

# 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, iVm § 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 Wirth GmbH (FN 267855f) als Veranstalterin des über die terrestrische Multiplex-Plattform („MUX C – Region Mostviertel“) ausgestrahlten Fernsehprogramms „M4“ am 22.09.2016 im Rahmen der von ca. 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen
  - a) die Bestimmungen des § 38 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass in der Sendung „Mostviertel Fernsehen“ von ca. 18:21:55 Uhr bis ca. 18:26:11 Uhr im Rahmen des Beitrags „Blumen Korner“ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt wurden;
  - b) die Bestimmungen des § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, dass von ca. 18:26:12 Uhr bis ca. 18:30:28 Uhr ein werblich gestalteter Beitrag zu Gunsten des „City Center Amstetten – CCA“ gesendet wurde, der weder am Anfang noch am Ende durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt war;
  - c) die Bestimmungen des § 43 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass der von ca. 18:26:12 Uhr bis ca. 18:30:28 Uhr gesendete werblich gestaltete Beitrag zu Gunsten des „City Center Amstetten – CCA“ nicht leicht als Werbung erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar war;
  - d) die Bestimmungen des § 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G dadurch verletzt hat, dass in der ab ca. 18:52:33 Uhr ausgestrahlten Sportsendung eine Produktplatzierung zu Gunsten von „Intersport Winner“ enthalten war, bei der das betreffende Produkt zu stark herausgestellt wurde;
  - e) die Bestimmungen des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G dadurch verletzt hat, dass die ab ca. 18:52:33 Uhr ausgestrahlte Sportsendung an ihrem Anfang nicht eindeutig durch einen Hinweis hinsichtlich der in der Sendung enthaltenen Produktplatzierungen gekennzeichnet war.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der Wirth GmbH wird aufgetragen,

- a) den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Werktag (Montag bis Freitag) in ihrem Fernsehprogramm „M4“ zwischen 18:00 und 19:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher/eine Sprecherin zu veröffentlichen:

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

*Die Wirt GmbH hat am 22.09.2016 zwischen 18:00 und 19:00 Uhr in der Sendung „Mostviertel Fernsehen“ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Weiters wurde im Rahmen eines Beitrages Werbung ausgestrahlt, die nicht leicht als solche erkennbar war. Zudem wurde die Trennung dieser Werbung vom sonstigen Programm unterlassen. Darüber hinaus wurden Produktplatzierungen ausgestrahlt, die das Produkt zu stark herausgestellt haben und die nicht ordnungsgemäß gekennzeichnet waren. Dadurch wurde mehrfach gegen einschlägige gesetzliche Werbebestimmungen verstoßen.“; sowie*

- b) binnen 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**

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Aufgabe der Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter wurden u.a. Auswertungen des von der Wirth GmbH am 22.09.2016 von 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Fernsehprogrammes „M4“ vorgenommen.

Mit Schreiben vom 19.10.2016 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, dass die Wirth GmbH als Veranstalterin des Fernsehprogramms „M4“ am 22.09.2016 im Rahmen der von 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen die Bestimmungen des § 38 Abs. 1, § 38 Abs. 4 Z 3, § 38 Abs. 4 Z 4 sowie des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat. Der Wirth GmbH wurde eine Frist zur Stellungnahme von zwei Wochen eingeräumt.

Mit Schreiben vom 31.10.2016, bei der KommAustria eingelangt am 02.11.2016, nahm die Wirth GmbH zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte Folgendes aus:

Hinsichtlich des Beitrages „Blumen Korner“ handle es sich nicht um einen werblichen Beitrag aus der Firma Korner, da die gemeinsame Modenschau und nicht der Handel mit Blumen und Floristik im Vordergrund stehe. Es werde in erster Linie eine Modenschau gezeigt, bei der verschiedenste regionale Klein- und Mittelbetriebe gemeinsam agieren würden. Die darin gezeigten Artikel seien nicht direkt beworben, sondern Bestandteil der Darstellung. Die Einblendung des Logos des Unternehmens stelle viel mehr die Örtlichkeit dar und weise diese als Veranstaltungsort aus. Es würde sich bei dem Beitrag „Blumen Korner“ um einen Beitrag handeln, der mit Patronanz sein Auslangen fände, was mit der Darstellung „mit freundlicher Unterstützung von Blumen Korner“ ausgewiesen werden würde.

