einem Werbespot für ein schadstoffarmes, im Crashtest mit Bestnoten ausgezeichnetes und noch dazu in Österreich produziertes Hybrid-KFZ können eine „Reduktion der Umweltbelastung“, eine „Erhöhung der Verkehrssicherheit“ und „positive Auswirkungen auf Wirtschaftsstandort“ als vielleicht mittelbare Effekte nicht abgesprochen werden – zu einem „Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit“ wird der Werbespot deswegen aber nicht. Selbiges gilt für mittelbare „positive“ Effekte eines rein informativen Programminhalts wie des Verkehrsservice, die noch dazu bei einem weiten Teil des ORF-Programms schon aufgrund des Programmauftrags in § 4 ORF-G zwingend eintreten müssen.

Im Hinblick auf die konkrete Formulierung des § 17 Abs. 5 erster Satz ORF-G ist zusätzlich zu berücksichtigen, dass dieser von „*im öffentlichen Interesse liegende[n] Zwecke[n]*“ spricht, dies legt nahe, dass nicht schon auf mögliche mittelbare Effekte, sondern den unmittelbaren Zweck einer Ausstrahlung abzustellen ist. Die regelmäßigen Verkehrsmeldungen im Programm des ORF dienen dem abstrakten Zweck, den Hörern Informationen zur aktuellen Verkehrslage zu geben. Die konkret von den Hörern aus diesen „neutralen“ Informationen gezogenen Schlüsse bzw. abgeleiteten Verhaltensweisen sind demgegenüber mannigfaltig und reichen von der bloßen Kenntnisnahme einer möglicherweise längeren Anfahrtszeit, dem Ausweichen auf Alternativrouten bzw. auf öffentliche Verkehrsmittel, dem Aufschieben nicht notwendiger Fahrten bis hin zu allfälligen Anpassungen der Fahrweise. Die Frage der Verkehrssicherheit spielt somit – was sich auch im Falle von Meldungen, dass keine Verkehrsstörungen vorliegen oder bei Hinweisen auf Umleitungen deutlich zeigt –, keine zwingende Rolle. Die Verkehrsmeldungen können daher allenfalls mittelbar im Einzelfall auch zur Unfallvermeidung beitragen (etwa von Auffahrunfällen im Staubereich), jedoch kann im Vorhinein – etwa bei der Programm- und Werbeplanung – nicht vorhergesehen werden, dass eine konkrete gesponserte Sendung mit Verkehrsmeldungen primär der Unfallvermeidung und somit konkret einem im öffentlichen Interesse liegendem Zweck dient. Vor dem Hintergrund der gebotenen engen Auslegung des Ausnahmetatbestands in § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G (vgl. – neben der schon zitierten allgemeinen Rechtsprechung zur engen Auslegung von Ausnahmetatbeständen – zur gebotenen engen Auslegung, was der Öffentlichkeit im Zusammenhang mit „Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit“ dient, auch BKS 18.10.2010, GZ 611.919/0005-BKS/2010, bestätigt mit VfGH 12.12.2011, B1672/10) kann nicht gesagt werden, dass für eine Sendung, die abhängig von zufälligen Ereignissen allenfalls auch mittelbar einem öffentlichen Interesse dienen *könnte*, die Privilegierung des § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G greifen soll.

Dass eine restriktive Auslegung geboten ist, folgt darüber hinaus aus einer systematischen Interpretation: Der Gesetzgeber hat in § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G eine Ausnahme vom Grundsatz der Einrechnung von Sponsorhinweisen für Sendungen „*zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke*“ [Hervorhebung hinzugefügt] normiert. Diese Anordnung kann nur so verstanden werden, dass an die „sonstigen im öffentlichen Interesse liegenden Zwecke“ ein vergleichbar enger Maßstab anzulegen ist, wie er den „karitativen Zwecken“ immanent ist. Wäre nämlich der Begriff der „sonstigen im öffentlichen Interesse liegenden Zwecke“ derart weit zu verstehen, wie es dem Beschuldigten vorschwebt, hätte es der gesonderten Anführung der „karitativen Zwecke“ in der Bestimmung überhaupt nicht bedurft, da sie jedenfalls unter die (weit verstandene) Ausnahme eines „im öffentlichen Interesse liegenden Zwecks“ fallen würden. Da dem Gesetzgeber nicht zugessonnen werden kann, Überflüssiges angeordnet oder inhaltsleere Bestimmungen geschaffen zu haben (vgl. VfSlg. 17.735/2005, 12.397/1990, 9185/1981, oder VwGH 19.03.2003, 2002/12/0316) scheidet eine derartige Auslegung aber aus.

Ungeachtet der bisherigen Ausführungen ist aber jedenfalls beim Sponsorhinweis um ca. 08:36:45 (familyhaus.eu) keine Privilegierung iSd § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G hinsichtlich der Nichteinrechnung in die Werbezeit gegeben:

Bei dem Hinweis zugunsten von „familyhaus.eu“ handelt es sich um einen sogenannten „werblich gestalteten“ Sponsorhinweis, da er qualitativ-wertende Informationen bzw. absatzfördernde Aussagen zugunsten des sponsernden Unternehmens beinhaltet. Dies wird auch vom Beschuldigten nicht bestritten. Unzutreffend ist allerdings die Annahme, dass die Privilegierung des § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G unabhängig davon zum Tragen komme, ob es sich um einen gestalteten oder einen ungestalteten Sponsorhinweis handle. Nach der ständigen Rechtsprechung ist ein Sponsorhinweis dann, wenn er eine unmittelbare Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen bewirkt, als Werbung anzusehen und unterliegt auch sämtlichen Anforderungen an die Werbung (vgl. zur stRSpr u.a. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180; 19.11.2008, 2005/04/0172; 07.09.2009, 2008/04/0014). Die Einrechnung eines solcherart „werblich gestalteten“ Sponsorhinweises in die Werbezeit ergibt sich daher nicht aus der Anordnung des § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G, sondern aus dem Umstand, dass derartige Sponsorhinweise Werbung iSd § 1a Z 8 ORF-G darstellen und daher unter § 14 Abs. 4 Satz 5 ORF-G („Hörfunkwerbung“) fallen. Da aber schon die Regel des § 17 Abs. 5 Satz 1 ORF-G auf werblich gestaltete Sponsorhinweise nicht zur Anwendung kommt, ist auch die in dieser Bestimmung normierte Ausnahme nicht einschlägig.

Soweit der Beschuldigte das Ausmaß der Einrechnung ausschließlich auf jenen Satzteil beschränkt wissen will, der die konkrete Nennung des sponsernden Unternehmens beinhaltet, ist auf die bereits oben unter 4.2.1. dargestellten Erwägungen zu verweisen, wonach der Hinweis als Einheit und somit gesamthaft als Werbung anzusehen ist.

Zu den Sponsorhinweisen zu Gunsten des Flughafens Innsbruck, des Sanatoriums Kettenbrücke, der Industriellenvereinigung Tirol und der Tirol-Werbung

Auch im Hinblick auf die Sponsorhinweise zu Gunsten des Flughafens Innsbruck (ca. 07:37:25 Uhr und ca. 08:36:12 Uhr), des Sanatoriums Kettenbrücke (ca. 10:11:41 Uhr, ca. 10:15:05 Uhr, ca. 11:11:43 Uhr, ca. 11:14:53 Uhr, ca. 15:16:06 Uhr und ca. 15:19:35 Uhr) und der Industriellenvereinigung Tirol (ca. 11:46:51 Uhr, ca. 15:41:41 Uhr und ca. 15:45:01 Uhr) vertritt der Beschuldigte die Auffassung, dass die Dauer der Sponsorhinweise jeweils erst ab der Wortfolge „... präsentiert von...“ zu berechnen wäre. Weiters seien „Eigennennungen des Hörfunkprogramms (wie z.B. »Tirol, I steh' auf Di'!«)“ nicht Bestandteil des Sponsorhinweises (vgl. dazu im Detail die Beschwerde des ORF vom 08.03.2016 zum o.z. Feststellungsbescheid, S. 15f).

Beim Sponsorhinweis zu Gunsten von Tirol-Werbung (ca. 11:39:31 Uhr) handle es sich um einen zu Recht gesponserten Programmhinweistruiler auf die Sendung „Hallo Wochenende“ am 04.12.2015 im Programm Radio Tirol. Die gestalterische Abbindung des Trailers mit der Formulierung „zauberhafte Adventmärkte in Radio Tirol“ sei nicht Bestandteil des Sponsorhinweises, sondern das Ende des Hinweistruilers. Eben an diesem Ende sei der Sponsorhinweis ausgestrahlt worden, wobei bei der genauen Platzierung ein gewisser gestalterischer Spielraum bestehe. So widerspreche „jedenfalls ein mehr als eine Minute vor dem tatsächlichen Sendungsende ausgestrahlter Hinweis auf den Auftraggeber“ dem ersten Satz des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G. Im vorliegenden Fall handle es sich um fünf Sekunden, was jedenfalls als „am Ende einer Sendung“ zu qualifizieren sei.

Zu den Sponsorhinweisen zu Gunsten von Flughafen Innsbruck, Sanatorium Kettenbrücke und Industriellenvereinigung Tirol genügt nach Auffassung der KommAustria ein Hinweis auf die oben unter 4.2.1. dargelegte Begründung, wonach die Sponsorhinweise jeweils aus einer vom durchschnittlichen Zuhörer als syntaktisch und inhaltlich zusammengehörend wahrgenommenen Aussage bestehen („Der Radio Tirol Wetterservice, präsentiert von Flughafen Innsbruck, ihr Tiroler Heimatflughafen – innsbruck-airport.com.“; bzw. „G'sund bleiben mit Radio Tirol, präsentiert von Sanatorium Kettenbrücke“ sowie „Mut, Fleiß, Ideen – Tirols Firmen aus der Nähe, präsentiert von der Industriellenvereinigung Tirol. [– Tirol, I steh' auf Di'!“). Selbiges gilt

dem Grunde nach für den Hinweis zu Gunsten von Tirol-Werbung im Rahmen des Programmhinweises („Präsentiert von Tirol-Werbung – zauberhafte Adventmärkte in Radio Tirol“. Gerade in den letzten beiden Fällen ist für den durchschnittlichen Hörer in keiner Weise erkennbar, warum einerseits die Aussage „Tirol – I steh' auf Di“, nicht Bestandteil der vorangehenden Absage sein sollte, sondern eine (abschließende) „Eigennennung des Hörfunkprogramms“ (sic) darstellen würde, und wird andererseits auch die abschließende Aussage, dass eben gerade einer der „zauberhaften Adventmärkte“ von der Tirol-Werbung präsentiert wird, vom durchschnittlichen Zuhörer jedenfalls dem vorangehenden Hinweis zugerechnet.

Ein gedankliches Zergliedern von Aussagen in Einzelbestandteile liegt weder dem § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G, noch dem § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G zu Grunde, zumal der Zuhörer aufgrund der ausdrücklichen Anordnung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G, wonach gesponserte Sendungen an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch den Sponsorhinweis zu kennzeichnen sind, auch nicht mit (Teil-)Fortsetzungen der gesponserten Sendung rechnen muss. Insoweit geht auch der Verweis des Beschuldigten auf die Rechtsprechung zur Platzierung von Sponsorhinweisen ins Leere, zumal sich die diesen Entscheidungen zu Grunde liegenden Sachverhalte ausschließlich auf eine in Fernsehsendungen parallel zum (aus)laufenden Programm erfolgende Einblendung von Sponsorhinweisen beziehen, die in dieser Form im Hörfunk technisch gar nicht möglich ist.

Im Hinblick auf den Hinweis zugunsten der Tirol-Werbung ist der Vollständigkeit halber darauf zu verweisen, dass nach dem oben unter den Vorbemerkungen dargestellten Urteil des EuGH in der Rechtssache C-314/14 *Sanoma Media Finland Oy* ausschließlich am Beginn, während oder am Ende der gesponserten Sendung ausgestrahlte Hinweise unter den Tatbestand der „Sponsorhinweise“ iSd Art. 23 Abs. 2 AVMD-RL (und damit auch § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G) fallen. Alle an anderen Stellen des Programms ausgestrahlten Hinweise auf Sponsoren von Sendungen – somit insbesondere auch solche im Umfeld von Programmhinweisen – fallen demgegenüber unter den Begriff der Werbung. Dies also unabhängig von der Frage, ob eine „werbliche Gestaltung“ (etwa in Form verkaufsfördernder Aussagen) vorliegt, oder sich der Hinweis – wie vorliegend – in einer neutralen Nennung des Sponsors bzw. der Einblendung eines Logos etc. erschöpft. Dieses Ergebnis entspricht der bereits 2003 vertretenen Sichtweise des Obersten Gerichtshofs, der in einer Entscheidung zum ORF-G festgestellt hat, dass unter einem Sponsorhinweis (in den damaligen *verba legalia* die „An- und Absage“) nur die Kennzeichnung am Anfang oder Ende der gesponserten Sendung zu verstehen ist und demgegenüber die im Anlassfall beanstandeten Spots nicht die gesponserte Sendung (Patronanzsendung), sondern bloß deren Ankündigung waren, weswegen die Logoeinblendungen als (kommerzielle) Werbung zu werten waren. Dementsprechend kämen hierfür aber u.a. auch die Vorschriften hinsichtlich der Trennung und Erkennbarkeit (§ 14 Abs. 1 ORF-G) zur Anwendung (OGH 24.09.2003, 4 Ob 118/03m).

