

# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 24/2020, iVm § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 150/2020, fest, dass die PULS 4 TV GmbH & Co KG (FN 310081b) am 30.06.2020 im Rahmen der im Fernsehprogramm „PULS 4“ von ca. 07:00 bis 09:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Café Puls“
  - a) durch finanzielle Unterstützung der Sendung durch die Unternehmen „KARE“, „Anker“, „me2-Modelmanagement“, „ultimativ group“, „Kastner und Öhler“ und „luv the shop“ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat, wonach Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;
  - b) durch die Platzierung der Logos von „Anker“ und „Decathlon“ unzulässige Produktplatzierung ausgestrahlt und somit die Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der PULS 4 TV GmbH & Co KG wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „PULS 4“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Texts im Bild zu veröffentlichen:

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

*Am 30.06.2020 wurden in der Sendung „Café Puls“ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Zudem wurde diese Sendung, die eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienstegesetzes verstoßen.“*
3. Der PULS 4 TV GmbH & Co KG wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 30.06.2020 wurde die PULS 4 TV GmbH & Co KG aufgefordert, Aufzeichnungen der am 30.06.2020 von 07:00 bis 09:00 Uhr im Satellitenfernsehprogramm „Puls 4“ ausgestrahlten Sendungen vorzulegen. Dieser Aufforderung ist sie mit Schreiben vom 02.07.2020 nachgekommen.

Mit Schreiben vom 24.07.2020 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts der Verletzung der Bestimmungen der §§ 37 Abs. 4 und 38 Abs. 1 AMD-G ein und räumte der PULS 4 TV GmbH & Co KG die Möglichkeit zur Stellungnahme ein.

Mit Schreiben vom 12.08.2020 nahm die PULS 4 TV GmbH & Co KG Stellung und führte, soweit gegenständlich noch von Bedeutung, im Wesentlichen aus:

Die inkriminierten Produktplatzierungen seien entgegen der Ansicht der Behörde allesamt redaktionell begründet und die PULS 4 TV GmbH & Co KG habe, soweit bisher bekannt, kein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung dafür erhalten.

Mit „Anker“ sei ein Sponsoring vereinbart worden. Bei der Einbindung des Brotkorbs während der Sendung handle es sich nicht um Produktplatzierung, sondern um einen zulässigen Hinweis auf den Sponsor während der Sendung. Da dieser keine besondere werbliche Wirkung entfalte, sei auch keine Trennung erforderlich.

In Hinblick auf das Vorliegen von Produktplatzierungen übersehe die KommAustria, dass sich die Rechtslage seit der von ihr als Begründung herangezogenen Entscheidung aus dem Jahr 2017 geändert habe, sodass die in dieser Entscheidung dargelegten Überlegungen nicht mehr zutreffend seien. Die Richtlinie 2018/1808/EU vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU habe in Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten die Systematik der Regelungen der Produktplatzierungen grundsätzlich geändert. Gemäß Art. 11 Abs. 2 der Richtlinie 2018/1808/EU seien Produktplatzierungen in allen audiovisuellen Mediendiensten gestattet, außer in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen. Auch während der noch offenen Umsetzungsfrist sei das bestehende nationale Recht richtlinienkonform auszulegen. Die Grenze liege nach der Judikatur des Obersten Gerichtshofs dort, wo einer innerstaatlichen Norm ein grundlegend anderer Sinn beigemessen werden müsste. Dies sei im konkreten Fall nicht erforderlich.

Aus den Erwägungsgründen 33 und 34 zur Richtlinie 2018/1808/EU ergebe sich, dass der Unionsgesetzgeber eine weitgehende Liberalisierung beabsichtigt habe, um die Wettbewerbsfähigkeit der Mediendienstanbieter sicherzustellen. Nur in Nachrichtensendungen, und Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen sei daher Produktplatzierung nicht gestattet. Daraus ergebe sich, dass bei richtlinienkonformer Interpretation die bestehende Ausnahme nicht mehr restriktiv, sondern im Gegenteil so auszulegen sei, dass eine größtmögliche Übereinstimmung mit den unionsrechtlichen Vorgaben erzielt werde. Unter diesem Gesichtspunkt sei das Format „Café Puls“, da keine der in Art. 11 Abs. 2 vorgesehenen Ausnahmen greife, zwanglos als „Sendung der leichten Unterhaltung“ zu qualifizieren und Produktplatzierung daher grundsätzlich zulässig.

Überdies handle es sich bei „Café Puls“ nicht um eine Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information. Die Nachrichtenblöcke seien klar als eigene Sendungen – anderer Moderator, anderes Setting, eigene Signation – abgetrennt. Dass sich einzelne Themen in Gesprächen mit aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen beschäftigen, reiche für eine Qualifikation als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information nicht aus. Auch lägen den von der KommAustria in diesem Zusammenhang zitierten Entscheidungen andere, nicht vergleichbare Sachverhalte zugrunde.

Letztlich sei die „Presse Schau“ ein Element, das in „Café Puls“ seit Bestehen der Sendung vorkomme. Dabei würden mit Journalisten tagesaktuelle Themen anhand der Titelseiten von Printmedien besprochen, was jedoch nicht einen über den Aggregationseffekt hinausgehenden Beitrag zur Meinungsbildung leiste. Die Sendung unterliege daher nicht dem Sponsoringverbot.

## **2. Sachverhalt**

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

### **2.1. Zur Mediendienstanbieterin**

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 16.05.2017, KOA 2.135/17-005, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „PULS 4“ sowie aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 28.08.2019, KOA 2.135/19-016, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „PULS 24“. Weiters ist die PULS 4 TV GmbH & Co KG Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „puls4.com“ sowie weiterer audiovisueller Mediendienste und mehrerer Zusatzdienste.

