

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 und Z 9 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, in Verbindung mit den §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 55/2014 fest, dass der ORF am 05.10.2014 während der von ca. 17:56 Uhr bis ca. 18:21 Uhr im Fernsehprogramm ORF 2 ausgestrahlten Sendung „Brieflos-Show“ durch die unmittelbare Aufforderung zum Kauf von Dienstleistungen § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G verletzt hat, wonach Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern dürfen, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Sonntag zwischen 17:30 Uhr und 18:30 Uhr im Fernsehprogramm ORF 2 unmittelbar vor oder nach der Sendung „Brieflos Show“ in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

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

Der ORF hat am 5. Oktober 2014 die Sendung „Brieflos Show“ ausgestrahlt, die Produktplatzierung enthielt und während dieser Sendung die Zuseher unmittelbar zum Kauf von Dienstleistungen aufgefordert. Dadurch hat der ORF gegen das gesetzliche Verbot verstoßen, wonach Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern dürfen.“

Dem ORF wird aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts („Kommerzielle Kommunikation“) des ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 55/2014, sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften, wurden von der KommAustria die am 05.10.2014 von ca. 17:00 Uhr bis ca. 18:30 Uhr im Fernsehprogramm ORF 2 ausgestrahlten Sendungen ausgewertet.

Aufgrund der Vermutung von Verletzungen von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G wurde der ORF mit Schreiben vom 22.10.2014 zur Stellungnahme aufgefordert.

Mit Schreiben vom 07.11.2014 nahm der ORF zu den Ergebnissen der Auswertung durch die KommAustria Stellung.

Mit Schreiben vom 25.02.2015 leitete die KommAustria aufgrund des trotz der Stellungnahme weiter bestehenden begründeten Verdachts einer Verletzung von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen ein und forderte den ORF zur Stellungnahme auf.

Der ORF gab zur Verfahrenseinleitung keine weitere Stellungnahme ab.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Sendung „Brieflos-Show“ von ca. 17:56 Uhr bis ca. 18:21 Uhr

Am 05.10.2014 wurde von ca. 17:56 Uhr bis ca. 18:21 Uhr die Sendung „Brieflos-Show“ ausgestrahlt.

Die Sendung beginnt mit einem Vorspann, in dem kurz nach Beginn die Kennzeichnung „P Unterstützt durch Produktplatzierung“ im oberen Bildbereich erfolgt. Nach der Signation der Sendung begrüßt der Moderator Peter Rapp die Zuseher im Studio.

Unmittelbar im Anschluss an die Begrüßung erklärt Peter Rapp zwischen ca. 17:57:11 und 17:57:33 die Teilnahmebedingungen für die Sendung, indem er ausführt:

„Herzlich willkommen. Wenn Sie hier weiterhin mitspielen wollen, dann bitte kaufen Sie sich ein Brieflos, wenn sie drin die Zeile ‚Brieflos-Show‘ vorfinden, Name, Adresse, Telefonnummer deutlich lesbar einzutragen – Kind hör auf zu weinen, so schlecht ist das nicht, was ich da mach – und zwar ‚Brieflos‘ Postfach 18, 1038 Wien.“

Während dieser Ausführungen von Peter Rapp wird die von ihm genannte Adresse am linken unteren Bildschirmrand eingeblendet.



In der Folge stellt der Moderator drei Kandidaten aus dem Publikum, die am „Publikumsspiel“ teilnehmen, vor und erklärt, dass das „Publikumsspiel“ aus drei Runden besteht und insgesamt bis zu EUR 1.500,- gewonnen werden können. Im Anschluss erklärt er die „Interaktiv-Runden“, bei denen die Fernsehzuschauer per Telefon Tipps dazu abgeben können, welchen Betrag der Kandidat am „Brieflos“-Rad erdrehen wird.

Danach stellt Peter Rapp die erste Kandidatin der „Brieflos-Show“ vor, die das „Brieflos“-Rad betätigt, das aus 66 Gewinnfeldern mit Gewinnbeträgen zwischen EUR 100.000,- und EUR 1.000,-, zwei sogenannten „2 Mal Doppel“-Feldern und zwölf Feldern, mit denen „fünf ganze Philharmoniker Goldmünzen“ gewonnen werden können, besteht.

