

# 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. 50/2016, in Verbindung mit den §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die kanal3 Regionalfernseh GmbH als Veranstalterin des über die Multiplex-Plattform „MUX C – Weststeiermark und Zentralraum Graz“ verbreiteten digital-terrestrischen Fernsehprogramms „kanal3 (Steiermark)“ am 17.08.2016
  - a.) im Rahmen der von ca. 18:00 bis ca. 18:56 Uhr ausgestrahlten Magazinsendung
    - i. um ca. 18:26:04 Uhr einen werblichen Beitrag über die Leistungen der „Holding Graz“ betreffend das Augartenbad und das Stukitzbad inklusive der Anmoderation dieses Beitrags ausgestrahlt hat, wobei aufgrund der Einbettung des Beitrags in die Sendung der Eindruck vermittelt wurde, es handle sich um Teile des redaktionellen Programms, womit Werbung nicht eindeutig erkennbar war und somit die Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G verletzt wurde;
    - ii. den genannten, beginnend mit 18:26:04 Uhr ausgestrahlten werblichen Beitrag am Ende nicht in eindeutiger Art und Weise optisch, akustisch oder räumlich von den danach ausgestrahlten Programmteilen getrennt hat, womit die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt wurde;
  - b.) in der Tonspur der von ca. 18:57 bis ca. 20:00 Uhr ausgestrahlten, eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion beinhaltenden Info-Sendung,
    - i. von 19:22:45 bis 19:22:57 Uhr und
    - ii. von 19:30:16 bis 19:30:26 UhrWerbung zugunsten von „Radio West“ ausgestrahlt hat, die weder am Beginn noch am Ende optisch, akustisch oder räumlich vom restlichen Programm getrennt war, womit die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt wurde;

- c.) die von ca. 18:57 bis 20:00 Uhr ausgestrahlte, eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion beinhaltende Info-Sendung, wobei die in diesem Rahmen gesendeten Wettervorhersagen von einem in Form einer Logoeinblendung genannten Unternehmen („aicall“) gesponsert waren, nicht am Anfang oder am Ende durch einen entsprechenden Sponsorhinweis (An- oder Absage) auf das genannte Unternehmen gekennzeichnet hat, womit die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verletzt wurde.
2. Der kanal3 Regionalfernseh GmbH wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von ihr ausgestrahlten Programms „kanal3 (Steiermark)“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 18:00 und 20:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung im Bild zu veröffentlichen:

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

*Im Programm kanal3 wurde am 17.08.2016 im Rahmen der ausgestrahlten Magazinsendung ein Beitrag über die Leistungen der ‚Holding Graz‘ betreffend das Augartenbad und das Stukitzbad ausgestrahlt. Dieser war samt Anmoderation als Werbung zu beurteilen. Diese Werbung war nicht eindeutig vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar und nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt.*

*Darüber hinaus war auch die während der aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion bestehenden Info-Sendung in der Tonspur ausgestrahlte Werbung für ‚Radio West‘ nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt. Diese Sendung war zudem von ‚aicall‘ gesponsert, wurde jedoch weder am Anfang noch am Ende durch einen entsprechenden Sponsorhinweis gekennzeichnet. Dadurch wurde gegen einschlägige Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes verstoßen.“*

3. Der kanal3 Regionalfernseh 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**

Aufgrund 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 und Mediendienstanbieter forderte die KommAustria die kanal3 Regionalfernseh GmbH mit Schreiben vom 17.08.2016 zur Vorlage ihres am 17.08.2016 von 18:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Programms „kanal3 (Steiermark)“ auf.

Mit am 23.08.2016 bei der KommAustria eingelangtem Schreiben legte die kanal3 Regionalfernseh GmbH Aufzeichnungen des am 17.08.2016 von 18:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Programms vor.

Mit Schreiben vom 07.09.2016 leitete die KommAustria wegen vermuteter Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 sowie § 43 Abs. 1 und 2 AMD-G ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß §§ 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G ein und gab der kanal3 Regionalfernseh GmbH die Gelegenheit, hierzu Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 22.09.2016 nahm die kanal3 Regionalfernseh GmbH zur Einleitung des Rechtsverletzungsverfahrens Stellung. In der Stellungnahme wurde vorgebracht, die kanal3 Regionalfernseh GmbH sei stets bemüht, sich an die Richtlinien des AMD-G zu halten, wobei aber trotzdem immer wieder kleine Fehler passieren würden. Der Bericht der Holding Graz („Augartenbad Stukitzbad“) wäre natürlich als Werbung zu kennzeichnen gewesen, dies sei leider bei der Werbekennzeichnung „durchgerutscht“. Dieser Bericht sei an den Kunden verkauft gewesen und habe Informationen beinhaltet, aufgrund derer er als Werbung zu kennzeichnen gewesen wäre. Dieser Punkt sei auch ausführlich mit den Mitarbeitern diskutiert worden, um weitere solcher Fehler in Zukunft vermeiden zu können. Die Wetterseiten des Infokanals seien gleich nach Erhalt des Schreibens der KommAustria als „gesponsert von Aicall“ gekennzeichnet worden, um auch in diesem Bereich dem Gesetz Genüge zu tun. Soweit das Programm während der Ausstrahlung des Infokanals mit Radio West hinterlegt werde, passiere das nicht gegen Entgelt. Es sei aber auch bereits mit dem Team von Radio West gesprochen worden und es werde in Zukunft auch die Eigenwerbung von Radio West in den Werbeblock aufgenommen werden.

