

Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 4 lit b KommAustria – Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 in der Fassung BGBl. I Nr. 97/2004 in Verbindung mit den §§ 60, 61 und 62 PrTV-G, BGBl. I Nr. 84/2001 in der Fassung BGBl. I Nr. 169/2004 fest, dass die **Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH** (FN 131966 v), vertreten durch Höhne, In der Maur & Partner Rechtsanwälte GmbH, Mariahilferstraße 20, 1070 Wien als Rundfunkveranstalter im Versorgungsgebiet „Salzburg und Umgebung“, im Rahmen ihres Fernsehprogramms am 09.11.2004, in der Zeit von 18.00 Uhr-20.00 Uhr,

1.) die Bestimmung des § 38 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie um ca. 18:08 Uhr während der Sendung „Salzburg TV aktuell“ Werbung nicht als solche erkennbar gemacht und von anderen Programmteilen durch ein akustisches Mittel getrennt hat,

2a.) die Bestimmung des § 36 Abs. 5 PrTV-G iVm § 36 Abs. 3 und 4 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie das Nachrichtenmagazin „7 Tage Salzburg“ innerhalb eines programmierten Sendezeitraums von 50 Minuten um etwa 18:34 Uhr, 18:47 Uhr und 19:01 Uhr unterbrochen hat und innerhalb der einzelnen Sendungsteile kein Abstand von 20 Minuten gelegen ist,

2b.) die Bestimmung des § 46 Abs. 5 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie eine im Sinne des § 46 Abs. 1 PrTV-G finanziell unterstützte Nachrichtensendung gesendet hat,

3a.) die Bestimmung des § 38 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie um etwa 19.05 Uhr, 19.13 Uhr und 19.16 Uhr im Rahmen der Sendung „Wirtschaft im Bild“ Werbung nicht von anderen Programmteilen durch ein akustisches Mittel getrennt hat.

3b.) die Bestimmung des § 38 PrTV-G dadurch verletzt hat, dass sie im Rahmen der Sendung „Wirtschaft im Bild“ Werbung nicht als solche erkennbar gemacht hat und von anderen Programmteilen durch ein akustisches Mittel getrennt hat.

4.) Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 PrTV-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH auf, Spruchpunkt 1) bis 3b.) am dritten Tag nach Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH ausgestrahlten Programms „Salzburg TV“ zwischen 18.00 Uhr – 18.10 Uhr durch einen Programmansager in folgender Form verlesen zu lassen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Rundfunkveranstalter festgestellt, dass die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH als Rundfunkveranstalter im Versorgungsgebiet „Salzburg und Umgebung“,“

- 1.) mehrfach gegen die Bestimmung über die Kennzeichnungspflicht von Werbung in § 38 Privatfernsehgesetz,*
- 2.) gegen die Bestimmung über die Unterbrechung von Nachrichtensendungen in § 36 Abs. 4 Privatfernsehgesetz und*
- 3.) gegen die Bestimmung über das Verbot der finanziellen Unterstützung von Nachrichtensendungen in § 46 Abs. 5 Privatfernsehgesetz*

verstoßen hat.“

Der Regulierungsbehörde sind Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis vorzulegen.

II. Begründung

Gang des Verfahrens:

Mit Schreiben der KommAustria vom 09.11.2004 wurde die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H aufgefordert, der Behörde Aufzeichnungen des gesendeten Programms vom 09.11.2004, 18.00 bis 20.30, zu übermitteln.

In der Folge übermittelte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H Aufzeichnungen des am 09.11.2005 ausgestrahlten Programms, wobei in Absprache mit der Behörde aufgrund der Wiederholung des Programm in zweistündigem Rhythmus nur der Zeitraum von 18.00 – 20.00 Uhr vorgelegt wurde.

Die KommAustria übermittelte mit Schreiben vom 01.12.2004 der Salzburg TV Fernsehgesellschaft die Auswertung der aufgezeichneten Sendungen und räumte dieser gemäß § 2 Abs. 1 KOG die Möglichkeit zur Stellungnahme zu den darin vermuteten Rechtsverletzungen binnen einer Frist von zwei Wochen ab Zustellung ein.

Am 02.12.2004 erfolgte die Veröffentlichung der im Rahmen des ausgewerteten Fernsehprogramms vermuteten Rechtsverletzungen durch Bekanntmachung der im Monat November stichprobenartig ausgewerteten Sendungen von Hörfunk- und Fernsehveranstaltern auf der Website (www.rtr.at) der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH).

Mit Schreiben vom 16.12.2004 nahm die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H zu den Ergebnissen durch die KommAustria Stellung. Darin führte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H im Wesentlichen aus, dass es sich bei den vermuteten Rechtsverstößen aus ihrer Sicht um keine klaren oder bewussten Verstöße gehandelt habe.

