



Bescheid

I. Spruch

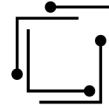
1. Die Beschwerde von A gegen den Österreichischen Rundfunk (ORF) wird, soweit diese Verletzungen der Bestimmungen gemäß § 13 Abs. 1, Abs. 3 Z 3 und 6 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 116/2023, behauptet, gemäß §§ 35, 36 Abs. 1 Z 1 lit. b iVm § 37 Abs. 1 ORF-G als unbegründet abgewiesen.
2. Der Beschwerde wird, soweit diese eine Verletzung der Bestimmung des § 16 Abs. 1 ORF-G behauptet, Folge gegeben und gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 6/2024, iVm mit §§ 35, 36 Abs. 1 Z 1 lit. b und 37 Abs. 1 ORF-G festgestellt, dass der ORF am 21.03.2023 im Fernsehprogramm „ORF 2“ die Bestimmung des § 16 Abs. 1 ORF-G dadurch verletzt hat, dass er mit der Sendung „ZIB 13“ eine Nachrichtensendung ausgestrahlt hat, die aufgrund der in dieser von ca. 13:07:43 bis ca. 13:07:52 Uhr erfolgten Darstellung eines Luftreinigungsgeräts der Marke „Philips“ Produktplatzierung enthalten hat.
3. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 2. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „ORF 2“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) im Rahmen der ab 13:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „ZIB 13“ durch Verlesung und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

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

Am 21.03.2023 wurde im Fernsehprogramm ‚ORF 2‘ die Nachrichtensendung ‚ZIB 13‘ ausgestrahlt, die Produktplatzierung enthalten hat. Dadurch wurde gegen die Bestimmung des ORF-Gesetzes, wonach Produktplatzierung in Nachrichtensendungen unzulässig ist, verstoßen.“

Darüber hinaus hat er die diese Veröffentlichung enthaltende Sendung für sieben Tage nach Ausstrahlung unter <http://tvthek.orf.at> zum Abruf bereit zu halten.

4. Dem ORF wird gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.



II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

1.1. Beschwerde vom 02.05.2023

Mit Schreiben vom 02.05.2023 brachte A (in der Folge: der Beschwerdeführer) unter Vorlage von Unterstützungserklärungen gemäß § 36 Abs. 1 Z 1 lit. b ORF-G Beschwerde gegen den ORF (in der Folge: der Beschwerdegegner) unter anderem wegen Verletzungen von Bestimmungen des ORF-G zur kommerziellen Kommunikation ein.

In diesem Zusammenhang brachte er im Wesentlichen vor, dass am 21.03.2023 in der Sendung „ZIB 13“ über die Pressekonferenz der „Initiative Gesundes Österreich“ (in der Folge: IGÖ) berichtet worden sei und der Appell der IGÖ wiedergegeben worden sei, dass Luftfilter an Schulen aufgestellt werden sollten, um viele Erkrankungen in den Schulen zu verhindern. Diese Luftfilter würden 1.500 Euro pro Klassenzimmer kosten. Im Filmmaterial sei vor dem Rednertisch ein Gerät der Firma „Philips“ zu sehen, welches für die Größe des Raums, in dem die Pressekonferenz stattfand, unterdimensioniert erscheine und daher eher aus Gründen der Produktplatzierung dort zu stehen scheine.

Sowohl der Titel der Pressekonferenz („Saubere Luft“) als auch die Selbstdarstellung der Teilnehmer, die während der Pressekonferenz und auch während ihrer Redebeiträge „FFP2“-Masken getragen hätten, die Platzierung des Luftreinigungsgeräts direkt vor dem Rednertisch und zuletzt der Appell der Teilnehmerin Dr. Pilz, in Schulen und Kindergärten Luftfilteranlagen aufzustellen, hätten den Charakter einer Werbeveranstaltung für Luftfilter gehabt. Anzumerken sei, dass die Teilnehmer der Pressekonferenz im Rahmen der Konferenz die Interviews ohne „FFP2“-Masken gegeben hätten. Der Teilnehmer Dr. Eberl habe in der am selben Tag ausgestrahlten Sendung „Report“ ebenso keine „FFP2“-Maske getragen. An der Pressekonferenz habe der Geschäftsführer einer Firma für Reinraumtechnik, Ing. Czech, teilgenommen, der nicht nur wie Dr. Eberl Bart trage, sondern darüber hinaus die „FFP2“-Maske falsch getragen habe, sodass diese keine Wirkung entfalten habe können. Daraus lasse sich schließen, dass das Tragen der „FFP2“-Masken während der Pressekonferenz lediglich einem dramaturgischen Zweck gedient habe, was jedoch seitens des Beschwerdegegners nicht hinterfragt worden sei. Hingegen sei der Aufruf, zig Millionen Euro alleine in Niederösterreich auszugeben, vom Beschwerdegegner am selben Tag in den Sendungen „ORF III Aktuell“ und „ZIB 13“ berichtet worden.

Es liege daher eine Verletzung der Bestimmungen der §§ 13 und 16 ORF-G vor. Namentlich sei die Platzierung eines Luftreinigungsgeräts mit deutlich erkennbarer Herstellerbezeichnung im Zentrum der Aufmerksamkeit des Zusehers als Produktplatzierung im Sinne des § 1a Z 10 ORF-G anzusehen; selbst wenn, diese Produktplatzierung ausnahmsweise zulässig gewesen wäre, läge jedenfalls ein Verstoß gegen § 16 Abs. 5 Z 3 und 4 ORF-G vor, da das Produkt herausgestellt und kein Hinweis auf Produktplatzierung gegeben gewesen sei. Der Auftritt des Firmeninhabers Ing. Roman Czech schließlich erwecke den Eindruck von Schleichwerbung, da diesem die Gelegenheit zur Bewerbung seines Unternehmens geboten worden sei.

In der Sendung „ORF III Aktuell“ am selben Tag käme weiters Dr. Pilz zu Wort, als sie dazu aufrief, die Österreichische Gesundheitskasse und die niederösterreichische Ärztekammer sollten die nun

wegfallende Impfwerbung des Landes Niederösterreich kompensieren. Dr. Pilz habe dazu aufgerufen, „*aktiv für die Impfung zu plädieren und Werbung zu machen in Niederösterreich*“.

Die ebenfalls am selben Tag ausgestrahlte Sendung „Report“ werde von der Sendungsmoderatorin, Frau Schnabel, damit eingeleitet, dass das Ende der Bewerbung „*der Corona-Impfung weiterhin massive Kritik*“ hervorriefe. Dr. Eberl kritisiere in dieser Sendung im Interview die Beendigung der Bewerbung „*der Corona-Schutzimpfung*“ als evidenzbefreite Maßnahme, die die Impfskepsis erhöhe. Frau Schnabel antworte darauf, die Weltgesundheitsorganisation (in der Folge: WHO) habe herausgegeben, dass „*die Impfung*“ der Gamechanger gewesen sei und 14 Millionen Menschen gerettet worden seien. Dr. Eberl ergänze: „*Wir haben die Fakten, wissen, dass die Impfung Leben gerettet hat und weiter wichtig sein wird*“.