In der Folge spielen die drei Kandidaten aus dem Publikum die ersten zwei „Publikumsspiel“-Runden.

Nachdem Peter Rapp den Musiker Klaus Peter in der Sendung begrüßt, und dieser einen seiner „Hits“ vorstellt, werden von Peter Rapp unter der Aufsicht eines Notars aus einer Tonne mit eingesendeten Brieflosen zwei Kandidaten für eine der nächsten „Brieflos-Show“ Sendungen gezogen.

Im Anschluss daran stellt Peter Rapp den zweiten Kandidaten der „Brieflos-Show“ vor, der das „Brieflos-Rad“ betätigt.

Gegen Ende der Sendung spielen jene zwei Kandidaten aus dem Publikum, die in den ersten beiden „Publikumsspiel-Runden“ die meisten Punkte erzielt haben, die letzte „Publikumsspiel-Runde“.

Kurz vor Ende der Sendung wird beginnend um ca. 18:21 Uhr die Kennzeichnung „P Unterstützt durch Produktplatzierung“ im oberen Bildbereich eingeblendet.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Sendung gründen sich auf die vorliegenden Aufzeichnungen der Sendung und wurden vom ORF nicht bestritten.

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 des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Im Fall des Österreichischen Rundfunks sind auch die Online-Angebote erfasst. Vermutet die KommAustria Verletzungen der genannten Bestimmungen, so hat sie die Ergebnisse ihrer Auswertungen dem Österreichischen Rundfunk 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 des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im vorliegenden Fall konnte die Stellungnahme des Österreichischen Rundfunks die Bedenken der KommAustria hinsichtlich der im beobachteten Zeitraum vermuteten Werbeverstöße nicht ausräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 16 Abs. 5 Z 2 iVm §§ 35, 36 und 37 Abs. 1 ORF-G einzuleiten war, wobei dem Österreichischen Rundfunk hierzu neuerlich Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt wurde.

4.2. Verbotene Kaufaufforderung in einer Sendung die Produktplatzierung enthält

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

Begriffsbestimmungen

§ 1a. *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

[...]

10. „Produktplatzierung“ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind.“

§ 16 ORF-G lautet:

„Produktplatzierung

§ 16. (1) *Produktplatzierung (§ 1a Abs. 1 Z 10) ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.*

(2) *Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung. Diese Ausnahme gilt nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information.*

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

(4) *Unbeschadet der Regelungen des § 13 dürfen Sendungen jedenfalls auch keine Produktplatzierung zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. Produktplatzierung ist weiters in regional ausgestrahlten Fernsehsendungen unzulässig, ebenso kostenlose Bereitstellungen nach § 1a Z 10 letzter Satz.*

(5) *Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, haben folgenden Anforderungen zu genügen:*

1. *Ihr Inhalt oder ihr Programmplatz darf keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit 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 im Falle von Unterbrechungen gemäß § 15 bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.*

(6) *Abs. 5 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Österreichischen Rundfunk selbst oder von einem mit dem Österreichischen Rundfunk verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und diese keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatten.“*

Die KommAustria geht davon aus, dass durch die dargestellte Ausstrahlung der Sendung „Brieflos-Show“ die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G verletzt wurden.

Der ORF stellte in seiner Stellungnahme vom 07.11.2014 außer Streit, dass die inkriminierte Sendung ausgestrahlt wurde und die darin getätigten Aussagen des Moderators in der von der KommAustria festgehaltenen Form erfolgt sind. Weiters entspräche es der Sach- und Rechtslage, dass im Zusammenhang mit der Sendung „Brieflos-Show“ von einem den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 1a Z 10 ORF-G erfüllenden Sachverhalt auszugehen und dem Kennzeichnungsgebot nach § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G entsprechend Rechnung getragen worden sei.

