



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die kanal3 Regionalfernseh GmbH (FN 379450 s) als Veranstalterin des Kabelfernsehprogramms „kanal3(obersteiermark)“ im Rahmen der am 17.03.2019 zwischen 08:55 und 11:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen

a) die Bestimmung des **§ 43 Abs. 2 AMD-G** dadurch verletzt hat, dass

1. von ca. 08:57:24 Uhr bis ca. 08:57:56 Uhr,
2. von ca. 08:59:17 Uhr bis ca. 08:59:25 Uhr,
3. von ca. 09:18:08 Uhr bis ca. 09:18:27 Uhr,
4. von ca. 09:37:53 Uhr bis ca. 09:38:12 Uhr,
5. von ca. 09:56:17 Uhr bis ca. 09:56:25 Uhr und
6. von ca. 10:31:08 Uhr bis ca. 10:31:16 Uhr

jeweils Werbung ausgestrahlt wurde, die weder an ihrem Anfang noch an ihrem Ende durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt war;

b) die Bestimmung des **§ 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G** dadurch verletzt hat, dass die

1. von ca. 08:57:08 Uhr bis ca. 08:59:35 Uhr,
2. von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr und
3. von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr

gesponserten Sendungen „Kanal3 Infokanal“ nicht jeweils an ihrem Anfang oder an ihrem Ende eindeutig als zugunsten des Unternehmens „aicall“ gesponsert gekennzeichnet wurden;

- c) durch finanzielle Unterstützung der Unternehmen „SWIETELSKY“ und „Diesel Kino Fohnsdorf“ der von ca. 08:59:36 Uhr bis ca. 09:37:46 Uhr dauernden Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ die Bestimmung des **§ 37 Abs. 4 AMD-G** verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
 - d) durch Produktplatzierungen im Beitrag über den Schitag der Firma „Intersport Pintar“ im Rahmen der von ca. 08:59:36 Uhr bis ca. 09:37:46 Uhr ausgestrahlten Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ unzulässige Produktplatzierung ausgestrahlt und somit die Bestimmung des **§ 38 Abs. 1 AMD-G** verletzt hat;
 - e) die Bestimmung des **§ 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G** dadurch verletzt hat, dass die Sendung „Kanal3 Infokanal“ weder an ihrem Anfang um ca. 10:29:37 Uhr noch an ihrem Ende um ca. 10:59:34 Uhr eindeutig durch einen Hinweis hinsichtlich der in der Sendung enthaltenen Produktplatzierungen gekennzeichnet war.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf **Veröffentlichung** ihrer Entscheidung.

Der kanal3 Regionalfernseh GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Sonntag zwischen 09:00 Uhr und 11:00 Uhr im Kabelfernsehprogramm „kanal3(obersteiermark)“ in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

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

Die kanal3 Regionalfernseh GmbH hat am 17.03.2019 im Rahmen ihres Fernsehprogramms „kanal3(obersteiermark)“ mehrfach Werbung ausgestrahlt, ohne diese eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen. Des Weiteren wurden in der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ unzulässige Produktplatzierungen gesendet und wurde diese Sendung, welche eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Darüber hinaus wurden in der Sendung „Kanal3 Infokanal“ keine Hinweise auf die enthaltenen Produktplatzierungen und auf die Sponsoren gesendet.

Dadurch wurde mehrfach gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen.“

3. Der kanal3 Regionalfernseh GmbH wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung dieses Auftrags **Aufzeichnungen** zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Aufgabe der Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter wurden u.a. Auswertungen der am 17.03.2019 zwischen 08:55 und 11:00 Uhr im Programm „kanal3(obersteiermark)“ der kanal3 Regionalfernseh GmbH ausgestrahlten Sendungen durchgeführt.

Mit Schreiben vom 10.04.2019 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, die kanal3 Regionalfernseh GmbH habe als Veranstalterin des Kabelfernsehprogramms „kanal3(obersteiermark)“ am 17.03.2019 zwischen 08:55 und 11:00 Uhr im Rahmen der darin enthaltenen Sendungen die Bestimmungen der §§ 37 Abs. 1 Z 2, Abs. 4, 38 Abs. 1, Abs. 4 Z 4 und 43 Abs. 2 AMD-G verletzt. Dabei wurde der kanal3 Regionalfernseh GmbH eine Möglichkeit zur Stellungnahme gewährt.

Mit Schreiben vom 29.04.2019, bei der KommAustria am 30.04.2019 eingelangt, nahm die kanal3 Regionalfernseh GmbH zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte im Wesentlichen aus, dass den vorgeworfenen Verletzungen der Bestimmungen des AMD-G nicht widersprochen werde. Um solche Fehler in Zukunft zu vermeiden bzw. die Fehlerquote möglichst gering zu halten, würden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diesbezüglich auf Schulungen geschickt und intern unterwiesen werden. Auch Vorträge seitens der KommAustria sollen wahrgenommen werden.

Im Hinblick auf die ausgestrahlte Werbung in der Sendung „kanal3 Infokanal“ führte die kanal3 Regionalfernseh GmbH aus, dass während des Abspielens des Infokanals im Hintergrund das Radioprogramm „Antenne Steiermark“ laufe. Da die kanal3 Regionalfernseh GmbH keinen Einfluss auf das laufende Radioprogramm nehmen könne, werde eine alternative Lösung gesucht. Es werde gerade die technische Umsetzung für eine Playlist im Hintergrund geprüft. Das eingeblendete Logo von „Antenne Steiermark“ sei bereits entfernt worden.

