

Behörde (Anschrift, Telefon, Telefax, E-Mail, URL
Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)
Mariahilfer Straße 77-79, 1060 Wien
Telefon: 01/58058-0,
E-Mail: rtr@rtr.at
http://www.rtr.at



KommAustria
Kommunikationsbehörde Austria

Vorname und Familienname oder Nachname sowie Wohnort des
Beschuldigten

A

Zahl (Bitte bei Antworten angeben!)	Sachbearbeiter/in	Durchwahl	Datum
2024-0.864.517-5-A			26.03.2026

Straferkenntnis

Sie haben als Geschäftsführer der Rolling Pin Media GmbH, FN 238413h, und somit als gemäß § 9 Abs. 1 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 idF BGBl. I Nr. 50/2025, zur Vertretung nach außen Berufener und für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften strafrechtlich Verantwortlicher dieser Gesellschaft zu verantworten, dass die Rolling Pin Media GmbH mit der von 29.11.2023 bis 23.01.2024 im audiovisuellen Mediendienst auf Abruf „Rolling Pin“ (<https://www.youtube.com/@ROLLINGPINTV>) zum Abruf bereitgehaltenen Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“

1. eine von den Unternehmen „AGM“, „Albers“, „AMT“, „DICK“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“, „Koppert Cress“, „Le Nouveau Chef“, „METRO“, „RATIONAL“, „RIST“ und „THALHEIM“ finanziell unterstützte Sendung ausgestrahlt hat, ohne diese an ihrem Anfang oder Ende eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen,
2. eine Produktplatzierung enthaltende Sendung ausgestrahlt hat, ohne diese an ihrem Beginn und Ende sowie bei ihrer Fortsetzung nach Werbeunterbrechungen in ca. Minute 26:57, ca. Minute 50:33, ca. Minute 1:29:18, ca. Minute 1:55:32, ca. Minute 2:06:52, ca. Minute 2:16:34, ca. Minute 2:17:41 und ca. Minute 2:32:13 als Produktplatzierung enthaltend zu kennzeichnen, und
3. durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise unmittelbar zum Kauf der Produkte bzw. zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen der die Sendung sponsernden Unternehmen
 - a. „HELA“ ab ca. Minute 16:00,
 - b. „Albers“ ab ca. Minute 47:50 und
 - c. „Koppert Cress“ ab ca. 1 Stunde und 30 Minutenaufgefordert hat.

Tatort: Reininghausstraße 13a, 8020 Graz.

Sie haben dadurch folgende Rechtsvorschrift(en) verletzt:

1. § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 135/2023, iVm § 9 Abs. 1 VStG
2. § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G idF BGBl. I Nr. 135/2023 iVm § 9 Abs. 1 VStG
3. a. bis c.: jeweils § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G idF BGBl. I Nr. 135/2023 iVm § 9 Abs. 1 VStG

Wegen dieser Verwaltungsübertretung(en) wird über Sie folgende Strafe verhängt:

Geldstrafe von Euro	falls diese uneinbringlich ist, Ersatzfreiheitsstrafe von	Freiheitsstrafe von	gemäß
1. 150,-	4 Stunden	-	§ 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G iVm §§ 16, 19 VStG
2. 200,-	6 Stunden	-	§ 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G iVm §§ 16, 19 VStG
3.a. 150,-	4 Stunden	-	§ 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G iVm §§ 16, 19 VStG
b. 150,-	4 Stunden	-	
c. 150,-	4 Stunden	-	

Allfällige weitere Aussprüche (z.B. über die Anrechnung der Vorhaft, über den Verfall oder über privatrechtliche Ansprüche):

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haftet die Rolling Pin Media GmbH für die verhängten Geldstrafen sowie die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand.

Ferner haben Sie gemäß § 64 des Verwaltungsstrafgesetzes 1991 – VStG zu zahlen:

80,- Euro als Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens, das sind 10% der Strafe, mindestens jedoch 10 Euro (ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100 Euro);

Euro als Ersatz der Barauslagen für

Der zu zahlende **Gesamtbetrag** (Strafe/Kosten/Barauslagen) beträgt daher

880,- Euro

Zahlungsfrist:

Wird keine Beschwerde erhoben, ist dieses Straferkenntnis sofort vollstreckbar. Der **Gesamtbetrag (Strafe/Kosten)** ist – unter Angabe der **Geschäftszahl 2024-0.864.517-5-A** – binnen zwei Wochen auf das Konto der RTR-GmbH, IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAAWWXXX, zu überweisen.

Erfolgt binnen dieser Frist keine Zahlung, kann der Gesamtbetrag eingemahnt werden. In diesem Fall ist ein pauschalierter Kostenbeitrag in der Höhe von fünf Euro zu entrichten. Erfolgt dennoch keine Zahlung, wird der ausstehende Betrag **vollstreckt** und im Fall seiner **Uneinbringlichkeit** die diesem Betrag entsprechende **Ersatzfreiheitsstrafe** vollzogen.

Begründung:

1. Gang des Verfahrens

Mit rechtskräftigem Bescheid vom 29.11.2024, KOA 1.965/24-012, stellte die KommAustria gemäß §§ 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G fest, dass die Rolling Pin Media GmbH in der am 29.11.2023 im audiovisuellen Mediendienst auf Abruf „Rolling Pin“ zum Abruf bereitgehaltenen Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“ gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verstoßen hat, indem sie diese Sendung, die von „AGM“, „Albers“, „AMT“, „DICK“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“, „Koppert Cress“, „Le Nouveau Chef“, „METRO“, „RATIONAL“, „RIST“ und „THALHEIM“ gesponsert wurde, nicht an ihrem Anfang oder Ende eindeutig als gesponsert gekennzeichnet hat, sowie gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verstoßen hat, indem sie diese Sendung, die Produktplatzierung enthalten hat, weder an ihrem Beginn noch an ihrem Ende noch bei ihrer Fortsetzung nach Werbeunterbrechungen in ca. Minute 26:57, ca. Minute 50:33, ca. Minute 1:29:18, ca. Minute 1:55:32, ca. Minute 2:06:52, ca. Minute 2:16:34, ca. Minute 2:17:41 und ca. Minute 2:32:13 als Produktplatzierung enthaltend gekennzeichnet hat, und gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G verstoßen hat, indem ab ca. Minute 16:00 durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „HELA“, ab ca. Minute 47:50 durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „Albers“ und ab ca. 1 Stunde und 30 Minuten durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „Koppert Cress“ in der von diesen Unternehmen gesponserten Sendung unmittelbar zum Kauf der Waren dieser Unternehmen aufgefordert wurde.