Bezüglich der einleitenden Aussagen des Moderators brachte der ORF vor, dass die Frage, ob der Moderator tatsächlich eine Kaufaufforderung ausgesprochen habe, von der Auslegung seiner Aussage abhängt. Diese sei von der vollständigen Würdigung des Sachverhalts abhängig. Ergänzend zu den Feststellungen der KommAustria brachte der ORF den vollständigen Wortlaut der Begrüßung von Peter Rapp vor: *„Also herzlich willkommen. Kurzfristig war ich irritiert, ich hab in die vorletzte Reihe geschaut und hab mir gedacht: I bin scho da! Des is... Da sitzt ana, der schaut so aus wie i.“* [Kamera zeigt einen Herrn mit Bart im Publikum, der winkt. Rapp erfreut] *„Jooo!! Na oisdann! Normalerweise seh' ich so aus. Also: Herzlich willkommen! Wenn Sie hier weiterhin mitspielen wollen, dann bitte [kurze Pause] kaufen Sie sich ein Brieflos, wenn sie drin die Zeile ‚Brieflos-Show‘ vorfinden, Name, Adresse, Telefonnummer deutlich lesbar einzutragen - Kind hör auf zu weinen, so schlecht ist das nicht, was ich da mach- und zwar ‚Brieflos‘ Postfach 18, 1038 Wien.“* Aus der

beinahe skurril humorigen Einleitung werde deutlich, dass Peter Rapp mit der Passage „dann bitte [kurze Pause] kaufen Sie sich ein Brieflos,“ gerade nicht meine, dass Zuseher gewissermaßen sofort losgehen sollen, um sich ein Brieflos zu kaufen, sondern gerade umgekehrt „augenzwinkernd“ und typisch „wienerisch“ einen abwehrenden Zynismus anschlägt. Auch aus dem Tonfall der Moderation werde deutlich, dass Peter Rapp nicht zum Kauf auffordere, sondern eher umgekehrt meine, „...[wenn's unbedingt sein muss,] dann bitte... kaufen Sie sich [halt] ein Brieflos...“ Für derart humorvolle und (scheinbar) flapsige Bühnenerklärungen sei Peter Rapp bekannt. Im vorliegenden Zusammenhang schaffe es Peter Rapp daher, die Teilnahmebedingungen in einer originell-humorvollen Art und Weise zu präsentieren. Da der Moderator bei vollständiger Würdigung des Sachverhalts keine Kaufaufforderung ausgesprochen habe, sei § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G nicht verletzt worden.

Diesen Ausführungen vermag die KommAustria nicht zu folgen:

Wie bereits im Schreiben der KommAustria vom 22.10.2014 dargelegt wurde, und vom ORF mit Schreiben vom 07.11.2014 bestätigt, ist aufgrund des Hinweises zu Beginn und am Ende der Sendung anzunehmen, dass in der von ca. 17:56 Uhr bis ca. 18:21 Uhr dauernden Sendung „Brieflos Show“ tatsächlich Produktplatzierungen stattgefunden haben. Die KommAustria geht auch weiterhin davon aus, dass es sich bei der „Brieflos-Show“ um eine Sendung der leichten Unterhaltung im Sinne des § 16 Abs. 3 ORF-G handelt; diese Sendungen zeichnen sich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen, wie etwa Musikunterhaltungssendungen oder Comedy-Sendungen (Erl zur RV 611 BlgNR, 24. GP), und Produktplatzierungen somit grundsätzlich zulässig sind.

Die Präsentation von Waren oder Dienstleistungen, die dem ORF von einem Unternehmen zur Verfügung gestellt wurden, im Rahmen von Gewinnspielen, fällt grundsätzlich unter den Begriff Produktplatzierung, solange einerseits der Wert bedeutend ist und andererseits die Darstellung der Preise nicht die Grenze der Werbung überschreitet. Fällt die Darstellung werblich aus, so ist von Werbung auszugehen (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetz³, 22).

