

Bescheid

I. Spruch

1.) Die Kommunikationsbehörde Austria (im Folgenden: KommAustria) stellt gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Privatfernsehgesetz (PrTV-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, iVm § 2 Abs. 1 Z 7 lit b KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 21/2005, fest, dass die ATV Privatfernseh-GmbH (im Folgenden: ATV), FN 157105m beim HG Wien, vertreten durch Lansky, Ganzger & Partner Rechtsanwälte GmbH,

- a) die Bestimmung des § 46 Abs. 5 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie im Rahmen ihres am 06.02.2006 ausgestrahlten Programms ab ca. 19:19 Uhr eine Nachrichtensendung ausgestrahlt hat, für die ein Beitrag zur Finanzierung geleistet wurde, um den Namen der Kronenzeitung zu fördern,
- b) die Bestimmung des § 38 2. Satz PrTV-G über die Trennung von Werbung von anderen Programmteilen dadurch verletzt hat, dass sie im Rahmen ihres am 06.02.2006 ausgestrahlten Programms um ca. 19:43 bis 19:44 Uhr Werbung gesendet hat, die nicht eindeutig von anderen Programmteilen getrennt war.

2.) Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 PrTV-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der **ATV** auf, die Spruchpunkte 1a) und b) binnen vier Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der ATV ausgestrahlten Programms an einem Wochentag zwischen 18:00 und 20:00 Uhr durch einen Programmansager in folgender Form verlesen zu lassen:

„Die Rundfunkbehörde hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht festgestellt, dass die ATV Privatfernseh-GmbH im Rahmen ihres am 06.02.2006 zwischen 18:00 und 20:15 Uhr ausgestrahlten Programms erstens die Bestimmung des § 46 Abs. 5 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie eine gesponserte Nachrichtensendung ausgestrahlt hat und zweitens die Bestimmung des § 38 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie Werbung gesendet hat, die nicht eindeutig von anderen Programmteilen getrennt war.“

Der KommAustria sind gemäß § 47 Abs. 1 PrTV-G unverzüglich Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis derselben vorzulegen.

II. Begründung

Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 03.03.2006 übermittelte die KommAustria der ATV die Auswertung des am 06.02.2006 von 18:00 bis 20:15 Uhr ausgestrahlten Fernsehprogramms und räumte dieser gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 lit b KOG die Möglichkeit zur Stellungnahme zu den darin vermuteten Rechtsverletzungen ein.

Am 03.03.2006 erfolgte die Veröffentlichung der im Rahmen des ausgewerteten Fernsehprogramms vermuteten Rechtsverletzungen durch Bekanntmachung der im Monat Februar 2006 stichprobenartig ausgewerteten Sendungen von Hörfunk- und Fernsehveranstaltern auf der Website der Regulierungsbehörde (www.rtr.at).

Mit Schreiben vom 20.03.2006 nahm die ATV zu den Ergebnissen der Auswertung durch die KommAustria Stellung.

Die KommAustria leitete mit Schreiben vom 31.03.2006 ein Verfahren zur Feststellung von Verstößen gegen die Werbebestimmungen des PrTV-G durch die ATV ein, worin dieser noch einmal Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt wurde.

Mit Schreiben vom 20.04.2006 nahm die ATV zur Einleitung des Rechtsverletzungsverfahrens wegen vermuteter Verstöße gegen die Werbebestimmungen des PrTV-G Stellung.

Sachverhalt

Die ATV ist auf Grund des Bescheides des BKS vom 22.04.2002, 611.181/007-BKS/2002, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem terrestrischen Fernsehen für die Dauer von zehn Jahren und verbreitet in diesem Versorgungsgebiet unter dem Namen „ATV“ ein werbefinanziertes Fernsehprogramm.

Im Rahmen des am 06.02.2006 im Zeitraum von 18:00 bis 20:15 Uhr gesendeten Programms strahlte die ATV unter anderem Folgendes aus:

Ad Spruchpunkt 1.) a)

Nach Ende der Sendung „Die Nanny“ wird nach einer Schwarzblende um ca. 19:19 Uhr ein Spot mit folgendem Wortlaut gesendet: „Mehr über die wichtigsten Nachrichten der kommenden Sendung lesen sie morgen in der Kronenzeitung!“ Links oben ist dabei ein Schriftzug „Werbung“ eingeblendet, links unten „Jetzt: ATVplus Aktuell“. In der Mitte des Bildes erscheint eine Ausgabe der Kronenzeitung. Deutlich ist die Headline „Karikaturenkrieg – Erste Todesopfer! Anschlag auch auf unsere Botschaft“ auszunehmen. Das Musikbett bzw. die akustische Begleitung des Spots beginnt und endet mit einer Dreitonfolge.

