



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendiensteanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 219/2022, in Verbindung mit § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022, fest, dass die Krone Multimedia GesmbH & Co KG (FN 189730s) am 28.10.2020 im Fernsehprogramm „KRONE TV“

a. die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat, indem sie um

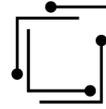
- i. ca. 10:20:18 Uhr,
- ii. ca. 10:24:28 Uhr,
- iii. ca. 10:49:04 Uhr,
- iv. ca. 10:53:13 Uhr,
- v. ca. 11:19:46 Uhr,
- vi. ca. 11:23:57 Uhr,
- vii. ca. 11:49:39 Uhr und
- viii. ca. 11:53:50 Uhr

Werbespots für „mömax“ ausgestrahlt hat, die an ihrem Beginn nicht eindeutig durch optische, akustische oder räumliche Mittel von dem vorhergehenden redaktionellen Programm getrennt waren,

b. die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat, indem sie um ca. 11:53:58 Uhr nach einem Werbespot einen Werbetrenner und im Anschluss weiterhin Werbung ausgestrahlt und somit Werbung nicht eindeutig durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat, und

c. die Bestimmung des § 44 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat, wonach Fernsehwerbung grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen ist, indem sie um

- i. ca. 10:20:18 Uhr,
- ii. ca. 10:24:28 Uhr,
- iii. ca. 10:49:04 Uhr,
- iv. ca. 10:53:13 Uhr,
- v. ca. 11:19:46 Uhr,



- vi. ca. 11:23:57 Uhr und
- vii. ca. 11:49:39 Uhr

jeweils einen einzelnen Werbespot für „mömax“ ausgestrahlt hat.

2. Der Krone Multimedia GesmbH & Co KG wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, nachfolgenden Text innerhalb von sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Wochentag zwischen 10:00 und 12:00 Uhr vor oder nach einem Werbeblock durch Verlesung sowie Einblendung des Textes im Bild in folgender Form im Satellitenfernsehprogramm „KRONE TV“ zu veröffentlichen:

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

Die Krone Multimedia GesmbH & Co KG hat am 28.10.2020 zwischen 10:00 und 12:00 Uhr mehrmals Werbung ausgestrahlt, ohne diese durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig vom redaktionellen Programm zu trennen. Zudem hat sie an einer Stelle durch Ausstrahlung eines solchen Mittels Werbung von Werbung getrennt. Dadurch hat sie gegen das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Programmteilen nach § 43 Abs. 2 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz verstoßen.

Darüber hinaus hat sie im selben Zeitraum durch die Ausstrahlung von sieben Einzelspots für den gleichen Werbetreibenden gegen das Gebot nach § 44 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz verstoßen, wonach Fernsehwerbung grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen ist.“

3. Der Krone Multimedia GesmbH & Co KG wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria Nachweise der Veröffentlichung gemäß Spruchpunkt 2. in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

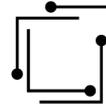
1. Gang des Verfahrens

1. Mit Schreiben vom 29.10.2020 wurde die Krone Multimedia GesmbH & Co KG gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm § 29 AMD-G aufgefordert, Aufzeichnungen der am 28.10.2020 von 10:00 bis 12:00 Uhr im Fernsehprogramm „KRONE TV“ ausgestrahlten Sendungen vorzulegen.

Mit Schreiben vom 03.11.2020 kam die Krone Multimedia GesmbH & Co KG der Aufforderung nach und übermittelte einen Link zum Download der gegenständlichen Sendungen.

Mit Schreiben vom 24.11.2020 leitete die KommAustria gegen die Krone Multimedia GesmbH & Co KG ein Rechtsverletzungsverfahren gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G wegen des Verdachts der Verletzung der Bestimmungen gemäß § 43 Abs. 2, § 37 Abs. 4 und § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G ein.