Es sei auffällig, dass hier immer von „*der Impfung*“ die Rede sei. Tatsächlich gebe es auf der ganzen Welt eine Vielzahl an Covid-Impfstoffen nach verschiedenen Prinzipien, von denen in Österreich mittlerweile nahezu ausschließlich die mRNA (modifizierte messenger RNA)-Impfung von „BioNTech/Pfizer“ zum Einsatz komme, so stammten beispielsweise 97 % der in der vierten Kalenderwoche 2023 in Österreich verabreichten Impfungen von diesem Unternehmen. Tatsächlich kämen weltweit unterschiedlichste Impfstoffe zum Einsatz, die nicht nur nach völlig unterschiedlichen Prinzipien funktionierten, sondern auch andere Wirkungs- und Nebenwirkungsprofile hätten. Die bevölkerungsreichsten Länder, China und Indien, verwendeten mehrheitlich keine westlichen Impfstoffe. In China gebe es derzeit acht freigegebene chinesische Impfstoffe. Indiens Serum Institute sei der weltgrößte Impfstoffhersteller und produziere in Lizenz von „AstraZeneca“ etwa 90 % der Dosen, die in Indien verabreicht werden. Daher könne es nicht, wie von einem durchschnittlichen österreichischen Zuseher verstanden werden müsse, „*den (einen) Impfstoff*“ von BioNTech geben, der als Gamechanger Millionen von Leben gerettet haben solle.

Beigelegt waren – nach Zählung des Beschwerdeführers – 147 Unterstützungserklärungen.

Mit Aktenvermerk vom 04.05.2023 wurde die gegenständliche Beschwerde, soweit sie sich auf die Bestimmungen des ORF-G zur kommerziellen Kommunikation bezieht, vom Vorsitzenden der KommAustria dem gemäß § 4 Abs. 1 Z 5 der Geschäftsverteilung 2023/I der KommAustria zuständigen Mitglied zugewiesen.

Mit Schreiben vom 19.05.2023 übermittelte die KommAustria die Beschwerde dem Beschwerdegegner und forderte diesen zur Stellungnahme zu den behaupteten Verletzungen der Bestimmungen des ORF-G zur kommerziellen Kommunikation binnen zwei Wochen auf.

1.2. Stellungnahme des Beschwerdegegners vom 02.06.2023

Mit Schreiben vom 02.06.2023 nahm der Beschwerdegegner Stellung und führte im Wesentlichen aus, dass die Ausführungen des Beschwerdeführers zur Verletzung der §§ 13 und 16 ORF-G in den inkriminierten Sendungen nicht nachvollziehbar seien. Weder sei der Appell der IGÖ, Schulen mit Luftfiltern auszustatten, geeignet, den bislang uninformierten Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, richte sich dieser Appell doch an die Politik, noch seien sonstige zur Absatzförderung geeignete Äußerungen enthalten. Aus dem Titel der Pressekonferenz und dem Tragen von „FFP2“-Masken könne keine werbliche Wirkung abgeleitet werden.

Ebenso liege entgegen der Beschwerdebehauptung keine Produktplatzierung gegen Entgelt vor. Das bei der Pressekonferenz der IGÖ zu sehende Luftfiltergerät sei so im Raum platziert gewesen, dass es für den gegenständlichen Beitrag in der „ZIB 13“ nicht möglich gewesen sei, es nicht im Bild zu haben. Weder sei im Text der Name des Herstellers noch das konkrete Luftfiltergerät thematisiert worden. Ebenso wenig hätten die bei der Pressekonferenz anwesenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Beschwerdegegners etwas mit der Platzierung des Gerätes zu tun gehabt. Der Vorwurf der Produktplatzierung sei nicht nachvollziehbar.

Auch liege weder in der Sendung „ORF III Aktuell“ noch in der Sendung „Report“ Werbung zugunsten des Impfstoffs von „BioNTech“ vor. Die Verwendung des Wortes „Impfung“ könne keine werbliche Wirkung entfalten, da weder irgendwelche Vorzüge, Besonderheiten, Kaufaufforderungen oder andere werbliche Kriterien in den Formulierungen enthalten seien, noch überhaupt der Impfstoff eines bestimmten Herstellers erkennbar sei. Die Behauptung des Beschwerdeführers, bei der Wendung „die Impfung“ denke der durchschnittliche Zuseher an den Impfstoff von „BioNTech“, sei schlichtweg absurd. Wenn in den gegenständlichen Sendungen von „Impfung“ die Rede gewesen sei, seien darunter selbstverständlich alle im Rahmen der Pandemiebekämpfung zugelassenen und eingesetzten Impfstoffe zu verstehen gewesen. Wie der Beschwerdeführer zu der Ansicht gelange, im Rahmen der Berichterstattung sei ausschließlich der mRNA-Impfstoff von „BioNTech“ gemeint gewesen, sei nicht nachvollziehbar.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Rundfunkteilnehmereigenschaft des Beschwerdeführers und dessen Unterstützern

Der Beschwerdeführer entrichtet die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen.

Von den vorgelegten 149 Unterschriften war in drei Fällen keine Zuordnung möglich. Von den verbleibenden 146 Unterschriften sind 88 von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen entrichten. Zwei Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die von der Entrichtung der Rundfunkgebühren befreit sind. Neun Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radioempfangseinrichtungen entrichten, ein Fall betrifft eine Meldung einer Firma, die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen entrichtet. 46 Unterschriften stammen von Personen, die selbst keine Rundfunkgebühren entrichten, aber mit einer die Rundfunkgebühren entrichtenden oder von dieser befreiten Person im gemeinsamen Haushalt wohnen.

2.2. Beschwerdegegner

Der Beschwerdegegner ist gemäß § 1 Abs. 1 iVm Abs. 2 ORF-G eine Stiftung öffentlichen Rechts mit Rechtspersönlichkeit und Sitz in Wien, deren Zweck die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags gemäß den §§ 3 bis 5 ORF-G darstellt.

2.3. Verfahrensgegenständliche Sendungen

2.3.1. Sendung „ZIB 13“ am 21.03.2023

Am 21.03.2023 wird im Fernsehprogramm „ORF 2“ des ORF um ca. 13:00 Uhr die Sendung „ZIB 13“ ausgestrahlt.

Die Sendung beginnt mit den Schlagzeilen, die den Besuch des chinesischen Staatspräsidenten Xi beim russischen Präsidenten Putin, die Aufarbeitung von Missbrauchsskandalen durch „SOS Kinderdorf“ und Rassismus und Diskriminierungen bei der Londoner Polizei zum Gegenstand haben. Neben den angekündigten Beiträgen enthält die Sendung auch einen über die vorzeitige Auflösung der „Gesamtstaatlichen COVID-Krisenkoordination“ (Gecko) sowie den beschwerdegegenständlichen Beitrag „Lehren aus der Pandemie: Vorkehrungen für Schulen“.