Am Anfang des Spots konnte kein optisches oder akustisches Mittel zur Trennung wahrgenommen werden, am Ende des Spots wird die Sendung „ATV plus Aktuell“ mit folgender Sequenz eingeleitet: Zunächst ist eine Uhr und das Nachrichtenstudio mit den Moderatoren zu sehen. Erst später fährt ein Globus von links über die Mitte des Bildes nach rechts unten. Gleichzeitig wird der Schriftzug ATV plus Aktuell mit Sport“ begleitet von einer Tonfolge eingeblendet. Die Sendung „ATV plus Aktuell“ beginnt mit einer Übersicht über die nachfolgenden Beiträge, wobei sich der erste Beitrag unter dem Titel „Flammen des Zorns“ auch mit den Ausschreitungen anlässlich der erschienenen Karikatur des Propheten

Mohammed in Teheran sowie weiters mit Protesten von moslemischen Kolporteuren gegen die „Kleine Zeitung“ beschäftigt.

Ad Spruchpunkt 1.) b)

Im Anschluss an einen Werbeblock und nach Einspielung eines Werbetrenners folgt um 19:43 Uhr ein Programmhinweis auf die Sendung „Die 10“. Im Anschluss wird eine Patronanzabsage für die Sendung mit folgendem Wortlaut gesendet: „TV Media, das beste TV Programm für Österreich, wünscht gute Unterhaltung bei ‚Die 10‘“. Danach folgt um 19:44 Uhr ein Programmhinweis auf die Sendung „Tausche Familie“.

Beweiswürdigung

Der festgestellte Sachverhalt ergibt sich aus den Aufzeichnungen vom 06.02.2006, den Stellungnahmen der ATV und dem Bescheid des BKS vom 22.04.2002, 611.181/007-BKS/2002.

Rechtlich folgt daraus

Die ATV ist auf Grund des Bescheides des BKS vom 22.04.2002, 611.181/007-BKS/2002, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem terrestrischen Fernsehen für die Dauer von zehn Jahren und verbreitet unter dem Namen „ATV“ ein werbefinanziertes Fernsehprogramm.

Nach § 2 Abs. 1 Z 7 lit b KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGB. I Nr. 21/2005, obliegt der KommAustria die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 34 bis 46 des Privatfernsehgesetzes (PrTV-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die Werbung beinhalten, durchzuführen. Vermutet die KommAustria Verletzungen der Werbebestimmungen, so hat sie die Ergebnisse ihrer Auswertungen dem betroffenen Rundfunkveranstalter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG hat die KommAustria unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahmen bei begründetem Verdacht einer Verletzung der Bestimmungen der §§ 34 bis 46 PrTV-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Im vorliegenden Fall waren die Stellungnahmen der ATV nicht geeignet, die Bedenken der KommAustria hinsichtlich der vermuteten Werbeverstöße auszuräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 PrTV-G iVm § 38 und § 46 Abs. 5 PrTV-G einzuleiten war.

Ad Spruchpunkt 1.) a)

Gemäß § 46 Abs. 1 PrTV-G liegt eine Patronanzsendung vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken oder Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke oder Programme mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.

Gemäß § 46 Abs. 5 PrTV-G dürfen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information jedoch nicht im Sinne von Abs. 1 finanziell unterstützt, also nicht gesponsert werden.

Diese Bestimmung führt die Aufträge des BVG-Rundfunk aus, das in Art I Abs. 2 festlegt, dass „die Rundfunkordnung die Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt, die Ausgewogenheit der Programme sowie die Unabhängigkeit der Personen und Organe, die mit der Besorgung der im Abs. 1 genannten Aufgaben betraut sind, gewährleisten soll.“ Neben der Objektivität und Unparteilichkeit ist aber auch das Unabhängigkeitsgebot einschlägig: Die Unabhängigkeitsgarantie soll nicht nur ausschließen, dass der Staat selbst unmittelbar auf die inhaltliche Wahrnehmung der Programm gestaltenden Tätigkeit einwirkt oder sich durch personelle Abhängigkeiten und Verflechtungen solche Einflussmöglichkeiten eröffnet. Sondern es muss auch sichergestellt sein, dass der Rundfunk nicht von einer einzigen oder wenigen gesellschaftlichen Machtgruppen, wie vor allem auch anderen Medien, abhängig ist.