## **2. Sachverhalt**

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

### **2.1. Fernsehveranstalter und Programm**

Die kanal3 Regionalfernseh GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 07.04.2016, KOA 4.420/16-003, Veranstalterin des über die Multiplex-Plattform „MUX C – Weststeiermark und Zentralraum Graz“ der WESTSTEIRISCHE KABEL-TV GesmbH verbreiteten digital-terrestrischen Fernsehprogramms „kanal3 (Steiermark)“.

Am 17.08.2016 wurden von ca. 18:00 bis 18:56 Uhr eine Magazinsendung und von ca. 18:57 bis 20:00 Uhr eine Sendung, die eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion für das Programm „kanal3 Steiermark“ beinhaltet und akustisch mit dem Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen Regionalfernseh GmbH hinterlegt ist, ausgestrahlt.

### **2.2. Inhalt der ausgestrahlten Sendungen**

#### 2.2.1. „Disclaimer“ um ca. 18:00 Uhr

Am 17.08.2016 wird vor der um ca. 18:00:32 Uhr beginnenden Magazinsendung um ca. 18:00:29 Uhr folgender „Disclaimer“ ausgestrahlt.



### 2.2.2. Magazinsendung von ca. 18:00:32 bis ca. 18:56:16 Uhr

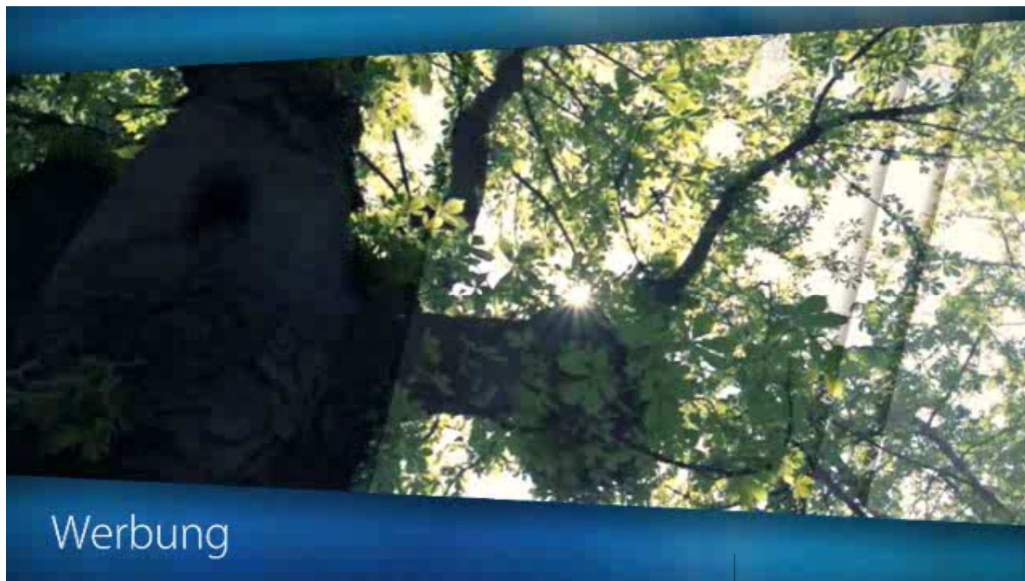
Am 17.08.2016 wird von ca. 18:00:32 bis ca. 18:56:16 Uhr eine Magazinsendung ausgestrahlt. Dabei handelt es sich um eine Informationssendung, die u.a. Beiträge aus Wirtschaft, Sport und Kultur beinhaltet.

Zu Beginn der Sendung begrüßt die Moderatorin die Zuseher mit folgenden Worten: „Wir starten in ein neue Programmwoche mit unserem Magazin ‚kanal3 Steiermark‘ und ich freue mich sehr, dass ich Sie in dieser Woche wieder herzlich begrüßen darf.“ Im rechten oberen Bildschirmrand ist das Logo „kanal3 Steiermark“ eingeblendet.



Es folgen acht redaktionelle Beiträge, die jeweils von der Moderatorin eingeleitet werden.

Im Anschluss an den letzten Beitrag wird am Anfang des um ca. 18:24:13 Uhr beginnenden Werbeblockes folgender Werbetrenner gesendet:



Um ca. 18:25:48 Uhr wird nach vier Werbespots wiederum folgender Werbetrenner für fünf Sekunden eingespielt:



Danach kündigt die Moderatorin ab ca. 18:25:54 Uhr den nächsten Beitrag über Leistungen der „Holding Graz“ mit folgenden Worten an: *„Als nächstes folgt ein Beitrag der ‚Holding Graz‘ mit Michael Ostrowski, dieses Mal zum Thema Augartenbad Stukitzbad.“* Im Hintergrund der Ankündigung sind Bilder des folgenden Beitrags zu sehen.