Aufgrund der oben dargestellten Anwendbarkeit auf den ORF-Hörfunk und der *ex-tunc*-Wirkung des EuGH-Urteils ist daher dieser „Sponsorhinweis“ nicht nach der Regel des § 17 Abs. 5 ORF-G in die Werbezeit einzurechnen, sondern bereits aufgrund seiner Qualifikation als Werbung iSd § 1a Z 8 ORF-G. Für den objektiven Tatbestand und auch die vorstehenden Überlegungen zu dem als „Einheit“ zu betrachtenden Hinweis ist dies jedoch ohne Relevanz. In Bezug auf die nunmehr objektiv erforderliche (und unterlassene) Trennung hatte eine Ausweitung des Verwaltungsstrafverfahrens aus den oben im Rahmen der Vorbemerkung geschilderten Überlegungen iSd § 45 Abs. 1 Z 2 letzter Fall VStG iVm § 5 Abs. 2 VStG zu unterbleiben.

Zusammengefasst sind daher auch diese Hinweise in der gesamten im Sachverhalt beschriebenen Dauer in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen.

Werbespot zu Gunsten der ORF-Nachlese Edition Winterzeit

Der Beschuldigte wendet sich zuletzt gegen die festgestellte Überschreitung der höchstzulässigen täglichen Werbezeit im Ausmaß von 14 Sekunden durch die von der

KommAustria – seiner Auffassung zufolge – fälschlich vorgenommene Einrechnung des von ca. 17:56:52 bis ca. 17:57:06 Uhr ausgestrahlten Werbespots für die ORF-Nachlese Edition Winterzeit. In diesem Zusammenhang erhebt der Beschuldigte zusätzlich die Beschwerde des ORF vom 07.01.2016 samt Ergänzung vom 26.02.2016 gegen den Bescheid der KommAustria vom 07.12.2015, KOA 1.850/15-015, zum Programm von Radio Wien am 04.11.2015 zum Inhalt seiner Rechtfertigung und verweist vollumfänglich auf das darin erstattete Vorbringen:

Nach Ansicht des Beschuldigten handle es sich bei dem gegenständlichen Druckwerk um ein direkt von Programmen und Sendungen des ORF abgeleitetes Begleitmaterial, das gemäß § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G nicht in die höchstzulässige Werbedauer einzurechnen sei. Als Begleitmaterialien gälten entsprechend den Erläuterungen zur RFG-Novelle, BGBl. I Nr. 1/1999, 1520 BlgNR XX. GP, jene Produkte, die speziell dazu bestimmt seien, die volle und interaktive Nutzung der betreffenden Programme zu ermöglichen. Die Erl würden dazu „*Zeitschriften, die sich auf Inhalte von Sendungen beziehen*“ nennen. Nach Auffassung des Bundeskommunikationssenates (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) werde der Voraussetzung der Eignung zur „*vollen und interaktiven Nutzung der betreffenden Programme*“ dann Rechnung getragen, wenn sich die Inhalte (im Sinne der Erläuterungen) jeweils konkret auf eine bestimmte Sendung beziehen, indem Sendungsinhalte vorangekündigt bzw. zum „Nachlesen“ angeboten und sendungsbegleitende oder -ergänzende Informationen geboten würden.

Bei der gegenständlichen ORF-Nachlese Edition Winterzeit sei der erforderliche Sendungsbezug bei jedem Artikel gegeben und es finde sich bei jedem Artikel ein konkreter Sendehinweis, wie etwa bei „*Wintersport in der Großstadt*“ (S. 7 f) „*Sendehinweis: Radio Wien, ab 06.01.2016*“ etc. Auch seien die Seiten mit Werbeeinschaltungen nicht zu beanstanden (vgl. BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005).

Der Beschuldigte führte ferner aus (vgl. dazu die Beschwerden des ORF vom 08.03.2016 gegen den Bescheid der KommAustria vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005, und vom 07.01.2016 gegen Bescheid der KommAustria vom 07.12.2015, KOA 1.850/15-015), dass die ORF-Nachlese Edition eine auf ein Thema bezogene Zusammenfassung sei, wie z.B. betreffend Kräuter, Kekse oder wie vorliegend Winterzeit mit Inhalten zu Wintersportmöglichkeiten und zur Adventzeit. Die für eine volle, interaktive und insbesondere ergänzende Nutzung von ORF-Programmen und Sendungen geeigneten (Nachlese-)Inhalte würden sich natürlich von den Sendungen, von denen sie abgeleitet sind, unterscheiden. Würde man redaktionelles Programm, das ein Thema grob umreißt, auch im vorliegenden Begleitmaterial so abbilden, wäre eine ergänzende Nutzung gar nicht möglich. Daher würden nach Auffassung des Beschuldigten etwa Bezüge zu Flächensendungen im Hörfunk genügen, ein Hinweis auf die genaue Uhrzeit der Ausstrahlung von einzelnen themenbezogenen Beiträgen sei hingegen nicht erforderlich. Gleichmaßen seien auch Bezüge zu einzelnen Sendungen der Reihe „*Harry's liebste Hüttn*“ gegeben, wenn die entsprechende Region in einer „Sommer-Sendung“ vorgestellt werde, und ergänzend dazu in der ORF-Nachlese Edition die Wintersportmöglichkeiten im Gebiet dargestellt würden. In der genannten Sendereihe würden das jeweilige Gebiet, die Berge und die Hütten unabhängig von der Jahreszeit vorgestellt.

Zur von der KommAustria in Zweifel gezogenen Sendungsbegleitung, sobald zwischen dem Ausstrahlungsdatum der in den Sendehinweisen angegebenen Sendungen und dem Erscheinungsdatum der ORF-Nachlese Edition Winterzeit deutlich über ein Jahr oder gar mehrere Jahre liegen, brachte der Beschuldigte vor, dass sich weder im Gesetz, noch in den Erläuterungen, noch in der Judikatur eine Festlegung des zeitlichen Abstandes zwischen Sendung und Begleitmaterial fänden. Das sei auch der große Unterschied zur von der KommAustria für ihre Argumentation herangezogenen Bestimmung gemäß § 4e Abs. 3 ORF-G, in welche Ausführungen zum Zeitabstand in das Gesetz aufgenommen worden seien. Explizit an einer Stelle des Gesetzes aufgenommene Anforderungen dürfen jedoch nach Meinung des Beschuldigten nicht willkürlich auf eine andere Stelle, an der sie gerade nicht angeordnet wurden, übertragen werden. Das ORF-G verbiete nicht, etwa aus Gründen eines Jubiläums oder eines Todesfalls oder des Gedenkens an ein historisches Ereignis auch Jahre nach einer Sendung ein Begleitmaterial zu dieser herauszubringen und unter dem Privileg des § 14 Abs. 6

Z 1 ORF-G zu bewerben. Diesbezüglich stelle sich die Frage, wieso die Erwartungshaltung des durchschnittlichen Hörers oder Sehers nicht gerade auch darin bestehen könne, Informationen über eine Sendung zu erhalten, über die ihm bisher nur seine Eltern erzählt haben. Volle und interaktive Nutzung einer Sendung kenne kein zeitliches Ablaufdatum. Weder der AVMD-RL, in der § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G seinen Ursprung habe, noch dem ORF-G, noch den Erläuterungen oder der Judikatur sei irgendein Hinweis auf eine diesbezügliche Begrenzung durch eine zeitliche Spange zu entnehmen.

Darüber hinaus wies der Beschuldigte im Hinblick auf die im vorangegangenen Feststellungsbescheid angeführte Parallele von § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G zu § 4e Abs. 3 ORF-G darauf hin, dass ein expliziter Sendehinweis im Begleitmaterial im Unterschied zu § 4e Abs. 3 ORF-G gesetzlich nicht gefordert sei, entscheidend sei die konkrete Bezugnahme auf Programme oder Sendungen des ORF. Dennoch würden zur besseren Orientierung der Leserinnen und Leser in der ORF Nachlese Edition Winterzeit Sendehinweise aufgenommen. Wo diese genau vorzunehmen sind, sei konsequenterweise gesetzlich ebenso wenig determiniert. Die Wahl der Platzierung erfolge aus Gründen des Leseflusses der redaktionellen Inhalte dezent und am Rand einer Seite. Dass die Richtung der Schrift im rechten Winkel zur Schrift eines Artikels gewählt worden sei, habe seinen Grund ebenso darin, dass die Leserinnen und Leser nicht vom Inhalt abgelenkt werden sollen. Zudem seien derart gestaltete weiterführende Hinweise auf allen möglichen „Schriftstücken“ nichts Ungewöhnliches, so finde man solche selbst auf Postkarten. Die Unterstellung der KommAustria, es handle sich bei den Sendehinweisen um (noch dazu als solche intendierte) „Feigenblätter“ sei daher entschieden zurückzuweisen.

Soweit die KommAustria im Feststellungsbescheid ihre Tabelle im Rahmen der rechtlichen Beurteilung um das Ausmaß des relevanten redaktionellen Inhaltes und des redaktionellen Inhaltes mit tatsächlichem Sendungsbezug ergänzt habe und dabei zu dem Schluss gekommen sei, dass lediglich 4 % der in der ORF-Nachlese Edition Winterzeit enthaltenen redaktionellen Artikel einen konkreten Sendungsbezug aufweisen würden, sei schließlich nicht nachvollziehbar, ob und wie eine diesbezügliche Beweiswürdigung erfolgt sei. Das Ergebnis sei schlichtweg falsch, wobei der Beschuldigte zur Untermauerung dieser Auffassung eine entsprechende Auflistung der Sendungsbezüge der einzelnen Artikel vornimmt (vgl. dazu Beschwerde vom 08.03.2016, S. 11 bis S. 13, KOA 1.850/16-008). Abgesehen davon betonte der Beschuldigte neuerlich, dass Sendehinweise als Serviceleistung dienen.

Abschließend erklärte der Beschuldigte, dass die Dauer des inkriminierten Werbespots (14 Sekunden) daher nicht in die für das bundeslandweit ausgestrahlte Hörfunkprogramm Radio Tirol maßgebliche höchstzulässige Werbezeit nach § 14 Abs. 4 Satz 5 ORF-G einzurechnen sei.

Die KommAustria hält ihre bereits im Feststellungsbescheid (vgl. dazu sowohl KommAustria vom 07.12.2015, KOA 1.850/15-015, als auch vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005) vorgenommene rechtliche Beurteilung weiterhin aufrecht, dies aus nachstehenden Erwägungen:

Unbestritten ist, dass der Spot als Werbung iSd § 1a Z 8 lit. a ORF-G anzusehen ist. Durch die qualitativ-wertenden Aussagen (z.B. „*Österreichs schönste Regionen*“ und „*stimmungsvolles Brauchtum*“) ist jedenfalls eine Eignung zur Absatzförderung gegeben. Ebenso ist die Nennung der Bezugsquelle („*Jetzt neu in Ihrer Trafik*“) eine weitere absatzfördernde Aussage. Die gesamte Darstellung ist somit geeignet und nach einem objektiven Maßstab darauf gerichtet, den Absatz der ORF-Nachlese Edition Winterzeit zu fördern.

Die KommAustria hat bereits in ihrem Bescheid vom 07.12.2015, KOA 1.850/15-015, im Hinblick auf die Ausstrahlung eines vergleichbaren Spots im Hörfunkprogramm von Radio Wien die konkrete Ausgabe der ORF-Nachlese Edition Winterzeit einer Prüfung hinsichtlich ihrer Eigenschaft als Begleitmaterial unterzogen, und sieht keinen Grund gegeben, von ihrer Einschätzung abzuweichen:

§ 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G nimmt Hinweise des ORF auf Sendungen seiner Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, von der Einrechnung in die

Werbezeit aus. Nach der Rechtsprechung des BKS (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) ist – unter Hinweis auf die zitierten Erl zur Novelle BGBl. I Nr. 1/1999, RV 1520 BlgNR XX. GP – davon auszugehen, dass als Begleitmaterialien im Sinne dieser Bestimmung jene Produkte anzusehen sind, die speziell dazu bestimmt sind, die volle und interaktive Nutzung der betreffenden Programme zu ermöglichen.