In seiner Entscheidung vom 06.06.2005, GZ 611.001/0009-BKS/2005, zur im Wesentlichen identen Bestimmung des Privatradiogesetzes qualifizierte der Bundeskommunikationssenat die zweimalige zwischen der Ankündigung „Gleich auf der Antenne. Die Salzburg News.“ und der Nachrichtenverlesung gesendete Wortfolge „Besser informiert in den Tag mit den Salzburger Nachrichten, die Zeitung der Salzburger“ nicht als Sponsorhinweis der Nachrichtensendung. Die Hinweise sind als Teil der Patronanzsendung – nämlich der „Antenne Salzburg Show“ – nicht geeignet, den Eindruck zu erwecken, dass die Salzburger Nachrichten die folgenden Nachrichtensendungen der Antenne Salzburg gesponsert hätten. Insbesondere fehlt dem Hinweis der erforderliche klare Bezug zur patronierten (Nachrichten) Sendung und erschöpft sich in der Ankündigung der Salzburg News. Vielmehr handelt es sich um werblich gestaltete Patronanzhinweise im Rahmen einer anderen Patronanzsendung.

Ausgehend von dieser Rechtsprechung muss im vorliegenden Fall sowohl aufgrund der direkten Bezugnahme auf die nachfolgenden Sendung („Mehr über die wichtigsten Nachrichten der kommenden Sendung lesen sie morgen in der Kronenzeitung!“) als auch der Gestaltung des Hinweises (Einblendung eines Sendungshinweises im unteren linken Bildrand) und der Gestaltung der Schlagzeilen der Sendung „ATV plus Aktuell“, welche inhaltlich mit den Inhalten der Kronenzeitung korrespondieren, von einer Patronanzsendung ausgegangen werden.

Da es sich bei der Sendung „ATV plus Aktuell“ um eine Nachrichtensendung handelt, geht die KommAustria davon aus, dass verbotenes Sponsoring einer Nachrichtensendung im Sinne des § 46 Abs. 5 PrTV-G betrieben wurde.

In ihrer Stellungnahme vom 20.04.2006 hebt die ATV hervor, dass eine finanzielle Unterstützung der Nachrichtensendung nicht stattgefunden habe und kein finanzieller Beitrag zur Finanzierung der Nachrichtensendung geleistet worden sei. Es ist allerdings nach dem Bundeskommunikationssenat (BKS) (zur im Wesentlichen identen Bestimmung des PrR-G 13.12.2002, GZ 611.180/001-BKS/2002) nicht zwingend, dass von einem „Sponsor“ ein Beitrag zur Finanzierung einer konkreten Sendung geleistet wird. Es genügt, wenn vom Sponsor ein Beitrag in welcher Form auch immer zum Gesamthaushalt des Rundfunkveranstalters, der letztlich zur Finanzierung von solchen Werken zur Verfügung steht, geleistet wird.

Ferner wendet die ATV ein, dass die Umdeutung dieser eindeutig als „Werbung“ gekennzeichneten Äußerung unzulässig bzw. nicht nachvollziehbar sei. Der Zuseher bekomme als Werbung offengelegtes Bildmaterial, sehe Werbung und erkenne Werbung. Dieses Argument kann insofern nicht überzeugen, als eine gestaltete Patronanzansage nach dem eindeutigen Wortlaut des § 34 Abs. 1 PrTV-G ebenso „Werbung“ darstellt: „Werbung (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen) und Teleshopping dürfen nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.“ Darüber hinaus hat der BKS hinsichtlich der rechtlichen Einordnung von Hinweisen als Werbespot oder als

Patronanzhinweis festgehalten, dass der Absicht der Partei oder der vertraglichen Gestaltung zwischen dem werbetreibenden Unternehmen und dem Rundfunkveranstalter allein keine ausschlaggebende Bedeutung zukommen kann, hätten es sonst die Parteien in der Hand, gesetzliche Gebote und Verbote zu umgehen (BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0008-BKS/2005 wiederum zur im Wesentlichen identen Definition der Patronanzsendung in § 19 Abs. 5 lit a Privatradiogesetz, BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004). Ebenso würde die Einordnung allein nach der Kennzeichnung in einem bestimmten Sinn dazu führen, dass es der Rundfunkveranstalter in der Hand hätte, gesetzliche Gebote und Verbote zu umgehen.