Sodann folgt ab ca. 18:26:04 Uhr ein Beitrag zum Augartenbad und zum Stukitzbad, für dessen Ausstrahlung von der Holding Graz ein Entgelt geleistet wurde. Zu Beginn des Beitrags wird um ca. 18:26:14 Uhr folgendes Bild eingeblendet:



Während des gesamten Beitrags ist im oben rechten Bildschirmrand unter dem Senderlogo das Logo der „Holding Graz“ eingeblendet.



Es folgen Bilder aus den Freibädern und der Sprecher führt aus: „Das Stukitzbad ist ja bekannt als Kinder- und Familienbad. Es gibt die Wasserrutsche ‚Kobri‘, es gibt das Sandspielareal, a Erholungszone für Eltern und Kind. Es gibt Kinderwippen, Badminton, Fußball, Tischtennis, Schaukeltiere, Riesenwassertiere und ein 25-Meter Becken mit dem erwähnten Nichtschwimmerbereich.“

Danach wird folgendes Bild des Sprechers eingeblendet:



Dieser führt weitergehend aus: „Des schöne am Familienbad Stukitz is ja, dass es viele Geräte gibt und Attraktionen. Zum Beispiel sagt die Mama: ‚Mei Kinder habt’s Lust, gemma Stukitzbad‘. Sagen die Kinder: ‚Ja juhu, i hab Lust auf Kriechwurm, da bleibt der Papa wieder stecken, haha.‘ So vereint sie die Familie in schönen Badeerlebnissen. Außerdem gibt’s zB a Clowns, die machen durt a Betreuung, zB Clown ‚Schwitzzi‘, der nach der Arbeit gern amal ins Augartenbad geht, weil durt gibt’s an FKK-Bereich.“

Danach folgen wiederum Bilder aus den Freibädern und der Sprecher führt währenddessen aus: „Des Gute am Augartenbad is, dass es eigentlich recht zentral liegt. Da kann ma schnell amal hingehen und bei der Wasserrutsche obe’rutschen und so, des hab’ i heut a g’macht.“

*Angeblich wollt der Arnold Schwarzenegger ursprünglich Bademeister im Augartenbad werden; i sag, die Chance lebt.“*

Danach folgen wieder Aufnahmen aus den Freibädern und vor dem Ende des Beitrags wird um ca. 18:28:17 Uhr folgendes Bild eingeblendet:



Danach werden um ca. 18:28:32 Uhr folgende Informationen gesendet:



Es folgen vier redaktionelle Beiträge. Im Anschluss daran verabschiedet sich die Moderatorin um ca. 18:55:47 Uhr von den Zusehern. Es folgt um ca. 18:56:04 Uhr folgender Abspann der Sendung, die um ca. 18:56:16 Uhr endet:





### 2.2.3. Info-Sendung von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr

In der Zeit von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr folgt am 17.08.2016 eine Sendung, die eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion für das Programm „kanal3 Steiermark“ beinhaltet und akustisch mit dem Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehngmbH hinterlegt ist.

Um ca. 18:57:34 Uhr wird folgendes Bild eingeblendet:



Die Wettervorherschau beginnt um ca. 18:57:45 Uhr und es wird zunächst folgende Information eingeblendet, wobei im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der Firma „aicall“ zu sehen ist:



Während der gesamten Dauer der Wettervorherschau, die unter anderem österreichweite Wetterinformationen sowie Detailinformationen für Graz, Judenburg, Voitsberg, Trofaiach und Mürzzuschlag enthält, ist im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet.



Die Wettervorherschau endet um ca. 18:59:15 Uhr mit der Einblendung folgenden Bildes:



Danach folgen ein Programmhinweis und Eigenpromotion für das Programm der kanal3 Regionalfernseh GmbH an deren Ende folgendes Bild eingeblendet wird:



Danach wird um ca. 19:00:02 Uhr wiederum folgendes Bild eingeblendet:



Im Anschluss folgt von ca. 19:00:12 bis ca. 19:01:42 Uhr wiederum eine Wettervorherschau, während deren gesamten Verlauf im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet ist. Danach folgen wiederum ein Programmhinweis und Eigenpromotion.

Dieselbe Wettervorherschau wird in der Folge auch zu folgenden Sendezeiten ausgestrahlt, wobei während deren jeweiligen Verlauf im rechten oberen Bildschirmrand das Logo der „aicall“ eingeblendet ist.

