

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 und 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, in Verbindung mit § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, fest, dass die MGH Medienproduktion GmbH als Veranstalterin des Programms „HT1 Innviertel“ am 03.11.2014 bei der zwischen ca. 16:00 Uhr und 16:36 Uhr ausgestrahlte Sendung
 - a. den ab ca. 16:01:03 Uhr ausgestrahlten werblich gestalteten Beitrag für das Bekleidungsgeschäft „Alpjadg“ an dessen Anfang und am Ende nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt hat;
 - b. den ab ca. 16:06:45 Uhr ausgestrahlten werblich gestalteten Beitrag für das Einrichtungsgeschäft „Buttinger“ an dessen Anfang nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt hat;
 - c. den ab ca. 16:35:53 Uhr ausgestrahlten werblich gestalteten Veranstaltungshinweis für die „45. Vogelschau“ an dessen Anfang und am Ende nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt hat;

und dadurch jeweils § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der MGH Medienproduktion GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 16:00 Uhr und 17:00 Uhr in ihrem Fernsehprogramm „HT1 Innviertel“ in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter Folgendes festgestellt:
Die MGH Medienproduktion GmbH hat in ihrer Sendung am 03.11.2014 im Programm „HT1 Innviertel“ mehrfach gegen die gesetzliche Verpflichtung verstoßen, Fernsehwerbung eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen.“*

Der MGH Medienproduktion GmbH wird aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Auf Grund der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter, forderte die KommAustria die MGH Medienproduktion GmbH mit Schreiben vom 05.11.2014 zur Vorlage von Aufzeichnungen ihres am 05.11.2014 von 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Programms „HT1 Innviertel“ auf.

Mit Schreiben vom 10.11.2014 übermittelte die MGH Medienproduktion GmbH die Aufzeichnungen des Fernsehprogramms vom 03.11.2014 bis 07.11.2014.

Mit Schreiben vom 20.11.2014 übermittelte die KommAustria der MGH Medienproduktion GmbH die Auswertung der am 03.11.2014 von 16:00 Uhr bis 16:36 ausgestrahlten Sendung des Programms „HT1 Innviertel“ und forderte sie binnen einer Frist von zwei Wochen zur Stellungnahme zu den ihr vorgehaltenen Rechtsverletzungen auf.

Mit Schreiben vom 04.12.2014 teilte die MGH Medienproduktion GmbH – soweit für den vorliegenden Bescheid relevant – mit, dass zur Ankündigung des Beitrags „Alpjadg“ der Jingle „Heimat genießen“ verwendet worden sei. Die Platzierung des Beitrages sei schlecht gewählt gewesen: wäre er erst im späteren Verlauf der Sendung ausgestrahlt worden, hätte nicht die rechtliche Notwendigkeit bestanden die Sendung mit einem Werbetrenner zu beginnen. Im Rahmen der Sendungsplanung sei jedoch der Beitrag „Alpjadg“ ganz vorne platziert worden. Eine Platzierung möglichst zu Sendungsbeginn sei von den (Werbe)Kunden generell gewünscht. Zum Beitrag „Buttinger schönes Wohnen“ wurde dargelegt, dass es sich hierbei um eine fehlende Kennzeichnung von Werbung handle. Hinsichtlich des „Veranstaltungshinweises“ 45. Vogelschau wurde angeführt, dass dieser eine klassische Ankündigung sei, die stets mit dem Ankündigungstrenner „Freizeit gestalten“ begonnen werde. Man sei bisher davon ausgegangen, dass dadurch ein Veranstaltungshinweis eindeutig gekennzeichnet werde. Auch wurde ausgeführt, Veranstaltungsankündigungen würden in der Regel zu Ende der Sendung erfolgen, sodass im Anschluss lediglich die Abmoderation erfolge. Es sei nicht bekannt gewesen, dass auch hier am Ende noch ein Trenner notwendig sei.

