

# 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. 86/2015, in Verbindung mit den §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass der ORF am 30.11.2013 im Fernsehprogramm ORF eins
  - A. während der von ca. 20:03 Uhr bis ca. 21:37 Uhr ausgestrahlten Sendung „FIS Weltcup Abfahrt der Herren Lake Louise“ von ca. 21:17:20 Uhr bis ca. 21:17:54 Uhr einen Sponsorhinweis zugunsten von „Audi“ ausgestrahlt und dadurch § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G idF BGBl. I Nr. 169/2013 verletzt hat, wonach Sponsorhinweise während einer Sendung unzulässig sind;
  - B. in der Stunde von 21:00:00 bis 21:59:59 Uhr Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von 12 Minuten und 55 Sekunden ausgestrahlt und dadurch § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G idF BGBl. I Nr. 169/2013 verletzt hat, wonach innerhalb einer vollen Stunde der Anteil der Fernsehwerbung 20 vH nicht überschreiten darf.
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 Werktag (Montag bis Samstag) im Fernsehprogramm ORF eins zwischen 20:00 Uhr und 22:00 Uhr 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 30. November 2013 die FIS Weltcup Abfahrt der Herren in Lake Louise übertragen. Während der Sendung wurde ein Sponsorhinweis zugunsten von „Audi“ ausgestrahlt. Dadurch hat der ORF gegen das gesetzliche Verbot verstoßen, wonach Sponsorhinweise während einer Sendung unzulässig sind.*

*Weiters wurden am 30. November 2013 zwischen 21:00 Uhr und 22:00 Uhr Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von 12 Minuten und 55 Sekunden ausgestrahlt. Dadurch wurde die gesetzlich festgelegte Werbezeitbeschränkung von 12 Minuten pro Stunde überschritten.“*

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 gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes, BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 86/2015, („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk (ORF) und seine Tochtergesellschaften, wurde u.a. das am 30.11.2013 ausgestrahlte Fernsehprogramm ORF eins ausgewertet.

Aufgrund der Vermutung von Verletzungen von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G wurde der ORF mit Schreiben vom 23.12.2013, KOA 3.500/13-039, zur Stellungnahme aufgefordert. Mit Schreiben vom 10.01.2014 nahm der ORF zu den Ergebnissen der Auswertung durch die KommAustria Stellung.

Mit Schreiben vom 20.01.2014, KOA 3.500/14-002, leitete die KommAustria aufgrund des trotz der Stellungnahme weiter bestehenden begründeten Verdachts der Verletzung von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen ein. Dabei wurde dem ORF die Möglichkeit zur Stellungnahme zum Sachverhalt und zur rechtlichen Würdigung binnen zwei Wochen eingeräumt.

Mit Schreiben vom 06.02.2014 nahm der ORF zur Verfahrenseinleitung Stellung.

Am 04.03.2014 fand im Beisein der Vertreter des ORF (Generaldirektors) eine mündliche Verhandlung in der Sache statt, im Zuge derer Herr Martin Begusch (Ablaufregisseur in Lake Louise) sowie Herr Mag. Martin Szerencsi (Jurist in der Kaufmännischen Direktion des ORF, Abt. K2) als Zeugen einvernommen wurden.

Mit Schreiben vom 06.03.2014, KOA 3.500/14-012, wurde dem ORF die Niederschrift der mündlichen Verhandlung samt Tonbandprotokoll zur allfälligen Stellungnahme übermittelt. Es langte keine weitere Stellungnahme des ORF mehr ein.

### **2. Sachverhalt**

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

## **A) Sendung „FIS Weltcup Abfahrt der Herren Lake Louise“ von ca. 20:03 bis ca. 21:37 Uhr**

Am 30.11.2013 wurde von ca. 20:03 Uhr bis ca. 21:37 Uhr die Sendung „FIS Weltcup Abfahrt der Herren Lake Louise“ ausgestrahlt.