Hinsichtlich des Beitrags zum „City Center Amstetten – CCA“ wurde auf die Stellungnahme zum Beitrag „Blumen Korner“ verwiesen und geäußert, dass es neu sei, dass auch die Anmoderation als Werbung zu betrachten wäre, aber zur Kenntnis genommen werde.

Zu dem Sportbeitrag wurde ausgeführt, dass nicht nachzuvollziehen sei, weshalb das „Produkt“ durch die Verankerung des „Intersport Winniger-Logos“ zu stark herausgestellt werden solle. Intersport Winniger unterstütze die Wirth GmbH mit einer jährlichen Patronanz des Studios, werde aber in keiner der Sendungen des Jahres erwähnt.

## 2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die Wirth GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 07.09.2010, KOA 4.414/10-001, Inhaberin einer Zulassung zur Verbreitung des digitalen Fernsehprogramms „M4“ über die terrestrische Multiplex-Plattform („MUX C – Region Mostviertel“).

Am 22.09.2016 wird ab ca. 18:02:51 Uhr die Sendung „Mostviertel Fernsehen“ ausgestrahlt. Zu Beginn begrüßt die Moderatorin die Zuseher mit folgenden Worten: *„Ich darf Sie ganz herzlich willkommen heißen zu einer neuen Ausgabe unseres Mostviertel Fernsehens, das sich dieses Mal schon etwas in herbstlichen Gefilden bewegt.“* Im linken oberen Bildschirmrand ist das Logo „M4“ eingeblendet.



Es folgen Beiträge zu folgenden Themen, die jeweils von der Moderatorin eingeleitet werden: Neubaueröffnung im Landeskrankenhaus Amstetten, Hilfswerk Niederösterreich, Spatenstich für den Neubau und Umbau der Volksschule und des Kindergartens in Allersdorf, Da und Dort – Stadt Waidhofen informiert, Herbstzauber bei Blumen Korner, Eröffnungsfest im City Center Amstetten – CCA, Freiwillige Feuerwehr Amstetten – Leistungsschau und Weinlesefest, Benefizkonzert Octopus live im kem.A[r]T.

**Spruchpunkt 1. a) Beitrag über „Blumen Korner“ von ca. 18:21:55 Uhr bis ca. 18:26:11 Uhr**

Von ca. 18:21:55 Uhr bis 18:26:11 Uhr wird nach einer Anmoderation ein Beitrag über den Herbstzauber bei „Blumen Korner“ in Ybbs gesendet.

Während des gesamten Beitrages findet sich in der rechten oberen Ecke der Hinweis „unterstützt durch Produktplatzierung“.



Um ca. 18:21:57 Uhr wird das Logo von „Blumen Korner“ groß über das gesamte Bild eingeblendet.



Um ca. 18:22:08 Uhr erfolgt die Einblendung eines Damenschuhs mit dem davor stehenden Logo „Gabor“.



Um ca. 18:23:17 Uhr erfolgt die Einblendung eines Aufstellers der Firma „TIZIANO Design & Emotions“.



Der Beitrag endet um ca. 18:26:10 Uhr mit der Einblendung „Mit freundlicher Unterstützung von: Blumen Korner“.



**Mit freundlicher  
Unterstützung von:**



**Spruchpunkt 1. b) und c) Anmoderation und Beitrag über „CCA“ von ca. 18:26:12  
Uhr bis ca. 18:30:28 Uhr**

Von ca. 18:26:29 Uhr bis 18:30:28 Uhr wird ein Beitrag über das Eröffnungsfest im „City Center Amstetten“ (im Folgenden: CCA) gesendet. Dieser Beitrag wird ab ca. 18:26:12 Uhr wie folgt anmoderiert: *„Viel mehr Shops war das Motto beim großen Eröffnungsfest im City Center Amstetten. Neu hinzugekommen ist der Landhaus- und Trachtenmodestore Zillertaler Trachtenwelt sowie der Shop Mostland und Reisen & Co. Wir haben uns unter die vielen Gäste der Eröffnungsfeier gemischt.“*

Während des gesamten Beitrages findet sich in der rechten oberen Ecke der Hinweis „unterstützt durch Produktplatzierung“.



Ab ca. 18:26:42 Uhr erfolgt ein Interview mit Ing. Hannes Grubner (CCA Centerleiter), welches mit folgenden Worten beginnt: „Wir haben einen neuen Mieter hier im Center, nämlich die Zillertaler Trachtenwelt. Dadurch können wir unser Textilangebot weiter ausbauen.“ Dazu werden groß das Logo des Geschäfts und danach ein Teil des Verkaufsraums von „Zillertaler Trachtenwelt“ gezeigt.