2. Mit Schreiben vom 16.12.2020 nahm die Krone Multimedia GesmbH & Co KG Stellung und brachte – soweit noch relevant – im Wesentlichen vor, es habe sich bei der Sendung „Push“ vom



28.10.2020 um keine gesponserte Sendung gehandelt, da weder „mömax“ noch sonst ein Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung derselben geleistet habe. Vielmehr liege der Einschaltung von „mömax“ ein sogenannter „Premium-Werbeauftrag“ (Single Spot-Platzierung) zu Grunde. Das bedeute, dass dem Werbekunden nicht bloß eine werbliche Einschaltung in einem Werbeblock einer gattungsmäßig umschriebenen Tarifkategorie zugesagt werde, sondern er die exakte zeitliche Platzierung unmittelbar vor (Wieder-)Beginn des Programms oder unmittelbar nach dessen Ende bzw. Unterbrechung buche und diese damit Vertragsinhalt werde. Anders gesagt, seien derartige Einschaltungen klassische Werbespots, die dem werbetreibenden Unternehmen aber nicht nur besondere Prominenz, sondern auch erweiterte Gestaltungsoptionen eröffneten. Da ihnen die exakte zeitliche Positionierung der Werbeeinschaltungen bekannt sei, sei es auch möglich – wenn gewünscht – einen Konnex zur nachfolgenden oder unmittelbar davor beendeten bzw. unterbrochenen Sendung herzustellen. Das sei allerdings eine bloße Option, von der das werbetreibende Unternehmen Gebrauch machen könne, aber nicht müsse. Derartige Spezialformen der kommerziellen Kommunikation seien seit vielen Jahren bekannt und bei allen Rundfunkveranstaltern etabliert. Daher sei die gegenständliche Sendung keine (ungekennzeichnete) Patronanzsendung, vielmehr seien die inkriminierten Einschaltungen klassische Werbespots. Dem Trennungsgebot sei durch vor- bzw. nachgeschaltete Sendungssignations bzw. entsprechend lange Schwarzblenden entsprochen worden.

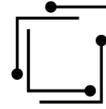
Mit dieser Stellungnahme legte die Krone Multimedia GesmbH & Co KG eine – im Bereich der Preise und Summen geschwärzte – Auftragsbestätigung vom 16.10.2020 vor und führte dazu aus, dass aus dieser ersichtlich sei, dass die Krone Multimedia GesmbH & Co KG bei der Vergabe von Sendezeit zur Zwecken der kommerziellen Kommunikation insbesondere zwischen klassischen Werbespots, Single-Spots und Sponsorings unterscheide.

3. Mit Schreiben vom 28.10.2021 informierte die KommAustria die Krone Multimedia GesmbH & Co KG über die teilweise Einstellung des gegenständlichen Verfahrens im Hinblick auf die ursprünglich vermutete Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G mittels Aktenvermerk vom selben Tag. Darüber hinaus wurde der Krone Multimedia GesmbH & Co KG mitgeteilt, dass aufgrund ihrer Stellungnahme vom 16.12.2020 und der vorgelegten Auftragsbestätigung vom 16.10.2020 nunmehr von einer Verletzung von § 43 Abs. 2 und § 44 Abs. 1 AMD-G ausgegangen werde, und dieser erneut Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt.

4. Mit Schreiben vom 29.11.2021 gab die Krone Multimedia GesmbH & Co KG erneut eine Stellungnahme ab und führte im Wesentlichen aus:

4.1. Zu den weiterhin vorgehaltenen Verletzungen des Trennungsgebots räumte sie zunächst ein, dass an manchen Stellen versehentlich kein Werbetrenner ausgespielt worden sei. Den Vorgaben des Gesetzes sei allerdings – wie bereits in der Stellungnahme vom 16.12.2020 ausgeführt – schon durch die nachfolgenden programmhinweisenden Einblendungen „Jetzt ...“ bzw. Sendungsintrons von „Push“ genüge getan. Wo auch diese fehlten, gehe die Krone Multimedia GesmbH & Co KG davon aus, dass die Schwarzblenden ausreichen, um dem Gesetz zu genügen. Was den innerhalb der Werbeleierte um ca. 11:53:58 Uhr ausgespielten Trenner anlangt, werde eingeräumt, dass nach der Rechtsprechung die Ausstrahlung eines Werbetrenners innerhalb eines Werbeblocks – das heißt, eine Trennung der Werbung von Werbung – gegen das Trennungsgebot verstoße.