### **2.2. Zur gegenständlichen Sendung**

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG hat in ihrem Satellitenfernsehprogramm „PULS 4“ am 30.06.2020 von 07:00 Uhr bis 09:00 Uhr das Format „Café Puls“ ausgestrahlt.

Um 07:00 Uhr werden die bereits laufenden „Café Puls News“ ausgestrahlt, moderiert von Werner Sejka. Der erste Beitrag befasst sich dabei mit Ausschreitungen zwischen Türken und Kurden in Wien-Favoriten. Auf diesen Beitrag folgt ein Ausschnitt aus einem Studiogespräch mit Bundeskanzler Sebastian Kurz zu den Themen Zuwanderung und Integration, sowie weitere Nachrichten. Die „Café Puls News“ enden mit der Ansage des Moderators: „Das sind die ‚Café Puls News‘ für den Moment“.

Es folgt nach einem einzelnen Werbespot das „Café Puls Wetter“, moderiert von Verena Schneider. Unmittelbar anschließend wird ab ca. 07:05:41 Uhr „Café Puls Corona Wandern“ ausgestrahlt. Dieses wird von Bianca Schwarzjirg aus dem Studio moderiert.



Abbildung 1

Florian Danner, der wandernde Co-Moderator, berichtet an diesem Tag aus Ischgl. Sein Bericht beinhaltet unter anderem ein Interview mit dem Betreiber der Après-Ski-Bar „Kitzloch“, die im Rahmen der Corona-Krise europaweit mediale Aufmerksamkeit erhalten hat, da dort ein „Superspreader“-Event stattgefunden hat. Dies wird durch folgende Einblendung zu Beginn des Beitrags illustriert:



Abbildung 2

Am Ende dieses Beitrags um ca. 07:11:59 Uhr kündigt die Studiomoderatorin den nächsten Beitrag über ein Wiener Altersheim in Corona-Zeiten an. Es folgt von ca. 07:12:00 bis 07:15:02 Uhr

Werbung und unmittelbar daran anschließend der angekündigte Beitrag „Lockdown: Drei Monate ohne Familie. Starke Corona-Geschichten aus dem Altersheim“.



Abbildung 3

Von ca. 07:22:06 bis ca. 07:23:27 wird nach einem Beitrag über „Pappkameraden“ der Beitrag „Café Puls Horoskop“ ausgestrahlt. Auf diesen folgen um ca. 07:23:28 Uhr Produktplatzierungs- und Sponsorhinweise:



Abbildung 4



Abbildung 5

Daran anschließend folgt von ca. 07:23:36 Uhr bis ca. 07:25:59 Uhr Werbung. Danach wird die Sendung „Café Puls Corona Wandern“ fortgesetzt. Die Moderatoren kündigen dabei den folgenden Beitrag über die „Grauen Wölfe“ sowie die „Buchtipp der Woche“ an. Ab ca. 07:27:34 Uhr folgen die „Café Puls News“, wiederum moderiert von Werner Sejka, und ab ca. 07:31:38 Uhr das „Café Puls Wetter“, moderiert von Verena Schneider.

Ab ca. 07:33:00 bis 07:36:13 Uhr wird der angekündigte Beitrag über die „Grauen Wölfe“ ausgestrahlt. Dieser befasst sich mit dem Hintergrund der Ausschreitungen zwischen „Grauen Wölfen“ und Kurden in Wien-Favoriten und der historischen und aktuellen Bedeutung der „Grauen Wölfe“.

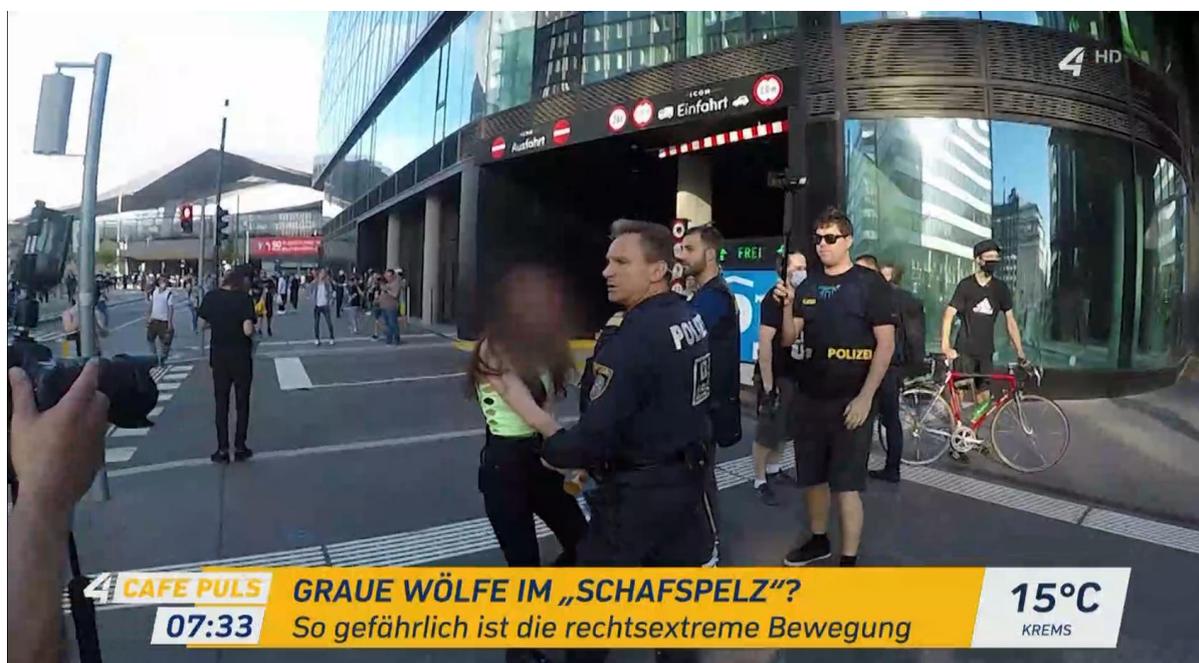


Abbildung 6

Zu Beginn kommen dabei mehrere Passanten aus Wien-Favoriten zu Wort, die ihre Ansicht zu den Ausschreitungen äußern. Sodann thematisiert der Sprecher, warum gerade im 10. Bezirk das Versammlungs- und Demonstrationsrecht „nicht für alle“ gelten soll.