Mit Aufforderung zur Rechtfertigung vom 29.11.2024, KOA 05.910/2024-0.864.517, leitete die KommAustria gegen den Beschuldigten ein Verwaltungsstrafverfahren wegen des Verdachts ein, er habe als gemäß § 9 Abs. 1 VStG zur Vertretung nach außen Berufener und für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften strafrechtlich Verantwortlicher zu verantworten, dass die Rolling Pin Media GmbH in der am 29.11.2023 im audiovisuellen Mediendienst auf Abruf „Rolling Pin“ zum Abruf bereitgehaltenen Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“ gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verstoßen hat, indem sie diese Sendung, die von „AGM“, „Albers“, „AMT“, „DICK“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“, „Koppert Cress“, „Le Nouveau Chef“, „METRO“, „RATIONAL“, „RIST“ und „THALHEIM“ gesponsert wurde, nicht an ihrem Anfang oder Ende eindeutig als gesponsert gekennzeichnet hat, sowie gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verstoßen hat, indem sie diese Sendung, die Produktplatzierung enthalten hat, weder an ihrem Beginn noch an ihrem Ende noch bei ihrer Fortsetzung nach Werbeunterbrechungen in ca. Minute 26:57, ca. Minute 50:33, ca. Minute 1:29:18, ca. Minute 1:55:32, ca. Minute 2:06:52, ca. Minute 2:16:34, ca. Minute 2:17:41 und ca. Minute 2:32:13 als Produktplatzierung enthaltend gekennzeichnet hat, und gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G verstoßen hat, indem ab ca. Minute 16:00 durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „HELA“, ab ca. Minute 47:50 durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „Albers“ und ab ca. 1 Stunde und 30 Minuten durch spezifisch verkaufsfördernde Hinweise für die Produkte des Unternehmens „Koppert Cress“ in der von diesen Unternehmen gesponserten Sendung unmittelbar zum Kauf der Waren dieser Unternehmen aufgefordert wurde.

Weiters forderte die KommAustria den Beschuldigten gemäß §§ 40 und 42 VStG zur Rechtfertigung auf.

Mit Schreiben vom 29.01.2025 nahm der Beschuldigte zur Einleitung des Verwaltungsstrafverfahren Stellung und teilte im Wesentlichen mit, dass das verfahrensgegenständliche sowie ähnliche Videos am 24.01.2024 dauerhaft gelöscht worden seien. Er habe mangels bisheriger Involvierung in der Vermarktung keine Kenntnis darüber gehabt, dass die Rolling Pin Media GmbH gegen ein Gesetz verstoßen habe. Er habe nicht vorgehabt, die Tatbestandsmerkmale der §§ 37 Abs. 1 Z 2, 37 Abs. 1 Z 3 und 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G iVm § 9 Abs. 1 VStG zu verwirklichen und es sei daher subjektiv kein Störwille vorhanden gewesen. Weiters sei die Promotion unentgeltlich erfolgt und seien durch die Werbung keine Einnahmen lukriert worden. Die Rolling Pin Media GmbH habe den Lieferanten, welche die jungen Köche in der Lockdown-Zeit unterstützt hätten, im Nachhinein danken wollen. Es habe nie eine Absicht auf Einnahmenerzielung gegeben. Mangels Entgeltlichkeit liege keine Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G vor. Daher seien auch die objektiven Tatbestandsmerkmale nach § 38 AMD-G nicht erfüllt. Das Verschulden des Beschuldigten sei als äußerst geringfügig anzusehen. Monatlich beziehe der Beschuldigte ein Nettoeinkommen von rund EUR XXX. Daher werde beantragt, das Verwaltungsstrafverfahren einzustellen, es bei einer Ermahnung zu belassen oder eine geringe Strafe zu verhängen.

Diesem Schreiben wurde eine Stellungnahme der Rolling Pin Media GmbH vom 29.01.2024, welche im Rechtsverletzungsverfahren zu KOA 1.965/23-065 erging, beigelegt.

2. Entscheidungsrelevanter Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungsrelevanter Sachverhalt fest:

2.1. Sendungsablauf

Am 29.11.2023 wird in dem unter der URL <https://www.youtube.com/@ROLLINGPINTV> abrufbaren audiovisuellen Mediendienst auf Abruf „Rolling Pin“ der Rolling Pin Media GmbH die Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“ zum Abruf bereitgehalten.



Abbildung 1: Logoschleife zu Beginn der Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“

Zu Beginn der Sendung werden am oberen Rand des Bildes Logos von Unternehmen eingeblendet (siehe Abbildung 1). Diese Logos werden in Form einer Schleife über das Bild gezogen. Der Rest des Bildes wird abwechselnd mit Bildern der Kandidatinnen und Kandidaten des sendungsgegenständlichen Kochwettbewerbs und mit Fine-Dining-Gerichten befüllt. Es sind die Logos folgender Unternehmen erkennbar: „AGM“, „Albers“, „AMT“, „DICK“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“, „Koppert Cress“, „Le Nouveau Chef“, „METRO“, „RATIONAL“, „RIST“, „THALHEIM“ und „ROLLING PIN“.

Am Ende einer Schleife ist der folgende Satz angebracht: „Danke [...] an unsere grossartigen Partner“ (siehe Abbildung 2). Dieser ist erstmals nach ca. 1 Minute und 38 Sekunden zu sehen.



Abbildung 2: Einblendung „[Danke...] an unsere großartigen Partner“ nach ca. 1 Minute und 40 Sekunden

Während dieses Vorspanns ist kein Ton zu hören. Nach ca. 8 Minuten und 7 Sekunden endet dieser und es folgt für ca. 20 Sekunden ein schwarzer Bildschirm, dann ist ein Rauschen zu hören. Dieses endet nach ca. 16 Sekunden und es beginnt in ca. Minute 8 und 36 Sekunden die Übertragung des Kochwettbewerbs.

Zu diesem Zeitpunkt sind die Moderatoren vor einer Logowand mit den Logos der Unternehmen „AGM“, „ALBERS“, „AMT“, „DICK“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“, „Koppert Cress“, „Le Nouveau Chef“, „METRO“, „RATIONAL“, „RIST“, „THALHEIM“ und „ROLLING PIN“ zu sehen. Die Logowand erstreckt sich im Hintergrund über das gesamte Bild (siehe Abbildung 3) und ist in gleicher Weise (mit Unterbrechungen durch kurzzeitige Szenenwechsel) bis zum Ende der Sendung zu sehen. Hinter den Moderatoren befinden sich zudem am Boden mehrere Holzkisten, die mit diversen Produkten gefüllt sind, wobei insbesondere das Printmagazin „Rolling Pin“ mit seinem gelben Cover zu erkennen ist.