Die KommAustria leitete hierauf mit Schreiben vom 03.01.2005 das Verfahren zur Feststellung von Verstößen gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes ein. Hierzu wurde der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H abermals Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt. Mit Schreiben vom 21.01.2005 nahm die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H hierzu Stellung, worin sie im Wesentlichen die Einstellung des Verfahrens zur Feststellung von Werbeverstößen beantragte und in eventu für den Fall der

Feststellung von Verstößen das Absehen von der Verhängung einer Strafe nach § 21 VStG beantragte.

Am 09.03.2005 übermittelte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H eine ergänzende Stellungnahme und legte gleichzeitig einige Urkunden bei. Bei den Urkunden handelt es sich um Auftragsbestätigungen für „Messeauftritte“ der Firmen S [REDACTED], O [REDACTED], T [REDACTED], Die G [REDACTED], R [REDACTED] und H [REDACTED].

Zuständigkeit der Behörde:

Die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H ist auf Grund des Bescheides des Bundeskommunikationssenates vom 01.10.2002, GZ 611.187/001-BKS/2002, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung eines Fernsehprogramms für das Versorgungsgebiet „Salzburg und Umgebung“ für die Dauer von zehn Jahren ab 04.10.2002.

Nach § 2 Abs. 2 Z 4 lit b KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGB. I Nr. 97/2004, obliegt der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 34 bis 46 des Privatfernsehgesetzes, BGBl. I Nr. 84/2001 idF Nr. 169/2004, durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die Werbung beinhalten, durchzuführen. Vermutet die KommAustria Verletzungen der Werbebestimmungen, so hat sie die Ergebnisse ihrer Auswertungen dem betroffenen Rundfunkveranstalter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 4 KOG hat die KommAustria unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme bei begründeten Verdacht einer Verletzung der Bestimmungen der §§ 34 bis 46 PrTV-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im vorliegenden Fall war die Stellungnahme der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H nicht geeignet, die Bedenken der KommAustria hinsichtlich aller vermuteten Werbeverstöße auszuräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß §§ 60 bis 62 PrTV-G iVm §§ 34 ff PrTV-G einzuleiten war.

Sachverhalt:

1.) Salzburg TV aktuell / 18.00 – 18.15 Uhr

In der Sendung „Salzburg TV aktuell“ wird über aktuelle Themen aus dem Bereich Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport berichtet. In direktem Anschluss werden verschiedene Veranstaltungshinweise gezeigt. Im selben Stil, wie die Veranstaltungshinweise selbst, wird am Ende dieses Sendeblocks eine Werbeschaltung der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H eingeblendet, mit welcher die Ankündigung von Veranstaltungen auf Salzburg TV gegen Entgelt beworben wird. Vor Beginn dieser Sendung wird kein Werbetrenner ausgestrahlt. Am Ende wird ein Werbetrenner ausgestrahlt, der den Beginn des nachfolgenden Werbeblocks kennzeichnet.

2a.) 7 Tage Salzburg / 18.15 – 19.05 Uhr

Die Sendung „7 Tage Salzburg“ ist ein Wochenmagazin, in welchem über aktuelle Ereignisse aus Salzburg Stadt und Umgebung wöchentlich berichtet wird. Die programmierte Sendezeit beträgt 50 Minuten. Um etwa 18.34h wird die Sendung das erste Mal für einen Werbeblock

unterbrochen. Um 18:47 wird die Sendung ein zweites Mal durch einen Werbeblock unterbrochen. Um 19.01h folgt abermals Werbung.

2b.) 7 Tage Salzburg / 18.15 – 19.05 Uhr

Die Sendung „7 Tage Salzburg“ ist ein Wochenmagazin, in welchem über aktuelle Ereignisse aus Salzburg Stadt und Umgebung wöchentlich berichtet wird. Einerseits enthält die Sendung aktuelle Informationen zu verschiedenen Themen aus Politik, Wirtschaft und Kultur, andererseits sind Hintergrundberichte und Reportagen zu Themen aus dem Bereich „Chronik“ Teil der Sendung. Im ersten Teil der Sendung wird über die finanzielle Situation der Gemeinde Oberndorf, über die Rede der Frau Landeshauptmann Gabriele Burgstaller vor der Salzburger Industriellenvereinigung und die Eröffnung der Salzburger Gastronomiemesse durch Wirtschaftskammerpräsident Dr. Christoph Leitl berichtet. Im Zuge der letzten Berichterstattung über die diesjährige Gastronomiemesse werden auch ein Bericht über den Stand der S [REDACTED] und der O [REDACTED] gezeigt. In mehreren Einstellungen, darunter hauptsächlich Nahaufnahmen von Biergläsern, Bierflaschen, Plakaten und Bekleidungsstücken sind Produkte bzw. das Logo dieser Brauereien für den Zuseher bestens erkennbar. Diese Einblendungen der Firmen S [REDACTED] und O [REDACTED] in der Dauer von jeweils 30 Sekunden erfolgten gegen Entgelt in der Höhe von jeweils Euro [REDACTED],-.