Im Rahmen dieses Beitrags kommt auch mit Thomas Schmidinger ein Nahost-Experte zu Wort. Dieser spricht von den demographischen Gegebenheiten im 10. Wiener Gemeindebezirk, von der terroristischen Tendenz der „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit und von der Rechtzeitigkeit der Polizeimaßnahmen im Zusammenhang mit den Ausschreitungen. Dabei erwähnt er unter anderem die Bedeutung der österreichischen „Grauen Wölfe“ beim Attentat auf Papst Johannes Paul II. und betont, dass diese eine Gefahr für die Demonstrationsfreiheit darstellen, „die in der Demokratie ein hohes Gut ist“.



**Abbildung 7**

Es folgt ein Ausschnitt aus einer Pressekonferenz des Innenministers, in der dieser unter anderem betont: „Freiheit und Demokratie lassen wir uns in Österreich mit Sicherheit nicht gefährden“.

Dieser Beitrag wird um ca. 08:32:51 Uhr nochmals ausgestrahlt.

An diesen Beitrag schließen um ca. 07:36:14 Uhr die „Café Puls Buchtipps“ mit Rotraut Schöberl an. In diesen werden ein neuer Roman von Felix Mitterer, das Sachbuch „Zivilcourage: Mut zu Widerspruch und Widerstand“ von Klaus-Peter Hufer, und ein Kinderbuch vorgestellt.



Abbildung 8

Darauf folgen von ca. 07:40:47 bis 07:43:46 Uhr Werbung und ab ca. 07:43:47 die „Café Puls-Presseschau“ mit Werner Müllner von der Austria Presse Agentur.



Abbildung 9

In diesem Beitrag werden die wieder steigenden Covid-19-Infektionszahlen in Österreich, die erhöhten Sicherheitsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einreise nach Griechenland und wiederum die Ausschreitungen zwischen Kurden und „Grauen Wölfen“ in Wien-Favoriten besprochen. Dabei dienen die Titelschlagzeilen von drei österreichischen Tageszeitungen („Krone“, „Kurier“ und „Der Standard“) als Ausgangspunkt für eine Einordnung und kurze Analyse durch Werner Müllner. Dieser Beitrag wird um ca. 08:43:35 Uhr nochmals ausgestrahlt.

Es folgt von ca. 07:47:20 bis 07:49:50 Uhr ein Beitrag über den „Sommerhit 2020“ und ab ca. 07:49:51 Uhr ein Beitrag über „Urlaub in Österreich“.

In diesem Beitrag werden drei „Trendsportarten“ (Stand-up-Paddle, Wandern und Campen) vorgestellt und sukzessive die dafür nötigen Utensilien beim Sportartikelhändler „Decathlon“ besorgt. Im Zuge der Beschaffung der Utensilien ist an mehreren Stellen das Logo des Unternehmens „Decathlon“ zu sehen, etwa beim Blick aus der Fahrertür, als der Moderator das von ihm für die Anfahrt verwendete Auto auf dem Parkplatz vor dem Geschäft einparkt (Abbildung 10), oder auf der Kleidung der interviewten Verkäufer (Abbildung 11).



Abbildung 10



Abbildung 11

Zudem wird der Name des Unternehmens auch neben dem Namen der interviewten Verkäufer („Stefan. Sportsleader Wandern & Camping bei Decathlon“, siehe Abbildung 11) eingeblendet.

Unmittelbar anschließend an diesen Beitrag führt die Studiomoderatorin um ca. 07:53:30 Uhr aus: „Und damit Sie auch top ausgestattet sind im Urlaub haben wir etwas zu gewinnen für Sie.“ Es folgt ein Einspieler zum Gewinnspiel; zu diesem führt eine männliche Stimme aus: „Das ‚Urlaub in Österreich‘-Komplettpaket. Gewinnen Sie eine ‚Decathlon‘-Ausrüstung für Wandern, Campen und Stand-up-Paddle [...]. Alle Infos zum Gewinnspiel gibt’s auf [puls4.com/gewinnspiel](https://puls4.com/gewinnspiel).“

Um ca. 07:54:06 Uhr werden wiederum Produktplatzierungs- und Sponsorhinweise ausgestrahlt:



Abbildung 12



Abbildung 13

Dazu spricht die Studiomoderatorin über das Wetter und endet mit „Das Wetter – gleich bei uns in ‚Café Puls‘“.

Es folgt von ca. 07:54:13 bis 07:57:24 Uhr Werbung. Danach begrüßt die Studiomoderatorin nach Einspielung der Sendungssignation die Zuseher mit „Schönen guten Morgen mit ‚Café Puls‘ heute, am Dienstag, es ist der 30. Juni.“. Es folgt ein Überblick über die Sendungsthemen durch die beiden Moderatoren, eine Überleitung zur Anmoderation der Nachrichten durch Werner Sejka sowie ab ca. 07:58:44 Uhr die „Café Puls News“.

Ab diesem Zeitpunkt wiederholt sich das redaktionelle Programm bis ca. 08:53:43 Uhr, sodass die Beiträge in derselben Reihenfolge und im Wesentlichen zum selben Zeitpunkt – nur eine Stunde später – nochmals ausgestrahlt werden.