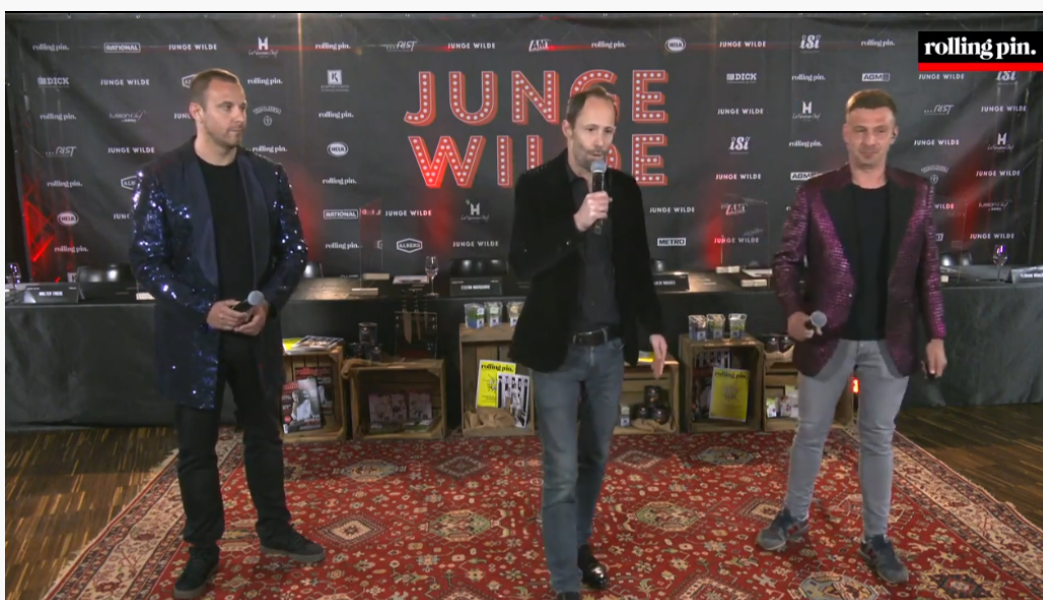


Abbildung 3: Moderatoren der Sendung vor Logowand und Kisten mit Magazin „Rolling Pin“

Nach ca. 27 Minuten und 26 Sekunden wird ein Interview mit einem der Kandidaten des Kochwettbewerbs übertragen. Auf dessen Kochgarnitur sind dabei Logos der Unternehmen „RATIONAL“, „HELA“, „iSi“, „Julabo“ und „Albers“ zu erkennen (siehe Abbildung 4). Ähnliche Interviews, bei denen die angeführten Logos sowie die Logos von anderen in der „Logoschleife“ (siehe Abbildung 1) enthaltenen Unternehmen auf den Garnituren der Interviewpartner erkennbar sind, werden während der gesamten Sendungsdauer ausgestrahlt.



Abbildung 4: Kochgarnitur mit Logos nach ca. 27 Minuten und 26 Sekunden

Wiederholt, etwa nach ca. 30 Minuten und 5 Sekunden und ca. 2 Stunden 42 Minuten und 57 Sekunden, werden zusätzlich zu dem Sendungsinhalt des Kochwettbewerbs die Logos der bereits in der Logoschleife zu Sendungsbeginn enthaltenen Unternehmen auf einem schwarzen Streifen über den unteren Teil des Bildes gezogen (siehe Abbildungen 5 und 6).



Abbildung 5: Logoschleife nach ca. 30 Minuten und 5 Sekunden



Abbildung 6: Logoschleife nach ca. 2 Stunden 42 Minuten und 57 Sekunden

In der Sendung werden verschiedene zuvor aufgenommene Grußworte von Unternehmen ausgestrahlt. Diese Grußworte werden jeweils von den Moderatoren angekündigt und die Unternehmen als „Partner“ bezeichnet, so etwa nach ca. 1 Stunde 54 Minuten und 44 Sekunden („... und zwar haben wir jetzt wieder einen fantastischen Partner vorzustellen“).

Diese Grußworte gehen teilweise über bloße Referenzen auf den Kochwettbewerb, der Gegenstand der Sendung ist, sowie allgemeine Ausführungen zum Unternehmen hinaus:

Ab ca. Minute 16:00 wird ein Grußwort des Unternehmens „HELA“ ausgestrahlt (siehe Abbildung 7). In diesem verweist der Vertreter des Unternehmens unter anderem auf „unsere unfassbar tollen gerösteten Currys“.



Abbildung 7: Grußwort von „HELA“ nach ca. 16 Minuten

Ab ca. Minute 47 und 50 Sekunden wird ein Grußwort des Unternehmens „Albers“ ausgestrahlt, in dem der Vertreter zum Produkt seines Unternehmens unter anderem ausführt: „Super zart, super aromatisch, super Produkt“.

Nach ca. 1 Stunde und 30 Minuten wird ein Grußwort des Unternehmens „Koppert Cress“ ausgestrahlt, in dem der Vertreter des Unternehmens unter anderem ausführt: „Gesund, frisch und pflanzlich. Das ist Ernährung mit Mehrwert. Wir möchten, dass Ernährung mit Mehrwert zu einem Genuss wird, also lecker. [...] Mit Köchen aus der ganzen Welt machen wir gesunde Ernährung zu einem Fest der Sinne. [...] Wir arbeiten mit der Welt der Pflanzen an mehr Geschmack, mehr Abenteuer, mehr Kreativität und mehr Gesundheit. [...] Wir möchten führend sein bei Nachhaltigkeit.“

Nach der Siegerehrung, einem Interview mit der Siegerin, einer kurzen Danksagung durch den Moderator („Danke an unsere Partner“) nach ca. 3 Stunden und 34 Sekunden und der Verabschiedung von den Zuseherinnen und Zusehern wird nach ca. 3 Stunden und 58 Sekunden das Logo von „Rolling Pin“ eingeblendet. Diese Einblendung bleibt bis zum Ende der Sendung nach ca. 3 Stunden 1 Minute und 55 Sekunden stehen.

Die Sendung wird zu folgenden Zeiten durch die Einspielung von Werbespots unterbrochen: Von Minute ca. 26:30 bis ca. 26:57 für einen Spot für „THALHEIM“, von ca. Minute 48:55 bis ca. 50:33 für einen Spot für „Jack’s Creek“, von Minute ca. 1:26:50 bis ca. 1:29:18 für einen Spot für „RIST“, von ca. Minute 1:55:05 bis ca. 1:55:32 für einen Spot für „Le Nouveau Chef“, von ca. Minute 2:05:14 bis ca. 2:06:52 für einen Spot für „Julabo“, von ca. Minute 2:15:23 bis ca. 2:16:34 für einen Spot für „RATIONAL“ (siehe Abbildung 8), von ca. Minute 2:17:21 bis ca. 2:17:41 für einen Spot für „DICK“ und von ca. Minute 2:31:13 bis ca. 2:32:13 für einen Spot für „METRO“.