4.2. Zur vorgehaltenen Verletzung des Blockwerbegebots führte die Krone Multimedia GesmbH & Co KG sodann aus, dass im Beobachtungszeitraum sämtliche einzeln ausgestrahlten Werbespots



dasselbe Unternehmen, nämlich „mömax“, betroffen hätten. Von anderen Unternehmen hätten für diesen Zeitraum lediglich drei Werbebuchungen vorgelegen. Das hänge auch damit zusammen, dass der Zeitraum der Werbebeobachtung – Mittwoch, der 28.10.2020, von 10:00 bis 12:00 Uhr – eine für Werbung weniger attraktive Zeit sei. Hinzu sei die Covid-19-Pandemie gekommen. Zudem seien die in Rede stehenden Single-Spots zu Gunsten von „mömax“ am Anfang oder Ende der Sendung ausgestrahlt worden, nicht aber während der Sendung, obwohl auch das zulässig gewesen wäre. Zu einer Störung des Sendungsflusses sei es daher nicht gekommen.

Nach § 44 Abs. 1 AMD-G sei Fernsehwerbung und Teleshopping grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen. Einzelne gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssten, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden. Diese Regelung bezwecke die Verhinderung, dass das Programm in einzelne Teile aufgespalten und der Zusammenhang einer Sendung gestört werde. Sie gehe bereits aus dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen sowie der Fernsehrichtlinie (89/552/EWG) hervor. In der Mitteilung der Kommission zu Auslegungsfragen in Bezug auf bestimmte Aspekte der Bestimmungen der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ (mit welcher die Richtlinie 89/552/EWG überarbeitet worden sei) über die Fernsehwerbung (2004/C 102/02) habe diese Folgendes ausgeführt: *„Artikel 10 Absatz 2 sieht vor, dass einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots die Ausnahme bilden müssen. Damit hat der Gemeinschaftsgesetzgeber eine klare Regelung getroffen und festgelegt, dass Werbespots und Teleshopping-Spots in Blöcken gesendet werden müssen; von dieser Regel gibt es nur wenige Ausnahmen. Hierzu heißt es im Erläuternden Bericht, dass unter bestimmten Umständen vom grundsätzlichen Verbot der isolierten Werbung abgewichen werden kann, und zwar insbesondere, wenn nur ein sehr langer Spot gesendet wird oder wenn für die Werbe- oder Teleshopping-Spots wenig Zeit zur Verfügung steht, z. B. in den Pausen zwischen den Runden eines Box- oder Ringkampfes oder wenn der Fernsehveranstalter nicht genügend Werbeaufträge hat, um die Spots zu Blöcken zusammenfassen zu können.“* Die ursprüngliche Fernsehrichtlinie habe noch in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG in Art. 11 relativ detailliert geregelt, in welchem Ausmaß Sendungen durch Werbung unterbrochen werden dürfen. Bereits mit der Stammfassung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2010/13/EU) sei festgehalten worden, dass aufgrund eines sich im Wandel befindlichen Fernsehmarktes den Fernsehveranstaltern eine größere Flexibilität im Hinblick auf Werbeeinschübe einzuräumen sei, sofern dadurch nicht der Zusammenhang der Sendungen in Frage gestellt werde (ErwG 85), was durch die Änderungen durch die Richtlinie 2018/1808/EU noch verstärkt worden seien. Die Ausnahmen seien unter diesen Umständen im Rahmen einer unionsweit einheitlichen Auslegung jedenfalls weiter zu verstehen als bisher.