Die Sendung hatte folgenden Ablauf:

ca. 20:03 bis ca. 20:32 Uhr	Sendungsteil „Ski Alpin – Rennen“ mit der Übertragung der Läufer 1 - 15
ca. 20:32 bis ca. 20:33 Uhr	Werbung
ca. 20:33 bis ca. 20:49 Uhr	Sendungsteil „Ski Alpin – Live“ mit Interviews und der Live-Übertragung der Läufer 16 - 22
ca. 20:49 bis ca. 20:50 Uhr	Werbung
ca. 20:50 bis ca. 21:05 Uhr	Sendungsteil „Ski Alpin – Live“ mit Interviews und der Live-Übertragung der Läufer 23 - 30
ca. 21:05 bis ca. 21:06 Uhr	Werbung
ca. 21:06 bis ca. 21:19 Uhr	Sendungsteil „Ski Alpin – Live“ mit Interviews und der Live-Übertragung der Läufer 31 - 37
ca. 21:19 bis ca. 21:25 Uhr	Programmhinweise, Werbung
ca. 21:25 bis ca. 21:37 Uhr	Sendungsteil „Ski Alpin – Analyse“ mit einer Zusammenfassung des Rennverlaufes sowie Interviews und einer Live-Schaltung nach Beaver Creek und einem Gewinnspiel

Nach Ende der Sendung um ca. 21:37 Uhr folgten Programmhinweise und Werbung.

### **i) Sponsorhinweise für Audi**

Von ca. 21:17:20 Uhr bis ca. 21:17:54 Uhr wurde im Sendungsteil „Ski Alpin – Live“ der Zwischenstand der Abfahrt der Herren eingeblendet. Die Zeilen der Grafik wurden von der linken Bildschirmseite auf ihre Position geschoben. Zuerst folgte die Überschriftszeile, die das Logo der FIS, den Austragungsort und auf der rechten Seite das Logo von Audi enthält. Danach wurden die weiteren Informationszeilen und die Platzierungen und Zeiten der ersten zehn Läufer eingeblendet. Rechts unterhalb der Grafik wurde der Verweis auf die Webseite [sport.ORF.at](http://sport.ORF.at) eingeblendet.

ZWISCHENSTAND		ZEIT	
1.	Dominik PARIS	ITA	01:49,90
2.	Klaus KRÖLL	AUT	+0,03
3.	Adrien THEAUX	FRA	+0,11
4.	Aksel LUND SVINDAL	NOR	+0,23
5.	Johan CLAREY	FRA	+0,74
6.	Georg STREITBERGER	AUT	+1,03
7.	Werner HEEL	ITA	+1,04
8.	Erik GUAY	CAN	+1,08
9.	Max FRANZ	AUT	+1,10
10.	Carlo JANKA	SUI	+1,24

Abbildung 1: Screenshot der Grafik vom 30.11.2013, ca. 21:17:20 Uhr

Im Abspann der Sendung erfolgte von ca. 21:37:41 Uhr bis ca. 21:37:48 Uhr u.a. die Einblendung „In Kooperation mit Audi“.

## ii) Hintergrund des Sponsorhinweises für Audi ab ca. 21:17:20 Uhr

Grundlage der Übertragung der gegenständlichen FIS Weltcup Abfahrt der Herren in Lake Louise ist ein Lizenzvertrag des ORF mit der Agentur Infront. Dieser Vertrag räumt dem ORF Rechte an dem in Frage stehenden Event ein. Der Vertrag regelt auch, in welchem Umfang bzw. wie der ORF Zugang zum sogenannten internationalen Host-Broadcasting-Signal hat.

Der ORF übernimmt für die Ausstrahlung grundsätzlich das vom Host-Broadcaster vor Ort produzierte Signal. Hinsichtlich der Möglichkeiten der Bearbeitung bestehen einerseits gesetzliche Schranken nach dem Urheberrecht. Auch vertraglich ist nur eine sehr eingeschränkte Änderung möglich. Dies betrifft etwa die Einblendung des Senderlogos (der Senderkennung) im Rahmen des Cornerlogos, die Möglichkeit einen Kommentar einzufügen, sowie auch eigene Grafiken einzublenden bzw. sonstige Informationen in das Signal hinzuzufügen. Ansonsten ist eine Veränderung des Signals grundsätzlich nicht möglich.