Abbildung 8: Werbespot für „RATIONAL“ nach ca. 2 Stunden und 14 Minuten

Die Sendung wurde bis zum 23.01.2024 zum Abruf bereitgestellt.

2.2. Beschuldigter

Der Beschuldigte ist Geschäftsführer der Rolling Pin Media GmbH und für die Einhaltung von Werbebestimmungen nach dem AMD-G verantwortliches Organ im Sinne des § 9 Abs. 1 VStG.

Die KommAustria geht von einem monatlichen Nettoeinkommen des Beschuldigten von jedenfalls EUR XXX aus. Die konkreten Vermögensverhältnisse sowie die Unterhalts- und Sorgerepflichten des Beschuldigten konnten nicht festgestellt.

Gegen den Beschuldigten sind keine für das gegenständliche Verfahren relevanten einschlägigen Verwaltungsstrafen verhängt worden.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den ausgestrahlten Inhalten gründen sich auf die amtswegig erstellten Aufzeichnungen. Diese wurden vom Beschuldigten auch nicht bestritten.

Die Feststellung zur Tätigkeit des Beschuldigten bei der Rolling Pin Media GmbH beruht auf einer amtswegigen Einsichtnahme in das offene Firmenbuch.

Die Feststellung, dass gegen den Beschuldigten keine für das gegenständliche Verfahren relevanten Verwaltungsstrafen verhängt worden sind, beruht auf den Verwaltungsakten der KommAustria.

Der Beschuldigte gab sein monatliches Nettoeinkommen mit ca. XXX an, legte jedoch keine Nachweise vor.

Als Anhaltspunkt für die Richtigkeit der Angaben zum Einkommen diene der KommAustria der Einkommensbericht 2024 der Statistik Austria. Dieser sieht für unselbständige ganzjährig vollbeschäftigte Führungskräfte (abrufbar unter der URL https://www.statistik.at/fileadmin/publications/AEB-2024_gesamt-barrierefrei_mit-Schlussklausel.pdf; vgl. Tabelle 50) im Jahr 2023 im arithmetischen Mittel ein Jahresbruttoeinkommen von EUR XXX (Männer) vor, woraus sich unter Anwendung des Gehaltsrechners des Finanzministeriums ein Nettomonatsgehalt in Höhe von ca. XXX ergibt. Das angegebene Nettomonatseinkommen ist nur geringfügig niedriger als dieses Durchschnittseinkommen und erscheint damit nicht unrealistisch.

Feststellungen zu den sonstigen Vermögensverhältnissen sowie zu allfälligen Sorgepflichten konnten mangels Offenlegung nicht getroffen werden.

Die Feststellung, dass die gegenständliche Sendung bis zum 23.01.2024 zum Abruf bereitgehalten wurde, ergibt sich aus dem Vorbringen des Beschuldigten vom 29.01.2025, wonach diese Sendung am 24.01.2024 dauerhaft gelöscht wurde.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 66 AMD-G ist Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes die gemäß § 1 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 90/2024, eingerichtete Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria). Gemäß § 64 Abs. 5 AMD-G sind Verwaltungsstrafen nach dem AMD-G durch die KommAustria zu verhängen.

4.2. Anzuwendende Rechtsgrundlagen

Auf den gegenständlichen Sachverhalt ist nach § 1 Abs. 2 VStG das AMD-G in seiner im Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendungen am 29.11.2023 geltenden Fassung, BGBl. I Nr. 135/2023, anzuwenden.

§ 64 AMD-G idF BGBl. I Nr. 135/2023 lautet auszuweise:

„Verwaltungsstrafbestimmungen

§ 64. [...]

(2) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 10 000 Euro zu bestrafen, wer

[...]

5. einem der das Sponsoring betreffenden Gebote oder Verbote in § 37 zuwiderhandelt,

6. einem der die Produktplatzierung betreffenden Gebote oder Verbote in § 38 zuwiderhandelt,

[...].“

§ 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 oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

[...]

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

[...]

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);

[...].“

§ 37 AMD-G 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.

[...].“

„Produktplatzierung

§ 38. (1) Produktplatzierung ist mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts sowie Kindersendungen unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen gestattet.

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

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz, bei Abrufdiensten auch ihre Platzierung im Katalog, 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 über das Vorhandensein einer Produktplatzierung zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

[...].“

4.3. Objektiver Tatbestand

4.3.1. Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G (eindeutige Kennzeichnung von Sponsoring)

Bei der von 29.11.2023 bis 23.01.2024 im Abrufdienst „Rolling Pin“ bereitgehaltenen Sendung „Junge Wilde 2020 – das Finale“ handelt es sich um eine gesponserte Sendung im Sinne des § 37 Abs. 1 AMD-G. Dies ist aus wiederholten Einspielungen von „Logoschleifen“ während der Sendung zu schließen. Da Hinweise, denen eindeutig zu entnehmen ist, dass die gegenständliche Sendung gesponsert ist, fehlen, wird gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G, wonach gesponserte Sendungen an ihrem Beginn oder Ende eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen sind, verstoßen.

§ 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.

Gegenständlich ergibt sich das Vorliegen eines Sendungssponsorings im Sinne des § 2 Z 32 AMD-G aus der Einspielung der – nur für die Zuseherinnen und Zuseher der Sendung und nicht auch für das Publikum vor Ort sichtbaren – „Logoschleifen“ (siehe Abbildungen 1, 5 und 6). Bei diesen handelt es sich um Sponsorhinweise im Sinne des § 37 Abs 1 Z 2 AMD-G, da die in diesen enthaltenen Logos aufgrund der visuellen Aufmachung als von rechts nach links durchziehende Schleifen in schwarz gehaltenen Logos erkennbar von der Handlung der Sendung abgesetzt sind (vgl. dazu Verwaltungsgerichtshof [VwGH] 05.05.2014, 2013/03/0122). Aufgrund des Werbeeffekts dieser Einspielungen ist zudem davon auszugehen, dass ein kommerziell tätiger Mediendiensteanbieter solche nur vornimmt, wenn er dafür ein Entgelt erhält. Damit ist nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab auch davon auszugehen, dass ein „Beitrag ... zur Finanzierung“ im Sinne des § 2 Z 32 AMD-G vorliegt (vgl. VwGH 06.09.2023, Ra 2022/03/0175; siehe dazu auch *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze [2018]⁴, 446).

Soweit der Beschuldigte dagegen vorbringt, dass die durch die Darstellung ihrer Logos erkennbaren Unternehmen keinen Beitrag zur Finanzierung der gegenständlichen Sendung geleistet hätten und die Zusammenarbeit mit diesen Unternehmen unentgeltlich erfolgt sei, ist festzuhalten, dass sich das Vorliegen eines Beitrags zur Finanzierung nach dem objektiven Maßstab nicht danach bestimmt, ob tatsächlich ein

Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung – etwa durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten oder Geräten – geleistet wird (vgl. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114; 28.02.2014, 2012/03/0019).