Am Ende der Sendung um ca 19.04 gibt die Moderatorin noch einen Hinweis auf die folgenden Sendungen. Dabei wird am rechten unteren Rand das Logo des Ausstatters M [REDACTED] mit dem Hinweis „Unsere Moderatorin wurde eingekleidet von [Logo] M [REDACTED]“ eingeblendet.

3a.) Wirtschaft im Bild / 19.05 – 19.30 Uhr

Um ca. 19.05h folgt die Sendung „Wirtschaft im Bild“. Diese wird gesponsert vom „M [REDACTED]“. Das Magazin berichtet über aktuelle Entwicklungen und Trends der regionalen Wirtschaftsbranche.

Für den Zuseher gut sichtbar wird bei der Anmoderation des ersten Beitrages am rechten unteren Rand folgender Text eingeblendet: „ → Bringt Ihre Website genügend Umsatz?“ Der Schriftzug erscheint auf einem auffallendem orangen Hintergrund und ist als Rückseite des Laptops des Moderators gestaltet.

Nach einem Bericht über die Abschlussveranstaltung des Wettbewerbs der Wirtschaft in der Region, um ca. 19.13 Uhr wird wiederum ein gleich gestalteter Hinweis auf c [REDACTED] mit folgendem Wortlaut gesendet : „→ Speziell für die Touristik! C [REDACTED].at“.

Nach dem Bericht über das diesjährige Treffen des Anlegerforums der R [REDACTED] um ca. 19.16 Uhr wird wiederum ein Hinweis mit gleicher Gestaltung eingeblendet: „ Jetzt anrufen! 0676/ [REDACTED]. C [REDACTED].at“ Insgesamt sind die jeweiligen Einblendungen knapp 1 Minute im Bild.

3b.) Wirtschaft im Bild / 19.05 – 19.30 Uhr

Um ca. 19.16 Uhr folgen Tipps und Trends aus der Gastrobranche, im Speziellen Produktneuheiten von der Salzburger Gastronomiemesse „Alles für den Gast“:

Unter anderem werden Berichte über die S [REDACTED], H [REDACTED], C [REDACTED], den Getränkehersteller R [REDACTED] gesendet.

Der Bericht über S [REDACTED] wird beispielsweise mit den Worten: „Urlaub und einmal die Seele wieder so richtig baumeln lassen. Dafür gibt es bei S [REDACTED] ein

exquisites Programm an Liegen und Sesseln aus einer ganz speziellen Faser – zum Beispiel für den Wellness-Bereich“ eingeleitet.

Nach einem kurzen Interview mit dem Geschäftsführer von G [REDACTED] wird mit folgenden Worten „Wenn Sie dann auf der Liege liegen, wär' vielleicht ein Glaserl Sekt gefällig. Bitte sehr!“ zum Bericht über H [REDACTED] übergeleitet. Daraufhin sieht man wie Sekt in ein Sektklas eingeschenkt wird, was wiederum seitens des Moderators folgendermaßen kommentiert wird: „Der B [REDACTED] – das neue fruchtige, elegante Sekterlebnis aus dem Hause H [REDACTED] bringt garantiert Prickeln ins Leben! Natürlich für jeden Anlass geeignet!“ Unmittelbar danach folgt der Beitrag über C [REDACTED]: „Besondere Früchtchen sind die trendigen C [REDACTED] – Wodka in verschiedensten exotischen Geschmacksvariationen – Also Prost aufs Leben“ so lautet der einleitende Text zum Bericht über die neuen C [REDACTED]. Eingebildet sind dabei in Großaufnahme die verschieden färbigen Wodkaflaschen mit unterschiedlicher Geschmacksrichtung. Mit „Ohne R [REDACTED] geht's eben nicht! Die Neuheit auf der heurigen Gast bei R [REDACTED]: Naturüber Apfelsaft – quasi “back to the roots“!“ wird der naturtrübe Apfelsaft der Getränkefirma R [REDACTED] vorgestellt. Im Anschluss folgt ein Interview mit H [REDACTED] von der Firma R [REDACTED]. Diese Beiträge werden jeweils gegen ein Entgelt in der Höhe von Euro [REDACTED],- gesendet.

Beweiswürdigung:

Die Feststellungen hinsichtlich der gesendeten Beiträge ergeben sich aus den der Regulierungsbehörde zur Verfügung gestellten Aufzeichnungen vom 09.11.2004, sowie dem Vorbringen der Partei im vorangegangenen Ermittlungsverfahren. Weiters wurde bei der Qualifizierung der einzelnen Berichte über diverse Unternehmen während der Sendung „Wirtschaft im Bild“ als Werbung die auf der Website der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH veröffentlichte Preisliste für Werbeauftritte berücksichtigt. Die Feststellungen hinsichtlich der Entgeltlichkeit stützen sich auf die von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH vorgelegten Auftragsbestätigungen für das Erstellen von Messeberichten der Firmen S [REDACTED], O [REDACTED], Die G [REDACTED], R [REDACTED] und H [REDACTED].