Das internationale Host-Broadcasting-Signal beinhaltet bereits alle grafischen Informationen, die üblicherweise bei derartigen Veranstaltungen verwendet werden. Seitens der FIS wird für die jeweiligen Veranstaltungen eine Art „Host-Production-Manual“ herausgegeben. Dies ist als Anweisung zu verstehen, wie der jeweilige Host-Broadcaster die entsprechende Produktion des Host-Broadcasting-Signals zu gestalten hat. Darin finden sich beispielsweise Anweisungen dahingehend, dass vor Beginn des Rennens ein schönes Panoramabild etc. einzublenden ist, das dann mit der entsprechenden Grafik und Informationen ergänzt wird, etwa hinsichtlich des Wetters, hinsichtlich der Startaufstellung, etc. Diese Grafiken werden dann dem internationalen Signal hinzugefügt. Zum Teil gibt es vorgegebene Zeiten, zu denen diese Einblendungen stattzufinden haben; dies ist entsprechend auch festgelegt. Die Grafiken dürfen nach dem Vertrag, der der vorliegenden Veranstaltung zugrunde liegt, vom ORF grundsätzlich nicht verändert oder gelöscht werden.

Diese im internationalen Host-Broadcasting-Signal enthaltenen Grafiken sind englischsprachig gestaltet und beinhalten neben dem FIS-Logo ein Firmenlogo von Audi:



Abbildung 2: Beispiel-Screenshot einer im internationalen Sendesignal enthaltenen Grafik vom 07.12.2013, ca. 18:52 Uhr

Die genannten Grafiken werden von der Firma SWISS TIMING generiert. Diese ist im Rahmen der Erstellung des Host-Broadcasting-Signals dafür zuständig, die entsprechenden Grafikeinblendungen, einschließlich Firmenlogos durchzuführen, und dem internationalen Sendesignal beizufügen. Die Vermarktung dieser im internationalen Sendesignal beigefügten Logos erfolgt durch die FIS. Der ORF hat hierauf keinen Einfluss.

Neben diesen bereits im internationalen Host-Broadcasting-Signal enthaltenen Grafiken kommen auch vom ORF selbst gestaltete Grafiken zur Ausstrahlung. Darunter fällt die verfahrensgegenständliche Einblendung am 30.11.2013 ab ca. 21:17:20. Diese Einblendung wurde von der Regie in Wien eingespielt. Der grundsätzliche Ablauf gestaltet sich derart, dass im Rahmen des Host-Broadcasting-Signals Ergebnistafeln bzw. Zwischenstände grundsätzlich nach dem 15., 22. und 30. Läufer zur Verfügung gestellt werden. Nach diesem Zeitpunkt wird die Übertragung grundsätzlich zu Ende gespielt, wobei der ORF ab dem Läufer 50 zum Beispiel aus der Übertragung aussteigt. Zu diesem Zeitpunkt kann es möglich sein, dass noch eine eigene Grafik seitens des ORF produziert und eingeblendet wird. Dies entspricht dem Ergebnis der verfahrensgegenständlichen Einblendung ab ca. 21:17:20 Uhr. Hier wurde als Hintergrund eine Totale gewählt und eine entsprechende Grafik seitens der Wiener Bildregie eingeblendet.

Der Einblendung der verfahrensgegenständlichen ORF-eigenen Grafik liegt eine redaktionelle Entscheidung zu Grunde. Diese liegt darin begründet, dass zum fraglichen Zeitpunkt der ORF aus der Übertragung ausgestiegen ist und zu diesem Zeitpunkt keine Einblendung seitens des Host-Broadcasters vorgesehen war. Die Grundlage der Verwendung des verfahrensgegenständlichen Grafikinsets samt dem Audi-Logo besteht darin, dass dieses am Regieplatz in Wien dem Grunde nach vorproduziert wird, dort verfügbar ist, und dies auch in der Vergangenheit immer so gehandhabt wurde. Das Grafikinset samt Audi-Logo entspricht von der Aufmachung her dem FIS-Design, das ansonsten im Rahmen des internationalen Host-Broadcasting-Signals verwendet wird, bzw. ist es zumindest an dem FIS-Design angelehnt (vgl. oben die beispielhafte Abbildung 2). Dies führt dazu, dass es vom Zuseher erkannt wird und entsprechend in die Sendung passt.

Es gibt keine Verpflichtung vertraglicher Art, die den ORF dazu zwingen würde, die entsprechenden Zwischeninserts, die von ihm selbst eingeblendet werden, in der verfahrensgegenständlichen Form samt dem Audi-Logo durchzuführen. Es steht dem ORF daher auch frei, auf die Einblendung des Audi-Logos in der gegenständlichen Form zu

verzichten. Dies wurde nach Einleitung des gegenständlichen Verfahrens auch so gehandhabt.