Die Moderatorin der Sendung, Alexandra Maritza Wachter, moderiert diesen Beitrag aus dem Studio wie folgt an: *„Und sinnvoll wäre es natürlich, wenn man Lehren aus dem Pandemiemanagement ziehen würde, denn auch wenn die Corona-Pandemie ihren Höhepunkt hinter sich hat, bleibt die Frage, wie man mit um sich greifenden Viruserkrankungen umgeht. Ein Ansatz in Schulen wäre etwa der Einsatz von Luftfilteranlagen in Klassenzimmern.“*

Zu Beginn dieses Beitrags ist ein Luftreinigungsgerät zu sehen, dessen Marke „Lux“ um ca. 13:07:41 Uhr für etwa eine Sekunde erkennbar ist.

Daran anschließend ist um ca. 13:07:43 Uhr, während ein Sprecher aus dem Off die Inhalte der Pressekonferenz der IGÖ zusammenfasst, in der Bildmitte ein Luftreinigungsgerät der Marke „Philips“ zu sehen. Dieses ist vor den Tischen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Pressekonferenz platziert (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Einblendung Luftreinigungsgerät „Philips“ um ca. 13:07:43 Uhr (Beginn Zoom-Out)

Danach wird sukzessive aus dem Bild herausgezoomt, so dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Pressekonferenz ins Bild kommen (siehe Abbildung 2).



Abbildung 2: Pressekonferenz mit Luftreinigungsgerät „Philips“ (Zoom-Out)



Abbildung 3: Luftreinigungsgerät „Philips“ um ca. 13:07:52 Uhr (Ende des Zoom-Out)

Die Darstellung dieses Luftreinigungsgerätes einschließlich des Zoom-Outs dauert bis ca. 13:07:52 Uhr und damit ca. neun Sekunden.

Währenddessen führt der Sprecher aus dem Off aus: „Mit CO₂-Messgeräten und Luftfiltern können viele Erkrankungen in Schulen verhindert werden, auch nach der Pandemie, sagen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. 1.500 Euro pro Klassenzimmer würde die Ausstattung mit diesen Geräten kosten. Angesichts des niederösterreichischen Coronafonds sollte das Geld dafür bereitgestellt werden.“

Anschließend führt die ehemalige Wiener Patientenanwältin, Dr. Sigrid Pilz, als Teilnehmerin an der Pressekonferenz aus: „Verwenden Sie das Geld, um die niederösterreichischen Schulen und Kindergärten sicher zu machen und investieren Sie diese 30 Millionen in sichere Luft.“

Der Sprecher aus dem Off setzt fort: „Parallel zu den Wissenschaftlern hält der Unterrichtsminister eine Pressekonferenz ab. Polaschek verweist darauf, dass bereitgestellte Luftfilteranlagen von den Schulen nur zum Teil abgerufen wurden und ...“

Während dieser Überleitung ist um ca. 13:08:12 Uhr für ca. eine Sekunde erneut die Marke „Lux“ auf einem Gerät, das gerade eingeschaltet wird, zu erkennen (siehe Abbildung 4).



Abbildung 4: Gerät der Marke „Lux“ um ca. 13:08:12 Uhr

Bundesminister Univ.-Prof. Dr. Martin Polaschek: „Das nachträgliche Einbauen oder in den Raum stellen von Luftfilteranlagen bedeutet Wärme und Lärm und zusätzliche Energie und es hat sich eigentlich gezeigt, dass das regelmäßige ordentliche Lüften zum gleichen Ergebnis kommt...“

Um ca. 13:08:31 Uhr wird wiederum Bildmaterial von der Pressekonferenz der IGÖ eingespielt. Dabei ist erneut für ca. drei Sekunden vor dem Tisch mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Pressekonferenz das Luftreinigungsgeräte der Marke „Philips“ zu erkennen (vgl. Abbildung 3). Ein Zoom-Out oder Zoom-In erfolgt hier nicht.

Ing. Roman Czech ist während dieses Beitrags auf dem Podium zu erkennen (vgl. wiederum Abbildung 3). Er wird in dem Beitrag weder vorgestellt noch wird eine Wortmeldung von ihm wiedergegeben.

2.3.2. Sendung „ORF III aktuell“ am 21.03.2023

Am 21.03.2023 wird im Fernsehprogramm „ORF III“ um ca. 19:18 Uhr die Sendung „ORF III Aktuell“ ausgestrahlt. Einer der Beiträge in dieser Sendung hat die Pressekonferenz der IGÖ vom selben Tag zum Gegenstand.

Dieser Beitrag wird um ca. 19:22:40 Uhr von der Moderatorin der Sendung, Theresa Kulovits, aus dem Studio wie folgt anmoderiert: „Ja, es sind viele Fragen offen, was die Corona-Pandemie betrifft,

aber was können wir aus der Corona-Pandemie lernen? Damit hat sich die ‚Initiative Gesundes Österreich‘ auseinandergesetzt und einen kurzen Ausschnitt des Pressegesprächs, das sehen Sie jetzt.“

In der Folge werden ab ca. 19:22:55 Uhr folgende Wortmeldungen von dieser Pressekonferenz im Original-Ton wiedergeben:



Abbildung 5: Wortmeldung Sigrid Pilz

Sigrid Pilz: „Es ist so, dass Corona weder vorbei ist, noch wir ordentliche Maßnahmen ergriffen haben, sondern was leider vorbei ist, ist das Bewusstsein, dass wir vorsichtig sein müssen. Und wer zahlt da die große Rechnung dafür? Insbesondere die Kinder und Jugendlichen, weil sie sich selber schwer schützen können. Sie brauchen aber unseren Schutz an den Orten, wo wir das garantieren können, und das sind Schulen und Kindergärten und das wird ihnen leider versagt. Man nimmt zur Kenntnis, dass das Virus durchläuft, genauso wie vorher. Manchmal sogar hat man den Eindruck, mehr denn je. Die nennen wir es Pandemie oder Endemie. Es ist nicht von Bedeutung für das Faktum, dass sich Kinder in Schulen und Kindergärten massenhaft infizieren, mehrfach infizieren. Und wir wissen, dass Corona nicht, und das wird die Frau Doktor besser sagen können, ich glaube den Ärzten in diesem Punkt, Corona ist nicht nur ein respiratorisches Virus, sondern es kann das Gehirn befallen, die Nieren, die Leber, alle Organe und wir sind nicht darauf vorbereitet, unsere Kinder ausreichend zu schützen. Insbesondere in unserem Bereich die saubere Luft ist etwas, womit wir unsere Kinder und Jugendlichen schützen können. Und wenn ich jetzt an die Verhandlungen denke, die die schwarzblaue Regierung in Niederösterreich jetzt miteinander abgeschlossen hat, da wurden ja 30 Millionen Euro für die Bewältigung der Corona-Maßnahmen allokiert. Ich möchte der Frau Landeshauptfrau ausrichten, verwenden Sie dieses Geld nicht etwa in das Zurückzahlen von Verwaltungsstrafen, die schon bezahlt sind und auch zu Recht verhängt wurden, sondern verwenden Sie das Geld, um die niederösterreichischen Schulen und Kindergärten sicher zu machen und investieren Sie diese 30 Millionen in sichere Luft, in gesunde Luft, in Maßnahmen, CO2-Messung und Luftreinigung. Und einen letzten Appell möchte ich noch äußern. Die Niederösterreicher haben sich dazu entschieden, keine offensiven Werbemaßnahmen für die Impfung mehr zu machen. Ich möchte in dem Zusammenhang die österreichische Gesundheitskasse und die niederösterreichische Ärztekammer