- ca. 19:02:43 Uhr bis ca. 19:04:13 Uhr,
- ca. 19:05:14 Uhr bis ca. 19:06:44 Uhr,
- ca. 19:07:45 Uhr bis ca. 19:09:15 Uhr,
- ca. 19:10:15 Uhr bis ca. 19:11:45 Uhr,
- ca. 19:12:46 Uhr bis ca. 19:14:17 Uhr,
- ca. 19:15:16 Uhr bis ca. 19:16:47 Uhr,
- ca. 19:17:47 Uhr bis ca. 19:19:17 Uhr,
- ca. 19:20:18 Uhr bis ca. 19:21:48 Uhr,
- ca. 19:22:49 Uhr bis ca. 19:24:19 Uhr,
- ca. 19:25:19 Uhr bis ca. 19:26:50 Uhr,
- ca. 19:27:50 Uhr bis ca. 19:29:20 Uhr,
- ca. 19:30:21 Uhr bis ca. 19:31:51 Uhr,
- ca. 19:32:52 Uhr bis ca. 19:34:22 Uhr,
- ca. 19:35:22 Uhr bis ca. 19:36:53 Uhr,
- ca. 19:37:53 Uhr bis ca. 19:39:23 Uhr,
- ca. 19:40:23 Uhr bis ca. 19:41:54 Uhr,
- ca. 19:42:54 Uhr bis ca. 19:44:25 Uhr,
- ca. 19:45:25 Uhr bis ca. 19:46:55 Uhr,
- ca. 19:47:55 Uhr bis ca. 19:49:26 Uhr,
- ca. 19:50:26 Uhr bis ca. 19:51:57 Uhr,
- ca. 19:52:57 Uhr bis ca. 19:54:27 Uhr,
- ca. 19:55:27 Uhr bis ca. 19:56:58 Uhr und
- ca. 19:57:58 Uhr bis ca. 19:59:29 Uhr.

Zwischen den jeweiligen Wettervorhersagen werden jeweils ein Programmhinweis und Eigenpromotion für das Programm der kanal3 Regionalfernseh GmbH gesendet.

#### 2.2.4. Radioprogramm „Radio West“

Während der von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr ausgestrahlten Info-Sendung, die akustisch mit dem Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen Regionalfernseh GmbH hinterlegt ist, folgt nach einem Musiktitel von ca. 19:22:45 bis ca. 19:22:57 Uhr in der Tonspur folgende Ansage: *„Mit Radio West durch den Sommer. Die schönsten Schlager und besten Oldies. Das Weststeirische Radio auf 106,2 und 107,3.“* Danach wird das hinterlegte Radioprogramm mit einem Musiktitel fortgesetzt.

Nach einem weiteren Musiktitel folgt im hinterlegten Radioprogramm „Radio West“ von ca. 19:30:16 bis ca. 19:30:26 Uhr folgende Ansage: *„Guten Abend Weststeiermark. Die schönsten Schlager – die besten Oldies auf Radio West.“* Danach wird das Musikprogramm mit einem Musiktitel fortgesetzt.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zur Zulassung ergeben sich aus den zitierten Bescheiden der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt der 17.08.2016 zwischen 18:00 und 20:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen des Programms „kanal3 (Steiermark)“ ergeben sich aus den Aufzeichnungen des Programms und (im Hinblick auf die Leistung eines Entgelts durch die Holding Graz für die Ausstrahlung des Beitrags über die Freibäder) aus der Stellungnahme der kanal3 Regionalfernseh GmbH im Verfahren.

### **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. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die KommAustria jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen. Es war somit betreffend die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 43 Abs. 2 iVm §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der kanal3 Regionalfernseh GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

#### **4.2. Zur Verantwortlichkeit der kanal3 Regionalfernseh GmbH**

Mit Bescheid der KommAustria vom 07.04.2016, KOA 4.420/16-003, wurde der kanal3 Regionalfernseh GmbH eine Zulassung zur Veranstaltung und Verbreitung des digitalen Fernsehprogramms „kanal3 (Steiermark)“ über die der WESTSTEIRISCHE KABEL-TV GmbH zugeordneten Multiplex-Plattform für terrestrischen Rundfunk („MUX C – Weststeiermark und Zentralraum Graz“) für die Dauer von zehn Jahren erteilt.

Gemäß dem Zulassungsbescheid legt das Programm „kanal3 (Steiermark)“ *„seinen inhaltlichen Schwerpunkt auf die Weststeiermark, Deutschlandsberg und den Raum Graz. Es wird etwa ein sogenanntes Stadtgespräch mit jeweils aktuellen Themen beinhalten, das etwa*

20 Minuten dauern soll. Darüber soll das Programm aktuelle Umfragen, sowie Berichte rund um Politik, Sport, Kultur, Wirtschaft und andere regionale Themen umfassen. Ferner wird ein Kinomagazin ausgestrahlt. Abgesehen vom Kinomagazin, welches zugekauft wird, handelt es sich um ein zur Gänze eigengestaltetes Fernsehprogramm. Das wöchentlich neu produzierte Programm wird insgesamt eine Dauer von ca. 60 Minuten aufweisen und täglich zwischen 00:00 und 24:00 Uhr im Zweistundenrhythmus zur geraden Stunde ausgestrahlt. Zwischen dem Ende der einstündigen Sendung und der nächstfolgenden Ausstrahlung zur nächsten geraden Stunde ist ein Informationskanal vorgesehen, der Ankündigungen von Vereinen und Gemeinden, Kinotipps, aktuelles Wetter und Panoramabilder beinhalten wird. Der wöchentliche Sendungswechsel erfolgt jeweils am Donnerstag“ [Hervorhebung hinzugefügt].