## **B) Werbung und Sponsorhinweise zwischen 21:00:00 und 21:59:59 Uhr**

Von ca. 21:05:43 bis ca. 21:06:36 wurden 4 Werbespots (Österreich, Hartlauer, Rauch, Kitzbüheler Alpen Allstar Card) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:53 sind 3 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:03, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:50.

Von ca. 21:17:20 bis ca. 21:17:54 wurde 1 Sponsorhinweis (Audi - Grafiksponsor) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:34 (siehe hierzu auch schon oben bei A.i).

Von ca. 21:21:16 bis ca. 21:24:33 wurden 8 Werbespots (Kornspitz, Mr. Green, Schwarzkopf, Hartlauer, Erste Bank, SPAR, A1 Internet/TV, Lotterie Frohe Weihnachten) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:17 sind 7 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:07, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:10.

Von ca. 21:24:39 bis ca. 21:25:09 wurde 1 Werbespot (Wiener Städtische) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 21:37:41 bis ca. 21:37:48 wurde 1 Sponsorhinweis (Audi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07 (siehe hierzu auch schon oben bei A).

Von ca. 21:39:11 bis ca. 21:40:13 wurden 3 Werbespots (Billa, jollydays.at, Bipa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:00 sind 2 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:02, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:00.

Von ca. 21:48:04 bis ca. 21:54:40 wurden 18 Werbespots (syoss, H&M, Libro, Kinder Schokobons, Ö3 Greatest Christmas Hits CD, Yo, Plantur 21, Erste Bank, Rowenta Staubsauger, Ski Team Austria/A1, Raffaello, Lotterie Frohe Weihnachten, Mc Donald's, Audi, Sido CD, Ricola, Thalia, Pampers) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:06:36 sind 17 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:17, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:19.

Von ca. 21:54:46 bis ca. 21:55:11 wurde 1 Werbespot (Telering) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Die Gesamtdauer der in der Stunde von 21:00:00 bis 21:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:55.

## **3. Beweiswürdigung**

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

Die Feststellungen zum Hintergrund der Ausstrahlung des Sponsorhinweises für Audi ab ca. 21:17:20 Uhr (insb. Inhalt des Lizenzvertrags, Logos in Grafiken des internationalen Sendesignals, ORF-eigene Grafiken und Logos, etc.) stützen sich auf die Aussagen der Zeugen Begusch und Mag. Szerencsi in der mündlichen Verhandlung am 04.03.2014 und wurden vom ORF nicht bestritten.

Die Feststellung, dass die im internationalen Host-Broadcasting-Signal enthaltenen Grafiken englischsprachig gestaltet sind und neben dem FIS-Logo ein Firmenlogo von Audi beinhalten, stützt sich auf die exemplarische Einsichtnahme in Aufzeichnungen vom 07.12.2013, wobei diese dem ORF im gegen den gemäß § 9 Abs. 2 VStG bestellten verantwortlichen Beauftragten geführten Verwaltungsstrafverfahren (KOA 3.500/14-004) vorgehalten und nicht bestritten wurden.

Die Feststellungen zum zeitlichen Ausmaß der am 30.11.2013 von ca. 21:00:00 Uhr bis ca. 21:59:59 Uhr ausgestrahlten Werbung und Sponsorhinweise gründen sich auf die vorliegenden Sendungsaufzeichnungen. Gegenüber der ursprünglichen Verfahrenseinleitung wurde eine Nachkontrolle durchgeführt, die zu geringfügigen zeitlichen Anpassungen im Sekundenbereich zu Gunsten des ORF geführt haben. Zur Einrechnung des Sponsorhinweises für Audi von ca. 21:17:20 bis ca. 21:17:54 vgl. die untenstehende rechtliche Würdigung.