Der Voraussetzung der Eignung zur „vollen und interaktiven Nutzung der betreffenden Programme“ wird nach Auffassung des BKS „nur dann Rechnung getragen, wenn sich die Inhalte jeweils konkret auf eine bestimmte Sendung beziehen, indem Sendungsinhalte vorangekündigt bzw. zum ‚Nachlesen‘ angeboten und sendungsbegleitende oder -ergänzende Informationen geboten werden. Diesem Merkmal ist insbesondere deswegen erhöhte Aufmerksamkeit zu schenken, da nur aufgrund des direkten Bezugs zu einzelnen Sendungen die Privilegierung eines Druckwerks gegenüber anderen hinsichtlich der Nicht-Einrechnung in die Werbezeit sachlich begründet werden kann. Zu betonen ist andererseits, dass [...] aufgrund des Erfordernisses der „direkten Ableitung“ von eigenen Programmen und Sendungen dem Begriff des Begleitmaterials in § 13 Abs. 5 ORF-G [nunmehr: § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G; Anm.] ein engeres Verständnis (nämlich die eben erörterte Voraussetzung eines konkreten Bezugs) zugrunde zu legen ist, als den in § 9 Abs. 6 Z 1 ORF-G [nunmehr: § 8a Abs. 6 Z 1] genannten periodischen Druckwerken, wenn sie (im Umkehrschluss) ‚überwiegend der Information über Programm und Sendehalte dienen‘ und damit zulässigerweise vom ORF oder seinen Tochtergesellschaften herausgegeben werden dürfen.“ (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005; Hervorhebung hinzugefügt).

Diesen Anforderungen wird die ORF-Nachlese Edition Winterzeit in keiner Weise gerecht:

Wie die im Sachverhalt unter 2.1.C.2. eingefügte Tabelle zeigt, ist keineswegs bei allen Inhalten des Druckwerks überhaupt ein „Sendehinweis“ angegeben (und folglich auch kein Sendungsbezug erkennbar). Nach Auffassung der KommAustria mag dies zwar bei den Werbeeinschaltungen nicht zu fordern sein und lassen sich allenfalls auch Cover (Nr. 1), Editorial/Impressum (Nr. 3) und (Zwischen-)Inhaltsverzeichnis(se) (Nr. 4, 5, 12 und 32) im Zweifel und unpräjudiziell aus der Betrachtung ausblenden. Tatsächlich fehlt aber auch bei den redaktionellen Artikeln Nr. 15 („Frohsinn an kalten Tagen“), Nr. 16 („Urlaubsglück im Schnee“), Nr. 18 („Einfach nur gemütlich“), Nr. 20 („Wintertage erlebnisreich gestalten“) und Nr. 47 („Adventmärkte“) jegliche Angabe eines Sendungsbezugs und ist ein solcher, etwa in Form von Vorankündigungen oder „Nachlesen“ einzelner Sendungsinhalte, auch im Text der jeweiligen Beiträge in keiner Weise vorhanden.

Soweit der Beschuldigte behauptet, dass etwa bei den Artikeln Nr. 15 („Frohsinn an kalten Tagen“) und Nr. 16 („Urlaubsglück im Schnee“) ein „Sendehinweis“ vorliege, da sich der beim Artikel Nr. 14 („Wunderbare Winterwelt“) gesetzte „Sendehinweis“ auf alle drei Artikel beziehe, ist auf die obenstehende Beweiswürdigung hinzuweisen, wonach diese Sichtweise schon aufgrund der Layoutierung bzw. Gliederung der Artikel als jeweils in sich geschlossene Einheiten nicht geteilt werden kann. Nach der im angefochtenen Bescheid zitierten BKS-Rechtsprechung (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) ist bei den Inhalten eines Begleitmaterials jeweils eine konkrete Bezugnahme auf eine bestimmte Sendung erforderlich. Diese fehlt aber bei den Artikeln Nr. 15 und 16, da diese weder inhaltlich, noch in Form eines „Sendehinweises“ auf die behauptetermaßen begleitete Sendung „Harrys liebste Hütt'n, 22.01.2012, ORF 2“ Bezug nehmen. Für den durchschnittlichen Leser des Artikels ist daher in keiner Weise erkennbar, dass sich – wie der Beschuldigte behauptet – der bei Artikel Nr. 14 gesetzte Sendehinweis auch auf die beiden nachfolgenden Artikel beziehen soll. Dass die „Aufteilung“ der Sendung auf drei Artikel „zum besseren Verständnis“ erfolgt sei, entbindet jedenfalls nicht von der Vorgabe eines für den Zuseher nachvollziehbaren Sendungsbezugs. Dies umso mehr, als bei einer knapp drei Jahre zurückliegenden Sendung auch in keiner Weise angenommen werden kann, dass der durchschnittliche Zuseher eine Erinnerung hinsichtlich des konkreten Inhaltes abrufen könnte, die ihm eine die Artikel Nr. 14 bis 16 übergreifend verbindende Assoziation (vorliegend wohl „Salzkammergut“) ermöglichen würde.

Selbiges gilt für Artikel Nr. 20 („Wintertage erlebnisreich gestalten“ bzw. „Sprudelnde

Lebensenergie“), auf die sich behauptetermaßen auch der bei Artikel Nr. 19 gesetzte Sendehinweis beziehen soll, der selbst wiederum dem Artikel Nr. 18 („*Einfach nur gemütlich*“) zuzuordnen sei. Auch hier ist der vom Beschuldigten behauptete Zusammenhang aus der Layoutierung bzw. der Gliederung für den Leser in keiner Weise erkennbar und für ihn auch aus dem Inhalt der einzelnen Artikel mangels Bezugnahme nicht ersichtlich, dass sich alle genannten Inhalte von der Sendung „Steiermark heute“ vom 13.03.2014 ableiten sollen.

Es kann weiters keine rechtserhebliche Rolle spielen, ob die unter Nr. 47 aufgelisteten Adventmärkte „*laufend sowohl in den ORF Radios als auch im TV regional redaktionell eingebunden und auf den jeweiligen Homepages des ORF Landesstudios angekündigt*“ werden, da dem Leser nicht einmal diese Information gegeben wird. Ob „die Ankündigung jedes Hinweises platzaufwendiger als das tatsächliche Datum und der Ort des Marktes“ sind, kann dahingestellt bleiben, da den aus den gesetzlichen Anforderungen abzuleitenden Vorgaben nach der BKS-Rechtsprechung ein derartiges Kalkül fremd ist.

Ferner ist darauf hinzuweisen, dass das Bundesverwaltungsgericht jüngst die Rechtsauffassung vertreten hat, dass es unerlässlich sei, im Rahmen des Hinweises auf Begleitmaterialien einen Bezug zur Sendung seines Programms, von welchem die beworbenen Begleitmaterialien abgeleitet sind, herzustellen. „*Ohne irgendeine Form der Bezugnahme auf die dem Begleitmaterial zugrunde liegende Sendung kann der potentielle Käufer des Begleitmaterials nämlich gar keine Information darüber erlangen, dass ihm durch den Kauf ‚die volle oder interaktive Nutzung‘ einer Sendung ermöglicht wird bzw. dass es sich bei dem erworbenen Produkt überhaupt um ein Begleitmaterial zu einer Sendung des ORF handelt. Die [...] erforderliche spezielle Bestimmung eines Produktes, ‚den Zuschauern die volle oder interaktive Nutzung der betreffenden Programme zu ermöglichen‘, muss insofern in einer für den Zuschauer erkennbaren Weise im Hinweis auf das Produkt in Erscheinung treten, um dieses als Begleitmaterial einstufen zu können.*“ (BVwG 16.02.2016, W194 201673 1/13E).

Nach Auffassung der KommAustria handelt es sich bei der vom Bundesverwaltungsgericht aufgestellten Anforderung um eines von zwei kumulativ anzuwendenden Kriterien. Im vorliegenden Fall eines Druckwerks, das (behauptetermaßen) eine Vielzahl von Sendungen begleitet, ist dem Beschuldigten zuzugestehen, dass eine Anforderung dahingehend, alle (behauptetermaßen) begleiteten Sendungen anzuführen, wohl überschießend wäre; jedenfalls zu fordern ist aber zumindest eine allgemeine Bezugnahme dergestalt, dass der Zuhörer unmissverständlich (etwa in Form von Beispielen) auf den Umstand hingewiesen wird, dass hier bestimmte Sendungen durch das Druckwerk „begleitet“ werden sollen.

Dies allein kann nach Auffassung der KommAustria aber nicht vom zweiten, vordringlich zu behandelnden und kumulativ zur Anwendung kommenden Kriterium entbinden, dass – wie auch der BKS in seiner bisherigen Rechtsprechung hervorgehoben hat (vgl. BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) – das Druckwerk selbst auch tatsächlich direkt von Sendungen abgeleitet sein muss und dieser Begleitungs-, Vertiefungs- und Ergänzungscharakter auch im Rahmen der konkreten Inhalte des Druckwerks deutlich gegenüber dem Leser zum Ausdruck gebracht werden muss. Gerade bei „Sammelmaterialien“ wie der ORF-Nachlese liefe ein Verzicht auf dieses Kriterium darauf hinaus, dass unabhängig vom tatsächlichen Inhalt die bloße (im Werbespot enthaltene) Behauptung einer „Sendungsbegleitung“ im Rahmen des Druckwerks für dessen Qualifikation (und Privilegierung) als „Begleitmaterial“ ausreichen würde, selbst wenn diese tatsächlich nicht stattfindet. Dies widerspräche aber auch der in § 8a Abs. 6 Z 1 ORF-G aufgestellten Anforderung, wonach die vom ORF herausgegebenen Produkte im Bereich der Druckwerke (und damit auch der Begleitmaterialien wie der ORF-Nachlese) „überwiegend der Information über Programme und Sendeinhalte dienen“ müssen, womit ebenfalls ein ausschließlich inhaltliches Kriterium durch das Druckwerk selbst, und zwar völlig unabhängig von dessen Bewerbung, erfüllt sein muss.

Soweit der Beschuldigte auf die Natur der ORF-Nachlese Edition als eine „auf ein Thema bezogene Zusammenfassung“ verweist, und daraus ableiten will, dass daher etwa Bezüge zu Flächensendungen im Hörfunk genügen, ein Hinweis auf die genaue Uhrzeit der Ausstrahlung von einzelnen themenbezogenen Beiträgen hingegen nicht erforderlich sei, so verkennt er nach

Ansicht der KommAustria das Wesen der Begleitmaterialien: Der durchschnittliche Zuseher soll ausweislich der Gesetzesmaterialien durch die Inanspruchnahme eines Begleitmaterials zu einer vollen und interaktiven Nutzung der Programme befähigt werden (Erl zur RV 1520 BlgNR XX. GP). Der BKS hat daraus völlig zutreffend abgeleitet, dass diese Eignung nur dann erfüllt sein kann, wenn dem Zuseher bzw. Zuhörer im Rahmen des Begleitmaterials auch offengelegt wird, auf welche konkrete Sendung sich die gelieferten Informationen beziehen sollen, also welche Vertiefung/Ergänzung/Unterstützung der Sendehalte er gerade erfährt bzw. in Bezug auf welche Sendung er gerade zur „vollen Nutzung“ in die Lage versetzt wird (nochmals BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005). Die lapidare Angabe „Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“ in einem nicht näher definierten Zeitraum als Sendehinweis zu den Artikeln Nr. 11, 31 und 45 (jeweils mit dem Titel „Brauchtum etc.“) wird daher nach Ansicht der KommAustria den Anforderungen an eine entsprechend konkrete Bezugnahme auf eine Sendung, die dem Zuhörer schlussendlich erst die „volle und interaktive Nutzung der Programme“ ermöglicht, nicht einmal im Entferntesten gerecht.

Nichts anderes kann für die Angaben „Radio Wien, ab 6.1.2016“ bei Artikel Nr. 6 („Wintersport in der Großstadt“), „Mein Adventradio, 21.12.2015, Radio OÖ“ bei Artikel Nr. 13 („Beim Christkind zu Hause“), „Radio Kärnten, 3.-9.2., ganztägig“ bei Artikel Nr. 22 („Urlaubsregion Murtal“) sowie „Aktuelle Berichterstattung in Radio Kärnten“ bei Artikel Nr. 25 („Fröhliches Warten aufs Christkind“) gelten: Mag hier zwar zumindest das Hörfunkprogramm angegeben sein, so fehlt dennoch eine konkrete Angabe einer Sendung, einer Sendezeit bzw. auch in den maßgeblichen redaktionellen Artikeln jegliche Bezugnahme im Sinne einer Vorankündigung einzelner Sendungsinhalte oder eine inhaltliche Auseinandersetzung in der Form, dass erkennbar wäre, welche sendungsbegleitenden oder ergänzenden Informationen hier gerade angeboten werden. Es kann insoweit dahingestellt bleiben, dass es die KommAustria für wenig wahrscheinlich erachtet, dass sich das Hörfunkprogramm Radio Kärnten zwischen 03. und 09.02. *ganztägig* der in der Steiermark gelegenen Urlaubsregion Murtal widmen wird.