Weiters dürfen Patronanzsendungen gemäß § 46 Abs. 2 Z 3 PrTV-G nicht „zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen“. Gerade die Kombination von Printmedienwerbung und einer Nachrichtensendung ist eine Gefahr für die verfassungsgesetzliche verankerten Schutzgüter, da allein der Hinweis, dass mehr über die Nachrichten der folgenden Sendung in der Zeitung vom nächsten Tag zu lesen sei, die Nachrichtensendung in die Nähe der Verkaufsförderung rückt. Es wird suggeriert, dass die Ausgabe der Kronenzeitung vom nächsten Tag eine Art Ergänzung zu den Nachrichten auf ATV sei. Dass die Nachrichtensendung selbst tatsächlich verkaufsfördernd wirkt oder geplant war, hat die KommAustria – anders als die ATV in ihrer Stellungnahme vom 20.03.2006 vermeint – nicht behauptet.

Schließlich wendet die ATV in ihrer Stellungnahme vom 20.04.2006 ein, dass allein die inkriminierte Aussage nicht darauf schließen ließe, dass der Inhalt der Nachrichtensendung beeinflusst worden wäre. Damit verkennt die Rundfunkveranstalterin den Inhalt der letztlich festgestellten Rechtsverletzung: Die KommAustria hat eine Verletzung von § 46 Abs. 2 Z 1 PrTV-G („Inhalt und Programmplatz einer Patronanzsendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit der Rundfunkveranstalter in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.“) nicht releviert und daher nicht zum Gegenstand des Verfahrens gemacht.

Die werbende Ausgestaltung des Hinweises selbst („Mehr über die wichtigsten Nachrichten der kommenden Sendung lesen sie morgen in der Kronenzeitung“) lässt darauf schließen, dass es sich hier um einen verkaufsfördernden Hinweis handelt. Dass es sich allgemein um Werbung handelt, wurde von der ATV in ihrer Stellungnahme vom 20.03.2006 auch zugestanden (vgl Stellungnahme S. 2: „Werbeeinschaltung“).

Nach Entscheidungen des BKS (dazu noch unter 2.) sind Patronanzhinweise, welche die Grenze zur werblichen Gestaltung überschreiten, gemäß § 38 PrTV-G von anderen Programmteilen durch ein akustisches oder optisches Mittel zu trennen. Selbst wenn es sich daher um einen Patronanzhinweis auf eine andere Sendung oder um einen herkömmlichen Werbespot handelt, liegt nach Ansicht der KommAustria eine Verletzung des in § 38 PrTV-G normierten Trennungsgebotes vor.

Dagegen bringt die ATV in ihrer Stellungnahme vom 20.03.2006 und 20.04.2006 ausführlich vor, dass – vereinfacht – zB durch den Abspann der Sendung „Die Nanny“ klar erkennbar sei, dass die Sendung „Die Nanny“ endet. Auf eine Schwarzblende folge die Werbeschaltung, die mit „Werbung“ links oben gekennzeichnet sei. Zudem sei der Übergang zum Spot durch eine 3-Toneinspielung erkennbar – zur Abgrenzung des Spots folge die Einspielung der Dreitonfolge.

Der BKS entscheidet jedoch in ständiger Entscheidungspraxis auch zu den im Wesentlichen identen § 13 Abs. 3 ORF-G und § 19 Abs. 3 PrR-G, dass diese Gesetzesbestimmungen in unmissverständlicher Weise die klare Trennung von Werbung und anderen Sendeinhalten verlangen. Schutzzweck ist auch, das Publikum durch das Trennzeichen in die Lage zu versetzen, Werbung nicht aufmerksam verfolgen zu müssen. Dieser Zweck erfordert sowohl am Beginn eine Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der

folgenden Ausstrahlung zu vermeiden, als auch am Ende des Werbeblocks, damit dem Publikum der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl BKS 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004, BKS 23.05.2005, 611.001/0004-BKS/2005; vgl auch BKS 23.05.2005, GZ 611.001/0001-BKS/2005).