Auf das Gewinnspiel ab ca. 08:53:18 Uhr folgen in dieser Sendestunde ein weiterer Beitrag zum Thema „Sicher am Badensee?“ und dann um ca. 08:57:17 Uhr folgende Einblendungen:



Abbildung 14



**Abbildung 15**

Darauf folgt ab ca. 08:57:21 Uhr Werbung.

Nach den Werbeunterbrechungen von ca. 07:12:00 bis 07:15:02, 07:23:36 bis 07:25:59, 07:40:47 bis 07:43:46, 07:54:13 bis 07:57:24, 08:03:40 bis 08:04:01, 08:11:40 bis 08:14:37, 08:23:11 bis 08:25:47 und 08:40:31 bis 08:43:39 Uhr wird kein Hinweis auf Produktplatzierung eingeblendet.

Ein solcher Hinweis wird nach den Beiträgen „Café Puls Horoskop“ um ca. 07:23:28 (siehe Abbildungen 4 und 5) und ca. 08:23:03 Uhr sowie nach den Beiträgen „Gewinnspiel“ um ca. 07:54:06 Uhr (siehe Abbildungen 12 und 13) und um 08:57:17 Uhr (siehe Abbildung 15) eingeblendet. Diese Einblendungen enthalten neben dem Hinweis auf Produktplatzierung auch Sponsorhinweise („Mit freundlicher Unterstützung von“).

Auf dem Tisch vor der Couch, von der aus die Studiomoderatorin durch die Sendung führt, ist ein Brotkorb voll Gebäck und versehen mit dem Logo der Bäckerei „Anker“ platziert (vgl. Abbildung 1 und andere). Bei allen Aufnahmen von diesem Setting sind der Brotkorb und das Logo mitten im Bild erkennbar (vgl. Abbildung 9). Während des Beobachtungszeitraums hat weder die Studiomoderatorin noch einer der Gäste sich vom Inhalt des Brotkorbs bedient.

### 3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den Zulassungen und Anzeigen der PULS 4 TV GmbH & Co KG ergeben sich aus den zugrundeliegenden Akten der KommAustria sowie aus den zitierten Bescheiden.

Die Feststellungen zum Ablauf der am 30.06.2020 von 07:00 bis 09:00 Uhr im Satellitenfernsehprogramm „PULS 4“ ausgestrahlten Inhalte gründen sich auf die vorgelegten Aufzeichnungen, welche überdies im Ermittlungsverfahren nicht bestritten wurden.

## 4. Rechtliche Beurteilung

### 4.1. Zuständigkeit

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch 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 war betreffend den oben dargestellten Sachverhalt ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der PULS 4 TV GmbH & Co KG dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

### 4.2. Verletzung von Bestimmungen des AMD-G

#### 4.2.1. Rechtsrahmen

Auf den vorliegenden Sachverhalt sind die Bestimmungen des AMD-G in der im Zeitpunkt der Rechtsverletzung (30.06.2020) 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 gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;

[...]

27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder

*Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;*

[...]

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

[...]

*32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;*

[...]“

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

#### **„Sponsoring**

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

*1. Ihr Inhalt und bei Fernsehsendungen ihr Programmplatz dürfen auf keinen Fall in einer Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.*

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

*3. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, anregen.*

[...]

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

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

#### **„Produktplatzierung**

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

[...]

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

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

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

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

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

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

[...]

#### **4.2.2. Unzulässigkeit von Sponsoring (Spruchpunkt 1.a)**

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

Das Erfordernis eines „Beitrags (...) zur Finanzierung“ ist weit dabei zu verstehen: Für das Vorliegen von Sponsoring kommt es nicht auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung an. Vielmehr ist entscheidend, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendiensteanbieters geleistet wird. Der Beitrag zur Finanzierung muss auch nicht in Geld bestehen. Auch die Einsparung von Produktionskosten stellt beispielsweise einen derartigen Beitrag im Sinn des AMD-G dar (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 451 mwN).

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

Bei den um ca. 07:23:28 Uhr (siehe Abbildungen 4 und 5) und ca. 07:54:06 Uhr (siehe Abbildungen 12 und 13) ausgestrahlten Sponsorhinweisen zugunsten der Unternehmen „KARE“, „Anker“, „me2-Modelmanagement“, „ultimativ group“, „Kastner und Öhler“ und „luv the shop“ sowie bei deren

Wiederholung in der folgenden Sendestunde um ca. 08:23:03 und ca. 08:57:17 Uhr handelt es sich jeweils um Sponsorhinweise iSd § 37 Abs. 1 Z 2 iVm § 2 Z 32 AMD-G. Dies ergibt sich zum einen aus der Verwendung der für derartige Hinweise typischen Formulierung „Mit freundlicher Unterstützung von“, und zum anderen aus der Einblendung der Firmenembleme, die in § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G ausdrücklich als eine Form des Sponsorhinweises erwähnt wird.

Mit diesen Sponsorhinweisen wird eine kommerzielle Kommunikationsleistung erbracht, die üblicherweise nach dem Verkehrsgebrauch nur gegen Entgelt erfolgt (vgl. VwGH 22.05.2013, Zl. 2010/03/0008; VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 mwN). Es ist damit davon auszugehen, dass seitens der betreffenden Unternehmen „KARE“, „Anker“, „me2-Modelmanagement“, „ultimativ group“, „Kastner und Öhler“ und „luv the shop“ jeweils ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung „Café Puls“ mit dem Ziel der Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens geleistet wurde.

Damit ergibt sich aus diesen Sponsorhinweisen, dass es sich bei der gegenständlichen Sendung um eine gesponserte Sendung handelt. Dies bestreitet die PULS 4 TV GmbH & Co KG auch nicht.