Entgegen der Ansicht der KommAustria liege gegenständlich keine systematische Ausspielung von Einzelspots vor. Unterstelle man, dass für den konkreten Ausstrahlungszeitraum lediglich ein Werbespot, nämlich jener für „mömax“, mehrere Male – konkret acht Ausspielungen – gebucht gewesen wäre, sollte unstrittig sein, dass die konkrete Platzierung der Spots nicht zu beanstanden wäre. Schließlich könne es nicht die Aufgabe des Blockwerbegebots sein, den Veranstalter zur Maximierung von Werbung zu zwingen. Eine Kumulation desselben Spots mit sich selbst sei evident sinnlos. Fraglich könnte daher nur sein, welche Gestaltung vorzunehmen sei, wenn es für die in Rede stehende Sendestrecke noch wenige weitere Werbebuchungen gebe. Die Krone Multimedia GesmbH & Co KG habe sich in dieser Situation entschlossen, diese in einem Werbeblock zusammenzufassen, jenem um ca. 11:53:50 Uhr. Das hätte man unter Umständen auch anders gestalten, das heißt, die genannten Buchungen jeweils mit einem „mömax“-Spot kombinieren können, wodurch sich drei Werbeblöcke und fünf Einzelspots ergeben hätten (dass man den

weiteren „mömax“-Spot nicht alleine mit einem „mömax“-Single-Spot kombinieren könne, dürfe auf der Hand liegen, das heißt, in diesen Block müsste zwingend ein weiterer Spot integriert werden). Gleichwohl sei unter Beachtung des Normzwecks auch mit der vorliegenden Gestaltung dem Gesetz entsprochen worden. Denn die konkreten Werbespots seien immer zwischen verschiedenen Sendungen eingespielt worden. Hierdurch werde dem Zweck der Regelung des § 44 Abs. 1 AMD-G entsprochen, weil der Zusammenhang keiner einzigen Sendung gestört worden sei. Gerade darauf komme es nach der Regelung an, und die Ausnahmen, unter denen einzelne Fernsehwerbungsspots zulässig seien, seien auch anhand der Ratio der konkreten Regelung zu beurteilen. Denn eine Legitimation für die Ausstrahlung einzelner Werbespots könne sogar in der Auflösung einer Sendung in mehrere locker verbundene Einzelberichte bestehen, deren Zusammenhang nicht durch Werbung zerrissen werde. Umso mehr müsse die Ausstrahlung einzelner Werbespots zwischen verschiedenen Sendungen zulässig sein. Letztlich würde die Auffassung der KommAustria zu einem Verbot für Fernsehveranstalter führen, einzelne Werbeaufträge anzunehmen, solange dieser aufgrund fehlender weiterer Buchungen für einen Ausstrahlungszeitraum nicht in der Lage sei, Werbeblöcke zu gestalten.

Im Übrigen nehme gegenständlich durch die konkrete Platzierung auch die Anzahl der Werbeausstiege kein ungewöhnlich hohes Ausmaß an. Die diesbezüglich von der KommAustria im angeführten Bescheid vom 05.09.2005, KOA 2.100/05-074, angestellten Überlegungen seien auf den vorliegenden Fall nicht übertragbar, habe dieser doch sieben Werbespots für vier verschiedene Unternehmen zum Gegenstand gehabt. Im vorliegenden Fall hingegen beträfen sämtliche Einzelwerbespots lediglich ein Unternehmen, nämlich „mömax“. Ein – auch nur teilweises – Zusammenfassen dieser Spots sei weder geboten noch möglich.

2. Sachverhalt

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Fernsehveranstalterin

Die Krone Multimedia GesmbH & Co KG (FN 189730s) ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 23.04.2020, KOA 2.135/20-006, Veranstalterin des Satellitenfernsehprogramms „KRONE TV“, welches darüber hinaus über mehrere Multiplex-Plattformen sowie Kabelnetze weiterverbreitet wird.

2.2. Zu den ausgestrahlten Sendungen

Die Krone Multimedia GesmbH & Co KG hat in ihrem Programm „KRONE TV“ am 28.10.2020 von 10:00 bis 12:00 Uhr mehrere Sendungen ausgestrahlt, insbesondere wiederholt die Sendung „Push“.

Jeweils beginnend um ca. 10:20:12 Uhr, um ca. 10:48:58 Uhr, um ca. 11:19:41 Uhr und um ca. 11:49:34 Uhr erklingt ein Ton („Bump“) und wird der Programmhinweis „Jetzt Push“ für mehrere Sekunden eingeblendet (siehe Abbildung 1).