Rechtlich folgt daraus:

Ad Spruchpunkt 1)

Die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH brachte in Ihrer Stellungnahme vom 16.12.2004 vor, dass die Ankündigung von Veranstaltungen als Serviceleistung zunächst kostenlos erfolgt sei. Mit zunehmender Reichweite des Programms hätten jedoch die Zusendungen von Veranstaltungsankündigungen derart zugenommen, dass dies den Rahmen einer aktuellen Sendung völlig gesprengt hätte. Durch die Entscheidung, für die Ankündigung Kostenersatz zu verlangen, hätte man den Umfang des Veranstaltungskalenders über den Preis regeln können. Dabei wies die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH darauf hin, dass der Gewinn aus der entgeltlichen Ankündigung von Veranstaltungen bei weiten nicht den Aufwand des gesamten Veranstaltungskalenders decke.

In ihrer Stellungnahme vom 21.01.2005 führte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H weiter aus, dass der Veranstaltungskalender nicht der Erzielung von Werbeeinnahmen, sondern der Information der Zuseher im Versorgungsgebiet diene. So sei für die Ankündigung der Veranstaltung auch kein Werbetarif, sondern lediglich ein geringer Kostenersatz zu bezahlen gewesen, um die Produktion des Veranstaltungskalenders zu ermöglichen. Aus Sicht der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H handle es sich bei dem

Veranstaltungskalender somit nicht um Werbung im Sinne des § 34 Abs. 3 PrTV-G. Zudem unterscheidet sich der Veranstaltungskalender deutlich von Werbesendungen im Programm von Salzburg TV. Ihrer Kennzeichnungspflicht gemäß § 38 PrTV-G sei die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH insofern nachgekommen, indem sie den Veranstaltungskalender vom anschließenden Werbeblock getrennt habe. Man sei davon ausgegangen, dass es sich bei einem Veranstaltungskalender, wenn auch teilweise durch die Veranstalter selbst finanziert, nicht um Werbung im Sinne des § 34 Abs. 3 PrTV-G handle. Allerdings habe man sofort nach Erhalt der Aufforderung zur Stellungnahme zu vermuteten Werbeverstößen durch die KommAustria einen Werbetrenner vor dem Veranstaltungskalender eingespielt.

Nach § 34 Abs. 3 PrTV-G ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufes, die gegen Entgelt oder ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung mit dem Ziel gesendet wird, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern.

Der Rechtsansicht der Salzburg TV Fernsehgesellschaft, es handle sich bei dem Veranstaltungskalender nicht um Werbung im Sinne des § 34 PrTV-G kann nicht gefolgt werden. Nach Ansicht der KommAustria ist die Ankündigung von Veranstaltungen gegen Entgelt, wie im vorliegenden Fall, als Werbung zu qualifizieren. Die Ankündigung von Veranstaltungen erfolgte mit dem Ziel, dass möglichst viele Seher die angekündigte Veranstaltung aufsuchen, und damit die Dienstleistung der einzelnen Veranstalter in Anspruch nehmen. Auch wenn Ankündigungen von Veranstaltungen gemeinhin dem redaktionellen Serviceteil zuzuordnen sind, indiziert die Entgeltlichkeit der Ankündigungen sowie die Aussage der Salzburg TV Fernsehgesellschaft "...den Umfang des Veranstaltungskalenders über den Preis regeln", dass es sich hier um keinen redaktionellen Sendungsteil, sondern eben um einen eigenen Werbeblock, und damit um kommerzielle Werbung handelt. Wenig überzeugend dabei das Argument der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH, man hätte Seher über Veranstaltungen im Versorgungsgebiet informieren wollen. Nach Meinung der KommAustria wurde dementsprechend wirtschaftlichen Interessen gegenüber Informationsgehalt und Informationsvielfalt Priorität eingeräumt.

Gemäß § 38 PrTV-G muss Werbung klar als solche erkennbar sein. Sie ist durch optische oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen. Vor Beginn des Veranstaltungskalenders wurde jedoch kein entsprechender Werbetrenner gesendet, was von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft auch nicht bestritten wurde.

Die entschuldigenden Ausführungen dazu gehen aus Sicht der KommAustria ins Leere, da - wie schon der Bundeskommunikationssenat in seiner Entscheidung vom 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004) festgestellt hat - ein Verschulden für den Gesetzesverstoß nicht gefordert wird.

Im Ergebnis steht damit fest, dass die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH dadurch, dass sie den Veranstaltungskalender nicht durch ein akustisches Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat, gegen den in § 38 PrTV-G normierten Trennungsgrundsatz verstoßen hat.