Gemäß § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G ist eine gesponserte Sendung am Anfang oder am Ende durch eine An- oder Absage eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen.

Gegenständlich erfolgt erstmalig ein Hinweis auf das Sponsoring der Sendung durch den Schriftzug „Danke [...] an unsere grossartigen Partner“ am Ende der ersten „Logoschleife“ in Minute 01:38 (siehe Abbildung 1), und letztmalig nach ca. 3 Stunden und 34 Sekunden (Aussage des Moderators: „Danke an unsere Partner“).

Nach der Rechtsprechung erfordert ein Sponsorhinweis am Beginn oder Ende der Sendung zusätzlich zur Einblendung des Logos auch die Klarstellung, dass die Sendung von eben jenem Unternehmen gesponsert wurde, dem das Logo zuzuordnen ist (VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087). Eine solche Klarstellung wird allerdings durch die gegenständlichen Formulierungen nicht bewirkt, da diesen für die durchschnittlich aufmerksame und informierte Zuseherin und den durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher nicht eindeutig zu entnehmen ist, dass die gegenständliche Sendung – und nicht bloß die sendungsgegenständliche Veranstaltung – von jenen Unternehmen, deren Logos eingespielt werden, unterstützt wird. Dies gilt insbesondere für den abschließenden Hinweis des Moderators; aber auch der Hinweis am Ende der ersten „Logoschleife“, dass die – durchgehend im Bereich der Gastronomie tätigen – Partner „großartig“ seien, erzeugt eher den Eindruck, dass diese die Veranstaltung vor Ort unterstützt haben. Mit anderen Worten, alleine aus der Formulierung „Danke an unsere [...] Partner“ ergibt sich bei Sendungen wie der gegenständlichen, die die Übertragung einer Veranstaltung zum Gegenstand haben, nicht hinreichend eindeutig, dass auch die Sendung selbst durch die Partner gesponsert wurde.

Damit liegt bereits aus diesem Grund eine Verletzung der Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G vor. Darauf, ob die Ausstrahlung der Hinweise erst 1 Minute und 38 Sekunden nach dem Beginn und schon 1 Minute und 24 Sekunden vor dem Ende der Sendung rechtzeitig erfolgte, kommt es daher nicht mehr an.

Es liegt daher in objektiver Hinsicht durch die von 29.11.2023 bis 23.01.2024 zum Abruf bereitgehaltene gegenständliche Sendung ein Verstoß gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G, wonach gesponserte Sendungen durch eine An- oder Absage am Anfang oder Ende eindeutig zu kennzeichnen sind, vor. Daher ist der objektive Tatbestand gemäß § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G erfüllt.

4.3.2. Verletzung von § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G (Kennzeichnung von Produktplatzierung)

Die gegenständliche Sendung enthält Produktplatzierungen in Form der auf den Garnituren der Kandidatinnen und Kandidaten erkennbaren Logos, der Logowand im Hintergrund der Moderatoren und der in den Kisten platzierten Ausgaben des Magazins „Rolling Pin“. Diese Produktplatzierung ist weder am Beginn noch am Ende noch bei Fortsetzung der Sendung nach den Unterbrechungen durch Werbung gekennzeichnet. Damit wurde gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verstoßen.

Bei Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G handelt es sich um die entgeltliche Einbeziehung von Produkten, Dienstleistungen oder Marken in eine Sendung. Ausgenommen von der Definition der Produktplatzierung sind Produktionshilfen von unbedeutendem Wert im Sinne des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G. Als derartige Hilfen sind Markenprodukte oder -dienstleistungen anzusehen, die konkret für die Sendungsabwicklung benötigt werden, wie etwa ein Bildschirm oder Laptop im Studio, ein Kraftfahrzeug zur tatsächlichen Fortbewegung von Personen während einer Sendung, Zutaten für eine Kochsendung, die Moderatorenbekleidung oder ein Gewinnspielpreis wie etwa eine Pauschalreise eines bestimmten Anbieters (vgl. zu all dem *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 446 f).

Gegenständlich wurden Marken in Form von Logos und Produkten auf verschiedene Weise in die Sendung einbezogen: Während der gesamten Sendung ist im Hintergrund der

Hauptkameraeinstellung eine Logowand zu sehen, zudem sind Holzkisten, in denen sich unter anderem erkennbar Ausgaben des Magazins „Rolling Pin“ befinden, auf eine für das Sendungspublikum sichtbare Weise hinter den Moderatoren platziert (siehe Abbildung 3). Außerdem sind Logos auf den Bekleidungsgarnituren der Kandidatinnen und Kandidaten, welche regelmäßig durch Interviews in die Sendung einbezogen werden, erkennbar (siehe Abbildung 4). Weder die Logowand noch die Logos auf den Bekleidungsgarnituren noch die Ausgaben des Magazins „Rolling Pin“ sind für die konkrete Sendungsabwicklung notwendig (vgl. VwGH 09.10.2024, Ra 2023/03/0208). Damit handelt es sich bei diesen um keine Produktionshilfen, sondern um Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G.

Zudem ergibt sich aus der Größe der Logos und der Art der Einbeziehung derselben, insbesondere in den Interviewsituationen (siehe Abbildung 6), dass die Platzierung der Logos nicht vorrangig für das – Pandemie-bedingt ohnehin fehlende – Publikum vor Ort, sondern für die Zuseherinnen und Zuseher erfolgte.

Nach dem auch für Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G anzuwendenden objektiven Maßstab erfolgt eine Einbeziehung der Produkte und Logos wie gegenständlich durch einen kommerziell tätigen Mediendiensteanbieter üblicherweise auch gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung (vgl. VwGH 06.03.2019, Ra 2018/03/0138). Wie bei dem Erfordernis eines Beitrags zur Finanzierung im Rahmen von Sponsoring (siehe oben Punkt 4.2.2.), kommt es dabei nicht darauf an, ob tatsächlich ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung geleistet wird, da es ansonsten im Gutdünken der Vertragsparteien stünde, über das Vorliegen von kommerzieller Kommunikation zu disponieren. Damit geht auch hier das Vorbringen des Beschuldigten, dass die Einbeziehungen unentgeltlich erfolgt und keine Einnahmen lukriert worden seien, in die Leere (siehe dazu insbesondere für Abrufdienste VwGH 21.03.2025, Ro 2024/03/0001).

Produktplatzierung muss gemäß § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig gekennzeichnet werden.

Gegenständlich wird weder am Anfang noch am Ende der Sendung ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt, und auch nach den die Sendung unterbrechenden Werbespots in ca. Minute 26:57, ca. Minute 50:33, ca. Minute 1:29:18, ca. Minute 1:55:32, ca. Minute 2:06:52, ca. Minute 2:16:34, ca. Minute 2:17:41 und ca. Minute 2:32:13 erfolgt keine solche Kennzeichnung.