Das Interview geht weiter mit der Aussage: „Most & Kost ist ins Zentrum des City Center Amstettens gerückt. Die können hier jetzt ihre regionalen Produkte und Postdienstleistungen noch besser präsentieren.“ Dabei erfolgt um ca. 18:26:55 Uhr eine lange und bildfüllende Einblendung des umfangreichen Warensortiments von Most & Kost.



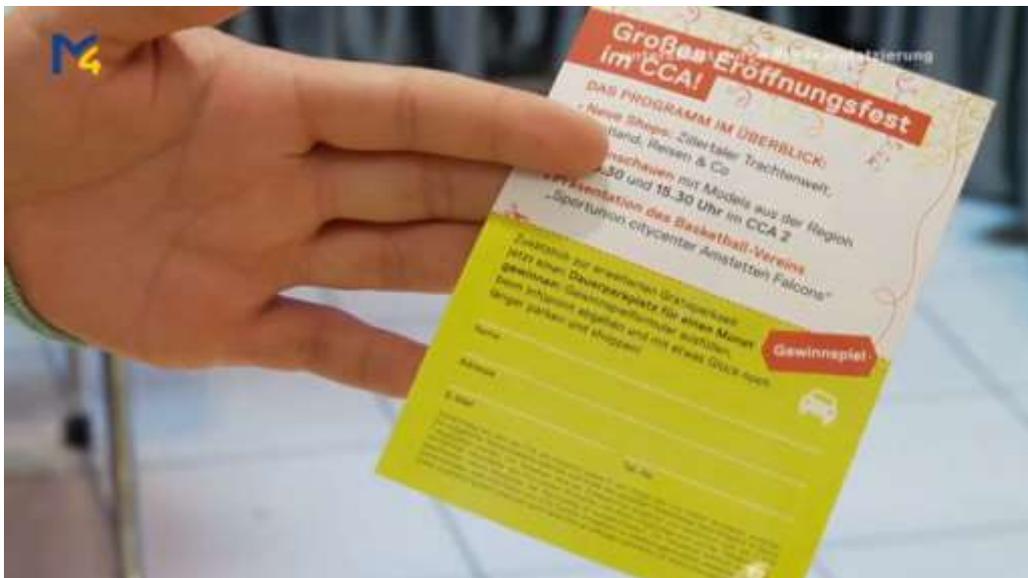


Ab ca. 18:27:04 Uhr endet das Interview mit der Aussage: „Und das Reisebüro Kerschner mit „Reisen&Co“ ist ins dritte Obergeschoss übersiedelt und die haben einen wunderschönen, zeitgemäßen Kundenbetreuungs-Beratungsraum, wo sich die Kunden schon bei der Buchung der Reise fast wie im Urlaub fühlen.“ Ab ca. 18:27:13 Uhr wird das Reisebüro mit dem Blick in den Verkaufsraum großflächig im Bild präsentiert.





Ab ca. 18:27:36 Uhr erfolgt durch den Sprecher folgende Information über ein Gewinnspiel:  
*„Auch ein Gewinnspiel machte das Fest zu einem spannenden Tag. So konnte man ein Monat gratis Parken gewinnen. Wer nicht gezogen wurde, der durfte sich zumindest über eine neue Serviceleistung, die im Zuge der CCA Parkhaussanierungen im Herbst startete, freuen. CCA Besucherinnen und Besucher parken ab nun zwei Stunden gratis.“* Während dieser Aussage werden u.a. folgende zwei Bilder, um ca. 18:27:43 Uhr und um ca. 18:27:45 Uhr, eingeblendet:





Der Beitrag endet um ca. 18:30:27 Uhr mit der Einblendung „Mit freundlicher Unterstützung von: citycenter Amstetten“ und der Ansage: „Damit ist das City Center Amstetten startklar für ein neues und frisches Shopperlebnis“.



**Mit freundlicher  
Unterstützung von:**



Unmittelbar danach folgt die Anmoderation eines Beitrags über den Tag der offenen Tür bei der FF Amstetten.

**Spruchpunkt 1. d) und e) Sportsendung ab ca. 18:52:33 Uhr**

Ab ca. 18:52:33 Uhr beginnt nach einem Sponsorhinweis zugunsten von „Intersport Winner“ die Sportsendung mit einer countdown-ähnlichen Einblendung und der darauf folgenden Begrüßung durch den Moderator Günter Berger: „*Herzlich willkommen beim Sport auf M4TV*“.