Im Hinblick auf den vor der um ca. 18:00:32 Uhr beginnenden Magazinsendung um ca. 18:00:29 Uhr ausgestrahlten „Disclaimer“ („Die nachfolgende Sendung wird im Auftrag und unter der Programmverantwortung der Weststeirischen Regionalfernseh GmbH, Hauptplatz 46, 8570 Voitsberg, ausgestrahlt“), ist eingangs klarzustellen, dass eine etwaige Programmübernahme die kanal3 Regionalfernseh GmbH als Zulassungsinhaberin, die zur Vorlage von Aufzeichnungen aufgefordert wurde und diese auch vorgelegt hat, nicht von ihrer Programmverantwortung entbinden kann. Der entsprechende Hinweis ist somit für das gegenständliche Verfahren unbeachtlich.

#### **4.3. Verletzungen von § 43 Abs. 1 und 2 AMD-G (fehlende Trennung und mangelnde Erkennbarkeit von Werbung – Spruchpunkte 1.a und b)**

§ 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. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);

[...]“

§ 43 AMD-G lautet:

##### **„Erkennbarkeit und Trennung**

**§ 43.** (1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.

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

(3) Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug ‚Dauerwerbesendung‘ zu kennzeichnen.“

#### 4.3.1. Beitrag über die Leistungen der „Holding Graz“ (Augartenbad und Stukitzbad)

Nach Rechtsansicht der KommAustria handelt es sich bei dem am 17.08.2016 um ca. 18:26:04 Uhr ausgestrahlten Beitrag über die Leistungen der „Holding Graz“ betreffend das Augartenbad und das Stukitzbad inklusive der Anmoderation dieses Beitrags um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G. Die „Holding Graz“ wird im Abspann der Magazinsendung um ca. 18:55:41 Uhr genannt. Aufgrund der Gestaltung des Beitrags *über* das Augartenbad und das Stukitzbad (siehe weiter unten) scheidet sowohl die Einordnung des Beitrags als Schleichwerbung (offensichtliche und keinen Zweifel über ihre werbliche Absicht offen lassende Botschaften sind nicht als Schleichwerbung, sondern als mangelhaft getrennte Werbung anzusehen) als auch die Einordnung als Sponsoring eines redaktionellen Beitrags (das Vorliegen einer Absatzförderungsabsicht führt zur Einordnung als Werbung) aus.

Gemäß § 2 Z 40 AMD-G ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) 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. Nach der Rechtsprechung des BKS ist unter dem Begriff Werbung ganz allgemein im Wesentlichen eine Produktinformation oder Leistungsinformation zu verstehen, die mit einer Absatzförderungsabsicht gesendet wird (vgl. BKS 13.12.2002 GZ 611.180/001-BKS/2002, bestätigt durch VwGH 07.09.2009, Zl. 2008/04/0014). Werbung ist durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit. Dabei ist für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ maßgeblich, „*ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird*“ (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, „*bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist*“ (vgl. VwGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0167).

Vor dem Hintergrund der dargestellten Judikatur ist die Darstellung der Vorteile der Leistungen der „Holding Graz“ (Vorstellung der Leistungen bzw. Attraktionen im Augartenbad und im Stukitzbad, Schnitte, die die Vorzüge dieser Freizeitanlagen betonen), insbesondere auch durch die qualitativ wertenden Aussagen des Sprechers, jedenfalls dazu geeignet, Zuseher dazu zu veranlassen, einen Erholungstag in diesen Bädern in Erwägung zu ziehen und die angepriesenen Betriebe zu besuchen.

Darüber hinaus ist die gegenständliche Darstellung – wie von der kanal3 Regionalfernseh GmbH in ihrer Stellungnahme im Verfahren zugestanden – auch entgeltlich erfolgt. Dies ergibt sich im Übrigen schon daraus, dass die „Holding Graz“ im Abspann der Magazinsendung als „Unterstützer“ erwähnt wird. Zudem ist nach der ständigen Rechtsprechung des VwGH (vgl. exemplarisch VwGH 22.05.2013, Zl. 2010/03/0008; ebenso 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 mwN) die Frage der Entgeltlichkeit bei der kommerziellen Kommunikation anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Maßgebend ist dabei nicht, ob die Beteiligten für das Erscheinen eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um ein In-Erscheinung-Treten bestimmter Art handelt, nämlich um ein solches, das nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt. Schon nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab ist somit jedenfalls davon auszugehen, dass für einen derartigen Beitrag von dem beworbenen Unternehmen im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird.