Es liegt damit in objektiver Hinsicht durch den dargestellten Sachverhalt ein Verstoß gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G, wonach Produktplatzierungen zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzungen einer Sendung nach Werbeunterbrechungen eindeutig gekennzeichnet werden müssen, vor. Daher ist der objektive Tatbestand gemäß § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G erfüllt.

4.3.3. Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G (unmittelbare Kaufaufforderung)

Die Grußworte der Sponsoren „HELA“, „Albers“ und „Koppert Cress“ enthalten werbliche Aussagen über die von diesen angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Damit wird in allen drei Fällen jeweils gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G, wonach gesponserte Sendungen 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 dürfen, verstoßen.

Nach § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G sind unmittelbar zum Kauf auffordernde Aussagen in gesponserten Sendungen unzulässig. Dies gilt insbesondere für Aussagen, die durch eine Vertreterin oder einen Vertreter eines sponsernden Unternehmens erfolgen.

In Zusammenhang mit Produktplatzierung nach § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G hat der VwGH zwischenzeitig festgehalten, dass die „unmittelbare Kaufaufforderung“ nicht unbedingt eine ausdrücklich ausgesprochene Aufforderung zum Erwerb des platzierten Produkts erfordert. Im Unterschied zu einem mittelbaren Kaufanreiz, der schon aus dem Einbau des einem Auftraggeber zuordenbaren Produkts in die Handlung einer Sendung resultieren kann, liegt eine unmittelbare Kaufaufforderung vielmehr auch dann vor, wenn das Produkt nicht bloß in der Sendung vorkommt, sondern auch noch speziell verkaufsfördernd präsentiert wird. Während also die bloße Einbeziehung von Produkten, Dienstleistungen oder Marken oder die bloße Bezugnahme darauf keine unmittelbare Aufforderung zu Kauf, Miete bzw. Pacht im Sinne des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G darstellt, ist eine Einbeziehung und Bezugnahme dann unzulässig, wenn sie mit einer zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaft verbunden wird (VwGH 13.03.2024, Ra 2022/03/0300). Als Beispiele dafür kommen insbesondere direkte oder indirekte Ermunterungen zum Kauf, Werbeclaims, Preis- und Verfügbarkeitsinformationen, explizite oder implizite Hinweise auf positive Eigenschaften oder Vorzüge, mit dem Produkt verbundene Slogans und explizite oder implizite Befürwortungen in Betracht (vgl. *Kogler*, Unverständliche Prominenz? ZUM 2015, 371).

Diese Ausführungen zur unmittelbaren Kaufaufforderung sind auf § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G übertragbar. Maßgeblich für eine solche ist damit das Vorliegen einer zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaft.

Die gegenständlichen Grußworte werden durchgängig von Vertretern der sponsernden Unternehmen gesprochen (zum Vorliegen von Sendungssponsoring siehe oben Punkt 4.2.2). Der Vertreter des Unternehmens „HELA“ verweist dabei ab ca. Minute 16:00 unter anderem auf „unsere unfassbar tollen gerösteten Currys“, jener des Unternehmens „Albers“ führt unter anderem ab ca. Minute 47 und 50 Sekunden aus „super zart, super aromatisch, super Produkt“, und jener von „Koppert Cress“ spricht nach ca. 1 Stunde und 30 Minuten von einem „Fest der Sinne“, von „mehr Geschmack, mehr Abenteuer, mehr Kreativität und mehr Gesundheit“ und davon, dass „Ernährung mit Mehrwert zu einem Genuss wird, also lecker.“ Damit verweisen diese in qualitativ-wertender Weise auf besondere Eigenschaften der von ihren Unternehmen vertriebenen Produkte. Diese Aussagen sind geeignet, den Absatz der Produkte der sponsernden Unternehmen zu fördern. Sie sind daher spezifisch verkaufsfördernd und stellen eine zum Sponsoring hinzutretende zusätzliche Befürwortungsbotschaft dar.

Wie soeben ausgeführt, liegt gegenständlich eine gesponserte Sendung vor, weswegen das Verbot, wonach gesponserte Sendungen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, anregen dürfen, zum Tragen kommt. Die Grußworte der Sponsoren „HELA“, „Albers“ und „Koppert Cress“ hätten somit keine werblichen Aussagen über die von diesen angebotenen Produkte und Dienstleistungen enthalten dürfen, weswegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G in objektiver Hinsicht verletzt wurde. Daher ist der objektive Tatbestand gemäß § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G erfüllt.

4.4. Zur strafrechtlichen Verantwortlichkeit des Beschuldigten

Gemäß § 9 Abs. 1 VStG ist für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften durch juristische Personen oder eingetragene Personengesellschaften, sofern die Verwaltungsvorschriften nicht anderes bestimmen und soweit nicht verantwortliche Beauftragte nach § 9 Abs. 2 VStG bestellt sind, strafrechtlich verantwortlich, wer zur Vertretung nach außen berufen ist.

Der Beschuldigte war im Tatzeitraum Geschäftsführer der Rolling Pin Media GmbH und somit im Sinne des § 9 Abs. 1 VStG für den Tatzeitraum für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften verantwortlich. Ein verantwortlicher Beauftragter war nicht bestellt. Demnach trifft den Beschuldigten als zur Vertretung nach außen Berufenen und somit gemäß § 9 Abs. 1 VStG für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften

strafrechtlich Verantwortlicher die Pflicht, die Einhaltung der Rechtsvorschriften durch die Rolling Pin Medien GmbH zu gewährleisten.

4.5. Zum Verschulden des Beschuldigten

Zur Erfüllung der subjektiven Tatseite muss die Verwaltungsübertretung dem Beschuldigten auch vorzuwerfen sein. Bei den festgestellten Verstößen gegen § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G, § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G und § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G handelt es sich um sogenannte „Ungehorsamsdelikte“, zu deren Tatbestand der Eintritt eines Schadens oder einer Gefahr nicht gehört und zu deren Strafbarkeit fahrlässiges Verhalten genügt. § 9 VStG fordert von der Verwaltungsbehörde zu untersuchen, ob dem im fraglichen Fall Verantwortlichen eine der in § 5 VStG festgesetzten Schuldformen angelastet werden kann (vgl. BKS 02.06.2010, 611.009/0013-BKS/2010).