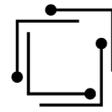


Abbildung 1: Programmhinweis „Jetzt Push“

Unmittelbar anschließend wird um ca. 10:20:18 Uhr, 10:49:04 Uhr, 11:19:46 Uhr und 11:49:39 Uhr folgender Spot eingespielt: Eine Frau erscheint vor einem grünen Screen, im Hintergrund spielt leise Musik. Die Frau ruft aus: „Aufgepasst!“ Eine männliche Stimme aus dem Off fährt fort: „Was genauso pusht wie ‚Push‘? Die neuesten Trends von mömax – dem Trendmöbelhaus. Sieht doch gleich besser aus!“ Während dieser Ansage wird das Logo „mömax – Sieht doch gleich besser aus.“ eingeblendet (siehe Abbildung 2). Anschließend ist ein Pfeifen zu hören.



Abbildung 2: Einblendung „mömax“-Logo am Ende des Spots

Unmittelbar anschließend folgt um ca. 10:20:26 Uhr, um ca. 10:49:11 Uhr, um ca. 11:19:54 Uhr und um ca. 11:49:47 Uhr die von Jakob Glanzner moderierte Sendung „Push“ (siehe Abbildung 3). Diese wird zu den angeführten Zeiten unverändert ausgestrahlt.



Abbildung 3: Signation „Push“

Am Ende der Sendung erklingt eine Tonfolge (Signation) und der Schriftzug „Eine Produktion von KRONE TV © 2020“ wird eingeblendet (siehe Abbildung 4).



Abbildung 4: Produktionshinweis (Credits) „Push“

Unmittelbar anschließend an die Sendung wird um ca. 10:24:28 Uhr, um ca. 10:53:13 Uhr, um ca. 11:23:57 Uhr und um ca. 11:53:50 Uhr wiederum der bereits vor dieser ausgestrahlte Spot für „Mömax“ ausgestrahlt, allerdings mit einem abweichenden Text: Die Frau ruft „Aufgepasst!“ und eine männliche Stimme aus dem Off fährt fort: „‘Push‘ ist vorbei, aber unsere Trends pushen immer. Bis zum nächsten Mal mit mömax – dem Trendmöbelhaus. Sieht doch gleich besser aus!“

Auf den um ca. 11:53:50 Uhr ausgestrahlten Spot für „mömax“ folgt zudem um ca. 11:53:58 Uhr unmittelbar ein Werbetrenner und danach um ca. 11:54:02 Uhr der erste Werbespot („Dyson“) eines

Werbeblocks. Der Werbeblock endet um ca. 11:55:37 Uhr; es folgt ein Werbetrenner. Dies ist der einzige im Beobachtungszeitraum von 10:00 bis 12:00 Uhr ausgestrahlte Werbeblock.

Die ausgestrahlten Spots für „mömax“ wurden dem Unternehmen von der Krone Multimedia GesmbH & Co KG ausdrücklich als „Single-Spots“ im Umfeld der Sendung „Push“ verkauft.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Krone Multimedia GesmbH & Co KG sowie zu deren Zulassung ergeben sich aus dem zitierten Bescheid der KommAustria, den zugrundeliegenden Akten und dem offenen Firmenbuch.

Die Feststellungen zum Ablauf und zu den Inhalten des am 28.10.2020 von 10:00 bis 12:00 Uhr ausgestrahlten Satellitenfernsehprogramms „KRONE TV“ gründen sich auf die vorgelegten Aufzeichnungen.

Die Feststellung, wonach die ausgestrahlten Spots für „mömax“ von der Krone Multimedia GesmbH & Co KG ausdrücklich als „Single-Spots“ im Umfeld der Sendung „Push“ verkauft wurden, ergeben sich aus der mit der Stellungnahme vom 16.12.2020 vorgelegten Auftragsbestätigung vom 16.10.2020.

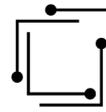
4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG idF BGBl. I Nr. 86/2015 obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter und Mediendiensteanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendiensteanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung der am 28.10.2020 von 10:00 bis 12:00 Uhr im Satellitenfernsehprogramm „KRONE TV“ ausgestrahlten Sendungen war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der Krone Multimedia GesmbH & Co KG Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

Da der Fernsehveranstalterin gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG binnen vier Wochen der Sachverhalt vorzuhalten ist, bei dem der begründete Verdacht einer Verletzung der angeführten Bestimmungen des AMD-G zur kommerziellen Kommunikation vorliegt, ist es auch zulässig, dass die KommAustria – aufgrund des Vorbringens der Krone Multimedia GesmbH & Co KG – ihre rechtliche Würdigung dieses Sachverhalts im Zuge des Verfahrens teilweise abgeändert hat.