Ad Spruchpunkt 2a)

In Ihrer Stellungnahme vom 16.12.2004 führte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH aus, dass es sich bei der Sendung "7 Tage Salzburg" um keine Nachrichtensendung handle, sondern um ein Wochenmagazin, das zeitlose und semiaktuelle Berichte und sende. Weiters brachte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH in ihrer Stellungnahme vom 21. Jänner 2005 vor, dass unter "Nachrichten" im herkömmlichen Sinn "tagesaktuelle Ereignisse"

oder sogar nur für bestimmte Stunden aktuelle Ereignisse verstanden würden. Länger zurückliegende Ereignisse seien daher nicht unter den Begriff der "Nachricht" zu subsumieren. Gleiches gälte für das aktuelle Zeitgeschehen. Auch hier sei eine enge Nahbeziehung zwischen dem Zeitpunkt der Berichterstattung und dem Ereignis gefordert.

Aus Sicht der KommAustria handelt es sich bei dem Wochenmagazin „7 Tage Salzburg“ um ein Nachrichtenmagazin mit Berichten über das aktuelle Zeitgeschehen.

Vor allem die am Beginn der Sendung ausgestrahlten Beiträge (wie beispielsweise der Beitrag über Grundstücksumwidmungen im Gewerbegebiet Nord der Gemeinde Oberndorf; die Rede der Landeshauptfrau Gabriele Burgstaller vor der Salzburger Industriellenvereinigung aus der vorangegangenen Woche; Bericht über die gerade eben eröffnete Gastronomiemesse) lassen den Eindruck entstehen, dass es sich um ein Nachrichtenmagazin handelt. Diese Beiträge stellen aus Sicht der KommAustria sehr wohl aktuelle Themen der Region Salzburg und Salzburg Umgebung dar – und eben keine „zeitlosen“ und „semiaktuellen“ Themen, wie von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H behauptet. Dem Argument der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH, nur tagesaktuelle Ereignisse und nur für einige Stunden aktuelle Ereignisse seien Nachrichten, kann nicht gefolgt werden.

§ 36 Abs. 5 PrTV-G spricht im Zusammenhang mit der Unterbrechung von Fernsehsendungen von „Nachrichten und Magazinen über das aktuelle Zeitgeschehen“. Bei der Beurteilung, ob es sich um eine Nachrichtensendung bzw. ein Magazin über aktuelles Zeitgeschehen handelt, wird man zunächst zu prüfen haben, in welchen Zeitabständen die Sendung ausgestrahlt wird um weitere Rückschlüsse auf die Aktualität der einzelnen Sendungsbeiträge ziehen zu können. So mag das Argument der Salzburg TV Fernsehgesellschaft hinsichtlich der Aktualität von Nachrichten auf eine tägliche Nachrichtensendung zutreffen, nicht aber kann das – wie im Fall der Sendung „7 Tage Salzburg“ - auf eine wöchentlich ausgetrahlte Sendung anwendbar sein. Hier wird der Zeitraum innerhalb dessen eine Nachricht aktuell ist, wohl länger als „einige Stunden“ sein. Zudem ist bei der Einordnung als Nachrichtensendung, nicht ausschließlich auf das Kriterium der Aktualität abzustellen. Bei der Beurteilung durch die KommAustria, ob es sich bei gegenständlicher Sendung um eine Nachrichtensendung handelt, wurde auch berücksichtigt, dass es sich bei SalzburgTV um einen lokalen Ballungsraumsender handelt, Lokaljournalismus demnach im Vordergrund steht und eine Berichterstattung unter besonderer Berücksichtigung der politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Ereignisse in der Region zu erfolgen hat. Dies ist bei der Sendung „7 Tage Salzburg“ der Fall.

Gemäß § 36 Abs. 5 PrTV-G normiert, dass Nachrichtensendungen und Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen, deren programmierte Sendezeit über 30 Minuten beträgt, nur unter den Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 bis 4 PrTV-G unterbrochen werden dürfen. § 36 Abs. 2 PrTV-G normiert folgendes: „Die Übertragung audiovisueller Werke, wie Kinospielefilme und Fernsehfilme (...) kann für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45 Minuten Zeiträume hinausgeht.“ Darüber hinaus bestimmt § 36 Abs. 3 PrTV-G: „Werden andere als die unter Abs. 2 fallenden Sendungen durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen, so hat zwischen zwei aufeinander folgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendungen ein Abstand von mindestens 20 Minuten zu liegen.“

Im Zusammenhang mit der dreimaligen Unterbrechung des Magazins „7 Tage Salzburg“ durch einen Werbeblock brachte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H vor, dass dies auf die starken saisonalen Schwankungen des Werbemarktes zurückzuführen sei. Im umsatzstarken Herbst seien plötzlich so viele Spots gebucht worden, dass auf einen dritten

Werbepblock ausgewichen werden musste. Dies auch deshalb um den Zusehern nicht überlange Werbeblöcke zuzumuten. Dass die Sendung „7 Tage Salzburg“ innerhalb eines Zeitraumes von 50 Minuten dreimal für einen Werbeblock unterbrochen wurde, wurde von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H in Ihrer Stellungnahme nicht bestritten.