Tatsächlich ist die Argumentation des Beschuldigten schon in sich unschlüssig: Auf Seite 10 oben der zum Vorbringen im vorliegenden Verwaltungsstrafverfahren erhobenen Beschwerde wird „in erster Linie“ darauf hingewiesen, dass ein expliziter Sendehinweis im Begleitmaterial nicht gefordert sei, entscheidend sei „die konkrete Bezugnahme auf Programme oder Sendungen des ORF“ [Hervorhebung hinzugefügt]. Selbst wenn man dieser Argumentation nähertreten wollte, bleibt festzuhalten, dass keiner der Artikel der ORF-Nachlese Edition Winterzeit (abgesehen von den „Sendehinweisen“) eine solche konkrete Bezugnahme beinhaltet (vgl. die – unbestritten gebliebenen – Sachverhaltsfeststellungen auf S. 15, erster Absatz, des angefochtenen Bescheides vom 04.02.2016, KOA 1.850/16-005).

Die weitere Argumentation des Beschuldigten, dass es sich bei den „Sendehinweisen“ lediglich um eine „Serviceleistung“ handle, läuft demgegenüber darauf hinaus, dass jeder lose Zusammenhang bzw. jede beliebige/denk mögliche, durch einen Artikel in einem Druckwerk bewirkte Unterstützung des Zusehers beim Verständnis von Sendungen ausreichen würde, um eine Einordnung eines ebensolchen Produktes als Begleitmaterial zu rechtfertigen. Diese Sichtweise lässt sich mit der gesetzlichen Definition in § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G, wonach Begleitmaterialien direkt von Sendungen abgeleitet sein müssen, nicht in Einklang bringen. Tatsächlich wäre unter Zugrundelegung der Argumentation des Beschuldigten auch die Herausgabe und Bewerbung eines Lexikons, eines Atlas oder eines Fremdwörterbuchs unter dem Tatbestand des Begleitmaterials privilegiert, da auch diese dem Zuseher ein besseres Verständnis der etwa in den ORF-Nachrichtensendungen und -magazinen dargestellten Fakten und Zusammenhänge ermöglichen würde. Eine derart weitgehende Sichtweise ist dem Gesetzgeber in keiner Weise zu unterstellen.

Im Hinblick auf den Großteil jener „Sendehinweise“, bei denen zumindest eine Sendung konkret angegeben ist, wird dem Erfordernis der Sendungsbegleitung durch den jeweiligen Artikel aus nachstehenden Erwägungen im Übrigen nicht Genüge getan:

So liegt der Ausstrahlungszeitpunkt der bei den Artikeln 9, 7, 14, 19, 23, 27, 33, 35, 37, 38, 40, 42 und 44 im Rahmen der „Sendehinweise“ angegebenen Sendungen zwischen 19 Monate

(„Steiermark heute, 13.3.2014, ORF 2“ beim Artikel Nr. 14 „Vielfältig und unterhaltsam“) und 12 Jahre und 8 Monate („Harrys liebste Hütt'n, 6.2.2003, ORF 2“ beim Artikel Nr. 40 „Abenteuer im Schnee“) vor dem Erscheinungsdatum der ORF-Nachlese Edition Winterzeit im Oktober 2015. Nach Auffassung der KommAustria werden die in Frage stehenden Artikel aufgrund dieses großen zeitlichen Abstandes zwischen Ausstrahlungsdatum und Erscheinungsdatum schon dem Wortsinn nach einer „Begleitung von Sendungen“ nicht gerecht. Eine „Begleitung“ setzt nach allgemeinem Sprachgebrauch – neben einem üblicherweise erkennbaren Zusammenhang zwischen Begleitetem und Begleitendem – jedenfalls auch eine gewisse zeitliche Nähe der Begleitung voraus. Es liegt nun zwar in der Natur der Sache, dass – wie vorliegend – bei Druckwerken, die der Vorankündigung oder dem Nachlesen von Sendungsinhalten dienen (vgl. neuerlich BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005), die Anforderungen an den zeitlichen Zusammenhang weniger eng zu ziehen sein werden, als dies etwa bei den im ORF-G an anderer Stelle, nämlich dem § 4e Abs. 3 ORF-G, geregelten sendungsbegleitenden Inhalten im Online-Angebot der Fall ist. Gerade diese Bestimmung lässt aber erkennen, dass der Gesetzgeber das Erfordernis einer zeitlichen Nahebeziehung bei der Sendungsbegleitung jedenfalls voraussetzt (§ 4e Abs. 3 ORF-G spricht von einem „dem jeweiligen Sendungsformat angemessenen Zeitraum“).

Dies ist schon deswegen auch im Bereich der Herausgabe von Druckwerken einzufordern, als die Zielrichtung der gesetzlichen Beschränkungen – wenn auch entgegen der vom Beschuldigten vertretenen Auffassung – dieselbe ist: Nach den Erl zur RV 611 BlgNR 24. GP, mit der § 4e ORF-G eingeführt wurde, sollen nur bestimmte Online-Angebote als sendungsbegleitende Inhalte zulässig sein, um „den Wettbewerb nicht ungebührlich zu verzerren“. Wie der BKS im bereits mehrfach zitierten Bescheid ausgesprochen hat, ist auch bei den gedruckten Begleitmaterialien „nur aufgrund des direkten Bezugs zu einzelnen Sendungen die Privilegierung eines Druckwerks gegenüber anderen hinsichtlich der Nicht-Einrechnung in die Werbezeit sachlich begründbar“ und damit auch aus wettbewerblicher Sicht rechtfertigbar. Ohne dem Erfordernis eines gewissen zeitlichen Zusammenhang zwischen Sendung und Begleitmaterial wären dem ORF de facto keinerlei Grenzen auferlegt, da aufgrund des umfassenden Programmauftrags in § 4 Abs.1 ORF-G wohl zu jedem x-beliebigen Themenkomplex in den vergangenen 50 Fernseh- oder 91 Hörfunkjahren eine Rundfunksendung als „Aufhänger“ gefunden werden könnte, die im Rahmen eines Druckwerks Jahrzehnte später „begleitet“ werden könnte.

Dem Ziel jedes Begleitmaterials, den Hörer oder Seher zur „vollen und interaktiven Nutzung der betreffenden Programme“ in die Lage zu versetzen, kann daher nur dann entsprochen werden, wenn die – wie vorliegend – „Nachlese“ in Form von Artikeln in einem solchen Zeitabstand zur Ausstrahlung der begleiteten Sendung bereitgestellt wird, der auch der Erwartungshaltung des an derartigen ergänzenden oder vertiefenden Informationen interessierten durchschnittlichen Hörers oder Sehers entspricht. Anders ausgedrückt ist nach der Rechtsprechung des BKS zu fordern, dass wenn eine Sendung „nachgelesen“ werden können soll, der Zuseher oder Zuhörer diese Sendung kennen, erlebt haben oder sich zumindest ansatzweise erinnern können muss. Dass dies 19 Monate nach der Ausstrahlung einer tagesaktuellen Nachrichtensendung oder knapp 13 Jahre nach Ausstrahlung einer Unterhaltungssendung (siehe die obigen Beispiele der Artikel Nr. 14 und Nr. 40) der Fall wäre, kann nicht ernstlich behauptet werden.

Hinzu tritt, dass den genannten Artikeln auch jegliche inhaltliche Bezugnahme auf die behauptetermaßen „begleiteten“ Sendungen fehlt, und insoweit für den Leser bzw. vormaligen Zuseher in keiner Weise erkennbar wird, welche ergänzenden oder vertiefenden Informationen hier überhaupt geboten werden sollen, was nach Auffassung der KommAustria – zumal es sich offenkundig nicht um Sendungstranskripte oder sonst jeden Zweifel hinsichtlich des sendungsbegleitenden Charakters ausschließende Inhalte handelt – ebenfalls einer Eignung zur „vollen und interaktiven Nutzung der betreffenden Programme“ entgegensteht. Nur am Rande erwähnt sei, dass dies insoweit zu einigermaßen eigenwilligen und aufklärungsbedürftigen Bezügen führt, als beispielsweise die zum Artikel Nr. 37 mit dem Titel „Zauberhaftes Schneevergnügen“ angegebene Sendung „Harrys liebste Hütt'n, 1.7.2012, ORF 2“ (ausweislich der Informationen auf der Website <http://service.orf.at/programm/fernsehen/orf2/harry/120701.html>) eine Sommerwanderung in der

Region Mittersill zum Inhalt hat. Ebenso verhält es sich mit der bei Artikel Nr. 7 („Winterspaß vor der Tür“) angegebenen Sendung „Harrys liebste Hütt'n, 29.8.2004, ORF 2“, die ebenfalls eine Sommerwanderung im Mostviertel zum Inhalt hat (vgl. <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/harry/40829.html>), sowie bei Artikel Nr. 13 („Energie tanken im Naturparadies“ mit Darstellung der Eiswanderns am Neusiedlersee, des Winterwanderns, der Möglichkeit zum Besuch von Adventmärkten sowie der St. Martins Tagetherme), deren behauptetermaßen begleitete Sendung „Harrys liebste Hütt'n, 5.9.2004, ORF 2“ sich „Radtouren durch das ebene Land, Wanderungen in den Nationalpark, bei denen seltene Vogelarten beobachtet werden können, Segeln, Surfen oder Schwimmen im flachen, warmen Wasser des Steppensees“ (vgl. <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/harry/40905.html>) widmet und zu einem Zeitpunkt ausgestrahlt wurde, als die St. Martins Therme noch nicht einmal gebaut war.

Soweit sich der Beschuldigte gegen den auch im Feststellungsbescheid geforderten, zumindest ansatzweise vorhandenen zeitlichen Zusammenhang zwischen Begleitmaterial und begleiteter Sendung wendet, überzeugt seine Argumentation weiterhin nicht:

Nach Auffassung der KommAustria schließt nämlich bereits das in § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G enthaltene Erfordernis der direkten Ableitung aus Sendungen aus, Jahre oder Jahrzehnte später Begleitmaterialien zu Sendungen zu generieren, da davon auszugehen ist, dass mit fortschreitendem Zeitablauf ein „Verblässen“ in Richtung einer bloß indirekten Ableitung eintritt, oder – um in der Diktion des BKS zu bleiben – „ein Zusammenhang mit Sendungen nur mehr bestenfalls indirekt feststellbar ist“. Wie bereits dargelegt, soll nämlich nach den Vorstellungen des Gesetzgebers der Nutzer durch ein Begleitmaterial in die Lage versetzt werden, Programme und Sendungen „voll“ iSv „umfassender“ und damit auch „besser“ nutzen zu können, als bei bloßer Konsumation der begleiteten Sendung allein, sei es durch „Vorbereitung“ des Zusehers im Rahmen der vor einer Sendung gegebenen Informationen einschließlich Sendungsankündigung, sei es durch eine „Nachbereitung“ in Form einer Vertiefung, Ergänzung oder „Nachlese“.

Diesen Zwecken kann nach Auffassung der KommAustria nur dann entsprochen werden, wenn das Begleitmaterial in einem gewissen zeitlichen Nahebezug zur begleiteten Sendung angeboten wird, erschöpft sich doch sonst der Mehrwert für den Zuseher/Zuhörer in einem bestenfalls mittelbaren Wissensgewinn, der – die Angabe bzw. das Vorhandensein eines Sendungsbezugs überhaupt vorausgesetzt – nur mehr in einen vagen Zusammenhang zu einer ausgestrahlten Sendung steht, an die sich der durchschnittliche Zuseher auch nicht mehr erinnern kann. Zu den in diesem Zusammenhang von Seiten des Beschuldigten angeführten Beispielen ist Folgendes anzumerken: Ein 2016 herausgegebenes Transkript der im Oktober 1924 ausgestrahlten ersten RAVAG-Hörfunksendungen mag zwar historisch interessant sein, ermöglicht aber mehr als 91 Jahre später keine nachträglich (vom Gesetzgeber geforderte) „volle und interaktive Nutzung“ dieser Programme und Sendungen, und zwar nicht einmal für jenen überschaubaren Personenkreis mittlerweile hochbetagter Personen, die diese Sendungen vielleicht tatsächlich miterlebt haben. Ebenso gilt in umgekehrter Richtung, dass der Erwerb der Übertragungsrechte an den Spielen der Fußball-WM 2018 in Russland bzw. 2022 in Katar durch den ORF im März 2012 und damit einhergehend die erwartbare Ausstrahlung dieser Spiele (vgl. http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120330_OTS0268/orf-sichert-sich-ausstrahlungsrechte-an-fussball-wm-2018-und-2022) nach Auffassung der KommAustria zu diesem Zeitpunkt (also 6 bzw. 10 Jahre vorher) keine Herausgabe eines Russland- oder Katar-Reiseführers als „Begleitmaterial“ zu diesen Sendungen ermöglicht.

