



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die LASK GmbH (FN 433275w) als Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „LASK TV“ im Rahmen der am 28.11.2019 abrufbare Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ (<https://www.lask.at/videos/lask-nachwuchs-weihnachtsfeier/> und <https://www.youtube.com/watch?v=ed4Ctt7tsAo>) die Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie die in den Sendungen enthaltenen Produktplatzierungen jeweils nicht eindeutig durch einen Hinweis am Anfang und am Ende der Sendungen gekennzeichnet hat.
2. Der LASK GmbH wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, nachfolgenden Text innerhalb von sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides in einem mindestens 20 Sekunden lang dauernden Vorspann zu jenem Video, das unter der Internetadresse ihres Abrufdienstes <https://www.lask.at/lask-tv/> sowie „https://www.youtube.com/channel/UC989Kq_d33oi_wwR5NsRZLw“ als Erstes bereitgestellt wird, für die Dauer von 72 Stunden einzublenden:

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

Die LASK GmbH hat die Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz dadurch verletzt, indem sie die in der Sendung ‚LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier‘ enthaltenen Produktplatzierungen nicht eindeutig durch einen Hinweis am Anfang und am Ende der Sendung gekennzeichnet hat.“

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

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 iVm BGBl. I Nr. 24/2020, der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) obliegenden Aufgabe der Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter hat die KommAustria die zum Stichtag 28.11.2019 drei zuletzt hochgeladenen Videos der die LASK GmbH auf www.lask.at/lask-tv mit den Titel „Dein Verein LASK Runde 15“, und „LASK-Torparade Runde 15“ „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ unter den jeweiligen URL <https://www.lask.at/videos/dein-verein-lask-runde-15/>; <https://www.lask.at/videos/lask-nachwuchs-weihnachtsfeier/>; <https://www.lask.at/videos/lask-torparade-runde-15/> sowie <https://www.youtube.com/watch?v=sF7xOJt2tU8;> <https://www.youtube.com/watch?v=ed4Ctt7tsAo;> <https://www.youtube.com/watch?v=uRnIWd2V4T0> einer Auswertung unterzogen. Dazu wurden Aufzeichnungen gesichert und Screenshots angefertigt.

Nach Auswertung dieser Sendungen leitete die KommAustria mit Schreiben vom 23.12.2019 ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, dass die LASK GmbH als Anbieterin des Abrufdienstes „LASK TV“ im Rahmen der Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ die Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G verletzt hat. Der LASK GmbH wurde eine Frist zur Stellungnahme von zwei Wochen eingeräumt.

Mit Schreiben vom 16.01.2020 nahm die LASK GmbH durch ihre Rechtsvertretung zu der vermuteten Rechtsverletzung Stellung und führte im Wesentlichen Folgendes aus:

Es werde ausdrücklich bestritten, dass es sich bei der Darstellung der Marken „Raiffeisen Bank“, „Zipfer“ und „Nike“ um Produktplatzierungen iSd § 2 Z 27 AMD-G handle. Dies werde damit begründet, dass lediglich um kurze, wenige Sekunden (Bruchteile) andauernden Einblendungen vorlagen, welche nicht von dem Zuseher bewusst wahrgenommen werden und daher keine Irreführung bewirken könne.

Des Weiteren werde vorgebracht, dass keine Entgeltlichkeit in Bezug auf die Darstellungen gegeben sei. Üblicherweise erfolge nach Verkehrsauffassung diese Darstellungen nicht gegen Entgelt. Die Spieler würden zu sämtlichen offiziellen Terminen – zu denen auch die Jugendweihnachtsfeier des Vereins zähle - in deren offiziellen Trainingsoutfit auftreten. Die Sponsorenplatzierung auf dem offiziellen Trainingsoutfit erfolge nicht entgeltlich für die Darstellung der Sponsorenlogos in einem Video über die Jugendweihnachtsfeier. Darüber hinaus habe die Raiffeisenbank Oberösterreich die Räumlichkeiten für die Jugendweihnachtsfeier unentgeltlich zur Verfügung gestellt und es lasse sich schwerlich vermeiden, dass deren Logo abgefilmt wird, sodass ein „Verkleben“ der Logos keine Option sei.