Auf Grund der Tatsache, dass die Sendung „7 Tage Salzburg“ während eines Zeitraumes von 50 Minuten dreimal unterbrochen wurde und innerhalb der einzelnen Sendungsteile kein Abstand von 20 Minuten gelegen ist, liegt ein Verstoß gegen die Bestimmungen über die Unterbrechung von Fernsehsendungen des § 36 Abs. 5 iVm Abs. 3 und 4 PrTV-G vor.

Ad Spruchpunkt 2b)

Wie schon ad Spruchpunkt 2a) ausgeführt, geht die KommAustria davon aus, dass es sich bei gegenständlicher Sendung um eine Nachrichtensendung im Sinne des § 46 Abs. 5 PrTV-G handle (siehe Ausführungen ad Spruchpunkt 2a).

Zu dem Vorwurf der KommAustria, dass es sich bei den Beiträgen (O [REDACTED] und S [REDACTED]) im Bericht über die Gastronomiemesse „Alles für den Gast“ um bezahlte „PR – Berichte“ handeln könnte, räumte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H in Ihrer Stellungnahme ein, dass hier Product Placement durch die Brauereien O [REDACTED] und S [REDACTED] vorläge. Aus dem Umstand, dass das PrTV-G keine Regelung über Product Placement kennt, leitet die Salzburg TV Fernsehgesellschaft ab, dass Product Placement im Bereich der privaten Rundfunks generell erlaubt sei, es sich im vorliegenden Fall also um erlaubtes Product Placement handle, zumal § 46 Abs. 5 PrTV-G nicht zur Anwendung käme.

Dementgegen geht die KommAustria davon aus, dass es sich bei gegenständlicher Sendung um eine Nachrichtensendung handelt und verweist zur Frage der Einordnung als Nachrichtensendung auf ihre Ausführungen ad Spruchpunkt 2a). Ergänzend dazu sei angemerkt, dass sich nach Ansicht der KommAustria auch dann, wenn nur einzelne Beiträge einer Sendung einen nachrichtenähnlichen Charakter aufweisen, das Verbot des Sponsorings von Nachrichtensendungen auf die gesamte Sendung erstreckt.

Product Placement ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen und Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt (vgl. § 14 Abs. 5 ORF-G). In § 46 Abs. 5 PrTV-G wird ausdrücklich normiert, dass „Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht im Sinne des Abs. 1 finanziell unterstützt werden dürfen.“ Zwar fehlt dem PrTV-G eine entsprechende Regelung zum Product Placement, doch ist die KommAustria der Auffassung, dass im Sinne der Gewährleistung einer objektiven und nicht beeinflussbaren redaktionellen Berichterstattung, das Verbot der finanziellen Unterstützung von Nachrichtensendungen auch auf Product Placement anzuwenden ist.

Auch im Lichte des § 33 PrTV-G, der besagt, dass „Berichterstattungen und Informationssendungen den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen haben und Nachrichten vor Ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen sind“, scheint eine andere Interpretation aus Sicht der KommAustria nicht möglich. Im Ergebnis lässt sich somit festhalten, dass es sich bei dem Product Placement der Firmen O [REDACTED] und S [REDACTED] um eine unzulässige finanzielle Unterstützung im Sinne des § 46 Abs. 5 PrTV-G handelt.

Zu dem Vorwurf, mit dem Hinweis „Unsere Moderatorin wurde eingekleidet von“ und der Einblendung des Logos des Ausstatters „M [REDACTED]“ gegen das Verbot der finanziellen Unterstützung von Nachrichtensendungen gemäß § 46 Abs. 5 PrTV-G verstoßen zu haben, nimmt die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH nicht Stellung, sondern verweist vielmehr auf ihre allgemeinen Ausführungen über die Zulässigkeit von Product Placement.

Wie schon weiter oben ausgeführt, ist Product Placement im privaten Rundfunkbereich zwar nicht verboten, doch ist nach Meinung der KommAustria das Verbot der finanziellen Unterstützung von Nachrichtensendungen auch auf Product Placement anzuwenden. Demnach liegt auch hier ein Verstoß gegen § 46 Abs. 5 PrTV-G vor.

Ad Spruchpunkt 3a.)

Im Zusammenhang mit den Einblendungen der Werbebotschaften für das Produkt C [REDACTED] während der Sendung „Wirtschaft im Bild“ brachte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH vor, dass es sich aus ihrer Sicht um erlaubtes Product Placement handeln würde. Aus Sicht der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH entsprächen die gegenständliche Einblendungen keineswegs der Dramaturgie eines Werbespots: weder äußerte sich der Moderator offen zu C [REDACTED], noch fordere er zum Abschluss eines Vertrages mit diesem Unternehmen auf.