Soweit im Rahmen der Rechtfertigung des Beschuldigten auf eine im Zuge des Beschwerdeverfahrens vor dem BVwG gelieferte umfangreiche Aufstellung von Sendungen, die behauptetermaßen durch die Inhalte der ORF-Nachlese Edition Winterzeit begleitet würden, verwiesen wird, ist Folgendes festzuhalten:

Zum einen werden nunmehr auch Sendungsbezüge behauptet, die sich nicht mit den in der ORF-Nachlese Edition Winterzeit angegebenen „Sendehinweisen“ decken bzw. auch sonst in keiner Weise aus dem materiellen Inhalt der Artikel erschließbar sind. Für den durchschnittlichen

Leser der ORF-Nachlese Edition Winterzeit wird damit die Möglichkeit einer „vollen und interaktive Nutzung“ der behauptetermaßen begleiteten Sendungen mehr oder weniger zu einer reinen „Zufallserfahrung“. Nach Auffassung der KommAustria kann jedenfalls nicht ernstlich behauptet werden, dass beim durchschnittlichen Leser ein „Aha Erlebnis“ im Sinne einer durch das Begleitmaterial bewirkten Vertiefung/Ergänzung und damit „vollen“ Nutzung einer Sendung eintritt, wenn beispielsweise rund drei Jahre (!) nach Ausstrahlung des Beitrags „Silvester in Kitzbühel und in der Wiener Innenstadt“ als „Seitenblicke extra“ vom 07.01.2012 ein Leser in der gegenständlichen Zeitschrift über den Artikel Nr. 38 „Zauber der Kitzbüheler Alpen“ stolpert, der sich mit einer Darstellung der Region St. Johann in Tirol/Oberndorf/Kirchdorf und Erpfendorf (Kaiserbachtallope, Langlaufzentrum Koasastadion, Schneewinkel Skigebiet, Kitzbüheler Alpen AllStarCard, Comeback2Ski für Wiedereinsteiger, Winterwanderungen im Kaiserbachtal, Einkehrmöglichkeiten, Schneeschuhwandern auf der Kas-Kreuz-Koasa-Tour, Naturrodelbahnen in Kirchdorf, Bacheralm, Erpfendorf, Oberndorf und St. Johann in Tirol, Pferdekutschenfahrt, Stefani-Pferdeschlittenrennen, Biathloncenter Lärchenhof) sowie diversen Veranstaltungshinweisen in der Winterzeit beschäftigt, und dieser angebliche Sendungsbezug nicht einmal angegeben wird. Mit derselben Logik ließe sich auch behaupten, dass der besagte Artikel Nr. 38 „Zauber der Kitzbüheler Alpen“ direkt von der ORF Übertragung des legendären Hahnenkamm-Rennens 1976 (Sieg Franz Klammers mit 2,06 Sekunden Vorsprung auf den Zweitplatzierten Erik Haaker) abgeleitet sei bzw. diese Sendung 40 Jahre später (vertiefend? ergänzend?) „begleite“.

Die insoweit umfänglich erweiterte Liste der behauptetermaßen durch das Druckwerk begleiteten Sendungen, ist aber auch deswegen bemerkenswert, als sie den Beweis dafür liefert, dass der ORF aufgrund seines Programmauftrags in der Lage wäre, zu jedem x-beliebigen Themenkomplex in den vergangenen 50 Fernseh- oder 91 Hörfunkjahren eine Rundfunksendung als vagen „Aufhänger“ zu finden, die im Rahmen eines Artikels in einem Druckwerk „begleitet“ werden könnte.

Problematisch ist vordringlich nicht die Tatsache, dass der ORF potentiell eine große Zahl „echter“ (iSv gesetzeskonformer) Begleitmaterialien herausgeben könnte, sondern der Umstand, dass er es offenbar für ausreichend erachtet, wenn irgendwo in seinen Programmen, und zwar auch Jahre und Jahrzehnte vor Herausgabe des Druckwerks, eine Sendung zumindest einen oberflächlichen thematischen Bezug zum Inhalt des späteren Artikels aufweist bzw. dasselbe Thema zum Inhalt hat, ohne dass jedoch gegenüber dem Leser bzw. Zuseher/Zuhörer irgendein entsprechender Querbezug im Sinne der „direkten Ableitung“ hergestellt wird, der aber wiederum wesensnotwendige Voraussetzung für die Möglichkeit zur „vollen und interaktiven Nutzung“ der Programme bzw. Sendungen ist. Damit bestätigt sich das bereits oben gebrachte Beispiel, dass auch die Herausgabe eines Lexikons, ja sogar eines wöchentlichen Nachrichtenmagazins unter Hinweis auf eine Vertiefung der Inhalte der „Zeit im Bild“ bzw. der ORF-Nachrichtenmagazine gerechtfertigt werden könnte, ohne dass es der Angabe der konkret begleiteten Sendung oder einer inhaltlichen Bezugnahme auf dieselbe innerhalb des Begleitmaterials bedürfte.

Nichts zu gewinnen ist für den Beschuldigten aus dem Verweis auf die Entscheidung der KommAustria vom 28.01.2011, KOA 1.850/11-002, wonach die Behörde bei der „ORF-Nachlese Edition Konkret“ vom 16.10.2010 den Sendungsbezug selbst ohne explizite Sendungshinweise als gegeben erachtet und dieses Servicemagazin zweifelsfrei als Begleitmaterial qualifiziert habe. Einerseits hatte das Verfahren ausschließlich die Frage der Trennung des Werbespots vom Programm, nicht aber die Frage der Einrechnung in die Werbezeit zum Inhalt, womit auch keine rechtliche Relevanz der Einordnung des Druckwerks vorlag; zum anderen ergibt sich aus dem Verfahrensakt, dass eine Qualifikation als Begleitmaterial deswegen vorgenommen wurde, weil *„die Beschreibung des Magazins auf der ORF-Website [...] die Annahme nahe[legt], dass es sich bei dem Servicemagazin in der Nachlese Edition um Begleitmaterial handelt“* und diese Annahme vom ORF in seiner Stellungnahme vom 29.11.2010 bestätigt wurde, womit sich – so das in Frage stehende Druckwerk tatsächlich keinen Sendungsbezug aufgewiesen haben sollte – eher Fragen des § 69 Abs. 1 Z 1 AVG denn eines allfälligen „Präjudizes“ für den vorliegenden Fall stellen.

Das Ergebnis der eben vorgenommenen rechtlichen Einschätzung durch die KommAustria lässt sich in Form einer Ergänzung der oben im Sachverhalt unter 2.1.C.2 abgedruckten Tabelle wie folgt darstellen:

Lfd. Nr.	Seite(n)	Inhalt	Angegebener „Sendehinweis“	Ausmaß relevanter redaktioneller Inhalt (Seiten)	Ausmaß relevanter redaktioneller Inhalt mit tatsächlichem Sendungsbezug (Seiten)
1	1	Cover mit Hinweisen „Österreichs traumhafteste Regionen“, „Die schönsten Adventmärkte“, „Aktiv im Schnee (Rodelspaß, Langlaufen, Winterwandern u.v.m.)“ sowie „Entspannung pur (Die besten Thermen, die schönsten Spas“		0	0
2	2	Werbung		0	0
3	3	Editorial (allgemeine Bezugnahme auf die Inhalte der Ausgabe sowie Weihnachtswünsche der Redaktionsleiterin); Impressum		0	0
4	4-5	Inhaltsverzeichnis		0	0
5	6	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 7 bis 14		0	0
6	7	Artikel „Wintersport in der Großstadt“; Darstellung von drei Eislaufplätzen sowie von zwei Skipisten in Wien	„Radio Wien, ab 6.1.2016“	1	0
7	8-11	Artikel „Winterspaß vor der Tür“; Darstellung mehrerer Skigebiete im Mostviertel, einschließlich Einkehrmöglichkeiten	„Harrys liebste Hütt'n, 29.8.2004, ORF 2“	4	0
8	12	Werbung		0	0
9	13	Artikel „Energie tanken im Naturparadies“; Darstellung des Eiswanderns am Neusiedlersee, des Winterwanderns, der Möglichkeit zum Besuch von Adventmärkten sowie der St. Martins Tagestherme (ca. 88 % der Seite)	„Harrys liebste Hütt'n, 5.9.2004, ORF 2“	0,88	0
10	13	Werbung (ca. 12 % der Seite)		0	0
11	14	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; drei kurze Artikel (Weihnachtsmarkt am Spittelberg, Traismauer Krippenspiel, Luzziengang der burgenländischen Ungarn)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“	1	0
12	15	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 16 bis 44		0	0
13	16-19	Artikel „Beim Christkind zu Hause“; Darstellung von jahreszeitbezogenen Angeboten in der Region Steyr (Wallfahrtsort Christkindl, Weihnachtsmuseum, diverse Krippen(-ausstellungen), diverse Adventmärkte, Steyrer Schmiedeweihnacht, Steyrtal Museumsbahn, Adventkalenderdorf Steinbach)	„Mein Adventradio, 21.12.2015, Radio OÖ“	4	0
14	20-21	Artikel „Wunderbare Winterwelt“; Darstellung der Region Dachstein-Salzkammergut, insbesondere des Skigebiets Dachstein West samt Einkehrmöglichkeiten und Pferdeschlittenfahrten, Schneewanderungen, der Gosauer Bergweihnacht, des Krampuslaufs in Bad Goisern sowie des „Meisteradvents“ in Schloss Neuwildenstein	„Harrys liebste Hütt'n, 22.1.2012, ORF 2“	2	0
15	22-23	Artikel „Frohsinn an kalten Tagen“; Darstellung der Region Ausseerland - Salzkammergut (Skigebiete Loser und Tauplitz, Loipen in Bad Mitterndorf, Grimmingtherme, Narzissen Bad Aussee, drei Rodelbahnen)		2	0

16	24	Artikel „Urlaubsglück im Schnee“; Darstellung der Region Fuschlsee mit Hinweisen auf das Langlaufdorf Faistenau, das Skigebiet Gaissau-Hintersee einschließlich Veranstaltungshinweisen, sowie die Adventmärkte im Rahmen des „Advents der Dörfer“		1	0
17	25	Werbung		0	0
18	26	Artikel „Einfach nur gemütlich“; Zusammenfassung der auf den nachfolgenden beiden Seiten präsentierten Angebote (Naturpark Almenland; Joglland-Waldheimat, Bad Waltersdorf)		1	0
19	27	Artikel „Vielfältig und unterhaltsam“; Darstellung des Naturparks Almenland (Loipenangebot, Gratis-Skifahren in Fladnitz, Wandermöglichkeiten und Tipps für Hütten zum Einkehren, Heublumenbad)	„Steiermark heute, 13.3.2014, ORF 2“	1	0
20	28	Artikel „Wintertage erlebnisreich gestalten“ mit Informationen zur Region Joglland-Waldheimat (Skifahrermöglichkeiten, Joglland-Loipe, Schneeschuh-Wanderungen) sowie Artikel „Sprudelnde Lebensenergie“ mit einer Vorstellung der Angebote der Therme Bad Waltersdorf		1	0
21	29	Werbung		0	0
22	30-31	Artikel „Urlaubsregion Murtal“; Darstellung der Skigebiete Hohentauern (Langlaufzentrum, Rodeltaxi, Wander- und Einkehrmöglichkeiten sowie Möglichkeiten zum Tourengehen) und Pölstal (Skiabfahrten, Skitouren und Langlaufen, Eisstockschießen und Kulinarik); weiters Hinweis auf das „Faschingsrennen“ am 08.02.2016	„Radio Kärnten, 3.-9.2., ganztägig“	2	0
23	32-35	Artikel „Jede Menge Winterfreude“; Darstellung der Wintersport- und Freizeit-sowie Einkehrmöglichkeiten in den Regionen Naturpark Zirbitzkogel-Grebenzen, Steirische Krakau und Oberwölz-Lachtal; Hinweis auf Winterwanderwege im Gebiet Murau-Kreischberg	„Harrys liebste Hütt'n, 9.1.2011, ORF 2“	4	0
24	36-37	Artikel „Wohltuendes im Winter“; Darstellung des Rogner Bad Blumau sowie der Freizeitmöglichkeiten in Bad Blumau (Spaziergänge und Museumsbesuch)	„Radio Steiermark Frühschoppen, 20.12.“	2	2
25	38-40	Artikel „Fröhliches Warten aufs Christkind“; Allgemeine Darstellung der Stadt Klagenfurt und Umgebung (Altstadt, Wappensaal, Architektur, Wallfahrtskirche Maria Saal, Gurk-Kraftwerk) sowie einzelner Angebote in der Winterzeit (Ausstellung im Museum moderner Kunst, Christkindlmarkt, Eislaufplatz am Neuen Platz, Adventzauber am Schiff)	„Aktuelle Berichterstattung in Radio Kärnten“	3	0
26	41	Werbung		0	0
27	42-44	Artikel „Wintervergnügen ohne Grenzen“; Darstellung der Region Villach (Skigebiete Gerlitzen und Dreiländereck, Adventmarkt mit Krampuslauf, Schneeschuhwandern im Dreiländereck, auf der Gerlitzen Alpe und im Naturpark Dobratsch, Therme Warmbad Villach, Adventmarkt in der Altstadt, Ankunft des Christkinds am 20.12.)	„Adventzeit, 27.11.2011, ORF 2“	3	0
28	45	Werbung		0	0