Mit Schreiben vom 07.01.2015 leitete die KommAustria wegen vermuteter Verletzungen des § 43 Abs. 2 AMD-G ein Verfahren zur Feststellung von Verletzungen des AMD-G ein und gab der MGH Medienproduktion GmbH die Gelegenheit, hierzu Stellung zu nehmen. Es langte keine weitere Stellungnahme seitens der MGH Medienproduktion GmbH ein.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die MGH Medienproduktion GmbH veranstaltet auf Grund der Anzeige eines Kabelrundfunkprogrammes vom 06.11.2012, KOA 1.950/12-056 das Programm „HT1 Innviertel“.

Die Sendung „HT1 Innviertel“ wurde am 03.11.2014 von 16:00 bis ca. 16:36 Uhr im Kabelnetz der A1 Telekom Austria AG (A1 TV) ausgestrahlt. Die nachfolgenden Feststellungen beschreiben den Inhalt der Sendung sofern dieser für die rechtliche Beurteilung relevant ist.

Nach der Signation begrüßte die Moderatorin die Zuschauer und kündigte den ersten Beitrag mit dem Hinweis an, dass dieser aus dem Bezirk Braunau komme. Nach einer weiteren Signation mit dem Senderlogo „HT1“, einem Hinweis auf die Website www.ht1.at und der Einblendung des Textes „HEIMAT genießen“, zwischen 16:00:57 und 16:01:02 Uhr wurde ohne weiteres Trennelement ab ca. 16:01:03 Uhr ein Beitrag ausgestrahlt, welcher sich inhaltlich mit „Alp jagd“, einem Fachgeschäft für Bekleidung (insbesondere Jagdbekleidung), sowie den dort angebotenen Produkten, auseinandersetzte.

Der Beitrag hat folgenden Inhalt:

„Sprecher:

Die kalte Jahreszeit rückt näher und für Aktivitäten im Freien ist nun die richtige Bekleidung wichtig.

Franz Reinthaler, Alp jagd:

„Damit man draußen net friert im Winter brauch ma eben eine vernünftige Unterwäsche, entsprechende Socken, Hemden, Pullover, Oberbekleidung wie Jacke, Hose und natürlich Schuhe und gegebenenfalls noch Hut oder Haube.

Maria Hölzl, Alp jagd:

Gonz wichtig, dass ma a woarme Bekleidung haben, die wos a Funktionalität hat und wasserdicht ist, winddicht ist und atmungsaktiv, weil beim Gehen passiert ja ans: Du fangst dann leicht zum Schwitzen an. Ganz wichtig: Eine gute Unterwäsche drunter anziehen, weil die bringt die Feuchtigkeit vom Körper weg, somit ist der Körper trocken. Wichtig ist die Passform, ganz anliegend. Und des is a wiederum wichtig, wenn sie anliegend ist, geht a wiederum die Feuchtigkeit nach außen, weil alles was zu groß ist schaut optisch ned guad aus und von der Funktion bringt's es nochher a net.

Franz Reinthaler, Alp jagd:

Bei den Schuhen is es natürlich wiederum Wasserdichtheit und gute Isolation vom Boden her. Man kann ja nur aus zwei Gründen frieren: eben die Kälte kommt von unten oder wenn der Bock einmal feucht war und die Feuchtigkeit wird nicht abtransportiert. Also, wir bieten auch beheizbare Produkte an. Das beginnt bei den beheizbaren Socken, bei den beheizbaren Sohlen für die Schuhe, für die Einlagen, wir haben beheizbare Handschuhe, wir haben beheizbare Oberwäsche. Damit Sie im Winter nicht frieren, kommen Sie in unser Geschäft nach Altheim, da können Sie alle Produkte probieren oder Sie besuchen unseren Online-Shop unter www.alp-jagd.at.“

Von ca. 16:02:27 bis 16:02:31 Uhr wurde die Webadresse www.alp-jagd.at in der rechten Bildhälfte eingeblendet, nachdem auf die Webpräsenz bereits von Franz Reinthaler hingewiesen wurde. Zudem wurde zeitgleich in der linken Bildhälfte das Foto eines Katalogs mit der Aufschrift „ALPJAGD Herbst-Winter 2014/2015“ eingeblendet:



Während des Beitrages wurden die verbal beschriebenen Produkte auch visuell gezeigt, wobei diese einerseits in den Verkaufsregalen bzw. auf den Verkaufsflächen ausgestellt waren und andererseits durch Frau Maria Hölzl und andere Personen anprobiert wurden:



Von ca. 16:02:15 bis 16:02:20 Uhr wurde in einem eigens eingefügten Standbild ein Portfolio mehrerer Produkte gezeigt, welches beheizbare Einlagen, Socken, Oberbekleidung und Handschuhe beinhaltete. Diese Darstellungsform ähnelt derjenigen, die in Verkaufskatalogen (beispielsweise im Versandhandel) üblich ist:



Abgesehen vom Beginn des Beitrages, d.h. der Einleitung durch den Moderator, wurde der gesamte Beitrag in den Verkaufsräumlichkeiten von „Alpjjagd“ gefilmt. Der Beitrag endete um ca. 16:02:32 Uhr.

Unmittelbar im Anschluss an diesen Beitrag wurde ins Studio zurückgeblendet und der nachfolgende Beitrag „Bezirksabfallverband bei Pfarrcaritas“ wurde anmoderiert.

Nach diesem Beitrag wurde ab ca. 16:06:25 Uhr ohne vorhergehendes Trennelement aus dem Studio ein Beitrag mit dem Titel „Buttinger schönes Wohnen“ mit folgenden Worten anmoderiert:

„Moderatorin:

Wenn Sie Wert auf eine passende Einrichtung legen und noch dazu Ideen und Inspirationen in perfekter Handwerkskunst suchen, dann lohnt sich eine Fahrt nach Friedburg. Sie erwarten nur das Beste für Ihr Zuhause. Buttingers Werkstätte für schönes Wohnen macht all dies möglich.“

Der Beitrag beginnt ab ca. 16:06:45 Uhr und hat folgenden Inhalt:

„Sprecherin:

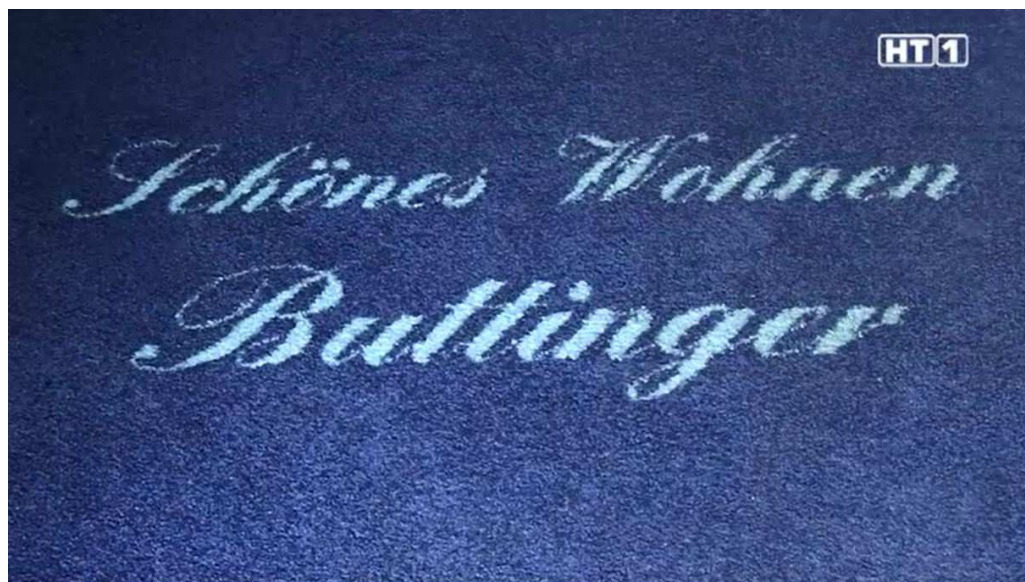
Zurücklehnen und wohlfühlen. Natürlich einfach nur das Beste erwarten und staunen welche Möglichkeiten sich auftun, den Rest macht Tapezierer und Dekorateur Buttinger, die Werkstätte für schönes Wohnen in Friedburg. Auf mehr als 150 Quadratmetern Schauffläche liefert der Familienbetrieb in dritter Generation nicht einfach nur schöne Stoffe, edle Polster, funktionellen Sonnenschutz, exklusive Teppiche und Bodenbeläge, harmonische Tapeten und Vorhänge, sondern verpasst Ihrem Zuhause damit den letzten Schliff. In der hauseigenen Werkstätte wird noch durch hochqualifizierte Mitarbeiter nach altem Handwerksbrauch gepolstert. So entsteht die Luxusklasse der Polstermöbel. Sie wohnen gerne anders als die Anderen: Stickereien auf gepolsterten Flächen veredeln das eigene Heim auf besondere Weise. Passend zu allen Polsterungen werden die Vorhänge gefertigt. Auffallend dabei die Unterfütterten: Doppelt verarbeitet werden Vorhänge von beiden Seiten schön und garantieren einen edlen Fall. Auch bei Buttinger erhältlich: Hochtechnischer Sonnenschutz, der alles in den Schatten stellt. Langjährige Erfahrung, höchste Handwerkskunst und das sprichwörtliche G'spür für Stil machen die Werkstätte für schönes