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

Von Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information sind „politische“ Nachrichten und Informationssendungen umfasst. Kennzeichnend für diese ist ihre Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung. Aufgrund der Anführung des Begriffes der „Sendungen zur politischen Information“ neben den „Nachrichtensendungen“ in § 37 Abs. 4 AMD-G ist davon auszugehen, dass mit diesem Begriff nicht „klassische“ Nachrichtensendungen, sondern sonstige Sendungen gemeint sind, die ebenso wie Nachrichten der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen (vgl. VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275; KommAustria 05.04.2014, KOA 2.250/14-004).

Für die Qualifikation einer solchen Sendung gilt der Grundsatz der Gesamtbetrachtung, sodass jede Sendung, die – wenn auch nur zu einem geringen Anteil (z.B. nur einzelne Beiträge) – politische Nachrichten bzw. politische Informationen enthält, als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information angesehen wird. Auch wenn nur einzelne Beiträge einer Sendung den Charakter einer Sendung zur politischen Information aufweisen, erstreckt sich das Verbot der finanziellen Unterstützung demnach auf die gesamte Sendung (vgl. schon zu § 46 Abs. 5 PrTV-G BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275; zu § 17 Abs. 4 ORF-G BVwG 19.02.2016, W194 2013491-1; zu § 37 Abs. 4 AMD-G KommAustria 05.03.2019, KOA 2.300/18-053). Bei politischen Themen besteht nämlich auch vor dem Hintergrund von Art. 10 Abs. 2 EMRK ein erhöhtes Schutzbedürfnis, dass jeder Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung in sensiblen Feldern wie zB Politik durch werbetreibende Dritte von vornherein ausgeschlossen ist (vgl. BKS 23.06.2005, 611.001/0005-BKS/2005; BVwG 19.02.2016, W194 2013491-1; vgl. auch BKS 23.05.2012, 611.966/0004-BKS/2012: Sponsoringverbot nach § 17 Abs. 4 ORF-G ist abstrakt).

Bei der Sendung „Café Puls“ am 30.06.2020 handelt es sich um eine Sendung zur politischen Information, da sich jedenfalls der Beitrag über die „Grauen Wölfe“ um ca. 07:33:00 Uhr und um ca. 08:32:51 Uhr sowie die „Presseschau“ um ca. 07:43:47 Uhr und um ca. 08:43:35 Uhr mit politischen Themen beschäftigen.

Im Beitrag über die „Grauen Wölfe“ wird über den Hintergrund der Ausschreitungen zwischen „Grauen Wölfen“ und Kurden in Wien-Favoriten und über die historische und aktuelle Bedeutung der „Grauen Wölfe“ berichtet, dies insbesondere anhand der Zuschaltung eines Experten. Dieser spricht von den demographischen Gegebenheiten im 10. Wiener Gemeindebezirk, von der terroristischen Tendenz der „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit und von der Rechtzeitigkeit der Polizeimaßnahmen im Zusammenhang mit den Ausschreitungen. Sowohl durch den Experten als auch durch den Innenminister wird dabei die Gefährdung der Meinungsäußerungsfreiheit durch die „Grauen Wölfe“ betont.

Im Beitrag „Presseschau“ werden die Titelseiten mehrerer österreichischer Tageszeitungen verglichen und dabei die wieder steigenden Covid-19-Infektionszahlen in Österreich, die erhöhten Sicherheitsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einreise nach Griechenland und wiederum die Ausschreitungen zwischen Kurden und „Grauen Wölfen“ in Wien-Favoriten besprochen. Dazu wurde Werner Müllner von der Austria Presse Agentur geladen, welcher diese Themen im Interview beleuchtet.

Gegen die Qualifikation von „Café Puls“ als Sendung zur politischen Information bringt die PULS 4 TV GmbH & Co KG im Wesentlichen vor, dass es sich dabei nicht um eine Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information handle. Die Nachrichtenblöcke seien klar als eigene Sendungen – anderer Moderator, anderes Setting, eigene Signation – abgetrennt. Dass sich einzelne Themen in Gesprächen mit aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen beschäftigen, reiche für eine Qualifikation als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information nicht aus. Auch lägen den von der KommAustria in diesem Zusammenhang zitierten Entscheidungen andere, nicht vergleichbare Sachverhalte zugrunde. Letztlich sei die „Presseschau“ ein Element, das in „Café Puls“ seit Bestehen der Sendung vorkomme. Dabei werden mit Journalisten tagesaktuelle Themen anhand der Titelseiten von Printmedien besprochen, was jedoch nicht einen über den Aggregationseffekt hinausgehenden Beitrag zur Meinungsbildung leiste. Daher liege kein Sponsoringverbot für diese Sendung vor.

Soweit die PULS 4 TV GmbH & Co KG in diesen Ausführungen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information gleichsetzt, ist ihr entgegenzuhalten, dass es sich hierbei nach der bereits angeführten höchstgerichtlichen Rechtsprechung um unterschiedliche Sendungskategorien handelt (vgl. VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275). Vor diesem Hintergrund hat die KommAustria die gegenständliche Sendung „Café Puls“ als Sendung zur politischen Information im Sinne des § 37 Abs. 4 AMD-G qualifiziert. Soweit die PULS 4 TV GmbH & Co KG sich daher (auch) gegen die Qualifikation als Nachrichtensendung richtet, geht dieses Vorbringen in die Leere.

Weiters ist darauf hinzuweisen, dass sich die Qualifikation der Sendung „Café Puls“ als Sendung zur politischen Information alleine auf die in der Sendung enthaltenen Beiträge und nicht auf die diese unterbrechenden Nachrichtenblöcke („Café Puls News“) stützt. Soweit die PULS 4 TV GmbH & Co KG vorbringt, dass die Nachrichtenblöcke klar als eigene Sendungen abtrennt seien, geht daher auch dieses Argument in die Leere, da diese gar nicht für die Qualifikation der Sendung als einer zur politischen Information herangezogen wurden und werden.