29	46-47	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; zwei kurze Artikel (Kirchleintragen in Bad Eisenkappel, Christbaumtauchen in Gmunden); ca. 50 % der Seite 47	Auflistung „ORF Sendungen zum Thema“: 1. Radio Oberösterreich, Mein Adventradio mit Hinweisen auf Sendungen von Adventmärkten an den vier Adventsontagen von 14:00 bis 17:00 Uhr; 2. Beschreibung der „Ö3 Pistenbully Tour“ samt Datumsangabe, wo die Ö3-DJs auf den Pisten präsent sein werden; 3. TV: Angabe von 3 Sendungen: „Advent in Vorarlberg, So., 20.12., 17.05 Uhr, ORF 2“; Magische Weihnachten, 13.12., 16.00 Uhr, ORF 2; Bergweihnacht mit Zabine Kapfinger, Do., 24.12., 20.15 Uhr, ORF 2	1,5	0,5
30	47	Werbung (ca. 50 % der Seite)		0	0
31	48	Fortsetzung „Brauchtum etc.“ mit drei kurzen Artikeln (Glöcklerlauf in Ebensee; Lichtstafette aus Bethlehem; Edelschrotter Lichtmessgeiger)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“		0
32	49	Zwischeninhaltsverzeichnis zu den Seiten 50 bis 77		0	0
33	50-52	Artikel „Wintermärchen pur“; Darstellung der Region Radstadt und Umgebung (Skischaukel Radstadt-Altenmarkt, Loipenangebote, Rodelbahn Königslehen, Krippenpfad, Eisstockschießen, Therme Amadé, Radstädter Weihnachtswanderungen, Adventgarten)	„Adventzeit, 15.3.2013, ORF 2“	3	0
34	53	Werbung		0	0
35	54-56	Artikel „Skispaß und Naturgenuss“; Darstellung der Region Großarlal (Skischaukel Großarlal-Dorf, amadé, Einkehrmöglichkeiten, Skitourengängen, Schneeschuhwandern über Verein Berg-Gesund, Rodelbahn beim Hotel Lammwirt, Adventmarkt mit Krippenweg und Kinderangeboten)	„Harrys liebste Hütt'n, 15.1.2006, ORF 2“	3	0
36	57	Werbung		0	0
37	58-59	Artikel „Zauberhaftes Schneevergnügen“; Darstellung der Region Mittersill-Hollersbach-Stuhlfelden (Skigebiet Kitzbüheler Alpen, Pinzga-Loipe, Blizzard-Loipe, Hochmoor-Loipe, Angebot der Nationalpark-Ranger, Mittersiller Nationalpark Adventmarkt mit Kinderprogramm)	„Harrys liebste Hütt'n, 1.7.2012, ORF 2“	2	0
38	60-65	Artikel „Zauber der Kitzbüheler Alpen“; Darstellung der Region St. Johann in Tirol/Oberndorf/Kirchdorf und Erpfendorf (Kaiserbachtalloipe, Langlaufzentrum Koasastadion, Schneewinkel Skigebiet, Kitzbüheler Alpen AllStarCard, Comeback2Ski für Wiedereinsteiger, Winterwanderungen im Kaiserbachtal, Einkehrmöglichkeiten, Schneeschuhwandern auf der Kas-Kreuz-Koasa-Tour, Naturrodelbahnen in Kirchdorf, Bacheralm, Erpfendorf, Oberndorf und St. Johann in Tirol, Pferdekutschenfahrt, Stefani-Pferdeschlittenrennen, Biathloncenter Lärchenhof) sowie diverse Veranstaltungshinweise in der Winterzeit	„Harrys liebste Hütt'n, 10.2.2006, ORF 2“	6	0
39	66-67	Werbung		0	0

40	68-71	Artikel „Abenteuer im Schnee“; Darstellung der Region Achensee (Schneeschuhwanderung am Achensee, Loipenangebot, Weihnachtsmarkt „Achensee Weihnacht“, Sennhütte Falzthurn, Alpengasthof Falzthurn, Gasthof St. Hubertus, Museumsweihnacht in Maurach); ca. 50 % der Seiten 69-71	„Harrys liebste Hütt'n, 6.2.2003, ORF 2“	2,5	0
41	69-71	Werbung (jeweils ca. 50 % der Seiten)		0	0
42	72-75	Artikel „Im Angesicht der Dreitausender“; Darstellung der Region Osttirol und der Winterangebote (Tourengehen im Villgrattental samt Einkehrmöglichkeiten, geführte Schneeschuhwanderungen mit den Rangern des Nationalparks Hohe Tauern, Langlaufen ohne Gepäck im Rahmen von „Transdolomiti“, Skifahren im Defereggental); Buchtipp Skitourenführer Villgrattental	„Adventzeit, 4.12.2011, ORF 2“	4	0
43	76	Werbung		0	0
44	77	Artikel „Wahres Skivergnügen“; Darstellung der Region Montafon und der Wintersportangebote (Abfahrt HochjochTotale, Silvretta Skisafari, Höhenloipen)	„Harrys liebste Hütt'n, 17.2.2006, ORF 2“	1	0
45	78	Übersichtsseite „Brauchtum etc.“; drei kurze Artikel (Tresterer in Zell am See, Jungfrauenkrone/Schäppel der Montafoner Tracht; Sternsingeraktion in Österreich)	„Aktuelle Berichterstattung in den ORF Radios“	1	0
46	79	Werbung		0	0
47	80-82	Übersichtsseite „Adventmärkte“; Auflistung von insgesamt 59 Adventmärkten in allen neun Bundesländern samt Adressen und Öffnungszeiten; ca. 68 % der Seiten 80 und 81		2,36	0
48	80-81	Werbung (ca. 32 % der Seiten)		0	0
49	83-84	Werbung		0	0
			Summe	59,24	2,5
			in Prozent	100,00%	4,22%

Es ist daher festzustellen, dass – selbst bei großzügiger und unpräjudizieller Außerachtlassung der Werbung, des Covers, der Inhaltsübersichten und des Editorials/Impressums – lediglich rund 4 % der in der ORF-Nachlese Edition Winterzeit enthaltenen redaktionellen Artikel den Anforderungen an die Inhalte von Begleitmaterialien iSd § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G genügen. Da somit – wie auch der BKS in der zit. Entscheidung zur „Oster-Nachlese“ dargelegt hat (BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005) – beim überwiegenden Teil der Artikel ein Zusammenhang mit Sendungen nur mehr bestenfalls indirekt feststellbar ist, kommt der verfahrensgegenständlichen ORF-Nachlese Edition Winterzeit die Eigenschaft eines Begleitmaterials iSd § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G nicht zu. Der Spot ist somit in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen.

Ergebnis

Nach § 14 Abs. 4 Satz 5 ORF-G darf Hörfunkwerbung, die in bundeslandweiten Programmen gesendet wird, im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nach § 17 Abs. 5 ORF-G sind auch Sponsorhinweise in diese Werbezeitgrenze einzurechnen. Daraus ergibt sich eine höchstzulässige Dauer der Werbung und Sponsorhinweise pro Tag von 00:06:00.

Da die Dauer der am 01.12.2015 ausgestrahlten Werbung und Sponsorhinweise netto ca. 00:07:14 betrug und die höchstzulässige Werbezeit daher jedenfalls um 00:01:14 überschritten wurde, liegt eine Verletzung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G und somit der objektive Tatbestand einer Verwaltungsübertretung iSd § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G vor (Spruchpunkt D.). Zur Nichtberücksichtigung der Bruttowerte im Rahmen des Verwaltungsstrafverfahrens siehe schon die Überlegungen oben im Rahmen der Vorbemerkungen.

4.3. Zur strafrechtlichen Verantwortlichkeit des Beschuldigten iSd § 9 Abs. 2 VStG

Gemäß § 9 Abs. 1 VStG ist für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften durch juristische Personen, sofern die Verwaltungsvorschriften nicht anderes bestimmen und soweit nicht verantwortliche Beauftragte bestellt sind, strafrechtlich verantwortlich, wer zur Vertretung nach außen berufen ist.

Gemäß § 9 Abs. 2 VStG sind die zur Vertretung nach außen Berufenen berechtigt bzw. auf Verlangen der Behörde verpflichtet, aus ihrem Kreis eine oder mehrere Personen als verantwortliche Beauftragte zu bestellen, denen für das ganze Unternehmen oder für bestimmte räumlich oder sachlich abgegrenzte Bereiche des Unternehmens die Verantwortung für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften obliegt.

Der Österreichische Rundfunk ist als Stiftung öffentlichen Rechts (§ 1 Abs. 1 ORF-G) eine juristische Person. Da mit dem Beschuldigten ein verantwortlicher Beauftragter für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks bestellt wurde, entfällt insoweit die Verantwortlichkeit der zur Vertretung nach außen Berufenen. Der Beschuldigte ist daher im Sinn des § 9 Abs. 2 VStG verwaltungsstrafrechtlich verantwortlicher Beauftragter für den Österreichischen Rundfunk.

4.4. Zum subjektiven Tatbestand – Verschulden des verantwortlichen Beauftragten

Zur Erfüllung der subjektiven Tatseite muss die Verwaltungsübertretung dem Beschuldigten auch vorzuwerfen sein. Hierbei ist zunächst zu prüfen, ob die gegenständlichen Verwaltungsübertretungen gemäß § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G, und § 14 Abs. 1 Satz 2 iVm Abs. 9 ORF-G, sowie § 14 Abs. 1 Satz 2 iVm § 1a Z 8 ORF-G als Erfolgsdelikte oder als Ungehorsamsdelikte zu qualifizieren sind.

Hinsichtlich der Ungehorsamsdelikte besteht das Tatbild in einem bloßen Verhalten ohne Merkmal eines Erfolges. § 5 VStG normiert hierzu:

„(1) Wenn eine Verwaltungsvorschrift über das Verschulden nicht anderes bestimmt, genügt zur Strafbarkeit fahrlässiges Verhalten. Fahrlässigkeit ist bei Zuwiderhandeln gegen ein Verbot oder bei Nichtbefolgung eines Gebotes dann ohne weiteres anzunehmen, wenn zum Tatbestand einer Verwaltungsübertretung der Eintritt eines Schadens oder einer Gefahr nicht gehört und der Täter nicht glaubhaft macht, dass ihn an der Verletzung der Verwaltungsvorschrift kein Verschulden trifft.

(2) Unkenntnis der Verwaltungsvorschrift, der der Täter zuwidergehandelt hat, entschuldigt nur dann, wenn sie erwiesenermaßen unverschuldet ist und der Täter das Unerlaubte seines Verhaltens ohne Kenntnis der Verwaltungsvorschrift nicht einsehen konnte.“

§ 5 Abs. 1 VStG legt somit auch fest, dass für die verwaltungsstrafrechtliche Strafbarkeit – sofern eine Verwaltungsvorschrift über das Verschulden nichts Gegenteiliges anordnet – fahrlässiges Verhalten ausreicht. § 9 VStG fordert von der Verwaltungsbehörde die Prüfung, ob dem im fraglichen Fall strafrechtlich Verantwortlichen eine der in § 5 VStG festgesetzten Schuldformen angelastet werden kann (vgl. BKS 02.06.2010, GZ 611.009/0013-BKS/2010).