Von ca. 18:52:45 Uhr bis ca. 18:55:04 Uhr ist während der gesamten Moderation unter dem Monitor groß der Schriftzug „Intersport Winner“ eingeblendet.



Am Ende der ausgewerteten Sendestunde wird ab ca. 18:55:05 Uhr ein Fußballbeitrag ausgestrahlt. Rechts oben in der Ecke wird während es gesamten Beitrages der Hinweis „unterstützt durch Produktplatzierung“ eingeblendet.



Ab ca. 18:58:14 Uhr folgen Interviews, bei denen im Hintergrund eine Logowand zu sehen ist.



### 3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Zulassung ergeben sich aus dem zitierten Zulassungsbescheid der KommAustria vom 07.09.2010, KOA 4.414/10-001.

Die Feststellungen zum Inhalt der am 22.09.2016 von 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen im Fernsehprogramm „M4TV“ ergeben sich aus den von der Wirth GmbH vorgelegten Aufzeichnungen des Programms und deren Stellungnahme 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 und Mediendiensteanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen. Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung war betreffend die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß §§ 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der Wirth GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

Die KommAustria geht auch unter Berücksichtigung der Stellungnahme der Wirth GmbH vom Vorliegen folgender Verletzungen aus:

#### 4.2. Spruchpunkt 1. a) Unzulässige Produktplatzierungen im Beitrag über „Blumen Korner“ von ca. 18:21:55 Uhr bis ca. 18:26:11 Uhr (§ 38 Abs. 1 AMD-G)

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Begriffsbestimmungen**

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

27. *Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind; [...].*

§ 38 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Produktplatzierung**

**§ 38.** (1) *Produktplatzierung 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.*

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

*1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.*

*2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.*

*3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.*

*4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern. [...].“*

Gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G ist Produktplatzierung vorbehaltlich der Abs. 2 und 3 unzulässig.

Die KommAustria geht davon aus, dass auf Grund der Einblendung des Produktplatzierungshinweises während des Beitrages zu „Blumen Korner“ Produktplatzierungen stattgefunden haben. Insbesondere bei den Einblendungen „Blumen Korner“, „Gabor“ und „TIZIANO Design & Emotions“ handelt es sich um einen den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 2 Z 27 AMD-G erfüllenden Sachverhalt, im Sinne einer Einbeziehung von Produkten in eine Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung, damit diese innerhalb der Sendung erscheinen. Nach Auffassung der KommAustria soll durch diese Darstellung mittelbar der Absatz der entsprechenden Produkte gefördert werden (vgl. die Definition der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation in § 2 Z 2 AMD-G).

Ob eine Erwähnung oder Darstellung „gegen Entgelt“ in diesem Sinne vorliegt, ist an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Entscheidend ist nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc. außerhalb einer Werbesendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicher Weise gegen Entgelt erfolgt (zum objektiven Maßstab und dem „werbewirksamen“ Zurschaustellen einer Marke in einer Sendung als Produktplatzierung vgl. u.a. VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153, bzw. 08.10.2010, 2006/04/0089). Insofern geht die KommAustria unter Berücksichtigung eines objektiven Maßstabes davon aus, dass es sich bei den gegenständlichen Einblendungen jeweils um solche handelt, für die üblicherweise ein Entgelt geleistet wird. Dies vor dem Hintergrund der bildfüllenden Einblendung („Blumen Korner“) sowie der Platzierung der Produkte bzw. Logos (Schuhe „Gabor“, Aufsteller von „TIZIANO Designs & Emotions“). Die Wirth GmbH hat in ihrer Stellungnahme vom 31.10.2016 dargelegt, dass sie von einer „Patronanz“ ausgehe. Unbeschadet der Bezeichnung ist nach Auffassung der KommAustria auch hier jedenfalls eine Entgeltleistung Grundlage der vertraglichen Beziehung; dies deckt sich auch mit der Einblendung „mit freundlicher Unterstützung von Blumen Korner“ am Ende des Beitrages, die auf eine Entgeltlichkeit schließen lässt. Aus diesem Grund scheidet auch eine Qualifizierung der platzierten Produkte als „Produktionshilfe“ im Sinne einer unentgeltlichen Bereitstellung nach § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G aus.