## **4. Rechtliche Beurteilung**

### **4.1. Zuständigkeit der Behörde und Rechtsgrundlagen**

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KOG obliegt der KommAustria die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften nach Maßgabe des ORF-G. Gemäß § 35 ORF-G obliegt der KommAustria als Regulierungsbehörde die Rechtsaufsicht über den ORF.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria u.a. die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen und (in der zum Zeitpunkt der Auswertung geltenden Fassung des § 2 Abs. 1 Z 7 KOG durch BGBl. I Nr. 84/2013) binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, jene Ergebnisse, bei denen sie eine Verletzung der genannten Bestimmungen vermutet, dem ORF zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln. Unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme hat die KommAustria bei begründetem Verdacht die Verletzung von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Im vorliegenden Fall war die Stellungnahme des ORF vom 10.01.2014 nicht geeignet, die Bedenken der KommAustria hinsichtlich der vermuteten Verstöße auszuräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35, 36 und 37 ORF-G einzuleiten war.

Die Entscheidung der KommAustria besteht gemäß § 37 Abs. 1 ORF-G in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.

### **4.2. Unzulässiger Sponsorhinweis zugunsten von Audi ab ca. 21:17:20 Uhr (Spruchpunkt I.1.A)**

Die KommAustria hat sowohl in ihrer Aufforderung zur Stellungnahme vom 23.12.2013, als auch im Einleitungsschreiben zum Rechtsverletzungsverfahren vom 20.01.2014 die begründete Vermutung geäußert, dass es sich bei dem im Zuge der Einblendung der Zwischenstands-Grafik ab ca. 21:17:20 Uhr erfolgten Einbindung eines Firmenlogos von

Audi um einen Sponsorhinweis handelt, der entgegen § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G während der laufenden Sendung ausgestrahlt wurde.

Der ORF hielt dieser rechtlichen Einschätzung im Wesentlichen Folgendes entgegen:

Eingangs sei aufzuklären, dass die Nennung von Audi im Abspann der Sendung „FIS Weltcup Abfahrt der Herren Lake Louise“ auf einem Abwicklungsfehler beruhe: Geplant sei gewesen, ein sog. „De Luxe Sponsoring“, d.h. einen werblich gestalteten Sponsorhinweis von Audi in einem Werbeblock zwischen Sendungsteilen auszustrahlen. Der Hinweis im Abspann der Sendung „In Kooperation mit Audi“ hätte daher der Entscheidungspraxis der Regulierungsbehörden Genüge tun sollen, wonach zulässige werblich gestaltete Sponsorhinweise während Werbeunterbrechungen am Anfang oder am Ende der (unterbrochenen) Sendung iSd § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 1 ORF-G offenzulegen seien. Anders als geplant sei jedoch gar kein „De Luxe Sponsoring“-Spot, d.h. ein Spot mit einer entsprechenden Bezugnahme auf die gegenständliche Sendung, sondern ein „klassischer“ Werbespot von Audi angeliefert, ein diesbezüglicher Vertrag (zur Ausstrahlung eines klassischen Werbespots) abgeschlossen und der Spot auch ausgestrahlt worden (siehe Audi-Werbespot im Werbeblock vor dem 23. Läufer). Aufgrund eines Kommunikationsfehlers sei trotz fehlender Notwendigkeit irrtümlich eine Offenlegung im Abspann vorgenommen worden. Es sei festzuhalten, dass diese irrtümliche Offenlegung in keinerlei Zusammenhang mit den „Audi“-Logos bzw. -Nennungen auf den Zwischenstands-Grafiken stehe.

Weiters sei festzuhalten, dass die Gestaltung der Statistik-Grafiken seit Jahren von der Behörde unbeanstandeter Teil aller Ski-Übertragungen sei und zuletzt etwa auch im Rahmen des Verfahrens betreffend die Ski-WM in Garmisch (KommAustria 14.06.2011, KOA 3.500/11-012) die Einblendung von Audi nicht beanstandet worden sei.

Der ORF habe für die Nennung bzw. Einblendung von „Audi“ kein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten. Die Einblendung habe keinerlei kommerziellen Hintergrund, sondern laute die offizielle Bezeichnung des Bewerbs – wie auch schon in den Vorsaisons – „Audi FIS Ski World Cup“ mit folgendem Wort-Bild-Logo:



Daher läge kein Sponsorhinweis während einer Sendung vor, sondern stünden die Einblendungen im funktionalen Zusammenhang mit den sonst eingeblendeten Informationen. So wie es zulässig sei, den offiziellen Namen von Sportvereinen (wie z.B. Red Bull Salzburg) zu nennen, sei es zulässig, die offizielle Bewerbsbezeichnung zu verwenden, wenn sie Unternehmensnamen und/oder Logos beinhalten.