Was die innere Tatseite anlangt, ist somit davon auszugehen, dass es sich bei der vorgeworfenen Unterlassung der eindeutigen Trennung werblich gestalteter Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm, der Verletzung des Verbots der Ausstrahlung von Sponsorhinweisen während einer Sendung und der Unterlassung der Kennzeichnung gesponserter Sendungen an ihrem Beginn oder an ihrem Ende, sowie der Überschreitung der höchstzulässigen täglichen Werbedauer im Hörfunkprogramm Radio Tirol jeweils um Ungehorsamsdelikte handelt, weil weder der Eintritt eines Schadens, noch einer Gefahr vorausgesetzt ist und nichts über das Verschulden bestimmt wird. Für die Strafbarkeit genügt folglich fahrlässiges Verhalten.

Bei Ungehorsamsdelikten verlangt die in § 5 Abs. 1 zweiter Satz VStG verankerte, widerlegbare

Schuldvermutung zu Lasten des Täters, dass dieser von sich aus sein mangelndes Verschulden glaubhaft zu machen hat. Das bedeutet aber, dass der Beschuldigte alles initiativ darzulegen hat, was für seine Entlastung spricht. Dazu bedarf es etwa der Darlegung, dass er im Betrieb ein wirksames Kontrollsystem eingerichtet hat, sodass er unter vorhersehbaren Verhältnissen mit gutem Grund die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften erwarten konnte (vgl. VwGH 27.04.2011, 2010/08/0172, m.w.N.). Dabei genügt es nicht, ein derartiges Kontrollsystem abstrakt zu umschreiben. Vielmehr muss ausgeführt werden, wie das Kontrollsystem im Einzelnen funktionieren hätte sollen (VwGH 10.10.2004, 2004/02/0269), wobei es insbesondere nicht ausreicht, Mitarbeitern Belehrungen oder Dienstanweisungen über die einzuhaltenden Rechtsvorschriften zu erteilen, ohne deren tatsächliche Einhaltung auch zu kontrollieren (vgl. VwGH 04.07.2000, 2000/11/0123; 25.02.2010, 2008/09/0224). Abgesehen davon muss dargelegt werden, wieso – trotz Vorliegens eines funktionierenden Kontrollsystems – die Übertretung nicht verhindert werden konnte.

Der Beschuldigte hat im Zuge der Rechtfertigung keinerlei Vorbringen erstattet, dass im Hinblick auf die Einhaltung der eindeutigen Trennung werblich gestalteter Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm, die Einhaltung des Verbots der Ausstrahlung von Sponsorhinweisen während einer Sendung, die gebotene Kennzeichnung gesponserter Sendungen an ihrem Beginn oder an ihrem Ende, sowie die Einhaltung der höchstzulässigen täglichen Werbedauer im Hörfunkprogramm Radio Tirol irgendwelche Kontrollmaßnahmen gesetzt worden wären.

Der Beschuldigte bestreitet jeweils lediglich das Vorliegen des objektiven Tatbestands. Im Lichte dieses Vorbringens, das auf eine andere (unzutreffende) Beurteilung des Sachverhalts durch den Beschuldigten hinausläuft, kann aber auch dahinstehen, inwieweit das Kontrollsystem den Anforderungen der Rechtsprechung genügt, zumal nicht anzunehmen ist, dass eine konkrete Kontrolltätigkeit des Beschuldigten zu einer Verhinderung der Rechtsverletzungen führen hätte können.

Soweit das Vorbringen des Beschuldigten auf die Behauptung eines Rechtsirrtums iSd § 5 Abs. 2 VStG hinauslaufen könnte, wonach eine unverschuldete rechtsirrigte Auslegung der Verwaltungsvorschriften der unverschuldeten Unkenntnis derselben iSd § 5 Abs. 2 VStG gleichgestellt wäre (vgl. u.a. VwSlg. 6636 A/1965 und 7143 A/1967), ist festzuhalten, dass eine solche irrige Gesetzesauslegung iS eines Rechtsirrtums den Beschuldigten dann nicht zu entschuldigen vermag, wenn nach seinem ganzen Verhalten nicht angenommen werden kann, dass die irrige Gesetzesauslegung unverschuldet war und dass er das Unerlaubte seines Verhaltens nicht einsehen konnte. Die bloße Argumentation im Verwaltungsstrafverfahren mit einer – allenfalls sogar plausiblen – Rechtsauffassung allein vermag ein Verschulden am objektiv unterlaufenen Rechtsirrtum nicht auszuschließen (vgl. u.a. VwGH 30.11.1981, 81/17/0126, sowie E 171 zu § 5 VStG bei Walter/Thienel, *Verwaltungsverfahrensgesetze II*², mwN). Nach der Rechtsprechung trifft den Beschuldigten auch eine konkrete Erkundigungspflicht und hat er sich bei widersprüchlichen Rechtsauffassungen mit Gewissenhaftigkeit mit dem Für und Wider eingehend auseinanderzusetzen (VwGH 15.09.1987, 87/04/0026). Der bloße Umstand, dass in einer bestimmten Rechtsfrage Unsicherheit herrscht, berechtigt nicht dazu, sich ohne weitere Nachforschungen für die günstigste Variante zu entscheiden und damit gegebenenfalls ungerechtfertigte Rechtsvorteile in Anspruch zu nehmen (VwGH 15.12.1994, 94/09/0085).

Umgelegt auf den vorliegenden Fall ist nach Auffassung der KommAustria festzuhalten, dass ein allfälliger Rechtsirrtum dem Beschuldigten jedenfalls schuldhaft vorwerfbar ist. An den Beschuldigten ist als Leiter der Rechtsabteilung des ORF und als für den gesamten Bereich des ORF für die Einhaltung der werberechtlichen Vorschriften nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G verantwortlicher Beauftragter ein hoher Sorgfaltsmaßstab anzulegen. Bei der ihm obliegenden pflichtgemäßen und sorgfältigen Befassung mit den einschlägigen Rechtsvorschriften und der einschlägigen Rechtsprechung, an deren Zumutbarkeit ebenso keine Zweifel bestehen kann, hätte er daher zum Ergebnis einer Unvertretbarkeit seiner Rechtsauffassungen kommen müssen: Nach Auffassung der KommAustria ist es offenkundig, dass die Trennung der Sponsorhinweise mitten im Satz und das Sponsoring von bloßen Sendungsteilen (samt der daraus resultierenden Unterlassung der Kennzeichnung der gesamten Sendung) entgegen den

in der (oben umfangreich dargestellten) Rechtsprechung entwickelten Kriterien erfolgte und auch die von ihm vertretene Sichtweise zum Ausmaß der Einrechnung der in Frage stehenden Hinweise vor diesem Hintergrund nicht haltbar ist; offenkundig ist darüber hinaus, dass die ORF-Nachlese Edition Winterzeit nicht den gesetzlichen Anforderungen bzw. den in der Rechtsprechung entwickelten Kriterien an ein Begleitmaterial genügt. Zumindest aber wäre bei einer allenfalls auftretenden Rechtsunsicherheit ein sorgfältiges Abwiegen des Für und Wider, das Einholen weiterer Erkundigungen von Nöten und dem Beschuldigten zumutbar gewesen. Dass derlei geschehen wäre, wurde vom Beschuldigten nicht vorgebracht und es sind auch im Verfahren keinerlei Anhaltspunkte für ein derartiges sorgfaltsgemäßes Verhalten hervorgekommen. Ein entschuldigender Rechtsirrtum iSd § 5 Abs. 2 VStG liegt nicht vor.

Es ist deshalb in allen Fällen von schuldhaftem Verhalten des Beschuldigten mangels sorgfaltsgemäßer Wahrnehmung der geforderten Aufsichts- und Kontrollaufgaben in der Schuldform der Fahrlässigkeit auszugehen. Die gesetzliche Schuldvermutung des § 5 Abs. 1 VStG bleibt demnach aufrecht.

4.5. Zur Strafbemessung

Die Strafbemessung hat sich innerhalb des gesetzlichen Strafrahmens zu bewegen. Dieser reicht gemäß § 38 Abs. 1 ORF-G bis zu einem Betrag von 58.000,- Euro. Grundlage für die Bemessung der Strafe ist gemäß § 19 Abs. 1 VStG die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat. Gemäß § 19 Abs. 2 VStG sind im ordentlichen Verfahren (§§ 40 bis 46 VStG) überdies die nach dem Zweck der Strafdrohung in Betracht kommenden Erschwerungs- und Milderungsgründe, soweit sie nicht schon die Strafdrohung bestimmen, gegeneinander abzuwägen. Auf das Ausmaß des Verschuldens ist besonders Bedacht zu nehmen. Unter Berücksichtigung der Eigenart des Verwaltungsstrafrechtes sind die §§ 32 bis 35 des Strafgesetzbuches sinngemäß anzuwenden. Die Einkommens- und Vermögensverhältnisse und allfällige Sorgepflichten des Beschuldigten sind bei der Bemessung von Geldstrafen zu berücksichtigen.

Gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG hat die Behörde von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens abzusehen und die Einstellung zu verfügen, wenn die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat und das Verschulden des Beschuldigten gering sind. Gemäß § 45 Abs. 1 letzter Satz VStG kann die Behörde im Fall der Z 4, anstatt die Einstellung zu verfügen, dem Beschuldigten unter Hinweis auf die Rechtswidrigkeit seines Verhaltens mit Bescheid eine Ermahnung erteilen, wenn dies geboten erscheint, um ihn von der Begehung strafbarer Handlungen gleicher Art abzuhalten.

Die Bestimmung des § 45 Abs. 1 VStG idF BGBl. I Nr. 33/2013 trat insofern u.a. an die Stelle des § 21 VStG vor der genannten Novellierung. Die Erläuterungen zur Regierungsvorlage (ErlRV 2009 BlgNR 24.GP, S. 19) führen dazu aus: *„Im vorgeschlagenen § 45 Abs. 1 werden die derzeit in § 21 Abs. 1, § 21 Abs. 1a und § 34 VStG enthaltenen Bestimmungen an systematisch richtiger Stelle zusammengeführt. Der vorgeschlagene § 45 Abs. 1 Z 4 und der vorgeschlagene neue Schlusssatz dieses Absatzes entsprechen im Wesentlichen § 21 Abs. 1.“* Es kann also davon ausgegangen werden, dass mit der dargestellten Novellierung keine inhaltliche Änderung der Bestimmungen zum Absehen von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens beabsichtigt war und insofern auf die Judikatur zum bisherigen § 21 Abs. 1 VStG zurückgegriffen werden.

Soweit in § 45 Abs. 1 Z 4 VStG auf die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes Bezug genommen wird, ist dies der Neuformulierung der Bestimmungen über die Strafbemessung (§ 19 VStG) geschuldet (ErlRV 2009 BlgNR 24.GP, S. 18 f). Soweit also nunmehr darauf abgestellt wird, dass „die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung“ gering sein müssen, ersetzt dies das bisherige Tatbestandsmerkmal der unbedeutenden Folgen der Übertretung. Eine inhaltliche Änderung war damit nicht intendiert. Nach ständiger Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes müssen die beiden in dieser Bestimmung genannten Bedingungen – geringfügiges Verschulden des

Beschuldigten und unbedeutende Folgen der Tat (nunmehr: geringe Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und der Intensität seiner Beeinträchtigung) – kumulativ vorliegen, damit von der Strafe abgesehen werden kann (vgl. die bei Raschauer/Wessely [Hg.], VStG, Rz 6 zitierte Judikatur des VwGH).

Ein Verschulden des Beschuldigten kann nur dann als geringfügig angesehen werden, wenn das tatbildmäßige Verhalten des Täters hinter dem in der betreffenden Strafdrohung typisierten Unrechts- und Schuldgehalt erheblich zurückbleibt (vgl. z.B. VwGH 10.12.2001, 2001/10/0049, VwGH 29.11.2007, 2007/09/0229, VwGH 16.09.2010, 2010/09/0141).

Im Hinblick auf die festgestellten Verletzungen des Gebots der eindeutigen Trennung werblich gestalteter Sponsorhinweise vom vorangehenden Programm, des Verbots der Ausstrahlung von Sponsorhinweisen während einer Sendung und des Gebots der Kennzeichnung gesponserter Sendungen an ihrem Beginn oder an ihrem Ende, sowie die festgestellte Überschreitung der höchstzulässigen täglichen Werbedauer im Hörfunkprogramm Radio Tirol ist das Vorliegen der Voraussetzungen des § 45 Abs. 1 Z 4 VStG zu verneinen:

Nach der ständigen Rechtsprechung unterliegen werblich gestaltete Sponsorhinweise sämtlichen Anforderungen an Werbung, insbesondere auch dem Trennungsgebot (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180; 19.11.2008, 2005/04/0172; 07.09.2009, 2008/04/0014). Wie bereits bei der Beurteilung der Erfüllung des objektiven Tatbestands ausgeführt wurde, steht eine passagen- oder wortweise Trennung einer werblich gestalteten Sponsoran- oder –absage, die als syntaktisch und inhaltlich zusammengehörend wahrgenommen wird, diesen Anforderungen entgegen und widerspricht damit dem intendierten Ziel des Trennungsgebots, den Zuhörer in die Lage zu versetzen, den eigentlichen Zweck der Ausstrahlung von Beginn an zu erkennen. Eben solches ist für das Gebot der Kennzeichnung von gesponserten Sendungen festzuhalten, welches der Offenlegung der Eigenschaft als „Patron der (gesamten) Sendung“ dient (vgl. BKS 04.04.2006, 611.941/0002-BKS/2006). Die fixe Position am Beginn oder am Ende der Sendung dient dabei der leichten Orientierung des Zuhörers.