Betreffend den „Intersport-Kundenshitag“ in der Sendung „kanal3 Obersteiermark“ werde die Ansicht vertreten, dass es sich hierbei um keine Produktplatzierung handle. In diesen Kurznews hätten Seherinnen und Seher der Region die Möglichkeit, Informationen zu übermitteln, um redaktionell darüber zu berichten. Für die Redaktion sei der Verlauf des Kundenshitages die Widerspiegelung der Realität bzw. die Beschreibung der Geschehnisse. Allerdings sei der kanal3 Regionalfernseh GmbH bewusst, dass hier nach § 37 Abs. 4 AMD-G unzulässiges Sponsoring vorliege.

Allen übrigen vorgeworfenen Verstößen der werberechtlichen Bestimmungen wurde seitens der kanal3 Regionalfernseh GmbH nicht widersprochen.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die kanal3 Regionalfernseh GmbH ist Veranstalterin des Kabelfernsehprogramms „kanal3(obersteiermark)“ sowie Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „kanal3 (obersteiermark)“.

Vorab ist festzuhalten, dass die in der Folge angegebenen Uhrzeiten aus den vorgelegten Aufzeichnungen resultieren, d.h. die genauen Zeiten werden gerechnet ab der vorgelegten, um 08:55:00 Uhr beginnenden Sendestunde.

2.1. Sendung „Kanal3 Infokanal“ von ca. 08:57:08 Uhr bis ca. 08:59:35 Uhr

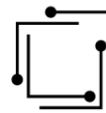
Am 17.03.2019 um ca. 08:57:08 Uhr wird gleich zu Beginn die Sendung „Kanal3 Infokanal“ ausgestrahlt. Diese Sendung bildet eine Schleife aus Wettervorherschau und Programmhinweisen.



(Abbildung 1)

Die Sendung wird dabei ab ca. 08:57:24 Uhr akustisch mit dem Radioprogramm eines Hörfunkveranstalters („Antenne Steiermark“ der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG) hinterlegt. Dabei wird sogleich in der Tonspur ab ca. 08:57:24 Uhr ein Werbeblock gesendet. Ein Trennmittel am Beginn des Werbeblocks wird nicht eingesetzt.

Ab ca. 08:57:31 Uhr wird – parallel zum in der Tonspur ausgestrahlten Hörfunkprogramm – eine Wettervorherschau gesendet, wobei im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der Firma „aicall“ zu sehen ist:



(Abbildung 2)

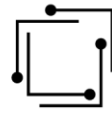


(Abbildung 3)

Der in der Tonspur ausgestrahlte Werbeblock endet nach einem „Media Markt“-Spot um ca. 08:57:56 Uhr mit der direkten Überleitung zum Wetter: „Ja, heute perfekt vom Wetter her. Wir starten zwar heut noch bissl mit Nebel, es lockert aber immer mehr auf und dann gibt’s heute Sonne in der ganzen Steiermark ...“

Während der gesamten Dauer der Wettervorherschau im Bild, die unter anderem österreichweite Wetterinformationen sowie Detailinformationen für Graz, Judenburg, Voitsberg, Trofaiach und Mürzzuschlag enthält, ist im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet.

Die Wettervorherschau endet um ca. 08:59:01 Uhr mit der Einblendung folgenden Bildes:



(Abbildung 4)

Danach folgt ein Programmhinweis für das Programm der kanal3 Regionalfernseh GmbH. Um ca. 08:59:17 Uhr wird wiederum für wenige Sekunden (bis ca. 08:59:25 Uhr) folgendes Bild eingeblendet:



(Abbildung 5)

Die Sendung „Kanal3 Infokanal“ endet um ca. 08:59:35 Uhr.

2.2. Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ von ca. 08:59:36 Uhr bis ca. 09:37:46 Uhr

Ab ca. 08:59:36 Uhr wird direkt vom Programmhinweis auf die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ übergeleitet.



(Abbildung 6)

Dabei wird für ca. fünf Sekunden ein Produktplatzierungshinweis am linken unteren Bildschirmrand gesendet.

Die Moderatorin gibt zunächst einen Überblick über die im Folgenden auszustrahlenden Beiträge. Einen Beitrag über den „politischen Aschermittwoch“ leitet sie um ca. 09:03:12 Uhr mit folgenden Worten ein: *„Was in Deutschland gang und gäbe ist, fand in Österreich im Murtal erstmalig statt: Der politische Aschermittwoch, organisiert von der SPÖ-Regionalorganisation Obersteiermark-West.“*



(Abbildung 7)

Nachfolgend werden Bilder aus einem Veranstaltungssaal mit Musikanten und Publikum eingeblendet. Dazu führt eine Sprecherin aus: *„Schön, wieder in der Heimat zu sein und auch, im Dialekt verstanden zu werden‘, beginnt Max Lercher, der Regionalvorsitzende der SPÖ den ersten politischen Aschermittwoch. Unter dem Leitspruch ‚Starker Wille – klare Ziele‘ wurde eine neue Art der Auseinandersetzung über aktuelle politische Themen geführt.“*