Schwarzblenden oder Schnitte stellen kein geeignetes Mittel dar, dem Erfordernis der eindeutigen Trennung Rechnung zu tragen, zumal Schwarzblenden in vielfacher Art und Weise bei der Ausstrahlung von Rundfunksendungen Verwendung finden und eben gerade nicht vom Zuseher als Trennung zwischen Programm und Werbung wahrgenommen werden (BKS 23.05.2005, 611.009/0018-BKS/2004; vgl auch BKS 23.05.2005, 611.001/0004-BKS/2005). Auch der Abspann der Sendung „Die Nanny“ kann nicht als ausreichendes optisches oder akustisches Trennmittel angesehen werden, da bloß klar ist, dass eine Sendung endet und eine andere beginnt. Offen bleibt – auch bei der Betrachtung aller dieser optischen oder akustischen Maßnahmen in ihrer Gesamtheit –, ob es sich bei der neuen Sendung um Werbung oder eine redaktionelle Sendung handeln wird.

Auch die (dauernde) Einblendung des Wortes „Werbung“ im Bild (bloß) während der Werbung genügt nicht: Zwar ist in einem solchen Fall die Erkennbarkeit der Werbung gewährleistet, es findet jedoch keine eindeutige akustische oder optische Trennung statt, wenn Werbung ansonsten unmittelbar und ansatzlos nach dem redaktionellen Programm folgt (vgl BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005). Dies gilt auch für die Einspielung der Dreitonfolge, die während des Spots eingespielt wird. Zudem erscheint die Dreitonfolge als Teil der musikalischen Begleitung und wird soweit ersichtlich von der ATV in ihrem Programm ansonsten nicht als Trennmittel verwendet. Nach einer Entscheidung des BKS (23.06.2005, GZ 611.001/0010-BKS/2005, zu dem im Wesentlichen identen § 19 Abs. 3 PrR-G) wird dem Erfordernis der Eindeutigkeit des zur Trennung verwendeten Mittels grundsätzlich nur bei dessen durchgehender und einheitlicher Verwendung als Trenner innerhalb des Gesamtprogramms des Rundfunkveranstalters Rechnung getragen.

Entsprechendes gilt für den Übergang zwischen Werbung und Nachrichtensendung: Eine Trennung in Form der Sendungssignation ist nämlich ausreichend, wenn diese am Ende der Werbung erfolgt und selbst nicht auch Werbung beinhaltet (siehe BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0002-BKS/2005). Die Sendungssignation der Nachrichtensendung wäre an sich geeignet den Anforderungen an das Trennmittel zu genügen. Jedoch folgt diese erst mehrere Sekunden nach Wiederbeginn des redaktionellen Programms (vgl bei bloß einer Sekunde BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0002-BKS/2005). Eine Differenzierung dahingehend, dass gewissermaßen „uninteressantes“ oder „zur Überleitung gedachtes“ redaktionelles Programm von der Werbung nicht zu trennen sei, kann dem Gesetz nicht entnommen werden. Wie auch die (dauernde) Einblendung des Wortes „Werbung“ im Bild (bloß) während der Werbung stellt auch die Einblendung von „jetzt ATV+ Aktuell“ während der Werbung kein geeignetes Mittel dar, dem Erfordernis der eindeutigen Trennung Rechnung zu tragen.

Ad Spruchpunkt 1.) b)

Die KommAustria nimmt auf Grund der Ansage und deren Gestaltung an, dass mit diesem Hinweis eine Sponsorabsage ausgestrahlt wurde und der Programmhinweis auf die Sendung „Die 10“ im Sinne des § 46 PrTV-G gesponsert werden sollte. Dem tritt auch die ATV in ihrer Stellungnahme vom 20.03.2006 und 20.04.2006 nicht entgegen. Die Stellungnahme vom 20.04.2006 verwendet auch den Begriff „Sponsor“ und hebt die Einhaltung des § 46 PrTV-G hervor.