Die KommAustria geht weiters davon aus, dass es sich bei der oben dargestellten Sendung „Mostviertel Fernsehen“ um keine Sendung handelt, die nach § 38 Abs. 3 AMD-G von der Ausnahme vom grundsätzlichen Verbot von Produktplatzierung gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G für bestimmte Sendungen erfasst sein könnte. Bei der Sendung „Mostviertel Fernsehen“ handelt es sich weder um einen Kinofilm, einen Fernsehfilm, eine Fernsehserie noch eine Sportsendung. Auch eine Subsumtion unter den letzten Ausnahmetatbestand der „Sendungen der leichten Unterhaltung“ scheidet aus: Sendungen der leichten Unterhaltung gemäß § 38 Abs. 3 AMD-G zeichnen sich grundsätzlich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. „Leichte Unterhaltungssendungen“ sind beispielsweise Musikunterhaltungssendungen, Shows oder Comedy-Sendungen (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>3</sup>, 519).

Bei der Sendung „Mostviertel Fernsehen“ handelt es sich demgegenüber um ein Magazin, das sich aus Beiträgen zusammensetzt, die ihren Schwerpunkt auf einen informativen Charakter legen. In sämtlichen Beiträgen werden themenspezifische Informationen über ausgewählte Ereignisse und Inhalte vermittelt. Bereits aus den Beitragstiteln lässt sich der Informationsanspruch der Sendung ableiten (z.B.: „Neubaueröffnung im Landeskrankenhaus Amstetten“, „Hilfswerk Niederösterreich“, „Spatenstich für den Neubau und Umbau der Volksschule und des Kindergartens in Allersdorf“, „Da und Dort – Stadt Waidhofen an der Ybbs informiert“). Dabei schadet es auch nicht, wenn einzelne Beiträge – z.B. „Herbstzauber bei Blumen Korner“ oder „Benefizkonzert - Octopus Live im kem.A[r]T“ – vielleicht auch unterhaltende Elemente beinhalten, da auch bei diesen Beiträgen die Information im Vordergrund steht. Die Sendung „Mostviertel Fernsehen“ ist daher aufgrund ihrer Schwerpunktsetzung dem Genre der Informationssendungen zuzuordnen und daher nicht von der Ausnahme des Verbots der Produktplatzierung im Sinne des § 38 Abs. 3 AMD-G privilegiert. Produktplatzierungen sind demnach gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G unzulässig.

Die Ausführungen der Wirth GmbH in ihrer Stellungnahme, dass nur die Örtlichkeit gezeigt werde und die gezeigten Artikel nur Bestandteil der Darstellung seien, gehen an der gegenständlichen Problematik vorbei: Im Lichte des objektiven Maßstabes (vergleichbare Einblendungen von Marken bzw. Logos erfolgen üblicherweise gegen Entgelt) und aufgrund des Umstandes, dass es sich hier um keine Sendung der leichten Unterhaltung handelt, ist eine wie auch immer geartete, gegen Entgelt erfolgende Einbeziehung von Produkten im Sinne des Tatbestands der Produktplatzierungen gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G unzulässig.

Daher war bei der am 22.09.2016 von ca. 18:02:51 Uhr bis ca. 18:52:33 Uhr ausgestrahlten Sendung „Mostviertel Fernsehen“ eine Verletzung der Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G im Rahmen des Beitrages über „Blumen Korner“ festzustellen, wonach Produktplatzierungen in Sendungen, die nicht den Ausnahmeregelungen des § 38 Abs. 2 und Abs. 3 AMD-G unterliegen, unzulässig sind.

#### **4.3. Spruchpunkt 1. b) und c) Fehlende Trennung und mangelnde Erkennbarkeit des werblich gestalteten Beitrages über „CCA“ samt der Anmoderation von ca. 18:26:12 Uhr bis ca. 18:30:28 Uhr (§ 43 Abs. 1 und 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. 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. Spruchpunkt 1. b) Verletzung des § 43 Abs. 2 AMD-G

Bei dem am 22.09.2016 ab ca. 18:26:29 Uhr ausgestrahlten Beitrag über das Eröffnungsfest im CCA handelt es sich nach Auffassung der KommAustria um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G, wobei auch jener Teil, der als Einleitungsmoderation des Beitrags über das „City Center Amstetten – CCA“ gesendet wurde, als Werbung anzusehen ist:

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). Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten dabei qualitativ-wertende 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.