Was weiters das Vorbringen betrifft, dass einzelne Themen in Gesprächen mit aktuellen gesellschaftspolitischen Fragen für die Qualifikation der gesamten Sendung als Sendung zur politischen Information nicht ausreiche, setzt sich die PULS 4 TV GmbH & Co KG mit diesem Vorbringen in Widerspruch zur bestehenden Rechtsprechung des BKS, des BVwG und des VwGH. Darüber geht sie mit dem nicht weiter substantiierten Verweis hinweg, den von der KommAustria

angeführten Entscheidungen des BKS vom 23.06.2005, 611.001/0011-BKS/2005, und des VwGH vom 29.02.2008, 2005/04/0275, lägen andere Sachverhalte zugrunde.

Zuzugeben ist der PULS 4 TV GmbH & Co KG dabei, dass es gegenständlich nicht oder nur untergeordnet um parteipolitische Äußerungen geht; dies ist jedoch für das Vorliegen einer Sendung zur politischen Information nicht erforderlich (vgl. KommAustria 05.03.2019, KOA 2.300/18-053). Dementsprechend liegt nach Ansicht des VwGH eine Sendung zur politischen Information nicht nur dann vor, wenn breiter Raum zur Darlegung von politischen Sichtweisen geboten wird, sondern auch, wenn es zu einer Auseinandersetzung mit politischen Vorkommnissen kommt (vgl. VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275).

Gegenständlich geht es in den Beiträgen „Graue Wölfe“ und „Presseschau“ um die Bedrohung der das Fundament einer demokratischen Staatsform bildenden Meinungsfreiheit sowie um die Bedrohung der gesamten Gesellschaft durch die Corona-Pandemie. Hinzu kommt, dass zumindest der Beitrag „Graue Wölfe“ in engem inhaltlichen Zusammenhang mit der Berichterstattung im Nachrichtenblock einschließlich eines Statements des Bundeskanzlers zu den Themen Zuwanderung und Migration steht. Damit wird in diesem Beitrag – wie für Sendungen zur politischen Information in Abgrenzung zu Nachrichtensendungen typisch – eine vertiefte Analyse eines politischen Vorkommnis (Ausschreitungen bei Demonstrationen) vorgenommen, ganz im Sinne eines „current affairs programme“ (vgl. wiederum VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275).

Auch die „Presseschau“ trägt, anders als von der PULS 4 TV GmbH & Co KG vorgebracht, zur Meinungsbildung und damit zur Meinungsfreiheit bei. Schon in der unkommentierten Darstellung der von drei österreichischen Tageszeitungen veröffentlichten Schlagzeilen liegt ein Beitrag zur Meinungsbildung, zeigt diese doch, welche Themen aktuell die politische Diskussion prägen und welche Zeitungen welche Themen forcieren. Zudem erschöpft sich die „Presseschau“ nicht in diesem Überblick, sondern ein Journalist – Werner Müllner – nimmt eine Einordnung und Bewertung der Themen vor, ergänzt diese um weitere Informationen und analysiert sie. Die Themen sind dabei politischer Natur (Umgang mit der Corona-Pandemie; „Graue Wölfe“). Damit wird durch die „Presseschau“ ein wesentlicher Beitrag zur politischen Meinungsbildung geleistet.

Der gegenständliche Sachverhalt ist daher entgegen dem Vorbringen der PULS 4 TV GmbH & Co KG jenen, die der von der KommAustria angeführten Rechtsprechung zugrunde liegen, jedenfalls gleichzuhalten, weshalb auch die erwähnten Rechtssätze auf diesen angewendet werden können.

Die Einwände der PULS 4 TV GmbH & Co KG gegen die Qualifikation der Sendung „Café Puls“ am 30.06.2020 von 07:00 bis 09:00 Uhr als Sendung zur politischen Information dringen daher nicht durch.

Es liegt folglich bei dieser Sendung Sponsoring vor, welches gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G unzulässig ist. Dadurch wurde diese Bestimmung verletzt.

#### **4.2.3. Vorliegen von Produktplatzierungen (Spruchpunkt 1.b)**

1. Nach § 2 Z 27 AMD-G ist Produktplatzierung jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen.

Nach der Rechtsprechung setzt ein Erscheinen innerhalb einer Sendung voraus, dass das Produkt dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines Fernsehprogramms

als Marke bekannt ist; nur dann bewirkt dies nämlich eine Förderung des Absatzes dieses Produkts (vgl. VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153).

Zudem muss die Platzierung des Produkts entgeltlich erfolgen, also ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung des Produkts geleistet werden. Entscheidend ist dabei nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt; nicht hingegen, ob die Beteiligten ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben (vgl. u.a. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114).

Diese Grundsätze gelten auch dann, wenn nicht das Produkt selbst einbezogen wird, sondern bloß die Marke (vgl. KommAustria 22.11.2017, KOA 4.400/17-008).

2. In der Sendung „Café Puls“ am 30.06.2020 wurden um ca. 07:23:28, 07:54:06, 08:23:03 und 08:57:17 Uhr Hinweise auf Produktplatzierungen im Sinne des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G ausgestrahlt. Dies legt – da einem kommerziell tätigen Fernsehveranstalter nicht zu unterstellen ist, dass dieser eine solche Kennzeichnung wiederholt ohne Notwendigkeit vornimmt (was die PULS 4 TV GmbH & Co KG im Übrigen auch nicht vorbringt) – nahe, dass die gegenständliche Sendung auch solche Platzierungen enthält.

Als Produktplatzierung in der gegenständlichen Sendung sind die Einblendung der Marke „Anker“ auf dem Brotkorb sowie die Einblendung der Marke „Decathlon“ im Beitrag „Urlaub in Österreich“ anzusehen. Diese Marken sind für den durchschnittlichen Fernsehzuschauer erkennbar und ihm auch bekannt; zudem ist anzunehmen, dass für die Einblendung dieser Marken durch einen kommerziellen Fernsehveranstalter üblicherweise ein Entgelt geleistet wird. Damit wird dadurch der Tatbestand der Produktplatzierung erfüllt.