auffordern, diesen Mangel wettzumachen und aktiv für die Impfung zu plädieren und Werbung zu machen in Niederösterreich. Ich bedanke mich.“



Abbildung 6: Wortmeldung von Jakob-Moritz Eberl

Jakob-Moritz Eberl: „Ich bin Kommunikationswissenschaftler und möchte daher auch ein bisschen was zur Kommunikation, Gesundheitskommunikation der Regierung sagen. Seit mehreren Jahren jetzt schon haben wir dieses geflügelte Wort mit dem Virus leben lernen gehört und leben in Wirklichkeit auch damit. Aber was heißt mit dem Virus leben lernen? Mit dem Virus leben lernen kann nicht heißen, dass wir uns alle und insbesondere Kinder immer und immer wieder einer Infektion aussetzen. Wir haben vorhin gehört, jede Reinfektion kann durchaus auch oder wird durchaus auch das Risiko einer einzelnen Person an Long-Covid zu erkranken nochmals erhöhen. Mit dem Virus leben lernen muss heißen, in Prävention zu investieren und kann nicht heißen, dass wir eine Art von radikaler Normalisierung durchleben müssen. Was heißt radikale Normalisierung? Wir können uns nicht einfach, egal wie sehr es wollen, auf eine Welt einstellen vor der Pandemie oder vor anderen Krisen, deren wir uns mittlerweile äußerst bewusst sind, sei es auch zusätzlich die Klimakrise. Wir leben in einem neuen Normalzustand, der uns durchaus die Augen geöffnet hat. Die Augen geöffnet darüber, dass wir saubere Luft benötigen, darüber, dass wir unser Verhalten, wenn wir und die öffentliche Gesundheit geschätzt werden soll, anpassen müssen. Immer wieder werden derzeit die möglichen Konsequenzen von Lockdowns insbesondere für Kinder diskutiert. Vermeintliche Schulschließungen, die es so de facto nie oder sehr selten nur gab, aber Kinder sind teilweise natürlich während Lockdowns weniger in die Schule gegangen, werden als großes Problem dargestellt und waren sicher auch vereinzelt für vereinzelt Personen. Aber statt, dass man sich im selben Gedanken dann für Prävention an Schulen einsetzt, bleiben dort viele durchaus engagierte Personen eher ruhig. Und das ist ein Problem. Wenn wir langfristig etwas lernen wollen, Lehren mitnehmen wollen aus der Pandemie, müssen wir in solche Präventionsmaßnahmen investieren, sonst stehen wir beim nächsten Gesundheitsnotstand wieder vor denselben Problemen, wieder vor denselben Entscheidungen, die quasi durch eben die extreme Situation teilweise unausweichlich sein werden.“

Während dieses Beitrags ist kein Luftreinigungsgerät im Bild zu sehen. Ebenso kommt Ing. Roman Czech in keiner Weise vor, weder im Bild noch im Ton. Weder das Unternehmen „BioNTech“ noch das Unternehmen „Pfizer“ noch deren Covid-Impfstoff werden in diesem Beitrag genannt.

2.3.3. Sendung „Report“ am 21.03.2023

Am 21.03.2023 wird im Fernsehprogramm „ORF 2“ um ca. 21:05 Uhr die Sendung „Report“ ausgestrahlt. Diese Sendung enthält unter anderem auch ein Interview mit Jakob-Moritz Eberl.

Um ca. 21:29:24 Uhr leitet die Moderatorin der Sendung, Susanne Schnabl nach einem Beitrag über die neue Regierungskoalition in Niederösterreich über: *„Und abgesehen von gebrochenen Wahlversprechen, der eine werde nie mit dem anderen koalieren, erntet das Corona-Kapitel mit Strafrückzahlungen trotz rechtlicher Bedenken, oder die Nicht-mehr-Bewerbung der Corona-Impfung weiterhin massive Kritik und dazu begrüße ich den Kommunikationswissenschaftler Jakob-Moritz Eberl vom ‚Austrian Corona Panel Project‘ der Uni Wien jetzt live im Studio. Danke fürs Kommen.“*

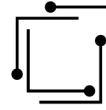
Jakob-Moritz Eberl: „Guten Abend“.

Schnabl: *„Herr Prof. Eberl, wir haben es gehört, die Kritik reißt nicht ab, vor allem das Corona-Kapitel betreffend. Auch unter Funktionären wird hinter vorgehaltener Hand gesprochen, das sei eine ÖVP-Unterwerfung unter die FPÖ-Corona-Politik. Wie groß ist denn das Risiko, dass die ÖVP hier eingeht, nämlich mit Blick auf ihre Daten, jene Wähler und das wären 92 % der ÖVP-Wählerinnen und Wähler zu verspielen, die sich an die Maßnahmen gehalten haben und die für in Ordnung befunden haben?“*



Abbildung 7: Interview mit Jakob-Moritz Eberl

Eberl: *„Genau. Also wir haben ja im Rahmen des Austrian Corona Panel Projekts immer wieder Befragungen während der gesamten Pandemie gemacht und wie Sie schon gesagt haben, 92 % waren letzten Herbst von den ÖVP-Wählerinnen alleine noch für die Maßnahmen. Sie haben sie*



angemessen empfunden oder sie waren sogar zu lasch. Das heißt nur 8 % im Herbst haben irgendwie gemeint, das wäre zu viel. Auch im Rest der Bevölkerung muss man ganz klar sagen; Bis zum Herbst, also wo die Pandemie politisch für beendet erklärt wurde, hat ein Großteil der Bevölkerung die Maßnahmen entweder angemessen gefunden oder wollte noch mehr. Das heißt, diesen Leuten stößt man jetzt wirklich vor den Kopf oder noch schlimmer, man treibt diese ÖVP-Wählerinnen, aber auch allgemein Wählerinnen eigentlich jenen Personen in die Arme, die von Anfang an gesagt haben, das ist zu viel, egal ob Hochinzidenzphase oder eben nicht.“