Diese Elemente liegen hier vor: Die Vorteile des Produkt- und Leistungsangebots des CCA werden wie folgt dargestellt: Es erfolgen lange und bildschirmfüllende Einblendungen der Logos „Zillertaler Trachtenwelt“ und des Verkaufsräumes von „Reisen & Co“, des Warensortiments von „Most & Kost“ sowie weiters Hinweise auf die gratis Parkdauer von

zwei Stunden. Hinzu treten die qualitativ wertenden Aussagen: *„Und das Reisebüro Kerschner mit „Reisen&Co“ ist ins dritte Obergeschoss übersiedelt und die haben einen wunderschönen, zeitgemäßen Kundenbetreuungs-Beratungsraum, wo sich die Kunden schon bei der Buchung der Reise fast wie im Urlaub fühlen“* sowie *„Damit ist das City Center Amstetten startklar für ein neues und frisches Shopperlebnis“*. Vor dem Hintergrund der dargestellten Judikatur geht die KommAustria davon aus, dass diese qualitativ-wertende Darstellung der Vorteile des Produkt- und Leistungsangebots des CCA, insbesondere abgerundet auch durch die Aussagen des Sprechers, jedenfalls dazu geeignet ist, Zuseher dazu zu veranlassen, einen Besuch im CCA in Erwägung zu ziehen, die angepriesenen Shops zu besuchen und insoweit den (entgeltlichen) Absatz der Waren bzw. die Erbringung der (entgeltlichen) Dienstleistungen zu fördern. Den Ausführungen der Wirth GmbH in ihrer Stellungnahme, dass nur die Örtlichkeit gezeigt werde und die gezeigten Artikel nur Bestandteil der Darstellung seien, ist insoweit schon auf faktischer Ebene entgegenzuhalten, dass die Vorteile des Produkt- und Leistungsangebots des CCA, wie oben ausgeführt, werblich herausgestellt werden.

Die KommAustria geht zudem vom Vorliegen der Entgeltlichkeit der gegenständlichen Darstellung aus. Diese Auffassung wird insbesondere durch den Umstand gestützt, dass das „citycenter Amstetten“ am Ende des Beitrages als „Unterstützer“ erwähnt wird. Im Übrigen 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 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 zum Eröffnungsfest des CCA um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

Nichts anderes kann für die Anmoderation gelten. Nach Auffassung der KommAustria verfolgt nämlich die Moderation mit den einleitenden Worten das Ziel, die Aufmerksamkeit der Zuseher auf den nachfolgenden – als Werbung anzusehenden – Beitrag zu lenken, indem die Inhalte der Werbesendung angekündigt werden und der Zuseher zum Ansehen derselben animiert wird (*„Viel mehr Shops war das Motto beim großen Eröffnungsfest im City Center Amstetten. Neu hinzugekommen ist der Landhaus- und Trachtenmodestore Zillertaler Trachtenwelt sowie der Shop Mostland und Reisen & Co. Wir haben uns unter die vielen Gäste der Eröffnungsfeier gemischt.“*). Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass die Anmoderation und der darauf folgende Beitrag im vorliegenden Fall vom durchschnittlichen Zuseher als inhaltlich zusammengehörend wahrgenommen werden. Es kann insofern von einem offenkundigen Kausalzusammenhang zwischen der Werbung und der vorangehenden Anmoderation der Werbung ausgegangen werden. Ohne die Schaltung des Werbespots fände auch keine Anmoderation der Werbung in der besagten Weise statt. Damit ist aber die der Werbung zu Grunde liegende entgeltliche Vereinbarung nicht isoliert in Bezug auf den Werbespot zu betrachten, sondern umfasst die Entgeltlichkeit bei objektiver Betrachtungsweise auch alle unmittelbar kausal zusammenhängenden Elemente, die den dem Werbespot immanenten Absatzförderungsziel unterstützen. Nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab ist davon auszugehen, dass für eine derartige Anmoderation eines Beitrages von dem beworbenen Unternehmen im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird bzw. auch die Anmoderation einen Teil des bezahlten werblichen Beitrages darstellt. Die KommAustria geht somit davon aus, dass

es sich auch bei den einleitenden Worten der Moderatorin zum Beitrag über das CCA um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt (vgl. dazu auch KommAustria 15.04.2016, KOA 1.965/16-010).

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, akustische oder räumliche 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, akustische oder räumliche Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (BKS 23.06.2006, GZ 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck von § 43 Abs. 2 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

In der Sendung „Mostviertel Fernsehen“ werden ab ca. 18:02:51 Uhr verschiedene redaktionelle Beiträge gesendet. Mit der Anmoderation um ca. 18:26:12 Uhr beginnt um ca. 18:26:29 Uhr der Beitrag zum Eröffnungsfest des CCA. Am Ende des Beitrages erfolgt die Einblendung „Mit freundlicher Unterstützung von citycenter Amstetten“ und unmittelbar darauf die Anmoderation des Beitrags zum Tag der offenen Tür der FF Amstetten. Es fehlt somit sowohl vor der Anmoderation, bei der es sich aus oben genannten Gründen bereits um Werbung handelt, als auch am Ende des Beitrages zum CCA ein Trennmittel jeglicher Art, das diese Werbung von anderen Sendungs- und Programmteilen trennt.