Soweit die PULS 4 TV GmbH & Co KG vorbringt, dass die Einbeziehung der Marke „Anker“ keine Produktplatzierung, sondern ein im Bereich des AMD-G zulässiger Hinweis auf den Sponsor „Anker“ während der Sendung sei, ist festzuhalten: Das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung zwischen Sponsoring und Produktplatzierung ist der Umstand, dass bei Produktplatzierungen der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, wohingegen Hinweise auf Sponsoren nicht Teil der Handlung einer Sendung sind (vgl. zur gleichlautenden Bestimmung des ORF-G *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 209). Gegenständlich ist der Brotkorb mit der Marke „Anker“ als Requisite im Studio platziert, sodass diese in der Sendung Erscheinung tritt; die Situation ist damit vergleichbar mit der ebenfalls als Produktplatzierung qualifizierten Platzierung eines Liegestuhls mit Logo (vgl. KommAustria 28.12.2016, KOA 4.400/16-021). Damit handelt es sich bei der Marke „Anker“ auf dem Brotkorb um Produktplatzierung und nicht, wie von der PULS 4 TV GmbH & Co KG vorgebracht, um einen Sponsorhinweis.

Im Übrigen ist festzuhalten, dass das Bestehen eines Sponsorverhältnisses für eine Sendung nicht das Vorliegen von Produktplatzierung in derselben von Marken oder Produkten des Sponsors ausschließt. Gegenständlich zeigt sich dies besonders deutlich: Durch das Bereitstellen des Gebäcks – das als solches für den Zuseher nicht als von „Anker“ zur Verfügung gestellt erkennbar ist – wird ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung geleistet, und damit die Sendung gesponsert, während durch das Anbringen des Logos von „Anker“ auf dem Brotkorb dieses in die Handlung der Sendung einbezogen wird und damit Produktplatzierung vorliegt.

Zur Platzierung der Marke „Decathlon“ im Beitrag „Urlaub in Österreich“ und in dem an diesen anschließenden Gewinnspiel ist festzuhalten: Gegenständlich wird zu Beginn des Beitrags „Urlaub

in Österreich“ das Einparken eines PKW gezeigt und dieser derart abgestellt, dass hinter dem Moderator durch das Fahrerfenster groß das Logo von „Decathlon“ erkennbar ist. Damit wird dieses in die Handlung des Beitrags einbezogen. Eine redaktionelle Rechtfertigung dafür ist nicht ersichtlich; dagegen spricht auch, dass es sich um das Logo genau jenes Unternehmens handelt, das auch einen Preis für das auf den Beitrag nachfolgende Gewinnspiel gestiftet hat.

Dasselbe gilt für die Platzierung des Logos von „Decathlon“ auf der Kleidung der Verkäufer. Hierbei fällt insbesondere ins Gewicht, dass nur die Verkäufer eines einzigen Sportartikelhändlers – und zwar wiederum jenes, der auch den Gewinnspielpreis gestiftet hat – interviewt werden. Hinzu kommt, dass der Name dieses Unternehmens auch zusätzlich vom Fernsehveranstalter im Rahmen der Interviews mit den Verkäufern eingeblendet wird, obwohl angesichts des ohnehin auf der Kleidung sichtbaren Logos keine Notwendigkeit dafür besteht.

Damit dienen diese Logopräsentationen eindeutig *„der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen“* im Sinne des § 2 Z 2 AMD-G.

Derartige Präsentationen werden von kommerziell tätigen Mediendiensteanbieter üblicherweise nur gegen Leistung eines angemessenen Entgelts vorgenommen. Dass die PULS 4 TV GmbH & Co KG dafür allenfalls tatsächlich (doch) kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erhalten hat, schadet dem nicht. Insbesondere in Hinblick auf die Platzierung des Logos von „Anker“ ist dabei ohne Bedeutung, dass für das Sponsoring (siehe oben Punkt 4.2.2) ein (marktübliches) Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung geleistet wurde. Der sich daraus abhängig von der tatsächlichen Entgelthöhe allenfalls ergebende Einwand, für die Produktplatzierung kein Entgelt erhalten zu haben, dringt gegen eine nach dem objektiven Maßstab zu bestimmende Entgeltlichkeit nicht durch, da es sonst im Belieben der Beteiligten stünde, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc. außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren (vgl. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114).

Damit liegt jedenfalls für die Marken „Anker“ und „Decathlon“ Produktplatzierung im Sinne von § 2 Z 27 AMD-G vor.

3. Produktplatzierung ist gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G in der zum Ausstrahlungszeitpunkt geltenden Fassung BGBl. Nr. I 86/2015 unzulässig, es sei denn, es liegt eine Ausnahme gemäß Abs. 2 oder 3 *leg. cit.* und gegebenenfalls keine Gegenausnahme gemäß Abs. 4 bis 6 *leg. cit.* vor (vgl. VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019).