Die KommAustria geht somit davon aus, dass es sich bei dem Beitrag zu den Leistungen der „Holding Graz“ betreffend das Augartenbad und das Stukitzbad um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

Nach Auffassung der KommAustria verfolgt zudem auch die Moderation mit den einleitenden Worten das Ziel, die Aufmerksamkeit der Zuseher auf den nachfolgenden – als Werbung anzusehenden – Beitrag zu lenken, indem der Inhalt des Werbespots angekündigt und der Zuseher zum Ansehen desselben aufgefordert wird („... als nächstes folgt“). Dass die Ankündigung der Moderatorin als Teil des folgenden Werbespots zu betrachten ist, ergibt sich darüber hinaus aus dem Umstand, dass mit dem Beginn ihrer einleitenden Worte zum nachfolgenden Beitrag im Hintergrund – zusätzlich zum Senderlogo – Aufnahmen aus dem nachfolgenden Beitrag eingeblendet werden. Vor dem Hintergrund der Aufmachung der Anmoderation des inkriminierten Beitrags – die sich beim Fernsehveranstalter bei der Anmoderation von redaktionellen Beiträgen ähnlich gestaltet – wird zwar der Anschein erweckt, dass es sich um redaktionelles Programm handelt, tatsächlich verfolgen die einleitenden Worte der Moderatorin jedoch keinerlei redaktionellen Zweck, sondern sollen ausschließlich den nachfolgenden Werbespot ankündigen bzw. auf diesen aufmerksam machen. Nach Auffassung der KommAustria ist darüber hinaus davon auszugehen, dass die Anmoderation und der darauf folgende Beitrag im vorliegenden Fall vom durchschnittlichen Zuseher als inhaltlich zusammengehörend wahrgenommen werden. Indem die einleitende Moderation des Beitrags bereits über den nachfolgenden Beitrag informiert, wird bereits eine Absatzförderung für die Leistungen der „Holding Graz“ bewirkt. Ebenso ist davon auszugehen, dass die Entgeltleistung für den nachfolgenden Beitrag auch die entsprechende Anmoderation umfasst bzw. dieser zuzurechnen ist. Die KommAustria geht somit davon aus, dass es sich auch bei den einleitenden Worten der Moderatorin zum Beitrag über das Augartenbad und das Stukitzbad ebenfalls bereits um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

In der Rechtsprechung hat sich das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot als „Eckpfeiler“ des Werberechts herausgebildet (vgl. VfSlg 18.017/2006). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig zu trennen. Als Trennmittel geeignet sind unterschiedliche Formen von akustischen oder visuellen Einspielungen. Erforderlich sind einerseits sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung eine eindeutige optische oder akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuseher der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (BKS 23.06.2006, GZ 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck von § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

In der vorliegenden Sendungsabfolge werden um ca. 18:24:13 Uhr nach einem Werbetrenner vier Werbespots ausgestrahlt. Nach dem vierten Werbespot wird um ca. 18:25:48 Uhr wiederum ein Trennelement eingespielt. Danach beginnt um ca. 18:25:54 Uhr die Anmoderation zum Beitrag betreffend die Leistungen der „Holding Graz“ (Augartenbad und Stukitzbad) und im Anschluss folgt der Beitrag. Am Ende des inkriminierten Beitrags werden Informationen zu den Produktionsunternehmen eingeblendet. Damit fehlt am Ende des Beitrags zu den Leistungen der „Holding Graz“ betreffend das Augartenbad und das Stukitzbad ein Trennmittel jedweder Art, das diesen als Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen trennt. Vor dem Hintergrund, dass der inkriminierte Beitrag samt Anmoderation als Fortsetzung des um 18:24:13 Uhr beginnenden Werbeblocks anzusehen ist, ist das um ca. 18:25:48 Uhr ausgestrahlte Trennelement allenfalls als „Reminder“ anzusehen. Da der als Teil des Werbeblocks ausgestrahlte Werbespot für die Leistungen der „Holding Graz“ (Augartenbad und Stukitzbad) jedoch nicht in eindeutiger Art und Weise von den danach ausgestrahlten Programmteilen optisch, akustisch oder räumlich getrennt wurde, ist das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung am Ende der Werbung verletzt.

Die KommAustria geht aus den oben genannten Gründen davon aus, dass auch die Einleitung des Beitrags über die Leistungen der „Holding Graz“ betreffend das Augartenbad



und das Stukitzbad durch die Moderatorin als (Bestandteil der) Werbung zu qualifizieren ist. Aufgrund der Einbettung des Beitrags in die Sendung wird jedoch der Eindruck vermittelt, es handle sich um Teile des redaktionellen Programms. Damit verstößt die gewählte Form der Präsentation aber auch gegen das Gebot des § 43 Abs. 1 AMD-G, wonach Fernsehwerbung leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein muss. Dieser Anforderung wird in Bezug auf die Anmoderation des Werbebeitrags nicht Rechnung getragen, zumal diese sich nicht von der Anmoderation anderer redaktioneller Beiträge unterscheidet und damit dem Zuseher letztlich ein redaktioneller Inhalt nahegelegt wird, obwohl es sich tatsächlich – siehe die obigen Ausführungen – um einen Bestandteil der Werbung handelt.

Daher geht die KommAustria hinsichtlich der Unterlassung der Trennung am Ende des Werbebeitrags von einer Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G sowie hinsichtlich der mangelnden Erkennbarkeit von einer Verletzung des § 43 Abs. 1 AMD-G aus (Spruchpunkte 1.a.i und ii).

#### 4.3.2. Werbung zugunsten des Hörfunkprogramms „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehgmBH

Die von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr ausgestrahlte Sendung ist akustisch mit dem Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehgmBH hinterlegt. Vor dem Hintergrund dieser Sendungsgestaltung sind die auf diese Weise Bestandteil der Fernsehsendung werdenden Inhalte des Hörfunkprogramms „Radio West“ der kanal3 Regionalfernseh GmbH zuzurechnen und haben den Anforderungen des AMD-G zu genügen.