Als Beispiel wurde ausgeführt, dass bei dem im Video enthaltenen kurzen Interview mit dem Präsidenten der LASK der Kamerafokus nicht auf die mit Logos bestückten Hinterwand gerichtet und die Logos somit nicht ersichtlich gewesen seien.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur LASK GmbH

Die LASK GmbH ist eine zu FN 433275w beim Landesgericht Linz eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in der Gemeinde Pasching.

Die LASK GmbH ist Anbieterin der Abrufdienste „LASK TV“ und „LASKOfficial Youtube“ samt den weiteren Verbreitungswegen auf den Plattformen Facebook und Instagram (KOA 1.950/18-188).

2.2. Die Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“

Zumindest am 28.11.2019 wurde die Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ auf dem Abrufdienst „LASK TV“ und „LASKOfficial Youtube“ unter der URL <https://www.lask.at/videos/lask-nachwuchs-weihnachtsfeier/> und <https://www.youtube.com/watch?v=ed4Ctt7tsAo> bereitgestellt.

Das etwa zwei Minuten dauernde Video zeigt eine Zusammenkunft zwischen den professionellen Vereinsfußballspielern mit Nachwuchstalenten in einer Lokalität, die nach einem Kreditinstitut benannt ist. Die Sendung beginnt mit dem LASK-TV-Intro und geht über zu einer Totalen, die lange, besetzte Tafeln in einer großen Halle zeigt. Eine Sprecherin sagt an, dass es sich um die Nachwuchs-Weihnachts-Feier der LASK-Jugend handelt. Es sind feiernde Kinder, andere Kader-Sportler, Maskottchen und Personal zu sehen. Daraufhin folgen Interviews und weitere Szenen der Feier mit darübergelegtem, gesprochenen Text. Im Zuge der Sendung werden nahezu ständig zahlreiche Logos der Marken „Raiffeisen Bank“, „Zipfer“ und „Nike“ mitgefilmt. Dies vor allem auf den immer wieder zu sehenden Trikots der Gäste, Rollups und sonstigen Werbemitteln.

Abbildung 1 anonymisiert

Der mit dem Logo des Kreditinstituts versehene Fußball wird frontal positioniert (siehe Abbildung 2 in der Minute 0:11).

Abbildung 2 anonymisiert

Ab ca. 00:20 wird eine Gesprächsrunde auf einer Bühne gezeigt, wobei ein Werbebanner und ein Werbeschild allesamt mit dem Logo des Kreditinstitutes großflächig positioniert ist. Die Gesprächsrunde wird über einen dahinterliegenden Kinobildschirm vergrößert dargestellt, sodass sich die Werbepresenz der Logos verstärkt. Auch der mit dem Logo versehene Fußball ist frontal ausgerichtet und zusätzlich am Bildschirm vergrößert darstellt (Abbildung 2).

Abbildung 3 anonymisiert

Bei ca. 00:21 ist erkennbar, dass dazu das Mikrofon mit dem Logo des Kreditinstitutes versehen ist. Darüber hinaus sind die Marken „Zipfer“ und „BWT“ an der Jacke der Spieler zu sehen (siehe Abbildung 3).

Abbildung 4 anonymisiert

Auch die Rückenansicht der Jacken sind mit dem Logo „Zipfer“ versehen (dies ersichtlich ab Minute 01:05 - Abbildung 4).

Abbildung 5 anonymisiert

Vom Präsidenten des Fußballvereins wird eigens hervorgehoben, dass das Kreditinstitut diese Veranstaltung ermöglicht habe. Dieser bedankt sich ab Minute 01:17 bei allen „Sponsoren, die treu hinter uns stehen“ und „hier eben vor allem an die Raiffeisen Landesbank, die die Jugendweihnachtsfeier auch ermöglicht“.

Abbildung 6 anonymisiert

Alle anwesenden Kinder tragen das Trikot mit dem Logo des Kreditinstituts und eines Sportbekleidungsherstellers (ab ca. 01: 49 - Abbildung 6).

Abbildung 7 anonymisiert

Zu einer Wortmeldung eines Spielers ist neben dem Banner das Logo des Kreditinstituts und weiteren positionierte Logos zu sehen (00:36, siehe Abbildung 7).