Die „Brieflos-Show“ zeichnet sich dadurch aus, dass in jeder Show zwei Kandidaten live im Studio an der „letzten Runde“ eines Gewinnspiels teilnehmen; dies durch Drehen an einem Rad mit 66 Gewinnfeldern mit Gewinnbeträgen zwischen EUR 100.000,- und EUR 1.000,-, zwei sogenannten „2 Mal Doppel“-Feldern und zwölf Feldern, mit denen „fünf ganze Philharmoniker Goldmünzen“ gewonnen werden können. Voraussetzung für die Teilnahme an dieser „letzten Runde“ ist der Erwerb der von den Österreichischen Lotterien vertriebenen „Brieflose“, von denen ein bestimmter Prozentsatz den Aufdruck „Brieflos-Show“ enthält, ihre Einsendung an den ORF unter Beifügung von Namen und Adresse sowie schließlich die Ziehung als Kandidat aus allen eingesendeten Losen. Darüber hinaus gibt es unter anderem auch noch ein „Publikumsspiel“, bei dem mehrere Kandidaten aus dem Publikum gegeneinander antreten und Geldpreise bzw. Sachpreise gewinnen können.

Produktplatzierung wird als die werbewirksame Platzierung (Zurschaustellung) von Markenprodukten in einer Sendung bezeichnet. Produktplatzierung liegt somit (erst) dann vor, wenn dem durchschnittlich informierten aufmerksamen Zuhörer (Zuschauer) das Produkt als Marke bekannt ist (vgl. dazu VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Bei der in Frage stehenden Sendung stellt sich zunächst die Frage, welches Produkt platziert wird. Nach Ansicht der KommAustria kann die Ausspielung des – von den Österreichischen Lotterien im Rahmen ihrer Glücksspielkonzession nach Maßgabe des Glücksspielgesetzes veranstalteten – Gewinnspiels selbst als Produktplatzierung für die Österreichischen

Lotterien gewertet werden. Aber auch die Tatsache, dass das Produkt bzw. die Marke „Brieflos“ schon aufgrund des Titels der Sendung mehrfach in Bild und Ton in die Sendung einbezogen wird bzw. darauf Bezug genommen wird, erfüllt den Tatbestand des § 1a Z 10 ORF-G. Die Österreichischen Lotterien sind zudem als eines der größten in Österreich konzessionierten Glückspielunternehmen unzweifelhaft als Marke bekannt; selbiges gilt für ihr Produkt „Brieflos“, das auch sonst im Rahmen der Werbung umfassend beworben wird. Das Anbieten des Gewinnspiels der Österreichischen Lotterien im Rahmen der „Brieflos-Show“ samt der Einbeziehung des Produkts bzw. der Marke kann darüber hinaus unter den Tatbestand der kommerziellen Kommunikation subsumiert werden, zumal hierdurch das Ziel verfolgt wird, zumindest mittelbar den Absatz von Dienstleistungen der Österreichischen Lotterien zu fördern, indem insgesamt die Attraktivität des Produkts durch eine weitere „Gewinnstufe“ gesteigert wird. Der Ausschlussatbestand des § 1a Z 10 letzter Satz ORF-G für kostenlos bereitgestellte Waren oder Dienstleistungen bzw. Preise von unbedeutendem Wert kommt im Übrigen nicht zum Tragen, da die einzelnen Gewinnspiele angesichts der Höhe des pro Spielrunde ausgespielten Geldpreises von EUR 1.000,- bis EUR 100.000,- bzw. der fünf ganzen Philharmoniker Goldmünzen nicht als von unbedeutendem Wert betrachtet werden kann.

Eine weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit, dass also irgendjemand irgendwann an irgendjemanden irgendein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung geleistet hat (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetz³, 21). Auf die Höhe des Entgelts kommt es für die Qualifikation als Produktplatzierung hingegen nicht an. Vor dem Hintergrund der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes geht die KommAustria davon aus, dass das Vorliegen der Entgeltlichkeit gemäß § 1a Z 10 ORF-G an einem objektiven Maßstab zu messen ist. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. u.a. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114).

Die KommAustria geht somit im gegenständlichen Fall von einem den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 1a Z 10 ORF-G erfüllenden Sachverhalt im Sinne einer Einbeziehung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung aus, damit diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Dem Kennzeichnungsgebot nach § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G wurde entsprechend Rechnung getragen.