Dementgegen geht nach Meinung der KommAustria die Art und Weise der Bewerbung des Produktes C [REDACTED], sowie der dramaturgische Aufbau der Einblendungen über erlaubtes Product Placement, also eine Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen und Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt, hinaus. Einerseits begründet sich diese Ansicht darin, dass die jeweiligen, unterschiedlichen Inhalte der Einblendungen, den Zuseher dazu bewegen, diese aufmerksam zu verfolgen. So ist am Anfang der Sendung nicht klar, für welches Produkt geworben wird („→ Bringt Ihre Website genügend Umsatz?“) und es wird erst im Laufe der Sendung deutlich, um welches Produkt es sich handelt („→ Speziell für die Touristik! C [REDACTED].at“). Auch die am Ende eingeblendete Internet-Adresse und Telefonnummer, als direkte Aufforderung zur Kontaktaufnahme („Jetzt anrufen! 0676/ [REDACTED]. C [REDACTED].at“) geht über eine „Erwähnung“ bzw. „Darstellung“ eines Produktes hinaus und weist alle Merkmale eines klassischen Werbespots auf. Aufgrund dieser Überlegungen geht die KommAustria davon aus, dass Product Placement nur in jenen Fällen zulässig ist, wo ein inhaltlicher Zusammenhang zur Sendung besteht und die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken und Tätigkeiten eines Herstellers den Bereich des Erforderlichen nicht verlässt. Dass in gegenständlichen Fall kein inhaltlicher Zusammenhang zur Sendung festgestellt werden konnte und beim Zuseher vielmehr der Eindruck einer „split-screening – Werbung“ entsteht, verstärkt die Annahme, dass hier Werbung Sinne des § 34 Abs. 3 PrTV-G vorliegt.

Es ist davon auszugehen, dass Product Placement, auch wenn es – wie schon oben erwähnt - keine eindeutige Regelung im PrTV-G gibt, nur in eingeschränktem Maß stattfinden kann. Wenn man von der Zulässigkeit von Product Placement, dessen Gestaltung sich ähnlich bzw. gleich einem Werbespot ausmacht, ausgeht, würde ansonsten die Regelung des § 38 PrTV-G sinnentleert werden, welche eben eine Kennzeichnung von Werbung durch optische und akustische Mittel und eine Trennung von anderen Programmteilen verlangt.

Dadurch, dass der Werbebeitrag „C [REDACTED]“ nicht als Werbung gekennzeichnet war und zudem nicht vom anderen Programm in eindeutiger und akustischer Weise getrennt war, liegt aus Sicht der KommAustria ein Verstoß gegen § 38 PrTV-G vor.

Ad Spruchpunkt 3b)

Im Zusammenhang mit dem Vorwurf, Werbung nicht von anderen Programmteilen durch ein optisches oder akustisches Mittel von anderen Programmteilen getrennt zu haben, verwies die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH auf ihre allgemeinen Ausführungen zu Product Placement und führte aus, dass die Berichterstattungen über S [REDACTED], H [REDACTED]

■, R ■ und C ■ Product Placement darstellen würden. Nach Meinung der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH werden in den einzelnen Beiträgen objektive Informationen zu dem jeweiligen Unternehmen gesendet. Der Satz „Wenn sie dann auf der Liege liegen, wäre vielleicht ein Glaserl Sekt gefällig. Bitte sehr!“ könne keinesfalls als Werbung verstanden werden, sondern vielmehr als eine Einleitung einer weiteren Berichterstattung. Dass bei Berichterstattungen über bestimmte Unternehmen auch originelle Anspielungen auf bekannte Werbeslogans („ohne R ■ geht's eben nicht“) Bezug genommen wird, könne nicht dazu führen, dass diese Berichterstattung als Werbung zu beurteilen ist. Die Salzburg TV Fernsehgesellschaft sei immer davon ausgegangen, dass es sich bei inkriminierten Beiträgen um erlaubtes Product Placement handle.

Nach der Definition in § 34 Abs. 3 PrTV-G ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufes, die gegen Entgelt oder ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern.