Schnabl: „Was Sie dann, grad das Gegenteil: Diese viel zitierten Gräben werden nicht zugeschüttet, sondern noch größer.“

Eberl: „Ja, es ist eine schwierige Situation auch zum Beispiel, wenn wir daran denken, dass tatsächlich evidenzbefreite Maßnahmen jetzt gesetzt - also Maßnahme ist falsch - Entscheidungen gesetzt werden, wie zum Beispiel, dass man die Corona-Schutzimpfung nicht mehr bewerben will, das wird die Impfskepsis erhöhen, das wird die Unsicherheiten in den Bürgerinnen erhöhen, das wird grundsätzlich das Vertrauen in Gesundheitsmaßnahmen senken und im schlimmsten Fall stehen wir dann bei der nächsten, beim nächsten Gesundheitsnotstand wieder splitterackt da.“

Schnabl: „... oder wenn eben Corona sich wieder oder mehr zirkulieren sollte im Herbst.“

Eberl: „Ja, genau.“

Schnabl: „Wenn Sie diese Evidenz ansprechen, also bei den Fakten zu bleiben: die WHO hat es ja herausgegeben, die Impfung war der Gamechanger, das ist nicht wegzureden. Auch statistisch: 14 Millionen Menschenleben wurden dadurch gerettet. Ist somit auch mit dem Nicht- mehr-Bewerben dieser Impfung das eine Kapitulation vor Wissenschaftsleugnern und sonst nichts anderes?“

Eberl: „Ja, definitiv also wie gesagt, wenn man jetzt auch nur solche Entscheidungen signalisiert, ich weiß nicht, was davon jetzt wirklich gemacht wird, sei es die Corona- Rückzahlungen, sei es wirklich, dass man sie Impfung nicht mehr bewerben wollen würde. Man signalisiert alleine damit schon, das wäre alles falsch gewesen, vielleicht sogar, die Impfung wäre gefährlich oder sowas, das stimmt halt alles nicht. Wir haben die Fakten, wissen, dass die Impfung Leben gerettet hat, wir wissen, dass sie weiter wichtig sein wird. In der Hinsicht verunsichert man die Bevölkerung auf Basis von wissenschaftsfeindlichen Entscheidungen.“

Schnabl: „Das war ja auch ein Mitgrund auch die Aussagen des Bundeskanzlers, man war zu expertenhörig, dass es Proteste von den Wissenschaftlern gegeben hat und somit vorzeitiger Auflösung der Krisenkoordination „Gecko“. Kurz noch einmal am Ende gefragt, wie schwerer macht dies eine faktenevidenzbasierte Aufarbeitung dieser Krise, um künftig besser gerüstet zu sein?“

Eberl: „Die Frage ist, ob das überhaupt so gewünscht war. Man hat das Gefühl, diese Auflösung war vielleicht nur eine Fortführung oder ein logisches Ergebnis dessen, was die letzten Wochen passiert ist. Also politisch wurde die Pandemie quasi also die Geschichte der Pandemie umgeschrieben. Man sagt jetzt, alle Leute seien dagegen gewesen gegen die Maßnahmen und de facto wissen wir aber, dass sehr viele dafür waren. Man sagt jetzt eine Evaluation der Maßnahmen machen, aber eigentlich gibt man das Ergebnis der Evaluation schon vor. Also da kann einfach eine Zusammenarbeit zwischen Politik und Wissenschaft gar nicht mehr funktionieren.“

Weder das Unternehmen „BioNTech“ noch das Unternehmen „Pfizer“ noch deren Covid-Impfstoff werden in diesem Beitrag genannt.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Ablauf und den Inhalten der Sendungen „ZIB 13“ und „Report“ am 21.03.2023 im Fernsehprogramm „ORF 2“ sowie der Sendung „ORF III Aktuell“ am selben Tag im Fernsehprogramm „ORF III“ gründen sich auf die amtswegige Einsichtnahme in die vom Beschwerdegegner im Verfahren zu KOA 12.085/24-001 (siehe dazu unten Punkt 4.1.) vorgelegten Aufzeichnungen der Sendungen.

Die Feststellungen zur Rundfunkteilnehmereigenschaft des Beschwerdeführers und der die Beschwerde unterstützenden Personen beruhen auf den entsprechenden Angaben der GIS Gebühren Info Service GmbH ebenfalls im Verfahren zu KOA 12.085/24-001.

Die Feststellung, dass Ing. Roman Czech in der Sendung „ZIB 13“ während des gegenständlichen Beitrags auf dem Podium zu erkennen ist sowie die Negativ-Feststellung zum Vorkommen von Ing. Roman Czech in der Sendung „ORF III Aktuell“, die Negativ-Feststellung zum Vorkommen der Unternehmen „BioNTech“ und „Pfizer“ sowie des von diesen hergestellten Impfstoffs in den Sendungen „ORF III Aktuell“ und „Report“ und die Negativ-Feststellung zum Vorkommen einer bildlichen Darstellung eines Luftreinigungsgeräts in der Sendung „ORF III Aktuell“ gründen sich auf die amtswegige Einsichtnahme in die vom Beschwerdegegner im erwähnten Verfahren zu KOA 12.085/24-001 vorgelegten Aufzeichnungen der Sendungen.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 35 ORF-G obliegt die Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk der Regulierungsbehörde. Gemäß § 35 Abs. 3 ORF-G ist die Regulierungsbehörde die KommAustria.

Soweit der Beschwerdeführer in seinem Schreiben vom 02.05.2023 seine Beschwerde auf behauptete Verletzungen der Bestimmungen gemäß § 4 Abs. 1 Z 5, Z 11, Z 14, Z 17 und Z 18 sowie § 10 Abs. 3 und 4 ORF-G und des Objektivitätsgebotes nach § 4 Abs. 5 sowie § 10 Abs. 5 und 7 ORF-G stützt, ist die Beschwerde Gegenstand eines gesonderten Verfahrens (KOA 12.085/24-001).

4.2. Rechtsgrundlagen

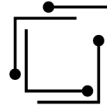
Die maßgeblichen Bestimmungen des ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I 116/2023, lauten auszugsweise wie folgt:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

[...]

6. ‚Kommerzielle Kommunikation‘ jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die



a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

dient und einer Sendung oder einem Angebot gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 8;

[...]

7. ‚Schleichwerbung‘ die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk oder einer seiner Tochtergesellschaften absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;

[...]

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;

[...]

10. ‚Produktplatzierung‘ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (§ 2 Z 26b AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind;

[...].

Inhaltliche Anforderungen und Beschränkungen

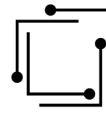
§ 13. (1) Kommerzielle Kommunikation muss als solche leicht erkennbar sein. Schleichwerbung und unter der Wahrnehmungsgrenze liegende kommerzielle Kommunikation in Programmen und Sendungen sind untersagt.