#### Werbung zugunsten von „Radio West“ von ca. 19:22:45 bis ca. 19:22:57 Uhr

Wie bereits ausgeführt, ist unter dem Begriff Werbung ganz allgemein im Wesentlichen eine Produktinformation oder Leistungsinformation zu verstehen, die mit einer Absatzförderungsabsicht gesendet wird (vgl. BKS 13.12.2002 GZ 611.180/001-BKS/2002, bestätigt durch VwGH 07.09.2009, ZI. 2008/04/0014). Nach der Rechtsprechung der Höchstgerichte ist Werbung durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit, wobei für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ maßgeblich ist, „*ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird*“ (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, „*bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist*“ (vgl. VwGH 14.11.2007, ZI. 2005/04/0167). Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten dabei qualitativwertende Aussagen, werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen, das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften oder direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle.

Die KommAustria geht vor dem Hintergrund der oben wiedergegebenen Rechtsprechung davon aus, dass es sich bei dem um ca. 19:22:45 Uhr ausgestrahlten Spot um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G für das Radioprogramm „Radio West“ handelt, da dieser dazu dient, das Programm in qualitativ-wertender Weise hervorzuheben und durch die Erwähnung der Radiofrequenz eine Aufforderung an den Rezipienten gerichtet wird, das Hörfunkprogramm der Weststeirischen RegionalfernsehgmBH anzuhören („*Mit Radio West durch den Sommer. Die schönsten Schlager und besten Oldies. Das Weststeirische Radio auf 106,2 und 107,3.*“).

Wie bereits ausgeführt, ist nach der ständigen Rechtsprechung des VwGH (vgl. exemplarisch VwGH 22.05.2013, ZI. 2010/03/0008; ebenso 28.02.2014, ZI. 2012/03/0019 mwN) die Frage der Entgeltlichkeit bei der kommerziellen Kommunikation anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Maßgebend ist dabei nicht, ob die Beteiligten für das

Erscheinen eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um ein In-Erscheinung-Treten bestimmter Art handelt, nämlich um ein solches, das nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt. Nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab ist davon auszugehen, dass für eine derartige werbliche Präsenz im Fernsehprogramm eines Dritten im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird bzw. ein allfälliges Nutzungsentgelt für die Verwendung des Contents die entsprechende Werbeleistung als Gegenleistung berücksichtigt. Die KommAustria geht somit davon aus, dass es sich bei dem von ca. 19:22:45 bis ca. 19:22:57 Uhr ausgestrahlten Werbespot zugunsten des Hörfunkprogramms „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehmbH um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

Vor dem Hintergrund der im vorliegenden Fall ausschließlichen Anwendbarkeit des AMD-G kann im vorliegenden Zusammenhang dahingestellt bleiben, ob der inkriminierte Werbespot auch nach dem Privatradiogesetz als werblich anzusehen wären. Ebenso ist es irrelevant, ob auf Ebene der Zulassungsinhaber gesellschaftsrechtliche Verbindungen bestehen, zumal eine Privilegierung für „Programmhinweise“ nur bei eigenen Programmen und Sendungen besteht (vgl. zum ORF-G idF BGBl. I Nr. 97/2004 die Entscheidung des BKS vom 04.04.2006, GZ 611.009/0057-BKS/2005, wonach die Begünstigung gemäß § 13 Abs. 5 ORF-G für Hinweise auf eigene Programme und Sendungen des ORF nur für Programme der Stiftung gemäß § 3 ORF-G, nicht aber im Hinblick auf Programme bzw. Sendungen, die von Tochtergesellschaften nach § 9 ausgestrahlt werden, gelten, weshalb diese als Werbesendung zu qualifizieren sind und dem Trennungsgebot des ORF-G entsprechen müssen).

Wie bereits ausgeführt, hat sich in der Rechtsprechung das Trennung- und Erkennbarkeitsgebot als „Eckpfeiler“ des Werberechts herausgebildet (vgl. VfSlg 18.017/2006). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig zu trennen. Eine eindeutige Trennung von Werbung von anderen Programmteilen liegt nach der ständigen Rechtsprechung nur dann vor, wenn für den Zuseher zweifelsfrei erkennbar ist, dass nun Werbung folgt, oder aber Werbung beendet wird und wieder das redaktionelle Programm beginnt. Dem Rundfunkveranstalter kommt bei der Wahl der zur Trennung verwendeten Mittel ein gewisser Gestaltungsspielraum zu, solange gewährleistet ist, dass auf Seiten des Zusehers jeder Zweifel darüber ausgeschlossen ist, ob nun nach einem bestimmten Trennungselement Werbung oder eben redaktionelles Programm folgt (vgl. u.a. BKS 27.06.2008, GZ 611.941/0001-BKS/2008, mwN). Der Zuseher wäre ansonsten geradezu gezwungen, nach jedem Trennungselement zu prüfen, ob nun tatsächlich Werbung folgt bzw. ob Werbung endet (vgl. auch BKS 17.11.2008, GZ 611.009/0021-BKS/2008).