Bei der Sendung „Café Puls“ handelt es sich um keine Sendung, die nach § 38 Abs. 3 AMD-G von der Ausnahme vom grundsätzlichen Verbot von Produktplatzierung gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G für bestimmte Sendungen erfasst sein könnte: Bei der Sendung handelt es sich weder um einen Kinofilm, einen Fernsehfilm oder eine Fernsehserie noch um eine Sportsendung. Auch eine Subsumtion unter den letzten Ausnahmetatbestand der „Sendung der leichten Unterhaltung“ scheidet aus:

In den Materialien zur Novelle BGBl. I Nr. 50/2010, mit welcher der Begriff der „Sendung der leichten Unterhaltung“ in Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU (AVMD-RL) Eingang in die österreichische Rechtsordnung gefunden hat, heißt es auszugsweise (vgl. 611 BlgNR XXIV. GP, 45 zu § 16 Abs. 3 ORF-G, Hervorhebungen hinzugefügt):

*„Leichte Unterhaltungssendungen‘ sind z.B Shows, aber auch Comedy-Sendungen (vgl. Ladeur, Rz 14 zu § 44 RfStV, in Hahn/Vesting, Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 2. Auflage). Sie zeichnen sich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. Die Amtliche Begründung des deutschen Rundfunkstaatsvertrages nennt beispielhaft auch Quizsendungen. Auch Musikunterhaltungssendungen, Comedy-Sendungen und vergleichbare Formate sind als leichte Unterhaltungssendungen zu qualifizieren. (vgl. Holznagel/Stenner, Rz 31 zu § 44 RfStV, in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, vgl. ferner Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, RStV, Bd. II, § 44 Rn. 22).“*

Sendungen der leichten Unterhaltung iSd § 38 Abs. 3 AMD-G zeichnen sich somit grundsätzlich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. Dies ergibt sich unter anderem daraus, dass es sich bei § 38 Abs. 3 AMD-G um eine Ausnahme vom grundsätzlichen Verbot der Produktplatzierung nach § 38 Abs. 1 AMD-G handelt, die daher restriktiv auszulegen ist. Demnach kommt es für die Qualifikation einer Sendung als Sendung der leichten Unterhaltung auf ein klares Überwiegen der unterhaltenden Elemente an (vgl. wiederum KommAustria 13.07.2017, KOA 4.455/17-004).

Wie oben in Punkt 4.2.2 ausgeführt, handelt es sich bei der Sendung „Café Puls“ in Hinblick auf § 37 Abs. 4 AMD-G um eine Sendung zur politischen Information. In Hinblick auf § 38 Abs. 3 AMD-G ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass auch die Beiträge über die Bar „Kitzloch“ in Ischgl, in der es im Zuge der Corona-Krise zu einem „Superspreader“-Event gekommen ist, und der Bericht „Lockdown: Drei Monate ohne Familie“ über das Leben im Altersheim ebenfalls einen informativen Charakter haben; dies gilt auch für den Beitrag über Buchneuerscheinungen mit der Expertin Rotraut Schöberl, in der drei Bücher vorgestellt werden, ein Roman, ein Sachbuch zum Thema „Zivilcourage“ und ein Kinderbuch. Damit überwiegt in der Sendung klar der informative Charakter der Beiträge; es schadet daher auch nicht, wenn einzelne Beiträge – z.B. „Café Puls – Horoskop“ – auch unterhaltende Elemente beinhalten.

Die Sendung „Café Puls“ unterfällt damit nicht dem Ausnahmetatbestand der „Sendung der leichten Unterhaltung“ im Sinne des § 38 Abs. 3 AMD-G in der Fassung BGBl. I. 86/2015; damit ist Produktplatzierung in dieser nach Abs. 1 *leg. cit.* unzulässig.

Soweit die PULS 4 TV GmbH & Co KG dagegen vorbringt, dass sich die der Produktplatzierung zugrundeliegende Regelungssystematik mit der Richtlinie 2018/1808/EU zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU gewandelt und keine der in Art. 11 Abs. 2 der Richtlinie 2018/1808/EU genannten Ausnahmen – Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts und Kindersendungen – greife, weshalb es sich bei „Café Puls“ um eine „Sendung der leichten Unterhaltung“ handle, in der Produktplatzierungen zulässig seien, ist ihr entgegenzuhalten, dass nach dem von ihr dargestellten Regime die gegenständliche Sendung aufgrund ihrer Auseinandersetzung mit aktuellen Themen des politischen Zeitgeschehens (Corona-Krise, Ausschreitungen der „Grauen Wölfe“ in Wien-Favoriten) als „Sendung zur politischen Information“ zu qualifizieren wäre (wozu nach § 38 idF BGBl. Nr. I 86/2015 keine Notwendigkeit bestand). Siehe dazu Punkt 4.2.2. In derartigen Sendungen ist – wie die PULS 4 TV GmbH & Co KG selbst mehrfach ausführt – Produktplatzierung auch nach der Richtlinie 2018/1808/EU unzulässig. Damit führt selbst die Annahme einer Vorwirkung dieser Richtlinie oder eine Subsumtion unter § 38 AMD-G idF BGBl. Nr. I 150/2020 zu keinem anderen Ergebnis.

Die erfolgten Produktplatzierungen für „Anker“ und „Decathlon“ waren somit unzulässig, weswegen eine Verletzung des § 38 Abs. 1 AMD-G vorliegt.

### **4.3. Rechtsfolgen und Veröffentlichung (Spruchpunkt 2. und 3.)**

Die Regelung gemäß § 62 Abs. 1 AMD-G legt als ausschließliche Rechtsfolge die Feststellung eines Verstoßes fest, ohne dass Raum für die Erteilung eines Auftrags zur Herstellung eines rechtskonformen Zustandes binnen einer bestimmten Frist bliebe. Vielmehr hat der Mediendienstanbieter gemäß dem zweiten Satz des § 62 Abs. 1 AMD-G unverzüglich einen der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Rechtszustand herzustellen, wenn eine Rechtsverletzung im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert (vgl. KommAustria 23.01.2013, KOA 4.300/12-011).

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, Zl. 2005/04/0180, zum im Wesentlichen gleichlautenden § 26 Abs. 2 PR-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 Mediendienstanbieters 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 PULS 4 TV GmbH & Co KG auf, diese binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung gemäß Spruchpunkt 2. im Fernsehprogramm „PULS 4“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr einzublenden.

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

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

## **III. Rechtsmittelbelehrung**

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 2.250/21-030“, 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 29.06.2021

**Kommunikationsbehörde Austria**

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