In der Folge nahm Max Lercher im Zuge eines Interviews Stellung: „Glaubwürdigkeit und Kampfeswille. Die SPÖ ist nicht überholt. Wir ham die besten Ideen und jetzt, wenn ma den lucky punch dazu bringen, geht ois gut. Es stößt momentan an der Regierungsperformance, die tun unglaublich viel Show fabrizieren, aber in Summe wird's für alle schlechter. Wir ham das heute ein bisschen erläutert, sehr polemisch, wie's ghört beim politischen Aschermittwoch, aber das ist glaub ich auch gut so.“



(Abbildung 8)

Nachfolgend führt die Sprecherin fort: „Der politische Aschermittwoch ist eine regionale Versammlung der Parteien des Landes, wo mit schlagkräftiger Rhetorik Kritik und Wünsche zum Ausdruck gebracht werden. Auch die Kandidatin der SPÖ zum Europäischen Parlament fand bestimmende Worte.“



(Abbildung 9)

Daraufhin die angesprochene Kandidatin, Julia Herr: „*Ich glaub, das Beste an der Europäischen Union ist generell die Vision dessen, wie sie sein kann. Also wir sind überhaupt noch nicht zufrieden, es gibt so viele verschiedene Themen, egal ob es der Steuerbetrug ist, der uns jedes Jahr tausend Milliarden Euro kostet, wenn große Konzerne ihre Steuern ganz einfach nicht zahlen, im Vergleich zu jedem Würstelstand in Österreich. Oder aber auch das Thema Klimawandel, ja, der direkt vor unserer Tür steht und der auch unsere Zukunft tatsächlich bedroht. Auch meine Generation hat das Recht auf eine intakte Zukunft.*“



(Abbildung 10)

Daraufhin führte die Sprecherin aus: „*Zusammenhalt, Kräfte stärken und Kritik an der derzeitigen Regierung waren Themen, die an diesem Abend aufgegriffen wurden.*“

Nachfolgend wird ein Interview mit dem Bundesgeschäftsführer der FSG, Willi Mernyi, welcher sich ebenso zu aktuellen politischen Themen äußert, gezeigt. Die Sprecherin schließt den Beitrag mit folgenden Worten: „*Der politische Aschermittwoch besteht aus den Zutaten Gemütlichkeit, Motivation und Kraft tanken und kantige, zudem polemische Rhetorik. Eine Wiederholung im nächsten Jahr gibt es ganz bestimmt.*“ Der Beitrag endet um ca. 09:05:43 Uhr.

Nach einem Beitrag über die Heeresmeisterschaften im Schibergsteigen, über eine Ausstellung und das Projekt „step by step“ wird ab ca. 09:13:15 Uhr ein Werbeblock gesendet, welcher durch folgendes Trennelement gekennzeichnet ist:



(Abbildung 11)

Der Werbeblock endet um ca. 09:17:43 Uhr mit demselben Trennelement. Bei Wiederbeginn der Sendung wird erneut ein Produktplatzierungshinweis gesendet.

Die Moderatorin kündigt ab 09:17:49 Uhr das „Interview der Woche“ an:



(Abbildung 12)

Direkt anschließend um ca. 09:18:08 Uhr folgt ein Spot zugunsten des Restaurants „Mama’s Tacos“:



(Abbildung 13)

Dabei wird im Spot folgender Text gesprochen: „*Hola amigos. Genüssliche Momente beim Interview der Woche wünscht Ihnen Mama's Tacos, si. Mittwoch bis Samstag Mama's Lounge, Weißkirchnerstraße 33, Judenburg. Hasta pronto.*“ Im ca. 19 Sekunden dauernden Spot werden dabei Eindrücke aus dem Lokal Mama's Tacos sowie zubereitete Speisen gezeigt. Am Ende des Beitrags wird erneut das Mama's Tacos Logo eingeblendet, diesmal wird auch der Link zur entsprechenden Website eingeblendet (www.mamastacos.at).



(Abbildung 14)

Um ca. 09:18:27 Uhr wird das redaktionelle „Interview der Woche“ gezeigt.

Ab ca. 09:29:57 Uhr leitet die Moderatorin zu den Kurznews über. Ab ca. 09:30:09 Uhr wird ein Sponsorhinweis zugunsten des Unternehmens „SWIETELSKY“ gesendet:



(Abbildung 15)

Parallel dazu führt eine Sprecherin aus: „Die folgenden Kurznews widmet Ihnen die Firma Swietelsky – Bauleitung Murtal.“

In den angesprochenen Kurznews wird ab ca. 09:30:17 Uhr ein Beitrag über den „fünften best-of Kundenshitag am Kreischberg“ ausgestrahlt. Dazu führte die Sprecherin u.a. aus: „Bei herrlichem Wetter genoss man den Schitag inklusive Schitests der Firma Intersport Pintar (...) Knapp 60 Kundinnen und Kunden waren mit vollem Elan und Engagement dabei.“ Parallel dazu wird folgendes Bild eingeblendet. Der Beitrag endet um ca. 09:30:50 Uhr.



(Abbildung 16)

Nach einer Anmoderation der Kinovorschau durch die Moderatorin der Sendung wird um ca. 09:33:10 Uhr folgender Sponsorhinweis gesendet:



(Abbildung 17)

Dazu führt eine Sprecherin aus: „Der Kinotipp der Woche wird Ihnen präsentiert vom Diesel Kino Fohnsdorf.“

Nach der Abmoderation der Sendung durch die Moderatorin wird folgender Text eingeblendet:



(Abbildung 18)

Die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ endet um ca. 09:37:46 Uhr.