4.2. Rechtsgrundlagen

Auf den gegenständlichen Sachverhalt sind die Bestimmungen des AMD-G in seiner im Zeitpunkt der Ausstrahlung am 28.10.2020 geltenden Fassung BGBl. I Nr. 86/2015 anzuwenden.

§ 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

2. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, 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 einer Idee

dienen. Diese Bilder sind einer Sendung oder im Fall der lit. a auch einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;

[...]

16. Fernsehprogramm: ein audiovisuelles Rundfunkprogramm im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, oder ein anderer über elektronische Kommunikationsnetze verbreiteter audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt wird;

[...]

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 idF BGBl. I Nr. 86/2015 lautet auszugsweise:

„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.

[...].“

§ 44 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 lautet auszugsweise:

„Unterbrechung von Sendungen

§ 44. (1) Fernsehwerbung und Teleshopping sind grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen. Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.

[...].“

4.3. Verletzung des Trennungsgebotes durch fehlende Werbetrenner

1. Nach § 43 Abs. 2 AMD-G ist Werbung durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen.

2. Die nach dem Programmhinweis für die Sendung „Push“ und vor der Sendung „Push“ um ca. 10:20:18 Uhr, ca. 10:49:04 Uhr, ca. 11:19:46 Uhr und ca. 11:49:39 Uhr ausgestrahlten Werbespots für „mömax“ sind zwar an ihrem Ende durch die Signation der Sendung „Push“, nicht aber an ihrem Beginn vom redaktionellen Programm getrennt. Bei dem vorhergehenden Programmhinweis für die Sendung „Push“ („Jetzt Push“, siehe Abbildung 1) handelt es sich nämlich um einen (ungestalteten) Hinweis auf das weitere Programm und damit um einen redaktionellen Programmteil (vgl. BKS 14.10.2005, 611.009/0028-BKS/2005; siehe auch ErWG 96 zur Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste [Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste], ABl. L 2010/95, 1).

Ebenfalls redaktionelles Programm ist der jeweils am Ende der Sendung „Push“ ausgestrahlte Produktionshinweis (siehe Abbildung 4). Damit sind auch die um ca. 10:24:28 Uhr, ca. 10:53:13 Uhr, ca. 11:23:57 Uhr und ca. 11:53:50 Uhr ausgestrahlten Werbespots nicht an ihrem Beginn vom vorhergehenden redaktionellen Programm getrennt.

Soweit die Krone Multimedia GesmbH & Co KG in diesem Zusammenhang in ihrer Stellungnahme vom 16.12.2020 vorbringt, dass eine Trennung durch Schwarzblenden erfolge, kann die KommAustria dem nicht folgen. Zum einen sind zu Beginn der angeführten Werbespots keine derartigen Blenden wahrnehmbar, sondern es erfolgt vielmehr ein harter Schnitt. Zum anderen

liegt nach der Rechtsprechung selbst bei Vorliegen von Schwarzblenden keine eindeutige Trennung im Sinne des § 43 Abs. 2 AMD-G vor, da diese üblicherweise auch zwischen Werbespots oder innerhalb des redaktionellen Programms verwendet werden (vgl. BKS 23.05.2005, 611.009/0018-BKS/2004; VwGH 12.12.2007, 2005/04/0243).

3. Damit war hinsichtlich der am 28.10.2020 um ca. 10:20:18 Uhr, ca. 10:24:28 Uhr, ca. 10:49:04 Uhr, ca. 10:53:13 Uhr, ca. 11:19:46 Uhr, ca. 11:23:57 Uhr, ca. 11:49:39 Uhr und ca. 11:53:50 Uhr ausgestrahlten Werbespots für „mömax“ eine Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen, weil diese Werbespots an ihrem Beginn nicht eindeutig vom vorhergehenden redaktionellen Programm (Programmhinweise für „Push“, Produktionshinweis „Krone TV“) getrennt waren (Spruchpunkt 1.a.).