Wohnen in Friedburg zur ersten Adresse. Schaffen Sie Ihren Raum fürs Leben also am besten bei Buttinger, denn hier sind Ideen, Inspiration und Handwerkskunst vereint.

Am Ende des Beitrages, und zwar von ca. 16:08:21 bis 16:08:25, wurde folgendes Standbild ausgestrahlt:



Über den gesamten Beitrag hinweg wurden abwechselnd Stand- und Bewegtbilder mit Ausschnitten aus den Verkaufsräumlichkeiten samt den darin enthaltenen Produkten wie Polster, Polsterüberzüge, Polstermöbel, Vorhänge und Jalousien (Sonnenschutz) gezeigt:





Unmittelbar im Anschluss an diesen Beitrag wurde ab ca. 16:08:25 Uhr ein Werbetrenner mit darauffolgendem Werbeblock ausgestrahlt. Dieser dauerte bis ca. 16.09:23 Uhr. Daran anschließend wurde durch die Einblendung des „HT1 Logos“ sowie der Einblendung des Schriftzuges „GESELLSCHAFT leben“ der erneute Beginn des redaktionellen Programms kenntlich gemacht.

Ab ca. 16:35:00 wurde ein Werbetrenner mit anschließendem Werbeblock ausgestrahlt. Um ca. 16:35:48 wurde mittels Einblendung des „HT1 Logos“ sowie der Einblendung des Schriftzuges „FREIZEIT gestalten“ der erneute Beginn des redaktionellen Programms kenntlich gemacht. Unmittelbar im Anschluss daran wurde ab 16:35:53 bis ca. 16:36:05 ein „Veranstaltungshinweis“ mit dem Titel „45. Vogelschau“ ausgestrahlt.

Der Hinweis hat folgenden Inhalt:

„Sprecherin:

Vogelschau in Mattighofen mit 50 verschiedenen Arten vom Zebrafinken bis zum Großpapagei. Besuchen Sie diese artenreiche und sehenswerte Vogelschau am Samstag dem 8. und Sonntag dem 9. November im Pavillion der Musikschule Mattighofen.“



3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Veranstaltung des Kabelrundfunkprogrammes ergeben sich aus der zitierten Anzeige vom 06.11.2012, KOA 1.950/12-056.

Die Feststellungen zu dem am 03.11.2015 von 16:00 Uhr bis 16:36 Uhr ausgestrahlten Programm „HT1 Innviertel“ ergeben sich aus den von der MGH Medienproduktion GmbH vorgelegten Aufzeichnungen des Programms.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

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 private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Vermutet die KommAustria Verletzungen der genannten Bestimmungen, 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 7 KOG hat die KommAustria unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme bei begründetem Verdacht einer Verletzung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im vorliegenden Fall konnte die Stellungnahme der MGH Medienproduktion GmbH die Bedenken der

KommAustria hinsichtlich der im beobachteten Zeitraum vermuteten Werbeverstöße nicht ausräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 37 Abs. 1 Z 2 und § 37 Abs. 2 iVm § 42a iVm §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten war, wobei der MGH Medienproduktion GmbH hierzu neuerlich Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt wurde.

4.2. Fehlende Trennung werblich gestalteter Sendungsteile (§ 43 Abs. 2 AMD-G)

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist: [...]*

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. [...]

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) [...]