2.3. Sendung „Kanal3 Infokanal“ von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr

Direkt anschließend an die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ beginnt um ca. 09:37:47 Uhr die Sendung „Kanal3 Infokanal“.

Ab ca. 09:37:53 Uhr wird dabei in der Tonspur des Hörfunkprogramms „Antenne Steiermark“ ein Werbespot zugunsten von „T-Mobile“ ausgestrahlt, ohne dass ein Trennmittel gesetzt wird.

Ab ca. 09:38:00 Uhr wird im Bild eine Wettervorschau (bis ca. 09:39:30 Uhr) gezeigt, bei der im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet wird (vgl. bereits Abbildung 3). Der in der Tonspur ausgestrahlte Werbespot läuft parallel dazu weiter und endet ca. um 09:38:12 Uhr. Danach folgt in der Tonspur Musikprogramm, ohne dass dieses zum vorangegangenen Spot gekennzeichnet wird.

Dieselbe Wettervorherschau wird in der Folge auch von ca. 09:54:31 Uhr bis ca. 09:56:01 Uhr ausgestrahlt, wobei währenddessen durchgehend im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet ist.

Danach folgt ein Programmhinweis für das Programm der kanal3 Regionalfernseh GmbH. Um ca. 09:56:17 Uhr wird wiederum für etwa acht Sekunden (bis ca. 09:56:25 Uhr) das Logo der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG samt dem Schriftzug „Immer einen Hit voraus“ eingeblendet (siehe bereits Abbildung 5).

Nach Veranstaltungshinweisen endet um ca. 09:59:34 Uhr die Sendung „Kanal3 Infokanal“. Sponsorhinweise am Ende der Sendung werden dabei nicht ausgestrahlt.

2.4. Sendung „Österreich Blick“ von ca. 09:59:35 bis ca. 10:29:36

Ab ca. 09:59:35 Uhr wird die Sendung „Österreich Blick“ gesendet.

2.5. Sendung „Kanal3 Infokanal“ von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr

Ab ca. 10:29:37 Uhr wird erneut die Sendung „Kanal3 Infokanal“ gesendet. Im Bild wird ab ca. 10:29:49 Uhr bis ca. 10:31:20 Uhr eine Wettervorherschau (inklusive dem Logo „aicall“) eingeblendet (vgl. dazu Abbildung 3), während in der Tonspur der Sendung wieder das Hörfunkprogramm „Antenne Steiermark“ ausgestrahlt wird.

Dieselbe Wettervorherschau wird in der Folge auch zu folgenden Sendezeiten ausgestrahlt, wobei während deren jeweiligen Verlauf durchgehend im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet ist:

- ca. 10:32:35 Uhr bis ca. 10:34:06 Uhr,
- ca. 10:35:04 Uhr bis ca. 10:36:34 Uhr,
- ca. 10:37:50 Uhr bis ca. 10:39:20 Uhr,
- ca. 10:39:48 Uhr bis ca. 10:41:19 Uhr,
- ca. 10:42:16 Uhr bis ca. 10:43:47 Uhr,
- ca. 10:45:02 Uhr bis ca. 10:46:32 Uhr,
- ca. 10:47:30 Uhr bis ca. 10:49:01 Uhr,
- ca. 10:49:46 Uhr bis ca. 10:51:16 Uhr,
- ca. 10:52:14 Uhr bis ca. 10:53:44 Uhr,
- ca. 10:54:42 Uhr bis ca. 10:56:12 Uhr,
- ca. 10:57:27 Uhr bis ca. 10:58:58 Uhr und
- ca. 10:59:26 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr.

Zwischen den jeweiligen Wettervorherschaun werden jeweils ein Programmhinweis und Eigenpromotion für das Programm der kanal3 Regionalfernseh GmbH gesendet.

Um ca. 10:31:08 Uhr werden in der Tonspur nach der Ausstrahlung eines Musiktitels folgende Worte – in gesungener Form – gesprochen: „*Antenne – yeah – immer einen Hit voraus. Antenne*“. Dies dauert bis ca. 10:31:16 Uhr.

Um ca. 10:34:16 Uhr wird in der Tonspur durch den Moderator des (Hörfunk-)Programms auf ein Gewinnspiel hingewiesen: „*Nur noch einmal schlafen und es geht wieder für Sie ab in die Parktherme Bad Radkersburg mit einem Aktivtag und Sie gewinnen außerdem ein Getränkepackage von ‚Peterquelle‘ bei unserem Antenne ‚Hitgurgeln‘. Morgen in der Früh, bei den ‚Antenne-Muntermachern‘ wird wieder gegurgelt. Erkennen Sie den Hit, dann einfach anrufen unter 0316/809080 und Gewinnleitung ‚10‘ treffen. Alle Infos auf antenne.at.*“ Anschließend wird ein Musiktitel gesendet.

Die Sendung „Kanal3 Infokanal“ endet um ca. 10:59:34 Uhr. Eine Sponsorenkennzeichnung am Ende der Sendung erfolgt dabei nicht. Ebenfalls finden sich keine Hinweise auf die Kennzeichnung einer Produktplatzierung am Anfang und Ende der Sendung „Kanal3 Infokanal“.