Die Sendung endet mit dem LASK-TV-Intro. Produktplatzierungshinweise finden sich weder am Anfang noch am Ende der Sendung.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum audiovisuellen Mediendienst auf Abruf sowie zur Tätigkeit der LASK GmbH ergeben sich aus den zugrundeliegenden Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt der zumindest am 28.11.2019 unter den URL <https://www.lask.at/videos/lask-nachwuchs-weihnachtsfeier/> und <https://www.youtube.com/watch?v=ed4Ctt7tsAo> bereitgestelltem Video ergeben sich aus der Einsichtnahme in diese Links und den dazu angefertigten Aufzeichnungen.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat 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 die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 iVm § 31 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der LASK GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

4.2. Zu Spruchpunkt 1. - Fehlende Kennzeichnung von Produktplatzierungen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

[...]

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

[...]

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;

[...]

§ 38 AMD-G 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 Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

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

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

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

[...]

(6) Abs. 4 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendienstanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendienstanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und der Mediendienstanbieter keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatte.“

Gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G ist Produktplatzierung vorbehaltlich der Abs. 2 und 3 unzulässig.

Nach Auffassung der KommAustria handelt es sich bei dem unter 2. (Sachverhalt) angeführtem Video um eine Sendungen iSd § 2 Z 30 AMD-G, bei der Produktplatzierungen stattgefunden haben.

Festzuhalten ist vorweg, dass es sich bei der Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ um eine Sportsendung im Sinne des § 38 Abs. 3 AMD-G handelt, in der Produktplatzierungen grundsätzlich zulässig sind. Naheliegend wäre zwar die Einordnung der Sendung unter die Kategorie der leichten Unterhaltung oder gar unter die Kategorie einer Kindersendung, jedoch ist das hier zu verneinen. Gegen die Einordnung der Sendung als Kindersendung deutet die Art der Gestaltung der Sendung, welche für Kinder wenig ansprechend ist. Vielmehr steht der Fußballverein im Vordergrund, der aktive Akquise von Nachwuchstalenten und Fans betreibt. Steht die Darstellung einer Feier als solche im Mittelpunkt (etwa einer Spendengala, o.ä.), so wäre die Sendung als leichte Unterhaltung zu werten. Im vorliegenden Fall steht hingegen der Fußballverein im Mittelpunkt, womit eine Einordnung unter die Sendungskategorie der leichten Unterhaltung zu verneinen ist.

Bei der Produktplatzierung 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 Fernsehprogramms das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 1a Z 10 ORF-G: VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Eine weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit. Ob eine Erwähnung oder Darstellung „gegen Entgelt“ in diesem Sinne vorliegt, ist an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Entscheidend ist nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc. außerhalb einer Werbesendung 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 üblicher Weise gegen Entgelt erfolgt (zum objektiven Maßstab und dem „werbewirksamen“ Zurschaustellen einer Marke in einer Sendung als Produktplatzierung vgl. u.a. VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153, bzw. 08.10.2010, 2006/04/0089).

Dass das Tragen von Sponsorenlogos in Sendungen – wie auch im vorliegenden Fall das Tragen des Logos von „Zipfer“ und „BWT“ durch Spieler (Abbildungen 1-4, 7) sowie der Logos „Raiffeisen Bank“ und „Nike“ durch die Kinder (Abbildung 6) auf den Jacken und T-Shirts – regelmäßig einen kommerziellen Hintergrund hat und insoweit „nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt“, kann angesichts der stRspr (vgl. VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019) nicht ernsthaft in Zweifel gezogen werden, da nicht anzunehmen ist, dass einer derartige werbewirksame Zurschaustellung eines Logos auf Freiwilligkeit seitens des Logotragenden basiert.