Gemäß § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G dürfen jedoch Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

Die KommAustria vertritt im Zusammenhang mit der zu Beginn der Sendung vom Moderator getätigten Aussage „*Herzlich willkommen. Wenn Sie hier weiterhin mitspielen wollen, **dann bitte kaufen Sie sich ein Brieflos**, wenn sie drin die Zeile Brieflos-Show vorfinden, Name, Adresse, Telefonnummer deutlich lesbar einzutragen – Kind hör auf zu weinen, so schlecht ist das nicht, was ich das mach – und zwar ‚Brieflos‘ Postfach 18, 1038 Wien*“ die Auffassung, dass der Zuseher dadurch unmittelbar zum Kauf von Waren oder Dienstleistungen auffordert wird.

Die vom ORF vertretenen Meinung, dass aus der beinahe skurril humorigen Einleitung deutlich werde, dass Peter Rapp gerade nicht meine, dass die Zuseher gewissermaßen

sofort losgehen sollen, um sich ein Brieflos zu kaufen, sondern gerade umgekehrt „augenzwinkernd“ und typisch „wienerisch“ einen abwehrenden Zynismus anschlage und somit nicht zum Kauf auffordere, sondern rein die Teilnahmebedingungen erläutere, vermag die KommAustria nicht zu überzeugen. Der ORF hat in seiner Stellungnahme dargestellt, dass diese Einleitung geeignet sei, einerseits durch Ergänzungen wie „*wenn's unbedingt sein muss*“ andererseits „augenzwinkernd“ die Aussage auch anderen Interpretationsmöglichkeiten zugänglich zu machen. Dem durchschnittlichen Zuseher ist jedoch eine solche Ambivalenz in der Interpretation nicht zu unterstellen. Auch wenn der Moderator für derart humorvolle und scheinbar flapsige Bühnenerklärungen bekannt sein mag, geht die Aussage „*dann bitte kaufen Sie sich ein Brieflos*“ über die bloße Erklärung einer Teilnahmebedingungen in einer originell-humorvollen Art und Weise hinaus, und stellt nach Auffassung der KommAustria eine Aussage dar, die unmittelbar zum Kauf von Waren oder Dienstleistungen auffordert. Selbst unter Zugrundelegung der alternativen Interpretation des ORF wäre die Aussage zumindest als verkaufsfördernder Hinweis iSd § 16 Abs. 5 Z 2 zweiter Halbsatz ORF-G einzustufen, würde doch damit dem Zuseher auf „humorige“ Art und Weise ein weiterer Vorteil des Erwerbs von Brieflosen präsentiert, der eben in der Teilnahmemöglichkeit an der „Brieflos-Show“ besteht, was aber wiederum als Herausstreichen spezifischer (attraktiver) Produkteigenschaften gegenüber alternativen Glücksspielprodukten, die diesen Vorteil nicht bieten, zu werten ist.

Somit ist nach Auffassung der KommAustria offensichtlich, dass die inkriminierte Passage darauf abzielt, bislang uninformierte bzw. unentschlossene Zuseher für den Erwerb eines Briefloses der Österreichischen Lotterien zu gewinnen und es sich somit um einen spezifisch verkaufsfördernden Hinweis auf die Waren oder Dienstleistungen der Österreichischen Lotterien handelt. Die KommAustria geht daher durch die dargestellte Ausstrahlung von einer Verletzung der Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G bei der am 05.10.2014 von ca. 17:56 Uhr bis ca. 18:21 Uhr ausgestrahlten Sendung „Brieflos-Show“ aus.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

4.3. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung stützt sich auf § 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, 2003/04/0045). Nach dem zitierten Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofs ist die Veröffentlichung 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 zu einer vergleichbaren Sendezeit soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnung stützt sich auf § 36 Abs. 4 ORF-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

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: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA **3.500/15-043**“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 4. August 2015

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Ogris
(Vorsitzender)

Zustellverfügung:

1. Österreichischer Rundfunk,
 2. Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz,
1. und 2. vertreten durch Dr. Klaus Kassai, Würzburggasse 30, 1136 Wien, **per RSb**