(2) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.“*

Nach Auffassung der KommAustria handelt sich bei dem um ca. 16:01:03 Uhr ausgestrahlten Beitrag über das (Jagd)Bekleidungs-geschäft „Alpjagd“, bei dem um ca. 16:06:45 Uhr ausgestrahlten Beitrag mit dem Titel „Buttinger schönes Wohnen“ sowie bei dem um 16:35:53 Uhr ausgestrahlten „Veranstaltungshinweis“ auf die „45. Vogelschau“ um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

Für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung ist entscheidend, ob die gegen Entgelt oder eine Gegenleistung gesendete Äußerung bzw. Darstellung insgesamt geeignet ist, das bislang uninformierte oder unentschlossene Publikum für den Erwerb dieses Produkts zu gewinnen, sodass auch auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern, geschlossen werden kann (VwGH 12.12.2007, Zl. 2005/04/0244; VwGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0167). Bei der Beurteilung sind alle Aspekte der Sendung bzw. des Sendungsteils zu berücksichtigen (EuGH 18.10.2007, C-195/06). Dieser Grundsatz ist so zu verstehen, dass eine Darstellung, die geeignet ist, eine Absatzförderung entgeltlicher Produkte, Dienstleistungen, Rechte und Verbindlichkeiten herbeizuführen, als Werbung anzusehen ist (vgl. BKS 09.03.2009, GZ 611.001/0007-BKS/2008).

4.2.1. Fehlende Trennung der werblich gestalteten Beiträge „Alpjagd“ und „Buttinger schönes Wohnen“ (Spruchpunkte 1.a und 1.b.)

Nach Auffassung der KommAustria dienen die beiden in die Sendung „HT1 Innviertel“ Beiträge zu „Alpjagd“ und „Buttinger“ der Absatzförderung, da sich ihr Inhalt nicht darauf beschränkt, in einem nach redaktionellen Kriterien gestalteten Ausmaß von bestimmten lokalen Ereignissen, Vorkommnissen oder Besonderheiten zu berichten, sondern jeweils

konkrete Leistungen bzw. Produkteigenschaften in qualitativ-wertender Weise hervorgehoben werden.

Im Beitrag „Alpjadg“ werden im Rahmen einer auffällig umfassenden Darstellung einzelne, im Geschäft käuflich zu erwerbende Produkte in Wort und Bild vorgestellt. Die „Berichterstattung“ des gesamten Beitrages betrifft letztlich das (Jagd)Fachgeschäft „Alpjadg“ und dessen Warenangebot. Hierbei wird nicht nur auf die einzelnen Kleidungsstücke wie Socken, Hemden, Pullover, Jacken, Hosen und Schuhe eingegangen, sondern werden regelmäßig auch die im Schauraum des Geschäftslokals verfügbaren Artikel eingeblendet. Insbesondere durch die Einblendung eines Standbildes um ca. 16:02:14 Uhr, auf welchem mehrere Kleidungsstücke optisch im Stil eines „Warenkatalogs“ angeordnet sind, kommt es zur besonderen Hervorhebung und Anpreisung einzelner Produkte. Durch die Nennung zahlreicher beheizbarer Kleidungsstücke werden überdies auch besondere Produkteigenschaften herausgestellt. Die dem Beitrag insgesamt innewohnende Absatzförderungsabsicht ist aus Sicht der KommAustria insbesondere aus folgender Aussage ableitbar: *„Damit Sie im Winter nicht frieren, kommen Sie in unser Geschäft nach Altheim, da können Sie alle Produkte probieren oder Sie besuchen unseren Online-Shop unter www.alp-jagd.at.“* Hier wird in für kommerzielle Werbung typischer Weise eine direkte Kaufaufforderung an den Rezipienten gerichtet. Nach einem objektiven Maßstab ist weiters davon auszugehen, dass für eine solche Darstellung üblicherweise auch ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung durch das beworbene Unternehmen geleistet wird (VwGH 08.09.2011, Zl. 2011/03/0019; 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, mwN). Dies wurde auch von der MGH Medienproduktion GmbH nicht bestritten.