Dass es dem ORF ferner nicht gestattet ist, gemäß § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G Sponsorhinweise während einer Sendung auszustrahlen, ist wiederum der Einschränkung von Erlösmöglichkeiten zugunsten privater Mitbewerber geschuldet und soll eine Überfrachtung des Programms mit solchen Hinweisen zu Lasten des Konsumenten hintanhaltend. Ebenso wenig ist es vor diesem Hintergrund zulässig, Sendungsteile oder Beiträge zu sponsern (vgl. dazu BKS 02.06.2010, 611.009/0013-BKS/2010).

Auch im Hinblick auf die festgestellte Überschreitung der täglich zulässigen Werbedauer wird durch die begangene Verwaltungsübertretung das durch die entsprechende Strafvorschrift geschützte Rechtsgut – einerseits soll eine Überfrachtung des Programms mit Werbung zulasten des Zuhörers verhindert werden, andererseits stellt die Begrenzung der Werbedauer in bundeslandweit ausgestrahlten Hörfunkprogrammen in einem bedeutenden Maß eine den privaten Mitbewerbern zu Gute kommende Einschränkung der Werbeerlösmöglichkeiten des auch durch Programmengeld finanzierten (und insoweit privilegierten) ORF dar – in einem erheblichen Ausmaß beeinträchtigt, sodass der objektive Unrechtsgehalt der Tat nicht als bloß geringfügig eingestuft werden kann.

Insofern ist davon auszugehen, dass typische Fälle von Verletzungen der Vorschrift des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 1 Satz 2, § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 und Satz 1 ORF-G sowie § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G vorliegen (iSv objektiver Unrechtsgehalt der Taten), und daher ein Absehen von der Strafe gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG jeweils ausgeschlossen ist. Auch andere Strafausschließungsgründe liegen nicht vor.

Als Erschwerungsgrund ist gemäß § 19 Abs. 2 VStG iVm § 33 Abs. 1 Z 2 StGB zu berücksichtigen, dass gegen den Beschuldigten bereits in mehreren Fällen wegen insgesamt 36 auf der gleichen schädlichen Neigung beruhenden Taten Verwaltungsstrafen gemäß § 38 Abs. 1 Z 2 in Verbindung mit den Werbebestimmungen der §§ 13 bis 17 ORF-G verhängt worden sind, die noch nicht iSd § 55 VStG getilgt sind. Die KommAustria geht davon aus, dass als auf der

„gleichen schädlichen Neigung“ beruhende Taten alle Verwaltungsübertretungen anzusehen sind, die von § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G erfasst werden. Nach der Rechtsprechung des VwGH sind jedenfalls nicht bloß Verstöße gegen dieselbe Norm als auf der gleichen schädlichen Neigung beruhend anzusehen: So wurden etwa Verwaltungsübertretungen wegen Überschreitung der zulässigen Höchstgeschwindigkeit (§ 20 Abs. 2 StVO) als auf derselben schädlichen Neigung beruhend angesehen, wie Verstöße gegen die Umkehrverbote nach § 14 Abs. 2 StVO (vgl. VwGH 16.11.1988, 88/02/0153 mwN). Nach der hM beruhen mit Strafe bedrohte Handlungen u.a. dann auf derselben schädlichen Neigung, wenn sie gegen dasselbe Rechtsgut gerichtet sind (vgl. Wessely in N. Raschauer/Wessely (Hrsg), VStG (2009) Rz 8 zu § 19 VStG. Der Gesetzgeber hat nun alle Verstöße gegen die werberechtliche Vorschriften des ORF-G in der Bestimmung § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G zusammengefasst und sie mit einer jeweils gleich hohen Verwaltungsstrafe bedroht, woraus zu schließen ist, dass der Gesetzgeber hier von einem einheitlichen Rechtsgut („Einhaltung der Werbebeschränkungen“) ausgeht. Zu berücksichtigen ist dabei weiters, dass die Einhaltung der genannten werberechtlichen Vorschriften die Einrichtung und Anwendung eines einheitlichen, alle Bestimmungen gleichermaßen umfassenden Aufsichts- und Kontrollsystems durch den Beschuldigten bedingen, und sich ein Verstoß gegen diese Pflicht sohin primär als Ergebnis eines Aufsichts- und Kontrollversagens darstellt, was als Kern der „schädlichen Neigung“ bezeichnet werden kann. Welche konkrete in § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G verwiesene Norm verletzt wurde, ist demgegenüber eine nachgelagerte Frage. Gestützt wird dieses Ergebnis auch durch die dargestellte Bestellung des Beschuldigten zum verwaltungsstrafrechtlichen Beauftragten, die ebenfalls alle Tatbestände des § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G gleichermaßen umfasst, und die im Gefolge dieser Bestellung getroffenen Maßnahmen des Beschuldigten im Bereich der Kontrolle und Aufsicht, die ebenfalls nicht nach einzelnen Tatbeständen differenzieren.

Milderungsgründe gemäß § 19 Abs. 2 VStG iVm § 34 StGB liegen keine vor.

Der Strafbemessung werden das Jahreseinkommen des Beschuldigten in Höhe von zumindest XXX Euro brutto sowie die Sorgepflichten zu Grunde gelegt.

Unter Berücksichtigung dieser Strafbemessungsgrundsätze gelangt die KommAustria in Ausübung des Ermessens im Sinne des Gesetzes zu folgendem Ergebnis:

Hinsichtlich der Verletzung der Bestimmung gemäß § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G durch Unterlassung der eindeutigen Trennung werblich gestalteter Sponsorhinweise (Flughafen Innsbruck, familyhaus.eu) vom vorangehenden Programm, ist davon auszugehen, dass ein Betrag von jeweils XXX Euro angemessen ist. Die verhängte Geldstrafe liegt jeweils am untersten Ende des Strafrahmens des § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G, der bis 58.000,- Euro reicht (A. 1. - 3.).

Hinsichtlich der Verletzung der Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G durch Ausstrahlung von Sponsorhinweisen (Sanatorium Kettenbrücke, Industriellenvereinigung Tirol) während der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ und „Radio Tirol am Nachmittag“ hält die KommAustria einen Betrag von jeweils XXX Euro für angemessen. Diese Beträge bewegen sich ebenfalls am unteren Rand der gesetzlichen Strafdrohung von 58.000,- Euro (B. 1. - 4.).

Hinsichtlich der Verletzung der Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G durch Unterlassung der Kennzeichnung der Sendungen „Radio Tirol am Vormittag“ und „Radio Tirol am Nachmittag“ als gesponserte Sendungen (Sanatorium Kettenbrücke, Industriellenvereinigung Tirol) wird ebenfalls ein Betrag von je XXX Euro als angemessen erachtet (C. 1. - 4.), wobei zu berücksichtigen war, dass die Offenlegung zumindest an falscher (unzulässiger) Stelle erfolgte.

Hinsichtlich der Verletzung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G durch Überschreitung der höchstzulässigen täglichen Werbedauer geht die KommAustria davon aus, dass ein Betrag von XXX Euro adäquat ist; dies auch unter Berücksichtigung der erheblichen Intensität der Beeinträchtigung (Überschreitung des gesetzlichen Limits um mehr als 20 %). Die verhängte Geldstrafe liegt noch immer am unteren Ende des Strafrahmens des § 38 Abs. 1 Z 2

ORF-G, der bis 58.000,- Euro reicht.

Wird eine Geldstrafe verhängt, so ist gemäß § 16 Abs. 1 VStG zugleich für den Fall ihrer Uneinbringlichkeit eine Ersatzfreiheitsstrafe festzusetzen. Gemäß § 16 Abs. 2 VStG darf die Ersatzfreiheitsstrafe das Höchstmaß der für die Verwaltungsübertretung angedrohten Freiheitsstrafe und, wenn keine Freiheitsstrafe angedroht und nicht anderes bestimmt ist, zwei Wochen nicht übersteigen. Eine Ersatzfreiheitsstrafe von mehr als sechs Wochen ist nicht zulässig. Sie ist ohne Bedachtnahme auf § 12 VStG nach den Regeln der Strafbemessung festzusetzen. Die von der Behörde unter Bedachtnahme der angeführten Gründe festgesetzten Geldstrafen befinden sich am unteren bzw. untersten Ende des Strafrahmens. Gleiche Überlegungen haben zur Verhängung von Ersatzfreiheitsstrafen von je einem Tag bis zu drei Tagen geführt.

4.6. Haftung des ORF / Verfahrenskosten

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haften juristische Personen und eingetragene Personengesellschaften sowie die in Abs. 3 genannten natürlichen Personen für die über die zur Vertretung nach außen Berufenen oder über einen verantwortlichen Beauftragten verhängten Geldstrafen, sonstige in Geld bemessene Unrechtsfolgen und die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand. Es war daher auszusprechen, dass der ORF für die über den Beschuldigten verhängte Geldstrafe sowie die auf die verhängte Strafe entfallenden Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand haftet.

Gemäß § 64 Abs. 1 VStG ist in jedem Straferkenntnis auszusprechen, dass der Bestrafte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens zu leisten hat. Gemäß § 64 Abs. 2 VStG ist dieser Beitrag für das Verfahren erster Instanz mit 10 % der verhängten Strafe, mindestens jedoch mit 10 Euro zu bemessen; bei Freiheitsstrafen ist zur Berechnung der Kosten ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100 Euro anzurechnen. Der Kostenbeitrag fließt der Gebietskörperschaft zu, die den Aufwand der Behörde zu tragen hat.

Vor diesem Hintergrund war auszusprechen, dass der Beschuldigte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens in Höhe von 10 % der verhängten Strafe zu leisten hat. Der Gesamtbetrag (Strafe/Kosten) ist – unter Angabe der Geschäftszahl KOA 1.850/16-036 – auf das Konto der RTR-GmbH, IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAAWWXXX, zu überweisen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

Rechtsmittelbelehrung:

Sie haben das Recht gegen diesen Bescheid Beschwerde zu erheben.

Eine rechtzeitig eingebrachte und zulässige Beschwerde hat aufschiebende Wirkung, das heißt, der Bescheid kann bis zur abschließenden Entscheidung nicht vollstreckt werden.

Die Beschwerde ist innerhalb von vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich bei uns einzubringen. Wurde der Bescheid mündlich verkündet, ist die Beschwerde innerhalb von vier Wochen nach dessen Verkündung, wenn jedoch spätestens drei Tage nach der Verkündung eine schriftliche Ausfertigung verlangt wurde, innerhalb von vier Wochen nach deren Zustellung schriftlich bei uns einzubringen. Falls Sie innerhalb der Beschwerdefrist die Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin beantragen, beginnt die Beschwerdefrist erst mit dem Zeitpunkt zu laufen, in dem der Beschluss über die Bestellung des Rechtsanwalts/der Rechtsanwältin zum Verteidiger/zur Verteidigerin und der anzufechtende Bescheid diesem/dieser zugestellt sind. Wird der rechtzeitig gestellte Antrag auf Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin abgewiesen, beginnt die Beschwerdefrist mit der Zustellung des abweisenden Beschlusses an Sie zu laufen.

Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, und die Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen. Weiters hat die Beschwerde die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren und die Angaben, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht ist, zu enthalten.

Sie haben das Recht, in der Beschwerde zu beantragen, dass eine öffentliche mündliche Verhandlung durchgeführt wird. Bitte beachten Sie, dass Sie auf Ihr Recht auf Durchführung einer Verhandlung verzichten, wenn Sie in der Beschwerde keinen solchen Antrag stellen.

Die Beschwerde kann in jeder technisch möglichen Form übermittelt werden.

Technische Voraussetzungen oder organisatorische Beschränkungen des elektronischen Verkehrs sind auf folgender Internetseite bekanntgemacht:

<https://www.rtr.at/de/rtr/Amtstafel>

Bitte beachten Sie, dass der Absender/die Absenderin die mit jeder Übermittlungsart verbundenen Risiken (zB Übertragungsverlust, Verlust des Schriftstückes) trägt.

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)

Zustellverfügung:

1. A