Hinsichtlich jener Jacken und T-Shirts mit den abgebildeten Logos ist davon auszugehen, dass zwischen diesem Sportartikelhersteller und der LASK GmbH eine Vertragsbeziehung besteht, die letztere zur Verwendung solcher Jacken und T-Shirts bei öffentlichen Auftritten von Spielern verpflichtet. Es ist als notorisch anzusehen, dass bei einem Fußballteam der Größe und Bedeutung des LASK in solchen Fällen vom Sportartikelhersteller ein über die Zurverfügungstellung solcher Sportartikel hinausgehendes Entgelt zu leisten ist, weshalb schon allein deshalb auszuschließen ist, dass es sich dabei um eine Produktionshilfe iS einer kostenlosen Bereitstellung eines Produkts von „unbedeutendem Wert handelt“ (vgl. dazu KommAustria 28.12.2016, KOA 4.400/16-021). Gleiches gilt für die Verwendung der Mikrofone sowie die frontal zur Kamera gerichteten Fußball mit dem Logos des Kreditinstitutes (Abbildungen 1-3, 5). Auch hier ist davon auszugehen, dass die Gegenleistung des Kreditinstituts über die Zurverfügungstellung von Equipments hinausgeht.

Ebenso ist davon auszugehen, dass alle anwesenden Kinder angehalten wurden, diese Jacken und T-Shirts mit den Logos (Abbildung 6) zu tragen, zumindest teilweise auch deswegen, um die auf dem Trikot ersichtlichen Sponsoren zu zeigen und deren Absatz zu fördern. Daher ist diesbezüglich ebenso von einer Produktplatzierung nach § 2 Z 27 AMD-G auszugehen.

Ebenso ist bei der mit Werbebanner, Werbeschild und Vergrößerungsbildschirm ausgestattete Bühne (Abbildungen 2 und 1) sowie der Einblendung der Logowand (Abbildung 7) von einem den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 2 Z 27 AMD-G erfüllenden Sachverhalt auszugehen, dass es sich um eine Einbeziehung von Produkten/Marken/Logos in eine Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung handelt, damit diese innerhalb der Sendung erscheinen, wobei durch diese Darstellung mittelbar der Absatz der entsprechenden Produkte gefördert werden soll (vgl. die Definition der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in § 2 Z 2 AMD-G). In dem Zusammenhang ist festzuhalten, dass auch durch das Zeigen der auf der Bühne angebrachten Logos (siehe Abbildungen 1, 2 und 7) ein den Tatbestand der Produktplatzierung erfüllender Sachverhalt deshalb gegeben ist, da solche Logos unter anderem dort angebracht werden, um sie im Rahmen von Sendungen, wie den gegenständlichen zum Abruf bereit gehaltenen Videos, sichtbar zu machen. Insoweit die LASK GmbH diesbezüglich vorbrachte, es handle sich bei dieser Ausstattung um einen Bestandteil der Räumlichkeiten des Kreditinstituts, welcher nicht einer Entfernung („Verklebung“) zugänglich wäre, so ist ihr zu erwidern, dass es der LASK GmbH freigestanden wäre, die Räumlichkeit neutral zu gestalten, dies v.a. da sich die Werbebanner beweglich sind oder zumindest abdeckbar wären. Vielmehr muss bei der in der gegenständlichen Sendung zu sehenden

Gestaltung der Räumlichkeit davon ausgegangen werden, dass die Logos unter anderem dort angebracht wurden, damit sie in Videobeiträgen, die vom LASK gemacht werden, sichtbar sind.

Die KommAustria geht daher davon aus, dass es sich bei den verwendeten Logos um Produktplatzierungen iSd § 2 Z 27 AMD-G handelt.

Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, sind gemäß § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G zu Sendungsbeginn und Sendungsende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig mit einem Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zusehers zu verhindern.

Eine Kennzeichnung, dass die Sendungen Produktplatzierungen enthalten, fand jedoch weder am Beginn, noch am Ende der Sendungen statt.

Daher geht die KommAustria davon aus, dass durch die fehlende Kennzeichnung am Anfang und am Ende der Sendungen eine Verletzung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G vorliegt.

Es war hinsichtlich der Sendung „LASK Nachwuchs-Weihnachtsfeier“ daher eine Verletzung der Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G festzustellen.

4.3. Zu Spruchpunkt 2. – Rechtsfolgen und Veröffentlichung

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.

Gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G 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 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 Mediendienstanbieter) 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 LASK GmbH auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung für die Dauer von 72 Stunden zu veröffentlichen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.965/20-032, 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 20.08.2020

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)