Daher war insoweit hinsichtlich der Unterlassung der Trennung am Anfang und am Ende des werblich gestalteten Beitrags jeweils eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

#### 4.3.2. Spruchpunkt 1. c) Verletzung des § 43 Abs. 1 AMD-G

Fernsehwerbung und Teleshopping müssen gemäß § 43 Abs. 1 AMD-G auch leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.

Wie bereits ausgeführt handelt es sich nach Auffassung der KommAustria bei der Einleitungsmoderation des Beitrags über das CCA um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G.

Nach Auffassung der KommAustria ist wegen der Aufmachung der Anmoderation des gegenständlichen Beitrages – die ident zur Anmoderation von redaktionellen Beiträgen gestaltet ist – unklar, ob es sich nachfolgend um redaktionelles Programm handelt; tatsächlich verfolgen die einleitenden Worte der Moderatorin jedoch keinen redaktionellen Zweck, sondern sollen auf die nachfolgende Werbesendung aufmerksam machen. 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 und den darauf folgenden werblich gestalteten Beitrag über das CCA somit nicht Rechnung getragen, fehlt es doch aufgrund der Einbettung des Beitrages in die Sendung und die sich von der Anmoderation anderer Beiträge nicht unterscheidende Präsentation an der leichten Erkennbarkeit und damit Unterscheidbarkeit von den anderen Teilen des redaktionellen Programms.

Daher war eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G festzustellen.

#### 4.4. Spruchpunkt 1. d) und e) Produktplatzierungen in der Sportsendung ab ca. 18:52:33 Uhr (§ 38 Abs. 4 AMD G)

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Begriffsbestimmungen**

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

27. *Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind; [...].“*

§ 38 AMD-G lautet auszugsweise:

##### **„Produktplatzierung**

**§ 38.** (1) *Produktplatzierung 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.*

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

1. *Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.*

2. *Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.*

3. *Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.*

4. *Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern. [...].“*

Gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G ist Produktplatzierung vorbehaltlich der Abs. 2 und 3 unzulässig.

§ 38 Abs. 3 AMD-G normiert eine Ausnahme vom Verbot der Produktplatzierung für Sportsendungen, welche in diesem Fall vorliegt. Produktplatzierungen sind daher zulässig, müssen jedoch den weiteren Anforderungen des § 38 AMD-G entsprechen.

Die KommAustria geht im Zweifel davon aus, dass es sich bei dem ab ca. 18:52:33 Uhr gesendeten Sport um eine eigene Sendung handelt. Dies deshalb, weil diese von einem anderen Moderator moderiert wird, der die Zuseher mit den Worten „Herzlich willkommen beim Sport auf M4TV“ begrüßt. Weiters ist das Studiodesign ein anderes als das der Anmoderationen für die vorherigen Beiträge.

4.4.1. Spruchpunkt 1. d) Zu starke Herausstellung des betreffenden Produkts (§ 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G)

Gemäß § 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G dürfen Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

Grundsätzlich findet bei der Produktplatzierung im Rahmen von Fernsehsendungen eine bloße Zurschaustellung des Produkts durch Einbeziehung oder Bezugnahme darauf in der Sendung statt.

Bei der Integration des Schriftzugs „Intersport Winninger“ in einem eigenen kleinen Bildschirm im Rahmen der Studioeinrichtung handelt es sich unzweifelhaft um eine Einbeziehung einer Marke im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G, die „innerhalb der Sendung“ erscheint. Sie ist – unbeschadet der technischen Umsetzung – insoweit nicht anders zu behandeln, als jede andere „physische“ Integration von Marken, Logos etc. in eine Sendung, etwa in Form von Stickern, Aufnähern, Schildern etc. Auch an der Entgeltlichkeit der Integration besteht kein Zweifel: Neben dem bereits oben dargestellten objektiven Maßstab, der zur Anwendung gelangt, hat auch die Wirth GmbH in ihrer Stellungnahme darauf verwiesen, dass das betreffende Unternehmen eine jährliche „Patronanz“ des Studios leistet. Es liegt somit jedenfalls eine entgeltliche Leistungs-Gegenleistungsbeziehung vor. Aus der Aussage in der Stellungnahme der Wirth GmbH, dass die „Patronanz“ von „Intersport Winninger“ in keiner Sendung erwähnt werde, ist insoweit nichts zu gewinnen, als der „Intersport Winninger“-Schriftzug von ca. 18:52:45 Uhr bis ca. 18:55:04 Uhr groß unter dem Monitor eingeblendet wird.