Der Beitrag „Alpjadg“ schließt nun ohne trennendes Element unmittelbar an die Moderation an und weist auch am Ende keine Trennung vom nachfolgenden Programm auf. Da der werbliche Beitrag weder von dem davor noch von dem danach ausgestrahlten Programmteil optisch, akustisch oder räumlich in einer eindeutigen Weise getrennt wurde, ist aus Sicht der KommAustria das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer optischen, akustischen oder räumlichen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung verletzt worden.

Auch der Beitrag mit dem Titel „Buttinger schönes Wohnen“ ist aus Sicht der KommAustria als werblich zu qualifizieren. Bereits in der Anmoderation des Beitrages ist keine redaktionelle Berichterstattung mehr zu erblicken, sondern werden vielmehr bereits an dieser Stelle qualitativ-wertende Aussagen getroffen (*„... Sie erwarten nur das Beste für Ihr Zuhause. Buttingers Werkstätte für schönes Wohnen macht all dies möglich.“*). Die auffällig ausführliche Hervorhebung der Qualitäten einzelner Produkte sowie die wiederholte Anpreisung der handwerklichen Fähigkeiten der in „Buttingers Werkstätte“ beschäftigten Mitarbeiter, setzen sich im gesamten Beitrag fort. Nicht nur werden die zu erwerbenden Produkte und Dienstleistungen ausführlich bildlich dargestellt, sondern werden diese auch mit Hilfe zahlreicher Superlative beschrieben, die sich in ihrer Formulierung als typisch werblich erweisen (*„So entsteht die Luxusklasse der Polstermöbel“, „Langjährige Erfahrung, höchste Handwerkskunst und das sprichwörtliche Gspür für Stil machen die Werkstätte für schönes Wohnen in Friedburg zur ersten Adresse“*). Auch hier ist nach einem objektiven Maßstab davon auszugehen, dass für eine solche Darstellung üblicherweise auch ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung durch das beworbene Unternehmen geleistet wird (VwGH 08.09.2011, Zl. 2011/03/0019; 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, mwN). Dies wurde auch von der MGH Medienproduktion zugestanden, indem sie ausführte, dass sie in diesem Fall vergessen habe, die Werbung zu kennzeichnen.

Wie dargelegt ist nach Auffassung der KommAustria bereits die Ankündigung des Beitrages „Buttinger schönes Wohnen“ als Werbung im Sinne von § 2 Z 40 AMD-G zu qualifizieren, da

bereits in dieser qualitativ-wertende Aussagen über die in „Buttingers Werkstätte“ käuflich zu erwerbenden Waren und Dienstleistungen getroffen werden. Die Anmoderation um ca. 16:06:24 Uhr ist nicht durch eindeutige optische, akustische oder räumliche Mittel von dem davor ausgestrahlten Sendungsteil getrennt. Der Beitrag endet um 16:08:25 und es folgt ein Werbeblock. Da der werbliche Beitrag nicht von dem davor ausgestrahlten Programmteil optisch, akustisch oder räumlich in einer eindeutigen Weise getrennt wurde, ist aus Sicht der KommAustria das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer optischen oder akustischen Trennung zu Beginn der Werbung für „Buttinger“ verletzt worden.

4.2.2. Fehlende Trennung des werblich gestalteten Programmhinweises „45. Vogelschau“ (Spruchpunkt 1.c.)

Auch hinsichtlich des „Veranstaltungshinweises“ für die Vogelschau vertritt die KommAustria die Auffassung, dass dieser der Absatzförderung dient, da sich sein Inhalt nicht darauf beschränkt, „Veranstaltungstermine“ zu nennen, sondern eine Veranstaltung („45. Vogelschau im Ausstellungspavillon Mattighofen“) qualitativ wertend („... *Besuchen Sie diese artenreiche und sehenswerte Vogelschau...*“) hervorzuheben. Weiters ist mit dem Hinweis eine direkte Aufforderung an die Zuseher zur Inanspruchnahme der Dienstleistung (Vogelschau) verbunden. Die KommAustria geht auch hier davon aus, dass die dargestellte Präsentation nach einem objektiven Maßstab gegen Entgelt erfolgt, was auch von der MGH Medienproduktion GmbH nicht bestritten wurde.