Direkt anschließend beginnt erneut die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Eigenschaft der kanal3 Regionalfernseh GmbH als Kabelfernsehveranstalterin sowie als Anbieterin eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf ergeben sich aus den zugrundeliegenden Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt der am 17.03.2019 zwischen 08:55 und 11:00 Uhr im Programm „kanal3(obersteiermark)“ der kanal3 Regionalfernseh GmbH ausgestrahlten Sendungen ergeben sich aus der Einsichtnahme in die vorgelegten Aufzeichnungen der Sendungen.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat sie jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im Übrigen können nach § 61 Abs.1 AMD-G auch außerhalb von § 2 Abs. 1 Z 7 KOG Verletzungen der werberechtlichen Bestimmungen des AMD-G von Amts wegen aufgegriffen werden.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung war für die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der kanal3 Regionalfernseh GmbH Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

4.2. Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G durch fehlende Trennung von Werbung (Spruchpunkt 1.a)

4.2.1. Rechtsrahmen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist;

[...]

40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);

[...]“

§ 43 AMD-G lautet:

„Erkennbarkeit und Trennung

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

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

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

4.2.2. Werbespot „Mama’s Tacos“ in der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ (Z 3)

1. Bei dem am 17.03.2019 um ca. 09:18:08 Uhr ausgestrahlten Beitrag über das Restaurant „Mama’s Tacos“ handelt es sich um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G.

Nach dieser Bestimmung ist Werbung durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung und die Entgeltlichkeit. Eine werbliche Gestaltung liegt dann vor, wenn eine Äußerung mit dem Ziel, den Absatz zu fördern, gesendet wird (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist (vgl. VwGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0167). Die Entgeltlichkeit ist anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen (vgl. VwGH 22.05.2013, Zl. 2010/03/0008; 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 mwN). Maßgebend ist damit nicht, ob die Beteiligten für das Erscheinen eines Produktes, einer

Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um ein In-Erscheinung-Treten bestimmter Art handelt, nämlich um ein solches, das nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt.

Beide Tatbestandmerkmale sind hier erfüllt. Zum einen ist die Darstellung des Restaurants „Mama’s Tacos“, also die Darstellung des Lokals und der servierten Speisen sowie die Nennung der Öffnungszeiten und der genauen Adresse dazu geeignet, Zuseher dazu zu veranlassen, das Lokal aufzusuchen und die angebotenen Speisen zu konsumieren; dies insbesondere auch aufgrund der qualitativ wertenden Aussagen der Sprecherin. Zum anderen ist davon auszugehen, dass für einen Beitrag wie „Mama’s Tacos“ von dem beworbenen Unternehmen im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird.

Im Übrigen spricht für die Entgeltlichkeit auch, dass das Restaurant „Mama’s Tacos“ im Abspann der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ in der Rubrik „mit freundlicher Unterstützung von“ erwähnt wird.

2. Nach § 43 Abs. 2 AMD-G müssen Fernsehwerbung und Teleshopping durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.

In der Rechtsprechung hat sich das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot als „Eckpfeiler“ des Werberechts herausgebildet (vgl. VfSlg 18.017/2006). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig zu trennen. Als Trennmittel geeignet sind unterschiedliche Formen von akustischen oder visuellen Einspielungen. Erforderlich ist eine eindeutige optische oder akustische Trennung sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (BKS 23.06.2006, GZ 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck von § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

In der vorliegenden Sendungsabfolge kündigt die Moderatorin ab ca. 09:17:49 Uhr das „Interview der Woche“ an. Anschließend um ca. 09:18:08 Uhr wird der gegenständliche Spot zugunsten des Restaurants „Mama’s Tacos“ ausgestrahlt. Unmittelbar danach wird ohne Werbetrenner um ca. 09:18:27 Uhr das redaktionelle „Interview der Woche“ gezeigt.

Es fehlen somit am Anfang und am Ende des Beitrages Trennmittel jedweder Art, welche diesen als Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen trennen.

3. Daher war eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G im Rahmen der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ festzustellen.

4.2.3. Werbung im Rahmen des Hörfunkprogramms in den Sendungen „Kanal3 Infokanal“ (Z 1, Z 4 und Z 6)

1. Die von ca. 08:57:08 bis ca. 08:59:35 Uhr, von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr und von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr ausgestrahlten Sendungen „Kanal3 Infokanal“ sind jeweils akustisch mit dem Radioprogramm „Antenne Steiermark“ der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG hinterlegt.

Die Inhalte des Hörfunkprogramms „Antenne Steiermark“ werden durch diese Sendungsgestaltung Bestandteil der Fernsehsendung der kanal3 Regionalfernseh GmbH. Sie sind daher der kanal3 Regionalfernseh GmbH zuzurechnen und haben den Anforderungen des AMD-G zu genügen. Es kann damit offenbleiben, ob der inkriminierte Sachverhalt auch nach dem Privatradiogesetz als werblich anzusehen wäre.