Auf Grund der werblichen Gestaltung der Beiträge, welche den inhaltlichen und informativen Charakter der Berichte in den Hintergrund rückt (S ■ und R ■) bzw. neben einer werbenden Aussage überhaupt keine Information wiedergibt (H ■ und C ■), ist die KommAustria zu dem Schluss gelangt, dass es sich hier um keine redaktionellen Berichte handelt, sondern um Werbung im Sinne des § 34 Abs. 3 PrTV-G. Bei näherer Betrachtung der Berichte, in denen, wie die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH auch selbst ausführt, teilweise die Werbeaussagen der Unternehmen wiedergegeben werden, kann von einem redaktionellen Bericht nicht mehr ausgegangen werden. Aussagen wie „Urlaub und einmal die Seele wieder so richtig baumeln lassen. Dafür gibt es bei S ■ ein exquisites Programm an Liegen und Sesseln aus einer ganz speziellen Faser – zum Beispiel für den Wellness-Bereich“ und „Wenn Sie dann auf der Liege liegen, wär' vielleicht ein Glaserl Sekt gefällig. Bitte sehr!“, genauso wie „Der B ■ – das neue fruchtige, elegante Sekterlebnis aus dem Hause H ■ bringt garantiert Prickeln ins Leben!“ oder „Besondere Früchtchen sind die trendigen C ■ – Wodka in verschiedensten exotischen Geschmacksvariationen“ bis hin zu „Ohne R ■ geht's eben nicht!“ sind eindeutige Werbebotschaften und widersprechen dem Objektivitätsgrundsatz, welcher auf redaktionelle Berichte in strengerem Maße anzuwenden ist. Mit ihrer ergänzenden Stellungnahme vom 09.03.2005 legte die Salzburg TV Fernsehgesellschaft m.b.H auch Auftragsbestätigungen der Firmen D ■, R ■ und H ■ vor. Aus diesen geht hervor, dass die eben angeführten Firmen sogenannte „Messeberichte“ a 30 Sekunden zu einem Preis von € ■,- in Auftrag gegeben haben. Der Umstand, dass gegenständlichen Beiträgen jede Form einer inhaltlichen und auch redaktionellen Aufbereitung fehlt, und die Beiträge offensichtlich nach Maßgabe des jeweiligen Unternehmens gestaltet wurden, zumal sie seitens der werbenden Firmen gebucht wurden und für die Ausstrahlung ein Entgelt geleistet wurde, lässt darauf schließen, dass die inkriminierten Beiträge keine redaktionellen Beiträge, sondern Werbung im Sinne des § 34 Abs. 3 PrTV-G darstellen.

Gemäß § 38 PrTV-G muss „Werbung und Teleshopping klar als solche erkennbar sein.“ Zudem ist sie „durch optische und akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.“

Eine entsprechende Kennzeichnung der Beiträge als Werbung ist nicht erfolgt. Zudem wurden die „Werbeberichte“ nicht von anderem Programm eindeutig getrennt und waren nicht klar als Werbung erkennbar. Aus der Sicht der KommAustria liegt damit ein Verstoß sowohl gegen den in § 38 PrTV-G normierten Trennungsgrundsatz, sowie gegen das Erkennbarkeitsgebot von Werbung vor.

Ad Spruchpunkt 4.)

Aus der Bestimmung des § 62 Abs. 3 PrTV-G ergibt sich, dass die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen kann und dem Rundfunkveranstalter auftragen kann, wann, in welcher Form und in welchem Programm diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Der Veröffentlichung der Entscheidung im Programm des Rundfunkveranstalters sollte der gleiche Veröffentlichungswert wie der Verletzung zukommen. Eine Veröffentlichung ist jedenfalls bei der Feststellung einer Verletzung durch den „Rundfunkveranstalter als Medium“, d.h. im Programm, erforderlich (vgl. VfSlg. 12497/1991 zu § 29 Abs. 4 RFG, nunmehr § 37 Abs. 4 ORF-G; vgl. hierzu ferner Kogler/Kramler/Trainer, Die österreichischen Rundfunkgesetze, Seite 210 und 211).

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH auf, Spruchpunkt 1 bis 3a) in Form des Textes unter Spruchpunkt 4.) am dritten Tag nach Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH ausgestrahlten Programms zwischen 18:00 Uhr-18:10 Uhr durch einen Programmansager verlesen zu lassen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus der Tatsache, dass die Salzburg TV Fernsehgesellschaft mbH im Zeitraum von 18.00 – 20.00 Uhr die Bestimmung des §§ 34 Abs. 5, 38 und 46 Abs. 5 PrTV-G verletzt hat, sodass es schon aus diesem Grunde geboten erscheint, zu dieser Zeit die Entscheidung der KommAustria zu veröffentlichen.

Der Regulierungsbehörde sind Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis vorzulegen.

Es war somit spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der Partei dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Berufung offen. Die Berufung ist binnen zwei Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Behörde, die diesen Bescheid erlassen hat, einzubringen. Die Berufung hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, zu bezeichnen und einen begründeten Berufungsantrag zu enthalten. Für den Berufungsantrag ist gemäß § 14 TP 6 Gebührengesetz 1957 idF BGBl. I Nr. 84/2002 eine Gebühr von 13 Euro zu entrichten. Die Gebührenschuld entsteht gemäß § 11 Abs. 1 Gebührengesetz 1957 idF BGBl. I Nr. 84/2002 erst in dem Zeitpunkt, in dem die abschließende Erledigung über die Berufung zugestellt wird.

Wien, am 6. April 2005

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mag. Michael Ogris
Behördenleiter