4.4. Verletzung des Trennungsgebotes durch Trennung von Werbung und Werbung

1. Das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen erfordert, dass für den Zuseher zweifelsfrei erkennbar ist, dass nun Werbung folgt bzw. Werbung beendet wird (vgl. BKS 23.06.2005, 611.001/0006-BKS/2005).

2. Durch die Einblendung eines Werbetrenners um ca. 11:53:58 Uhr nach dem – als Werbung erkennbaren – Spot für „mömax“ wird beim Zuseher der Eindruck erweckt, auf diesen folge ein redaktioneller und kein weiterer werblicher Beitrag. Es folgt aber – als Beginn eines Werbeblocks – ein Werbespot für „Dyson“. Auch in diesem Fall wurde somit Werbung nicht eindeutig durch akustische, optische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt. Das wird von der Krone Multimedia GesmbH & Co KG im Übrigen auch eingeräumt.

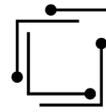
3. Es war daher eine weitere Verletzung des Trennungsgebotes gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch festzustellen, dass um ca. 11:53:58 Uhr nach einem Werbespot ein Werbetrenner und im Anschluss weiterhin Werbung ausgestrahlt wurde (Spruchpunkt 1.b.).

4.5. Verletzung des Blockwerbegebotes

1. Nach § 44 Abs. 1 AMD-G ist Fernsehwerbung und Teleshopping grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen. Einzelne gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.

2. Im zweistündigen Beobachtungszeitraum wird um ca. 10:20:18 Uhr, ca. 10:24:28 Uhr, ca. 10:49:04 Uhr, ca. 10:53:13 Uhr, ca. 11:19:46 Uhr, ca. 11:23:57 Uhr und ca. 11:49:39 Uhr ein einzelner Werbespot für „mömax“ ausgestrahlt. Zudem wird von ca. 11:53:50 Uhr bis ca. 11:55:37 Uhr ein Werbeblock ausgestrahlt, dessen erster Spot der um ca. 11:53:50 Uhr ausgestrahlte Spot für „mömax“ ist.

3. Mit dem Grundsatz, dass einzelne gesendete Werbespots die Ausnahme bilden müssen, hat der Gemeinschaftsgesetzgeber – auf dessen Vorgaben § 44 Abs. 1 AMD-G zurückgeht – eine klare Regelung getroffen und festgelegt, dass Werbespots und Teleshopping-Spots in Blöcken gesendet werden müssen; von dieser Regel gibt es nur wenige Ausnahmen. Hierzu heißt es im – auch von der Krone Multimedia GesmbH & Co KG angeführten – Erläuternden Bericht zum Europäischen



Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen, auf den bei der Auslegung zurückgegriffen werden kann, dass unter bestimmten Umständen vom grundsätzlichen Verbot der isolierten Werbung abgewichen werden kann, und zwar insbesondere, wenn nur ein sehr langer Spot gesendet wird oder wenn für die Werbe- oder Teleshopping-Spots wenig Zeit zur Verfügung steht, z.B. in den Pausen zwischen den Runden eines Box- oder Ringkampfes oder wenn der Fernsehveranstalter nicht genügend Werbeaufträge hat, um die Spots zu Blöcken zusammenfassen zu können (vgl. dazu KommAustria, 05.09.2005, KOA 2.100/05-074).

Diese Grundsätze sind entgegen dem Vorbringen der Krone Multimedia GesmbH & Co KG auch weiterhin gültig (vgl. Bundesverwaltungsgericht [BVwG] 03.10.2022, W282 2241875-1/11E). Gegenteiliges ergibt sich auch nicht aus den von der Krone Multimedia GesmbH & Co KG vorgebrachten Änderungen von Art. 11 der Richtlinie 97/36/EG durch die Richtlinien 2010/13/EU und 2018/1808/EU samt den Erwägungsgründen dazu, da diese Bestimmung Werbeeinschübe in laufende Sendungen zum Gegenstand hat und nicht das abweichend davon in Art. 10 Abs. 2 der Richtlinie 97/36/EG geregelte gegenständliche Blockwerbegebot.