2. Aus denselben Gründen wie in Punkt 4.2.2 ausgeführt, handelt es sich bei dem von ca. 08:57:24 Uhr bis ca. 08:57:56 Uhr ausgestrahlten Werbeblock, dem von ca. 09:37:53 Uhr bis ca. 09:38:12 Uhr ausgestrahlten Werbespot zugunsten des Unternehmens „T-Mobile“ und dem um ca. 10:31:08 Uhr bis ca. 10:31:16 Uhr ausgestrahlten Slogan „*Antenne – yeah – immer einen Hit voraus. Antenne*“ in den von ca. 08:57:08 Uhr bis ca. 08:59:35 Uhr, von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr und von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr ausgestrahlten Sendungen „Kanal3 Infokanal“ im Rahmen des jeweils in der Tonspur gesendeten Hörfunkprogramms „Antenne Steiermark“ um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G. Auch die dargestellten Präsentationen sind nämlich mit dem Ziel der Absatzförderung gestaltet und deren Ausstrahlung erfolgt nach einem objektiven Maßstab gegen Entgelt. Zur Werbung für „Antenne Steiermark“ siehe auch unten Punkt 4.2.4.

Weder vor noch nach der Ausstrahlung des von ca. 08:57:24 Uhr bis ca. 08:57:56 Uhr ausgestrahlten Werbeblocks sowie der von ca. 09:37:53 Uhr bis ca. 09:38:12 Uhr und von 10:31:08 Uhr bis 10:31:16 Uhr ausgestrahlten Werbespots erfolgt optisch oder akustisch eine Trennung vom redaktionellen Programm. Es fehlen sohin sowohl am Anfang als auch am Ende der Werbung Trennmittel jedweder Art, die diese als Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen trennen. Damit wurde auch hier das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung verletzt.

4.2.4. Logo-Werbung für „Antenne Steiermark“ den Sendungen „Kanal3 Infokanal“ (Z 2 und Z 5)

1. Gleiches gilt für die um ca. 08:59:17 Uhr und um ca. 09:56:17 Uhr für je etwa acht Sekunden ausgestrahlten Logos der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG samt dem Schriftzug „Immer einen Hit voraus“ (siehe Abbildung 5).

Bei diesen Logoeinblendungen handelt es sich um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G für das Radioprogramm „Antenne Steiermark“, da diese dazu dienen, dieses Programm in qualitativ-wertender Weise hervorzuheben („*immer einen Hit voraus*“) und eine Aufforderung an den Rezipienten darstellen, das Hörfunkprogramm der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG zu konsumieren. Weiters ist davon auszugehen, dass für eine derartige werbliche Präsenz im Fernsehprogramm eines Dritten im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird bzw. ein allfälliges Nutzungsentgelt für die Verwendung des Content die entsprechende Werbeleistung als Gegenleistung berücksichtigt.

2. Weder vor noch nach der Ausstrahlung des Logos der Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG um ca. 08:59:17 Uhr und um ca. 09:56:17 Uhr erfolgt optisch oder akustisch eine Trennung vom redaktionellen Programm. Es fehlen somit sowohl am Anfang als auch am Ende der Werbespots Trennmittel jedweder Art, die diese als Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen trennen. Daher war auch in diesen Fällen eine Verletzung des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung festzustellen.

4.3. Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G durch fehlende Kennzeichnung von Sponsoring (Spruchpunkt 1.b)

§ 37 Abs. 1 AMD-G lautet auszugsweise:

„Sponsoring

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

[...]

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

[...]

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

[...]“

1. § 2 Z 32 AMD-G definiert Sponsoring als jeden Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern.

Dabei ist das Erfordernis eines „Beitrags (...) zur Finanzierung“ weit zu verstehen: Für das Vorliegen von Sponsoring kommt es nicht auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung an. Vielmehr ist entscheidend, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendiensteanbieters geleistet wird. Der Beitrag zur Finanzierung muss auch nicht in Geld bestehen. Auch die Einsparung von Produktionskosten stellt beispielsweise einen derartigen Beitrag im Sinn des AMD-G dar (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 451).

Das Vorliegen eines Beitrags zur Finanzierung eines Werkes als Voraussetzung des Sponsorings ist an einem objektiven Maßstab zu messen. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Tätigkeit handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. u.a. VwGH 27.01.2006, Zl. 2004/04/0114, VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172 sowie VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des ORF-G).

2. Wie sich aus dem dargestellten Sachverhalt ergibt, waren die in den von ca. 08:57:08 Uhr bis ca. 08:59:35 Uhr, von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr und von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr ausgestrahlten Sendungen „Kanal3 Infokanal“ gesendeten Wettervorhersagen von dem im Rahmen einer Logoeinblendung in Form eines Sponsorhinweises genannten Unternehmen („aicall“) gesponsert. Schon aufgrund des objektiven Maßstabs ist davon auszugehen, dass derartige Einblendungen durch einen kommerziellen Fernsehveranstalter nur gegen ein entsprechendes Entgelt erfolgen.

3. Nach § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G sind gesponserte Sendungen eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, und zwar insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage. Mit einem Sponsorhinweis während der Sendung bzw. im Rahmen des jeweiligen Beitrags wird der Verpflichtung zur Ausstrahlung am Anfang oder am Ende einer Sendung nicht Genüge getan (vgl. VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172).

Da weder am Anfang noch am Ende der von ca. 08:57:08 Uhr bis ca. 08:59:35 Uhr, von ca. 09:37:47 Uhr bis ca. 09:59:34 Uhr und von ca. 10:29:37 Uhr bis ca. 10:59:34 Uhr ausgestrahlten Sendungen, welche eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion für „kanal3(obersteiermark)“ beinhalteten, ein entsprechender Sponsorhinweis (An- oder Absage) zugunsten des genannten Unternehmens ausgestrahlt wurde, war jeweils eine Verletzung der Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G festzustellen.