Bei Ungehorsamsdelikten verlangt die in § 5 Abs. 1 Satz 2 VStG verankerte widerlegliche Schuldvermutung zu Lasten des Täters, dass dieser von sich aus sein mangelndes Verschulden glaubhaft zu machen hat. Dazu bedarf es der Darlegung, dass er im Betrieb ein wirksames Kontrollsystem eingerichtet hat, sodass er unter den vorhersehbaren Verhältnissen mit gutem Grund die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften erwarten konnte (vgl. VwGH 27.04.2011, 2010/08/0172, mwN). Dabei genügt es nicht, ein derartiges Kontrollsystem abstrakt zu umschreiben. Vielmehr muss ausgeführt werden, wie das Kontrollsystem im Einzelnen funktionieren hätte sollen (VwGH 10.10.2004, 2004/02/0269), wobei es insbesondere nicht ausreicht, Mitarbeitern Belehrungen oder Dienstanweisungen über die einzuhaltenden Rechtsvorschriften zu erteilen, ohne deren tatsächliche Einhaltung auch zu kontrollieren (vgl. VwGH 04.07.2000, 2000/11/0123; 25.02.2010, 2008/09/0224). Abgesehen davon muss dargelegt werden, wieso – trotz Vorliegens eines funktionierenden Kontrollsystems – die Übertretung nicht verhindert werden konnte.

Der Beschuldigte hat im Rahmen seiner Einlassung lediglich mitgeteilt, dass er mangels bisheriger Involvierung in der Vermarktung keine Kenntnis über den Gesetzesverstoß der Rolling Pin Media GmbH gehabt habe. Damit wurde kein wirksames Kontrollsystem dargelegt. Es sind auch keine sonstigen Hinweise auf das Bestehen eines Kontrollsystems hervorgekommen. Der Beschuldigte hat daher mangels Anwendung der objektiv gebotenen und subjektiv möglichen Sorgfalt fahrlässig gehandelt.

Soweit der Beschuldigte weiters vorbringt, dass er nicht gewusst habe, dass er hier – allenfalls – gegen ein Gesetz verstoßen habe, beruft er sich auf einen Rechtsirrtum. Ein solcher Rechtsirrtum im Sinne des § 5 Abs. 2 VStG setzt voraus, dass dem Betroffenen das Unerlaubte seines Verhaltens trotz Anwendung der nach seinen Verhältnissen erforderlichen Sorgfalt unbekannt geblieben ist. Auch eine irriige Gesetzesauslegung entschuldigt den Betroffenen nur dann, wenn sie unverschuldet war. Um sich darauf berufen zu können, bedarf es (zur Einhaltung der einem am Wirtschaftsleben Teilnehmenden obliegenden Sorgfaltspflicht) einer Objektivierung der eingenommenen Rechtsauffassung durch geeignete Erkundigungen. Die bloße Argumentation im Verwaltungsstrafverfahren mit einer – allenfalls sogar plausiblen – Rechtsauffassung vermag ein Verschulden am objektiv unterlaufenen Rechtsirrtum bei einer derartigen Konstellation nicht auszuschließen. Selbst guter Glaube stellt den angeführten Schuldausschlussgrund dann nicht dar, wenn es Sache der Partei ist, sich mit den einschlägigen Vorschriften vertraut zu machen und im Zweifel bei der Behörde nachzufragen (vgl. dazu etwa VwGH 24.03.2015, 2013/03/0054, mwN).

Eine solche Nachfrage bei der Behörde wurde vom Beschuldigten nicht einmal behauptet. Schon vor diesem Hintergrund hat der Beschuldigte die ihm obliegende Sorgfaltspflicht nicht eingehalten, weil er sich nicht ausreichend mit den einschlägigen Rechtsvorschriften vertraut gemacht hat, und liegt somit kein das Verschulden ausschließender Rechtsirrtum im Sinne von § 5 Abs. 2 VStG vor.

4.6. Strafbemessung

Die Strafbemessung hat sich innerhalb des gesetzlichen Strafrahmens zu bewegen. Dieser reicht gemäß § 64 Abs. 2 AMD-G bis zu einem Betrag von EUR 10.000,-.

Grundlage für die Bemessung der Strafe ist gemäß § 19 Abs. 1 VStG die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat. Innerhalb dieses gesetzlichen Strafrahmens haben die Strafbehörden Ermessen. Die Ermessensausübung der Strafbehörden wird – verfassungsrechtlich geboten – durch § 19 determiniert (VwGH 12.12. 2001, 2001/03/0027).

Gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG hat die Behörde von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens abzusehen und die Einstellung zu verfügen, wenn die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat und das Verschulden des Beschuldigten gering sind. Gemäß § 45 Abs. 1 letzter Satz VStG kann die Behörde im Fall der Z 4, anstatt die Einstellung zu verfügen, dem Beschuldigten unter Hinweis auf die Rechtswidrigkeit seines Verhaltens mit Bescheid eine Ermahnung erteilen, wenn dies geboten erscheint, um ihn von der Begehung strafbarer Handlungen gleicher Art abzuhalten.

Nach ständiger Rechtsprechung des VwGH müssen die beiden in dieser Bestimmung genannten Bedingungen – geringfügiges Verschulden des Beschuldigten und geringe Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und der Intensität seiner Beeinträchtigung – kumulativ vorliegen, damit von der Strafe abgesehen werden kann (vgl. die bei *Raschauer/Wessely* [Hg.], VStG, Rz 6 zitierte Judikatur des VwGH). Ein Verschulden des Beschuldigten kann nur dann als geringfügig angesehen werden, wenn das tatbildmäßige Verhalten des Täters hinter dem in der betreffenden Strafdrohung typisierten Unrechts- und Schuldgehalt erheblich zurückbleibt (vgl. statt vieler VwGH 16.09.2010, 2010/09/0141; 29.11.2007, 2007/09/0229; 10.12.2001, 2001/10/0049).

Die Voraussetzungen des § 45 Abs. 1 Z 4 VStG liegen nicht vor. § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G sieht ausdrücklich vor, dass Produktplatzierung enthaltende Sendungen zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis über das Vorhandensein einer Produktplatzierung zu kennzeichnen sind, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern. Da dies gegenständlich nicht passiert ist, liegt eine typische Verletzung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G vor. Ebenso sieht § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G ausdrücklich vor, dass gesponserte Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen sind, weshalb, da dies gegenständlich nicht passiert ist, eine typische Verletzung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G vorliegt. Schließlich sieht § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G ausdrücklich vor, dass gesponserte Sendungen 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 dürfen, weshalb in den Ausstrahlungen der gegenständlichen werblichen Hinweise typische Verletzungen dieser Bestimmung liegen.

Auch andere Strafausschließungsgründe liegen nicht vor. Mildernd zu berücksichtigen war die bisherige Unbescholtenheit des Beschuldigten und die Verfahrensdauer.

Die Einkommens-, Vermögens- und Familienverhältnisse der Beschuldigten sind bei der Bemessung von Geldstrafen zu berücksichtigen. Ausgehend von der oben dargelegten Beweiswürdigung wird der Strafbemessung ein Nettomonatsgehalt in Höhe von EUR XXX zugrunde gelegt. Berücksichtigungswürdige Umstände im Bereich der Sorgepflichten wurden nicht vorgebracht.