Es sei nicht nur redaktionell gerechtfertigt bzw. geboten, den offiziellen Bewerbsnamen zu verwenden, sondern könne der ORF auch aus wettbewerbsrechtlichen Gründen verpflichtet sein, von einer unlauteren Behinderung (iSd § 1 UWG) Abstand zu nehmen (unter Verweis auf OGH 18.11.2008, MR 2008, 377 f, im Hinblick auf das Entfernen von fremden Werbeaufschriften bei Sportlern). Das beharrliche Ignorieren des offiziellen Namens könnte in bestimmten Fällen daher bereits unlauter sein.

Im Hinblick auf die – nicht verfahrensgegenständlichen – englischsprachigen Inserts, habe der ORF im Übrigen ein internationales Sendesignal übernommen, dem bereits Logos beigefügt waren und sei der ORF zur Übernahme dieses Signals aufgrund des Lizenzvertrages berechtigt und verpflichtet gewesen. Auch diese Übernahme und die im Signal enthaltenen Einblendungen hätten keinen kommerziellen Hintergrund, da der ORF hierfür kein Entgelt und keine sonstige Gegenleistung erhalten hätte.



Das gegenständliche Verfahren sei eine Art von „Präzedenzfall“, da andere Verfahren eingeleitet worden seien, in denen Sach- und Rechtsfragen beantwortet werden müssten, die unmittelbar für das gegenständliche Verfahren relevant seien. Konkret gehe es um Verwaltungsstrafverfahren, in denen ohne weitere Differenzierung in mehr als 600 Fällen die Thematik „Logo-Grafikeinblendungen“ – insbesondere auch z.B. von Audi, wie im gegenständlichen Fall – aufgegriffen worden sei (KOA 3.500/14-004). Die Vorgehensweise, in „abgesonderten“ Rechtsverletzungsverfahren nach § 36 ORF-G einschlägige Sach- und Rechtsfragen zu „klären“, sei mit den Grundsätzen eines fairen Verfahrens nicht vereinbar. Die Übermittlung der von der Behörde verlangten Daten (Vorlage aller bezughabenden Vereinbarungen, insbesondere des Lizenzvertrages) sei vor dem Hintergrund der behördlichen Ausführungen insofern unzweckmäßig (und daher letztlich datenschutzrechtlich problematisch), als die Behörde damit die Frage der Entgeltlichkeit prüfen wolle, in dieser Frage aber bereits in ihrem Schreiben vom 20.01.2014 die Rechtsprechung des VwGH für einschlägig halte, wonach „es nicht auf die konkrete Vereinbarung ankomme, sondern darauf, ob nach dem Verkehrsgebrauch üblicherweise für die Darstellung ein Entgelt geleistet werde. Unabhängig davon, ob der ORF daher die verlangten Auskünfte erteile und/oder Unterlagen übermittle, würde die Behörde von der „objektiven“ Entgeltlichkeit ausgehen, obwohl keine Anhaltspunkte ersichtlich seien, die diese Feststellung stützten. Man habe betreffend „Logo-Grafikeinblendungen“ ausreichend dargetan, aus welchen Gründen vor dem Hintergrund der bisherigen Entscheidungspraxis und der seit Jahren kontrollierten – bzw. im Hinblick auf Timing-Partner der Veranstalter Jahrzehnten – unbeanstandete Praxis von der Gesetzeskonformität ausgegangen werden dürfe; dass eine derartige Sach- und Rechtslage auf das gegenständliche Verfahren und die gleichzeitig anhängigen Verwaltungsstrafverfahren keine Auswirkungen haben sollten, sei vor dem Hintergrund verfassungsgesetzlicher Vorgaben, insbesondere des Gleichheitssatzes gemäß Art. 7 B-VG nicht anzunehmen. Mit dem bloßen Hinweis auf BKS 11.09.2013, 611.009/0004-BKS/2013, könne die gegenteilige Ansicht der Behörde gerade nicht begründet werden.