4.4. Verletzung von § 37 Abs. 4 AMD-G durch Sponsoring einer Sendung zur politischen Information (Spruchpunkt 1.c)

1. Zur Definition von Sponsoring und zum Vorliegen eines Beitrags zur Finanzierung wird auf Punkt 4.3 verwiesen.

Bei den Sponsorhinweisen zugunsten der Unternehmen „SWIETELSKY“ um 09:30:09 Uhr und „Diesel Kino Fohnsdorf“ um 09:33:10 Uhr handelt es sich jeweils um einen Sponsorhinweis iSd § 37 Abs. 1 Z 2 iVm § 2 Z 32 AMD-G. Der Gesetzgeber geht nämlich davon aus, dass das Zeigen von Firmenemblems eine typische Erscheinungsform kommerzieller Kommunikation darstellt (vgl. § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G).

Mit diesen Sponsorhinweisen wird eine kommerzielle Kommunikationsleistung erbracht, die üblicherweise nach dem Verkehrsgebrauch nur gegen Entgelt erfolgt (vgl. VwGH 22.05.2013, Zl. 2010/03/0008; 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 mwN). Es ist damit davon auszugehen, dass seitens der betreffenden Unternehmen „SWIETELSKY“ und „Diesel Kino Fohnsdorf“ jeweils ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ mit dem Ziel der Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens geleistet wurde. Im Übrigen spricht für die Entgeltlichkeit auch, dass beide Unternehmen im Abspann der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ in der Rubrik „mit freundlicher Unterstützung von“ erwähnt werden.

2. Gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G dürfen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden.

Von Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information sind „politische“ Nachrichten und Informationssendungen umfasst. Kennzeichnend für diese ist ihre Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung. Aufgrund der Anführung des Begriffes der „Sendungen zur politischen Information“ neben den „Nachrichtensendungen“ in § 37 Abs. 4 AMD-G ist davon auszugehen, dass mit diesem Begriff nicht „klassische“ Nachrichtensendungen, sondern sonstige Sendungen gemeint sind, die ebenso wie Nachrichten der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen (vgl. VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275).

Bei der Qualifikation einer solchen Sendung gilt der Grundsatz der Gesamtbetrachtung, sodass jede Sendung, die – wenn auch nur zu einem geringen Anteil (z.B. nur einzelne Beiträge) – politische

Nachrichten bzw. politische Informationen enthält, als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information angesehen wird. Auch wenn nur einzelne Beiträge einer Sendung den Charakter einer Sendung zur politischen Information aufweisen, erstreckt sich das Verbot der finanziellen Unterstützung demnach auf die gesamte Sendung (vgl. BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275).

Bei der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ vom 17.03.2019 handelt es sich um eine Sendung zur politischen Information, da sich der Beitrag zum „politischen Aschermittwoch“, der von der SPÖ-Regionalorganisation Obersteiermark-West organisiert wird, mit politischen Themen beschäftigt (vgl. zum vergleichbaren Format „Vorarlberg Heute“ schon BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 26.07.2007, Zl. 2005/04/0153). In diesem Beitrag wird ausführlich über die politischen Anliegen der SPÖ berichtet; insbesondere werden Ausschnitte von Podiumsauftritten des SPÖ-Regionalvorsitzenden, Max Lercher, der Kandidatin der SPÖ zum Europäischen Parlament, Julia Herr, sowie des Bundesgeschäftsführers der FSG, Willi Mernyi, gezeigt. Dazu werden auch abwechselnd kurze Interviews mit den genannten Personen, welche alle ihre parteipolitischen Forderungen darlegen, geführt. Dabei erfährt man etwa im Rahmen des Interviews mit Julia Herr, dass es ein Anliegen der SPÖ ist, den Steuerbetrug von großen Unternehmen einzudämmen, aber auch, dass der drohende Klimawandel auf der Agenda der Partei im Rahmen der bevorstehenden Europawahl steht („*Oder aber auch das Thema Klimawandel, ja, der direkt vor unserer Tür steht und der auch unsere Zukunft tatsächlich bedroht. Auch meine Generation hat das Recht auf eine intakte Zukunft.*“). Zudem wird von der Sprecherin des Beitrags über die Werte der Partei berichtet.

3. Aufgrund dieses Beitrags unterliegt damit die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ vom 17.03.2019 nach der dargestellten Rechtslage in ihrer Gesamtheit dem Sponsoringverbot des § 37 Abs. 4 AMD-G. Da die kanal3 Regionalfernseh GmbH folglich eine Sendung zur politischen Information, welche finanziell unterstützt worden ist, gesendet hat, war eine Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G festzustellen.

4.5. Verletzung von § 38 Abs. 1 AMD-G durch unzulässige Produktplatzierung (Spruchpunkt 1.d)

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

[...]

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

§ 38 AMD-G lautet:

„Produktplatzierung

§ 38. *(1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.*



(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.

(4) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

[...]“

1. Gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G ist Produktplatzierung vorbehaltlich der Abs. 2 und 3 unzulässig. Wesentlich für eine Produktplatzierung ist, dass durch werbewirksame Einbeziehung (Platzierung) in einer Sendung der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert werden. Eine Einbeziehung erfolgt dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Konsumenten das präsentierte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. VwGH vom 08.10.2010, 2006/04/0089; VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153).