Zwar wird durch die vor dem werblichen Hinweis ausgestrahlte Signation „HT1 FREIZEIT gestalten“ eine Art Trennung vorgenommen. Jedoch ist dieses Trennmittel nicht eindeutig, zumal in einem redaktionellen Veranstaltungskalender üblicherweise Veranstaltungshinweise ohne werblichen Charakter, etwa unter ausschließlicher Nennung von Veranstaltungsname, -ort und -zeit, ausgestrahlt werden. Die fehlende Eindeutigkeit ergibt sich daraus, dass im Programm „HT1 Innviertel“ sonst ein anderes Trennmittel für die Trennung der Werbung verwendet wird, nämlich die Einblendung „HT1 WERBUNG“ (vgl. z.B. um ca. 16:08:25 Uhr, 16:23:25 Uhr und 16:34:59 Uhr). Weiters wurde nach dem werblich gestalteten Veranstaltungshinweis kein trennendes Element in das Programm eingefügt. Die Sendung setzt unmittelbar mit der Moderation aus dem Studio fort.

Da dieser werbliche (Veranstaltungs-)Hinweis nicht von den davor und danach ausgestrahlten Programmteilen optisch, akustisch oder räumlich in einer eindeutigen Weise getrennt wurden, ist auch hier das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer optischen oder akustischen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung verletzt worden.

4.3. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, Zl. 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der MGH Medienproduktion GmbH auf, die Spruchpunkte 1. a und b in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem

Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 16.00 Uhr und 17:00 Uhr im Programm „HT1 Innviertel“ durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitraum erfolgten.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

Der Vollständigkeit halber ist ergänzend noch festzuhalten, dass sich das gegenständliche Feststellungsverfahren aufgrund des einleitenden Schriftsatzes vom 07.01.2015 seinem Umfang nach auf die Überprüfung der Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G und nicht auch auf die Überprüfung der Vorschriften betreffend die Kennzeichnung von Produktplatzierungen gemäß § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G bezog. In ihrer Stellungnahme vom 04.12.2014 hat die MGH Medienproduktion GmbH in diesem Zusammenhang ausgeführt, dass sie „zur Sicherheit“ in jeder Sendung am Anfang sowie am Ende einen Hinweis auf das Vorliegen von Produktplatzierungen einblende. Dies geschehe aus Vorbeugung, da die MFG Medienproduktion GmbH oft nicht wisse, ob ein Studiogast im Rahmen des „Studioshots“ eine „Requisite“ mitnehme. Wenn die MGH Medienproduktion GmbH beispielsweise über ein Sportfest der Feuerwehr berichte und diese ihren Sponsor mitnehme, könne es passieren, dass der Sponsor etwas auf den Tisch stelle (das im Lichte der werberechtlichen Vorschriften als Produktplatzierung zu qualifizieren wäre). Um zukünftige Rechtsverletzungen zu vermeiden, weist die KommAustria darauf hin, dass ein Hinweis auf Produktplatzierungen nach der Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G ausschließlich dann zulässig (und erforderlich) ist, wenn die betreffende Sendung auch solche enthält. Diese Regelung dient dazu, eine Irreführung des Fernsehzusehers zu vermeiden. In diesem Lichte entspricht ein regelmäßiger Hinweis auf Produktplatzierungen ohne nähere Prüfung, ob solche tatsächlich in der Sendung enthalten sind, nicht den gesetzlichen Vorschriften. Vielmehr obliegt es der MGH Videoproduktion GmbH, im Rahmen ihrer rundfunkrechtlichen Verantwortung durch geeignete organisatorische Maßnahmen eine Kontrolle des Vorliegens von Produktplatzierung sicherzustellen und auf dieser Basis eine gesetzmäßige Kennzeichnung durchzuführen oder eben zu unterlassen.

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“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Die Entrichtung der Gebühr ist im Zeitpunkt der Einbringung der Eingabe durch einen von einer Post-Geschäftsstelle oder einem Kreditinstitut bestätigten Zahlungsbeleg in Urschrift nachzuweisen.

Wien, am 25. Februar 2015

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)

Zustellverfügung:

- MGH Medienproduktion GmbH, Roßmarkt 35/3, 4710 Grieskirchen, **per RSb**