Der Bundeskommunikationssenat hat in seiner Entscheidung vom 23.06.2005, GZ 611.001/0002-BKS-2005, ausgesprochen, dass es „zulässig ist, Werbung in Form von Patronanzhinweisen auszustrahlen. Allerdings kommen dann die spezifischen Regelungen über Werbung zur Anwendung, sodass diese Werbung dann gemäß § 19 Abs. 3 PrR-G von anderen Programmteilen durch akustische Mittel getrennt werden muss. Wenn sich der Rundfunkveranstalter der Form einer werblich gestalteten Patronanzansage bedient, so steht

für den Bundeskommunikationssenat außer Zweifel, dass diese von Beginn an durch eine akustische Trennung als Werbung erkennbar sein muss.“

Diese Entscheidung stellt Grundsätze im Hinblick auf das Erfordernis des Kennzeichnungsgebots des § 19 Abs. 3 Privatradiogesetz auf, aus denen aber auch für das Kennzeichnungs- bzw. Trennungsgebot des § 38 PrTV-G – die im Wesentlichen idente, Bestimmung des PrTV-G – Leitlinien zu gewinnen sind. So sind Patronanzhinweise, welche die Grenze der werblichen Gestaltung überschreiten, nach den Regeln des § 38 PrTV-G zu beurteilen. Dies bedeutet, dass sie jeweils am Anfang und am Ende eindeutig durch ein optisches oder akustisches Mittel von anderen Programmteilen zu trennen sind. Als unterhalb der Schwelle zur kommerziellen Werbung angesehen wurden vom BKS etwa Sponsoransagen mit einem Hinweis auf den Tätigkeitsbereich des Unternehmens, wohingegen qualitativ-wertende Aussagen oder werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen oder das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes oder besonderer Produkteigenschaften jedenfalls als unzulässig und die Grenze zur Werbung überschreitend qualifiziert wurden (vgl. dazu BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0002-BKS/2005).

Mit dem Hinweis „TV Media, das beste TV Programm für Österreich“ wird die Grenze zur Werbung überschritten, da eine qualitativ-wertende Aussage getroffen wird. Die Argumente in der Stellungnahme vom 20.03.2006 und 20.04.2006 gehen ins Leere: Bei der Beurteilung, ob eine klare Trennung der Werbung vom Programm notwendig ist bzw. die Grenze der werblichen Gestaltung durch Äußerungen im Rundfunkprogramm überschritten wird, ist allein der Empfängerhorizont eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers maßgeblich. Der Hinweis „TV Media, das beste TV Programm für Österreich“ kann vom Durchschnittsverbraucher nicht anders als als qualitativ-wertende Aussage verstanden werden (und zwar unabhängig davon, ob „das beste TV-Programm“ nun als „das beste Rundfunkprogramm“ [die besten Rundfunkprogramme] oder „das beste TV-Magazin“ gemeint war).

Da es sich daher bei der Sponsoransage um Werbung im Sinne des § 38 PrTV-G handelt, ist diese durch ein akustisches oder optisches Signal von anderen Programmteilen zu trennen. Ein entsprechendes Trennmittel konnte weder vor noch nach dem Patronanzhinweis wahrgenommen werden. Die KommAustria vermutet daher nach wie vor einen Verstoß gegen § 38 PrTV-G.

Ad Spruchpunkt 2.)

Aus der Bestimmung des § 62 Abs. 3 PrTV-G ergibt sich, dass die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen kann und dem Rundfunkveranstalter auftragen kann, wann, in welcher Form und in welchem Programm diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Der Veröffentlichung der Entscheidung im Programm des Rundfunkveranstalters sollte der gleiche Veröffentlichungswert wie der Verletzung zukommen. Eine Veröffentlichung ist jedenfalls bei der Feststellung einer Verletzung durch den „Rundfunkveranstalter als Medium“, d.h. im Programm, erforderlich (vgl. VfSlg. 12497/1991 zu § 29 Abs. 4 RFG, nunmehr § 37 Abs. 4 ORF-G und BKS 23.06.2005 GZ 611.001/0011-BKS/2005).

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der ATV auf, die Spruchpunkte 1.) a) und b) binnen vier Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der ATV terrestrisch ausgestrahlten Programms an einem Wochentag zwischen 18:00 und 20:15 Uhr durch einen Programmansager in der von der Behörde vorgeschriebenen Form verlesen zu lassen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus der Tatsache, dass die Verletzungen der Bestimmungen im Zeitraum von 18:00 bis 20:15 Uhr beobachtet wurden. Der Regulierungsbehörde sind Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis vorzulegen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der Partei dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Berufung offen. Die Berufung ist binnen zwei Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Behörde, die diesen Bescheid erlassen hat, einzubringen. Die Berufung hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, zu bezeichnen und einen begründeten Berufungsantrag zu enthalten.

Wien, am 7. Juli 2006

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mag. Michael Ogris
Behördenleiter