Sowohl vor als auch nach der Ausstrahlung des von ca. 19:22:45 bis ca. 19:22:57 Uhr gesendeten Spots erfolgt weder optisch noch akustisch eine Trennung vom redaktionellen Programm. Es fehlen sohin sowohl am Anfang als auch am Ende des werbenden Beitrages Trennmittel jedweder Art, die diesen als Werbung von anderen Sendung- und Programmteilen trennen.

Da der von ca. 19:22:45 bis ca. 19:22:57 Uhr ausgestrahlte Werbespot für das Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehmbH demnach nicht in eindeutiger Art und Weise von den davor und danach ausgestrahlten Programmteilen optisch, akustisch oder räumlich getrennt wurde, ist auch hier das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung verletzt (Spruchpunkt 1.b.i).

Werbung zugunsten von „Radio West“ von ca. 19:30:16 bis ca. 19:30:26 Uhr

Auch bei dem von ca. 19:30:16 bis ca. 19:30:26 Uhr ausgestrahlten Spot für das Hörfunkprogramm „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehgbH handelt es sich aus den genannten Gründen um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G, da dieser dazu dient, die Produkte in qualitativ wertender Weise hervorzuheben („Guten Abend Weststeiermark. Die schönsten Schlager - die besten Oldies auf Radio West.“) und insoweit die Inanspruchnahme der Dienstleistung fördern soll. Die KommAustria geht auch hier davon aus, dass die dargestellte Präsentation nach einem objektiven Maßstab gegen Entgelt erfolgt.

Da auch in Bezug auf den von ca. 19:30:16 bis ca. 19:30:26 Uhr ausgestrahlten Spot für das Radioprogramm „Radio West“ der Weststeirischen RegionalfernsehgbH weder am Beginn noch am Ende der Ausstrahlung eine optische, akustische oder räumliche Trennung des inkriminierten Werbespots vom redaktionellen Programm erfolgt, ist auch hier das Gebot des § 43 Abs. 2 AMD-G durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung zu Beginn und am Ende der Werbung verletzt (Spruchpunkt 1.b.ii).

#### **4.4. Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G (fehlende Kennzeichnung von Sponsoring am Anfang oder am Ende der Sendung – Spruchpunkt 1.c)**

§ 37 Abs. 1 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Sponsoring**

**§ 37. (1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:**

[...]

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.

[...]

§ 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.

In diesem Zusammenhang ist das Erfordernis des Beitrags zur Finanzierung weit zu verstehen. Für das Vorliegen von Sponsoring kommt es nicht auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung an. Vielmehr ist entscheidend, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendiensteanbieters geleistet wird. Der „Beitrag zur Finanzierung“ muss auch nicht in Geld bestehen. Ausgehend von der dargestellten Definition stellt auch die Einsparung von Produktionskosten einen Beitrag zur Finanzierung im Sinn des AMD-G dar (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>3</sup>, S. 412).

Wie sich aus dem dargestellten Sachverhalt ergibt, waren die in der von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr ausgestrahlten Sendung gesendeten Wettervorhersagen von dem im Rahmen einer Logoeinblendung in Form eines Sponsorhinweises genannten Unternehmen („aicall“) gesponsert. Schon aufgrund des objektiven Tatbestands ist davon auszugehen, dass derartige Einblendungen durch einen kommerziellen Fernsehveranstalter nur gegen ein entsprechendes Entgelt erfolgen.

Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes stellen die Vorschriften zur Offenlegung von Sponsoring auf die Sendung und nicht etwa auf Sendungsteile ab (vgl.

VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 17 ORF-G). Das bedeutet, dass – wenn ein Sendungsteil gesponsert ist – die gesamte Sendung als gesponsert zu kennzeichnen ist. Mit einem Sponsorhinweis während der Sendung bzw. im Rahmen des jeweiligen Beitrages wird der Verpflichtung zur Ausstrahlung eines Sponsorhinweises am Anfang oder am Ende einer Sendung nicht Genüge getan (vgl. wiederum VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172).

Da weder am Anfang noch am Ende der von ca. 18:57:34 bis ca. 19:59:59 Uhr ausgestrahlten Sendung, die eine Schleife aus Wettervorherschau, einem Programmhinweis und Eigenpromotion für „kanal3“ beinhaltete, ein entsprechender Sponsorhinweis (An- oder Absage) auf das genannte Unternehmen ausgestrahlt wurde, wurde die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verletzt.

#### **4.5. Veröffentlichung und Vorlage von Aufzeichnungen (Spruchpunkte 2 und 3)**

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. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte (Spruchpunkt 2)

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 47 Abs. 1 AMD-G (Spruchpunkt 3).

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

### **III. Rechtsmittelbelehrung**

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA 4.420/16-007“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 27. Dezember 2016

**Kommunikationsbehörde Austria**

Mag. Michael Truppe  
(Mitglied)

Zustellverfügung:

kanal3 Regionalfernseh GmbH, Burggasse 15, 8750 Judenburg, per **RSb**