[...]

3. Kommerzielle Kommunikation darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,

2. Diskriminierungen nach Rasse oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Glauben oder Staatsangehörigkeit oder sexueller Ausrichtung enthalten,



3. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden,
 4. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden,
 5. rechtswidrige Praktiken fördern,
 6. irreführen und den Interessen der Verbraucher schaden oder
 7. die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigen.
- [...].

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.

[...]

(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.

[...].

Produktplatzierung

§ 16. (1) Produktplatzierung (§ 1a Abs. 1 Z 10) 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. Diese Ausnahme gilt nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information.

(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 Verbrauchersendungen. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten.

[...].

Rechtsaufsicht

§ 36. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilten Auflagen

1. auf Grund von Beschwerden

a. [...]

b. eines die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers im Sinne des Rundfunkgebührengesetzes, sofern die Beschwerde von mindestens 120 solchen Personen oder Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, unterstützt wird sowie

[...]

(2) [...]

(3) Beschwerden sind innerhalb von sechs Wochen, Anträge sind innerhalb von sechs Monaten, gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung dieses Bundesgesetzes, einzubringen. Offensichtlich unbegründete Beschwerden und Anträge sind ohne weiteres Verfahren zurückzuweisen.

(4) [...].

Entscheidung

§ 37. *(1) Die Entscheidung der Regulierungsbehörde besteht in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.*

(2) – (3) [...]

(4) Die Regulierungsbehörde kann auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Österreichischen Rundfunk oder einer Tochtergesellschaft auftragen, wann, in welcher Form und in welchem Programm oder in welchem Online-Angebot diese Veröffentlichung zu erfolgen hat.“

4.3. Beschwerdevoraussetzungen

4.3.1. Zur Beschwerdelegitimation

Der Beschwerdeführer stützt seine Beschwerde auf § 36 Abs. 1 Z 1 lit. b ORF-G in der zum Zeitpunkt der Beschwerdeerhebung geltenden Fassung BGBl. I Nr. 84/2022 und hat dazu eine Liste mit insgesamt 149 Unterschriften vorgelegt, wovon laut Auskunft der GIS Gebühren Info Service GmbH jedenfalls mehr als 120 Personen entweder die Rundfunkgebühren für Radio- und/oder Fernsehempfangseinrichtungen entrichten, von dieser befreit sind oder mit einer solchen Person im gemeinsamen Haushalt leben (siehe oben Punkt 2.1.).

Die KommAustria entscheidet gemäß § 36 Abs. 1 Z 1 lit. b ORF-G idF BGBl. I Nr. 84/2022 über die Verletzung von Bestimmungen des ORF-G aufgrund von Beschwerden eines die Rundfunkgebühr entrichtenden oder eines von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers, sofern die Beschwerde von mindestens 120 Personen, die die Rundfunkgebühr entrichten oder von dieser befreit sind oder Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, unterstützt wird.

Die KommAustria davon aus, dass gegenständlich in Bezug auf die Voraussetzung des § 36 Abs. 1 Z 1 lit. b ORF-G die Rechtslage zum Zeitpunkt der Beschwerdeerhebung zur Anwendung kommt, sodass diese Voraussetzung dann erfüllt ist, wenn die Beschwerde von mehr als 120 Personen, die entweder die Rundfunkgebühren für Radio- und/oder Fernsehempfangseinrichtungen zum Zeitpunkt der Beschwerdeerhebung entrichtet haben, unterstützt wird, und nicht die seit

01.01.2024 geltende Fassung des ORF-G, bei der im Wesentlichen auf die ORF-Beitragspflicht abgestellt wird (vgl. BGBl. I Nr. 112/2023).

Der Beschwerdeführer entrichtet die Rundfunkgebühr und seine Beschwerde wird von mehr als 120 weiteren, die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Personen bzw. von Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, unterstützt. Auf jene Unterschrift, die einer Firma zugeordnet wurde, ist an dieser Stelle nicht weiter einzugehen, da bereits jene Unterschriften, die natürlichen Personen zuzuordnen sind, die gesetzlich geforderten 120 Personen überschreiten.

Somit ist diese Beschwerdevoraussetzung des § 36 Abs. 1 Z 1 lit. b ORF-G idF BGBl. I Nr. 84/2022 als erfüllt zu betrachten.

4.3.2. Zur Rechtzeitigkeit der Beschwerde

Beschwerden sind gemäß § 36 Abs. 3 ORF-G prinzipiell innerhalb von sechs Wochen gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung des ORF-G einzubringen. Der fristauslösende Zeitpunkt der behaupteten Verletzung ist bei Fernseh- und Hörfunksendungen jedenfalls ihre Ausstrahlung.

Die inkriminierten Beiträge wurden am 21.03.2023 in den Fernsehprogrammen „ORF 2“ bzw. „ORF III“ ausgestrahlt. Die Beschwerde wurde am 02.05.2023 eingebracht. Die Beschwerde ist daher rechtzeitig.

4.4. Zur behaupteten Verletzung von § 13 ORF-G in den Sendungen „ORF III Aktuell“ und „ZIB 13“

Der Beschwerdeführer bringt im Wesentlichen vor, dass der Auftritt von Ing. Roman Czech, der Geschäftsführer eines Unternehmens für Reinraumtechnik sei, in den Sendungen „ZIB 13“ und „ORF III Aktuell“ am 21.03.2023 den Eindruck von Schleichwerbung erwecke, da diesem Gelegenheit zur Bewerbung seines Unternehmens geboten worden sei, und dass durch die Erwähnung „der Impfung“ in den Sendungen „ORF III Aktuell“ und „Report“ am selben Tag Werbung für den Impfstoff der Unternehmen „BioNTech“ und „Pfizer“ ausgestrahlt worden sei.

Mit diesen Vorbringen behauptet der Beschwerdeführer Verletzungen verschiedener Bestimmungen von § 13 ORF-G, nämlich Abs. 1, Abs. 3 Z 3 und Abs. 3 Z 6.