2. Bei den Einblendungen der Firma „Intersport Pintar“ sowie der Nennung des „Schitests der Firma Intersport Pintar“ handelt es sich um einen den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 2 Z 27 AMD-G erfüllenden Sachverhalt, im Sinne einer Einbeziehung von Produkten in die Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung, damit diese innerhalb der Sendung erscheinen. Durch diese Einbeziehung in die Handlung der Sendung unterscheidet sich die Produktplatzierung vom Sponsoring (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 20). Sie erfolgt auch nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab (siehe dazu oben Punkt 4.2.2) gegen Entgelt. Dies gesteht im Übrigen auch die kanal3 Regionalfernseh GmbH zu, wenn sie durch die gegenständlichen Äußerungen – anders als die erkennende Behörde – den Tatbestand des § 37 Abs. 4 AMD-G verwirklicht sieht.

3. Die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ ist keine Sendung, die nach § 38 Abs. 3 AMD-G von der Ausnahme vom grundsätzlichen Verbot von Produktplatzierung gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G für bestimmte Sendungen erfasst ist. Bei dieser handelt es sich nämlich weder um einen Kinofilm, einen Fernsehfilm, eine Fernsehserie noch um eine Sportsendung.

Auch eine Subsumtion unter den letzten Ausnahmetatbestand von § 38 Abs. 3 AMD-G, jenen der „Sendungen der leichten Unterhaltung“ scheidet aus: Derartige Sendungen zeichnen sich grundsätzlich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. „Leichte Unterhaltungssendungen“ sind daher beispielsweise Musikunterhaltungssendungen, Shows oder Comedy-Sendungen. Bei der Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ handelt es sich

demgegenüber um ein Magazin, welches sich aus Beiträgen zusammensetzt, die ihren Schwerpunkt auf einen informativen Charakter legen (vgl. die Einordnung als Sendung zur politischen Information oben unter Punkt 4.4). In sämtlichen Beiträgen werden themenspezifische Informationen über ausgewählte Ereignisse und Inhalte vermittelt. Dabei schadet es nicht, dass einzelne Beiträge vielleicht auch unterhaltende Elemente beinhalten.

Die Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ ist daher aufgrund ihrer Schwerpunktsetzung dem Genre der Informationssendungen zuzuordnen und folglich nicht durch § 38 Abs. 3 AMD-G privilegiert. Da demnach nach § 38 Abs. 1 AMD-Produktplatzierungen unzulässig sind, ist auch unerheblich, dass Hinweise auf die Produktplatzierung am Anfang sowie bei Fortsetzung der Sendung nach einer Werbeunterbrechung eingeblendet wurden.

4. Es war daher bei der am 17.03.2019 von ca. 08:59:36 Uhr bis ca. 09:37:46 Uhr ausgestrahlten Sendung „Kanal3 Obersteiermark“ eine Verletzung von § 38 Abs. 1 AMD-G durch Produktplatzierungen im Rahmen des Beitrags über den Schitag der Firma „Intersport Pintar“ festzustellen.

4.6. Verletzung von § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G durch fehlende Kennzeichnung von Produktplatzierungen (Spruchpunkt 1.e)

Zum Rechtsrahmen für Produktplatzierungen kann auf Punkt 4.5 verwiesen werden.

Durch die Nennung des Gewinnspielpreises sowie der die Preise zur Verfügung stellenden Unternehmen mit den Worten *„Nur noch einmal schlafen und es geht wieder für Sie ab in die Parktherme Bad Radkersburg mit einem Aktivtag und Sie gewinnen außerdem ein Getränkepackage von ‚Peterquelle‘ bei unserem Antenne ‚Hitgurgeln‘. Morgen in der Früh, bei den ‚Antenne-Muntermachern‘ wird wieder gegurgelt. Erkennen Sie den Hit, dann einfach anrufen unter 0316/809080 und Gewinnleitung ‚10‘ treffen. Alle Infos auf antenne.at.“* werden die Parktherme Bad Radkersburg und das Getränk „Peterquelle“ werbewirksam in die Sendung „Kanal3 Infokanal“ einbezogen. Zudem sind beide Produkte dem durchschnittlichen Konsumenten bekannt.

Eine solche Einbindung der preisstiftenden Unternehmen im Rahmen eines Gewinnspiels erfolgt üblicherweise gegen Leistung eines Entgelts oder eine sonstige Gegenleistung – zumindest gegen Zurverfügungstellung des Preises. Damit ist auch hier das Tatbestandsmerkmal der Entgeltlichkeit erfüllt.

Da die Sendung „Kanal3 Infokanal“ weder an ihrem Anfang um ca. 10:29:37 Uhr noch an ihrem Ende um ca. 10:59:34 Uhr eindeutig hinsichtlich dieser Produktplatzierung gekennzeichnet wurde, war eine Verletzung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G festzustellen.

4.7. Spruchpunkt 2. und 3. – Veröffentlichung der Entscheidung

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

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass *„tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert“* erzielt wird (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Mit der Veröffentlichung

einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „contrarius actus“ Rechnung getragen werden.

Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitrahmen erfolgten.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.965/19-033“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 02. Juli 2019

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz, LL.M.
(Mitglied)