Ein „zu starkes Herausstellen“ von Produkten iSd § 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G kann durch unterschiedliche Merkmale bedingt sein. Zum einen ist nach den Materialien zur vergleichbaren Bestimmung im ORF-Gesetz (vgl. die Erl. zur RV 611 BlgNR, 24. GP) davon auszugehen, dass durch ein wiederholtes Auftreten der betreffenden Marken ein entsprechendes „zu starkes“ Herausstellen verwirklicht werden kann. Zum anderen können auch die Dauer der Einblendung und die Größe derselben als Abgrenzungskriterien beachtlich sein (vgl. BKS 20.11.2010, 611.941/0003-BKS/2010).

Als weiteres Merkmal kann zudem auf die „Art und Weise“ der Hervorhebung abgestellt werden. Unter diesem Kriterium ist die Form der Einbettung der Produktplatzierung in den sonstigen Handlungsablauf der Sendung zu verstehen und insoweit vor allem die Frage einer dramaturgischen oder redaktionellen Rechtfertigung zu beantworten. Dabei soll auch der Inhalt der Programme berücksichtigt werden, in denen die Produktplatzierung enthalten ist (vgl. VwGH 28.02.2014, GZ 2012/03/0019).

Die KommAustria erachtet vorliegend das Ausmaß der vorgenommenen Einblendung des „Intersport Winninger“-Schriftzuges als zu starke Herausstellung des Logos bzw. der Marke des betreffenden Unternehmens. Dies im Hinblick darauf, dass der gegenständliche Schriftzug für die gesamte Dauer der Moderation über plakativ unter dem Monitor, der zur Information neben der Moderation dient, eingeblendet ist, was nicht als unbedeutend bezeichnet werden kann. Die dauerhafte Einblendung erfolgt völlig losgelöst von der redaktionellen Handlung der Sportmoderation und dient nur dem Zweck der größtmöglichen Präsenz des Firmen- bzw. Markenlogos. Eine wie auch immer geartete dramaturgische oder redaktionelle Rechtfertigung ist nicht erkennbar.

Durch die dargestellte Einblendung des Schriftzuges „Intersport Winninger“ wurde demnach gegen § 38 Abs. 4 Z 3 AMD-G verstoßen, wonach Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen dürfen.

#### 4.4.2. Spruchpunkt 1. e) Fehlende Kennzeichnung der Produktplatzierung (§ 38 Abs. 2 iVm Abs. 4 Z 4 AMD-G)

Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, sind gemäß § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G zu Sendungsbeginn und Sendungsende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig mit einem Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zusehers zu verhindern.

Die KommAustria geht – neben der unter 4.4.1. abgehandelten Einbindung von „Intersport WInniger“ – davon aus, dass in der Sportsendung (zulässigerweise) Produktplatzierung stattgefunden hat; insbesondere ist bei der Einblendung der Logowand von einem den Tatbestand der Produktplatzierung nach § 2 Z 27 AMD-G erfüllenden Sachverhalt auszugehen (Einbeziehung von Produkten/Marken/Logos in eine Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung, damit diese innerhalb der Sendung erscheinen). Auch der VwGH hat eine vergleichbare Konstellation (Logowand) als dem Tatbestand der Produktplatzierung unterfallend beurteilt (VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019). Dies deckt sich mit dem während des Fußballbeitrages eingeblendeten Produktplatzierungshinweis.

Eine Kennzeichnung, dass die Sendung Produktplatzierungen enthält, fand jedoch am Anfang der Sendung nicht statt.

Durch die fehlende Kennzeichnung am Anfang der Sendung liegt demnach eine Verletzung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G vor.

#### **4.5. Veröffentlichung**

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung (Spruchpunkt 2.a)) 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 des öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, ZI. 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 festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitrahmen erfolgten.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (Spruchpunkt 2.b)).

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 4.414/17-001“, 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 29. März 2017

**Kommunikationsbehörde Austria**

Mag. Michael Truppe  
(Mitglied)

Zustellverfügung:

1. Wirth GmbH, Kubastastraße 5, 3300 Amstetten, per **RSb**