Unter Berücksichtigung der genannten Strafbemessungsgrundsätze gelangt die KommAustria in Ausübung des Ermessens im Sinne des Gesetzes zu dem Ergebnis, dass je ein Betrag von EUR 150,- für die Verletzung aufgrund des Fehlens einer eindeutigen Kennzeichnung einer Sponsoring enthaltenden Sendung an ihrem Anfang oder Ende gemäß § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G sowie für jede der drei Verletzungen aufgrund der unmittelbaren Aufforderung zum Kauf der Waren bzw. zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen der die Sendung sponsernden Unternehmen gemäß § 64 Abs. 1 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G tat- und schuldangemessen ist. In Hinblick auf die wiederholte – am Sendungsbeginn, Sendungsende und bei Fortsetzung der Sendung nach den mehrfachen Werbeunterbrechungen – Verletzung durch das Fehlen der eindeutigen Kennzeichnung als Produktplatzierung enthaltend gemäß § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G erscheint ein Betrag von EUR 200,- tat- und schuldangemessen.

Die verhängten Geldstrafen liegen damit am untersten Ende des Strafrahmens des § 64 Abs. 2 AMD-G, der bis EUR 10.000,- reicht.

Wird eine Geldstrafe verhängt, so ist gemäß § 16 Abs. 1 VStG zugleich für den Fall ihrer Uneinbringlichkeit eine Ersatzfreiheitsstrafe festzusetzen. Gemäß § 16 Abs. 2 VStG darf die Ersatzfreiheitsstrafe das Höchstmaß der für die Verwaltungsübertretung angedrohten Freiheitsstrafe und, wenn keine Freiheitsstrafe angedroht und nicht anderes bestimmt ist, zwei Wochen nicht übersteigen. Eine Ersatzfreiheitsstrafe von mehr als sechs Wochen ist nicht zulässig. Sie ist ohne Bedachtnahme auf § 12 VStG nach den Regeln der Strafbemessung festzusetzen.

Die festgesetzten Geldstrafen befinden sich am untersten Ende des Strafrahmens. Davon ausgehend wurde auch die Ersatzfreiheitsstrafe mit lediglich je vier Stunden für die Verletzungen von § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G und § 64 Abs. 2 Z 5 iVm § 37 Abs. 1 Z 3 AMD-G sowie mit lediglich sechs Stunden für die Verletzung von § 64 Abs. 2 Z 6 iVm § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verhängt.

4.7. Haftung der Rolling Pin Media GmbH

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haften juristische Personen und eingetragene Personengesellschaften sowie die in Abs. 3 genannten natürlichen Personen für die über die zur Vertretung nach außen Berufenen oder über einen verantwortlichen Beauftragten verhängten Geldstrafen, sonstige in Geld bemessene Unrechtsfolgen und die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand. Es war daher auszusprechen, dass die Rolling Pin Media GmbH für die über den Beschuldigten verhängte Geldstrafe sowie die auf die verhängte Strafe entfallenden Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand haftet.

4.8. Kosten des Strafverfahrens

Gemäß § 64 Abs. 1 VStG ist in jedem Straferkenntnis auszusprechen, dass der Bestrafte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens zu leisten hat. Gemäß § 64 Abs. 2 VStG ist dieser Beitrag für das Verfahren erster Instanz mit 10 % der verhängten Strafe, mindestens jedoch mit 10,- Euro zu bemessen; bei Freiheitsstrafen ist zur Berechnung der Kosten ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100,- Euro anzurechnen. Der Kostenbeitrag fließt der Gebietskörperschaft zu, die den Aufwand der Behörde zu tragen hat.

Vor diesem Hintergrund war auszusprechen, dass der Beschuldigte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens in Höhe von 10 % der verhängten Strafe, somit EUR 45,-, zu leisten hat. Der Gesamtbetrag (Strafe/Kosten) ist – unter Angabe der Geschäftszahl GZ 2024-0.864.517-5-A – auf das Konto der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH), IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAAWWXXX, zu überweisen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

Rechtsmittelbelehrung:

Sie haben das Recht gegen diesen Bescheid Beschwerde zu erheben.

Eine rechtzeitig eingebrachte und zulässige Beschwerde hat aufschiebende Wirkung, das heißt, der Bescheid kann bis zur abschließenden Entscheidung nicht vollstreckt werden.

Die Beschwerde ist innerhalb von vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich bei uns einzubringen. Wurde der Bescheid mündlich verkündet, ist die Beschwerde innerhalb von vier Wochen nach dessen Verkündung, wenn jedoch spätestens drei Tage nach der Verkündung eine schriftliche Ausfertigung verlangt wurde, innerhalb von vier Wochen nach deren Zustellung schriftlich bei uns einzubringen.

Sind Sie außerstande, die Kosten der Verteidigung ohne Beeinträchtigung des notwendigen Unterhalts zu bestreiten, so kann Ihnen das Verwaltungsgericht auf Antrag einen Verfahrenshilfverteidiger/eine Verfahrenshilfverteidigerin begeben (§ 40 iVm § 8a Verwaltungsgerichtsverfahrensgesetz – VwGVG). Falls Sie innerhalb der Beschwerdefrist einen solchen Antrag, der in diesem Fall bei uns einzubringen ist, stellen,

beginnt die Beschwerdefrist erst mit dem Zeitpunkt zu laufen, in dem der Beschluss über die Bestellung des Rechtsanwalts/der Rechtsanwältin zum Verteidiger/zur Verteidigerin und der anzufechtende Bescheid diesem/dieser zugestellt sind. Wird der rechtzeitig gestellte Antrag auf Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin abgewiesen, beginnt die Beschwerdefrist mit der Zustellung des abweisenden Beschlusses an Sie zu laufen.

Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, und die Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen. Weiters hat die Beschwerde die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren und die Angaben, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht ist, zu enthalten.

Sie haben das Recht, in der Beschwerde zu beantragen, dass eine öffentliche mündliche Verhandlung durchgeführt wird. Bitte beachten Sie, dass Sie auf Ihr Recht auf Durchführung einer Verhandlung verzichten, wenn Sie in der Beschwerde keinen solchen Antrag stellen.

Die Beschwerde kann in jeder technisch möglichen Form übermittelt werden.

Technische Voraussetzungen oder organisatorische Beschränkungen des elektronischen Verkehrs sind auf folgender Internetseite bekanntgemacht:

<https://www.rtr.at/rtr/Kontakt/Amtstafel.de.html>

Bitte beachten Sie, dass der Absender/die Absenderin die mit jeder Übermittlungsart verbundenen Risiken (z.B. Übertragungsverlust, Verlust des Schriftstückes) trägt.

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz
Mitglied