Gegenständlich wurden innerhalb von zwei Stunden sieben Einzelspots für „mömax“ ausgestrahlt und bloß ein Werbeblock. Damit handelt es sich bei den Einzelspots nicht um vereinzelte Ausnahmen, sondern diese Spots werden vielmehr in systematischer Weise einzeln ausgespielt.

Soweit die Krone Multimedia GesmbH & Co KG dagegen im Wesentlichen einwendet, dass im verfahrensgegenständlichen Zeitraum keine Buchungen für weitere Werbespots bestanden hätten, mit denen sie Werbeblöcke bilden hätte können, ist ihr zu entgegnen, dass sie – ausweislich der vorgelegten Auftragsbestätigung – die ausgestrahlten Werbespots für „mömax“ ausdrücklich als „Single-Spots“ im Umfeld der Sendung „Push“ verkauft hat, ihr die Ausstrahlung dieser Spots außerhalb von Werbeblöcken also gerade nicht „passiert“ ist. Mit anderen Worten: Die Krone Multimedia GesmbH & Co KG stand gerade nicht vor der – im Erläuternden Bericht dargestellten – unerwarteten Situation, dass für einen bestimmten Zeitraum nur Werbebuchungen eines einzigen Werbetreibenden vorlagen, sondern hat diese – zudem durch ausdrücklichen Verkauf als „Single-Spots“ – aktiv herbeigeführt. Aufgrund dieser systematischen Vorgehensweise ist daher gegenständlich nicht vom Vorliegen einer Ausnahme vom Blockwerbegebot im Sinne des § 44 Abs. 1 Satz 2 AMD-G auszugehen (vgl. dazu wiederum BVwG 03.10.2022, W282 2241875-1/11E). Damit erübrigt sich auch ein Eingehen auf die weiteren, im Wesentlichen hypothetischen Ausführungen der Krone Multimedia GesmbH & Co KG zur Zulässigkeit der Ausstrahlung von Einzelspots.

4. Es war daher ein Verstoß gegen das Blockwerbegebot gemäß § 44 Abs. 1 AMD-G durch die systematische Ausstrahlung von Einzelspots vor der Sendung „Push“ um ca. 10:20:18 Uhr, um ca. 10:24:28 Uhr, um ca. 10:49:04 Uhr, um ca. 10:53:13 Uhr, um ca. 11:19:46 Uhr, um ca. 11:23:57 Uhr und um ca. 11:49:39 Uhr festzustellen (Spruchpunkt 1.c.).

4.6. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkte 2. und 3.)

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G. Nach dieser Bestimmung kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Mediendienstanbieter auftragen, wann und in welcher Form diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Die Bestimmung räumt der Behörde in der Frage der Veröffentlichung ihrer Entscheidungen Ermessen ein. Bei der Ausübung dieses Ermessens sind die in der Rechtsprechung des

Verfassungsgerichtshofes zu § 29 Abs. 4 Rundfunkgesetz [§ 37 Abs. 4 ORF-G] entwickelten Gesichtspunkte (vgl. VfSlg. 12.497/1990) zu beachten (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180, zum im Wesentlichen gleichlautenden § 26 Abs. 2 PrR-G, mwN).

Aus dem genannten Erkenntnis VfSlg. 12.497/1990 ergibt sich, dass bei der Ausübung dieses Ermessens zu beachten ist, dass eine begangene Rechtsverletzung durch einen „*contrarius actus*“ des Rundfunkveranstalters (im gegenständlichen Fall Fernsehanbieter) nach Möglichkeit wieder ausgeglichen werden muss. 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.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Krone Multimedia GesmbH & Co KG auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Wochentag zwischen 10:00 und 12:00 Uhr vor oder nach einem Werbeblock im Satellitenfernsehprogramm „KRONE TV“ zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte.

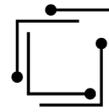
Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (Spruchpunkt 3.).

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 2.250/23-021“, 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.



KommAustria
Kommunikationsbehörde Austria

Wien, am 31. März 2023

Kommunikationsbehörde Austria

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