Zu diesem Vorbringen ist zunächst festzuhalten, dass sich der Anwendungsbereich von § 13 ORF-G, wie sich schon aus der Überschrift dieses Abschnitts des ORF-G ergibt („3. Abschnitt Kommerzielle Kommunikation“), nur auf kommerzielle Kommunikation im Sinne des § 1a Z 6 ORF-G und damit nur auf „kommerzielle Kommunikation [...] die [...] einer Sendung oder einem Angebot [...] beigefügt oder darin enthalten ist“ bezieht. Damit kann eine Verletzung der Bestimmungen des § 13 ORF-G nur durch eine „Äußerung, Erwähnung oder Darstellung“ (vgl. wiederum § 1a Z 6 ORF-G) in einer Sendung – nach § 1a Z 5 lit. a ORF-G eine „in sich geschlossene Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton“ – erfolgen. Äußerungen, Erwähnungen oder Darstellungen, die keinen Niederschlag in einer Sendung gefunden haben, können demnach zu keiner Verletzung von § 13 ORF-G führen. Gegenständlich bedeutet das, dass Äußerungen, die allenfalls auf der Pressekonferenz der IGÖ getätigt worden sind, nicht aber Teil der beschwerdegegenständlichen Sendungen wurden, schon aus diesem Grund keine Verletzung von § 13 ORF-G begründen können.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH) für die Einstufung einer Äußerung als (Schleich-)Werbung erforderlich ist, dass diese geeignet ist, bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb eines Produktes oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung zu gewinnen (unmittelbare Absatzförderungsabsicht, vgl. dazu VwGH 14.11.2007, 2005/04/0245; 28.02.2014, 2012/03/0019). Dabei sind nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH) alle Aspekte der Sendung bzw. des entsprechenden Sendungsteiles und nicht bloß die Form der Äußerung zu berücksichtigen, um festzustellen, ob sie die Absicht zum Ausdruck bringen, über das Fernsehen Werbebotschaften an die Zuschauer zu senden. Eine Äußerung kann demnach nur dann als (Fernseh-)Werbung angesehen werden, wenn die angebotenen Waren und Dienstleistungen Gegenstand von Präsentationen oder Verkaufsförderungsmaßnahmen sind, die einen Anreiz für die Zuseher schaffen sollen, diese Waren oder Dienstleistungen zu erwerben (vgl. EuGH 18.10.2007, C-195/06, *KommAustria gegen ORF*; siehe dazu auch VwGH 14.11.2007, 2005/04/0167, mwN).

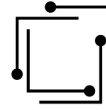
Vor diesem Hintergrund ist festzuhalten, dass weder die von Ing. Roman Czech oder seinem Unternehmen angebotenen Waren und Dienstleistungen noch die Unternehmen „BioNTech“ und „Pfizer“ oder der von diesen angebotene Impfstoff in den gegenständlichen Sendungen Gegenstand von Präsentationen waren. Für Ing. Roman Czech und sein Unternehmen folgt dies im Hinblick auf die Sendung „ORF III Aktuell“ schon daraus, dass weder dieser noch dieses in Bild oder Ton vorkommt. In der Sendung „ZIB 13“ ist Ing. Roman Czech zwar im Bild zu sehen und aufgrund des Namensschildes auch erkennbar (siehe Abbildung 3), es fehlt aber nicht nur jeglicher Hinweis auf seine berufliche Tätigkeit, sondern auch jeglicher Hinweis auf die von ihm bzw. seinem Unternehmen angebotenen Waren und Dienstleistungen. Auch die Unternehmen „BioNTech“ und „Pfizer“ und deren Impfstoff werden in den Sendungen „ORF III Aktuell“ und „Report“ nicht genannt. Damit fehlt auch hier ein für den durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher unmittelbar aus der Sendung erkennbarer Bezug (wiederum: „die [...] darin enthalten ist“, § 1a Z 5 lit. a ORF-G) zur behaupteter Maßen beworbenen Ware oder Dienstleistung.

Gegenständlich liegt demnach insoweit bereits mangels Erkennbarkeit einer Ware bzw. einer Dienstleistung, deren Absatz gefördert werden soll, in den – alleine für sich maßgeblichen – gegenständlichen Sendungen keine kommerzielle Kommunikation im Sinne des § 1a Z 6 ORF-G vor, womit schon aus diesem Grund die behaupteten Verletzungen von § 13 ORF-G nicht vorliegen. Darüber hinaus würde mangels Erkennbarkeit auch die für das Vorliegen von (Schleich-)Werbung erforderliche Eignung, „*bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb eines Produktes oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung zu gewinnen*“, fehlen.

Soweit die Beschwerde eine Verletzung von § 13 Abs. 1, Abs. 3 Z 3 und 6 ORF-G in den Sendungen „ZIB 13“, „ORF III Aktuell“ und „Report“ behauptet, ist diese daher mangels Vorliegens von kommerzieller Kommunikation im Sinne des § 1a Z 6 ORF-G als unbegründet abzuweisen (Spruchpunkt 1).

4.5. Zur Verletzung von § 16 Abs. 1 ORF-G in der Sendung „ZIB 13“

Im Zusammenhang mit der Sendung „ZIB 13“ bringt der Beschwerdeführer weiters im Wesentlichen vor, die Platzierung eines Luftreinigungsgeräts mit deutlich erkennbarer Herstellerbezeichnung im Zentrum der Aufmerksamkeit der Zuseher sei als Produktplatzierung anzusehen. Selbst wenn diese – was hier nicht der Fall sei – ausnahmsweise zulässig sei, liege jedenfalls ein Verstoß gegen § 16 Abs. 5 Z 3 und 4 ORF-G vor, da das Produkt zu stark herausgestellt worden sei und kein Hinweis auf die Produktplatzierung gegeben worden sei.



Bei der Produktplatzierung nach § 1a Z 10 ORF-G werden der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert, wobei es um deren werbewirksame Platzierung (Zurschaustellung) in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt (erst) dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines audiovisuellen Mediendienstes das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153; 08.10.2010, 2006/04/0089).

Weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit. Ob eine Erwähnung oder Darstellung „gegen Entgelt“ in diesem Sinne vorliegt, ist anhand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc. ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. dazu wiederum VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153; 08.10.2010, 2006/04/0089).

Im gegenständlichen Beitrag „*Lehren aus der Pandemie: Vorkehrungen für Schulen*“ sind, wie festgestellt, an mehreren Stellen Luftreinigungsgeräte erkennbar: Zu Beginn des Beitrags um ca. 13:07:41 Uhr für ca. eine Sekunde ein Gerät der Marke „Lux“, von ca. 13:07:43 bis ca. 13:07:52 Uhr während des Berichts von der Pressekonferenz der IGÖ ein Gerät der Marke „Philips“ für ca. neun Sekunden, um ca. 13:08:12 Uhr für ca. eine Sekunde wieder ein Gerät der Marke „Lux“, und um ca. 13:08:31 Uhr für ca. drei Sekunden wieder das Gerät der Marke „Philips“. Inhaltlich hat dieser Beitrag die Verwendung von Luftreinigungsgeräten in Schulen zum Gegenstand.

Nach der dargestellten Rechtsprechung ist für das Vorliegen einer Produktplatzierung im Sinne des § 1a Z 10 ORF-G zunächst – wie für jede Art der kommerziellen Kommunikation – eine Absicht zur Absatzförderung erforderlich. Diese manifestiert sich bei der Produktplatzierung in der werbewirksamen Zurschaustellung des Produktes oder Logos (siehe dazu VwGH 18.09.2013, 2012/03/0162; 03.06.2019, Ra 2018/03/0138).

Eine solche werbewirksame Einbeziehung in die Handlung der Sendung fehlt nach Ansicht der KommAustria bei den um ca. 13:07:41 Uhr, ca. 13:08:12 Uhr und ca. 13:08:31 Uhr für wenige (ein bis drei) Sekunden erfolgten Darstellungen von Luftreinigungsgeräten. Vielmehr dienen diese – insbesondere auf Grund der kurzen Dauer der jeweiligen Darstellung, aber auch aufgrund der Tatsache, dass es sich um Geräte von zumindest zwei verschiedenen Herstellern handelt – vorrangig der Illustration des im Beitrag behandelten Themas.

Anders gilt für die von ca. 13:07:43 bis ca. 13:07:52 Uhr erfolgte Einbeziehung des Geräts der Marke „Philips“. Diese unterscheidet sich von den anderen Darstellungen zum einen durch die lange Dauer von ca. neun Sekunden und zum anderen dadurch, dass das Gerät visuell in Form eines „Zoom-Out“ in die Handlung der Sendung einbezogen worden ist, bei dem am Beginn das Gerät in Großaufnahme in der Bildmitte zu sehen ist (siehe Abbildung 1). Diese Art der Darstellung bewirkt damit nach Ansicht der KommAustria eine Werbewirksamkeit, der im Sinne der dargestellten Rechtsprechung eine – die redaktionelle Rechtfertigung der Einbeziehung des Geräts im Sinne einer bloßen Veranschaulichung des berichtsgegenständlichen Produktes überschreitende – Absicht zur Absatzförderung zu entnehmen ist.

Aus dieser Art der Darstellung ergibt sich nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab nach Ansicht der KommAustria auch die Entgeltlichkeit der Einbeziehung des Produktes in die Handlung

der Sendung: Eine solche mehrere Sekunden lange, das Produkt visuell in den Mittelpunkt der Handlung der Sendung rückende Darstellung nimmt ein kommerziell tätiger Fernsehveranstalter üblicherweise nur gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vor.

Soweit der Beschwerdegegner gegen die Einstufung dieser Darstellung als Produktplatzierung vorbringt, das bei der Pressekonferenz der IGÖ zu sehende Luftreinigungsgerät sei so im Raum platziert gewesen, dass es für den gegenständlichen Beitrag nicht möglich gewesen sei, es nicht im Bild zu haben, und dass die bei der Pressekonferenz anwesenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Beschwerdegegners nichts mit der Platzierung des Gerätes zu tun gehabt hätten, ist diesem entgegenzuhalten, dass sich die Produktplatzierung gegenständlich nicht aus der Platzierung des Gerätes vor Ort, sondern aus der visuellen Gestaltung des Beitrags – dem „Zoom-Out“ über neun Sekunden, beginnend beim Luftreinigungsgerät – ergibt. Diesbezüglich bestand nach Ansicht der KommAustria sehr wohl ein Handlungsspielraum des Beschwerdegegners. Dafür spricht auch, dass der Bericht von derselben Pressekonferenz in der ebenfalls beschwerdegegenständlichen Sendung „ORF III Aktuell“ vom selben Tag – wie festgestellt – keine solche Darstellung enthält.

Im Übrigen müsste sich der Beschwerdegegner, selbst wenn es ihm nicht möglich gewesen wäre, das Luftreinigungsgerät nicht im Bild zu haben, dies nach der Rechtsprechung dennoch zurechnen lassen (vgl. VfGH 28.02.2014, 2012/03/0019).

Nach § 16 Abs. 1 ORF-G ist Produktplatzierung im ORF vorbehaltlich der Ausnahmen der Abs. 2 und 3 verboten. Bei der Sendung „ZIB 13“ handelt es sich um eine Nachrichtensendung, wie sich sowohl aus der Gestaltung der einzelnen Beiträge als auch aus den in diesen behandelten Themen ergibt. Damit liegt keine der in § 16 Abs. 2 und 3 ORF-G vorgesehenen Ausnahmen vor. Die in dieser Sendung durch die Einbeziehung des Luftreinigungsgeräts der Marke „Philips“ von ca. 13:07:43 bis ca. 13:07:52 Uhr erfolgte Produktplatzierung verstößt damit gegen § 16 Abs. 1 ORF-G.

Soweit die Beschwerde eine Verletzung von § 16 Abs. 1 ORF-G in der Sendung „ZIB 13“ behauptet, ist dieser daher stattzugeben und eine Verletzung dieser Bestimmung festzustellen (Spruchpunkt 2).

Da die Produktplatzierung bereits nach § 16 Abs. 1 ORF-G unzulässig ist, war nicht mehr auf die für den Fall der Zulässigkeit derselben behauptete Verletzung von § 16 Abs. 5 Z 3 und 4 ORF-G einzugehen.

4.6. Zur Veröffentlichung der Entscheidung

Gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Beschwerdegegner auftragen, wann, in welcher Form und in welchem Programm bzw. Online-Angebot diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Nach der Rechtsprechung des VfGH liegt diese Entscheidung im Ermessen der Behörde (vgl. VfSlg. 12.497/1990). Demnach müssen vom Beschwerdegegner als Medium begangene Rechtsverletzungen durch einen „contrarius actus“ des Beschwerdegegners nach Möglichkeit ausgeglichen werden. In der Regel wird die angemessene Unterrichtung der Öffentlichkeit über eine verurteilende Entscheidung der Behörde stets erforderlich sein. Nur in jenem verhältnismäßig schmalen Bereich, in dem die Entscheidung für die Öffentlichkeit ohne jedes Interesse ist, kann eine Veröffentlichung unterbleiben.

Hinsichtlich des Zeitpunktes der Veröffentlichung ist davon auszugehen, dass die Veröffentlichung als öffentlicher „contrarius actus“ zu einem vergleichbaren Zeitpunkt aufzutragen ist, um „tunlichst den gleichen Veröffentlichungswert“ zu erzielen. Nicht zwingend (aber naheliegend) ist daher eine Veröffentlichung, welche durch die Wahl der Sendezeit oder die Abrufbarkeit im Programmkatalog ein vergleichbares Publikum erreicht.

Es war daher die Veröffentlichung in der gleichen Sendung, in der die Rechtsverletzung stattgefunden hat, sowie die Bereitstellung der diese Veröffentlichung enthaltenden Sendung unter <http://tvthek.orf.at> für den im Zeitpunkt der Ausstrahlung üblichen Bereitstellungszeitraum von Sendungen wie der gegenständlichen von sieben Tagen anzuordnen, nicht aber die Veröffentlichung im nicht verfahrensgegenständlichen Online-Angebot „orf.at“ (siehe Spruchpunkt 3.).

Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnungen stützt sich auf § 36 Abs. 4 ORF-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204) (Spruchpunkt 4).

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 Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 3.500/24-034“, 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 06. Mai 2024

Kommunikationsbehörde Austria

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