Das Vorbringen, dass die inkriminierten Einblendungen im funktionalen Zusammenhang mit den sonst eingeblendeten Informationen stünden, sei durch die KommAustria im Schreiben vom 20.01.2014 nicht berücksichtigt worden, obwohl der dieses Kriterium enthaltende KommAustria-Bescheid vom 02.08.2013, KOA 3.500/13-020, durch BKS 11.09.2013, 611.009/0004-BKS/2013, bestätigt worden sei. Die Ausführungen der Behörde zum Vorbringen, dass der ORF z.B. auch aus wettbewerbsrechtlichen Gründen verpflichtet sein könne, von einer unlauteren „Behinderung“ (iSd UWG) Abstand zu nehmen, seien nicht nachvollziehbar. Einerseits spiele nämlich der von der Behörde zitierte § 78 UrhG und andererseits das Vorliegen oder Nichtvorliegen von vertraglichen Vereinbarungen bei der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung (im OGH-Fall Logoretusche vom 18.11.2008, MR 2008, 377 = ÖBI-LS 2009/91, uva) keine Rolle. Ebenso wenig ändere die faktische Nichtnennung von Audi im ORF-TV-Programm unter tv.ORF.at die wettbewerbsrechtliche Beurteilung.

Diese Argumentation vermag nach Auffassung der KommAustria das Vorliegen einer Rechtsverletzung nicht auszuräumen:

§ 1a ORF-G (jeweils in der zum Zeitpunkt der Verletzung anzuwendenden Fassung durch BGBl. I Nr. 169/2013) lautet auszugsweise:

### ***„Begriffsbestimmungen***

**§ 1a.** *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

*[...]*

*11. Sponsoring, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die*

Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.“

§ 17 ORF-G lautet auszugsweise:

### **„Sponsoring**

§ 17. (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. [...]
2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig.
3. [...]

Für die grundsätzliche rechtliche Einordnung der im Zuge von Grafik-Inserts eingeblendeten Firmenlogos als „Sponsorhinweise“ (und nicht etwa als Form der Produktplatzierung) genügt ein Hinweis auf VwGH 05.05.2014, 2013/03/0122: Es kommt demnach nicht darauf an, ob die Einblendung des Spielstandes oder der Spielzeit im Rahmen des im Fernsehen übertragenen Ereignisses vom Zuseher als in die Sendung integrierter Teil der Handlung wahrgenommen wird. *„Anders als bei der (allenfalls auch computeranimierten) Bandenwerbung, bei der bei einem Zuseher der Eindruck entsteht, das Produkt sei Teil der Handlung, lassen die beanstandeten Einblendungen einen ausreichenden Bezug zur gezeigten Handlung vermissen. Die belangte Behörde ist daher zu Recht davon ausgegangen, dass es sich bei den Einblendungen des Logos einer Tageszeitung („Grafik-Overlays“) während des Fußballspiels um keine Produktplatzierung gehandelt hat.“*

Auch vorliegend lässt das Grafik-Overlay mit dem Logo zugunsten von Audi einen Bezug zur Handlung der Ski-Übertragung vermissen, sodass von einem Sponsorhinweis auszugehen ist.

Der ORF bestreitet das Vorliegen eines Sponsorhinweises (bzw. überhaupt kommerzieller Kommunikation) im gegenständlichen Fall vor allem mit dem Fehlen eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung. Tatsächlich habe es sich nach den Zeugenaussagen im Zuge der mündlichen Verhandlung am 04.03.2014 um eine „redaktionelle Entscheidung“ gehandelt, das verfahrensgegenständliche ORF-eigene Grafik-Insert in Entsprechung der im internationalen Sendesignal enthaltenen FIS-Grafiken „nachzugestalten“ und insoweit auch das Audi-Logo zu integrieren. Eine Verpflichtung hierzu habe nicht bestanden.

Nach der ständigen Rechtsprechung des VwGH ist die Frage des Vorliegens kommerzieller Kommunikation hinsichtlich des Tatbestandsmerkmals, ob eine Erwähnung oder Darstellung im gegebenen Zusammenhang „gegen Entgelt“ erfolgt ist, an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. In VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, wurde dies wie folgt zusammengefasst: *„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. Anderenfalls stünde es im Belieben der Beteiligten, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc. außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren. Ein solcher Standpunkt liegt dem Gesetz aber nicht zu Grunde. Diese Überlegungen gelten in gleicher Weise für die Beantwortung der Frage, ob ein Entgelt oder eine Gegenleistung als Voraussetzung der Werbung [...] oder ein Beitrag zur Finanzierung als Voraussetzung der Patronanzsendung bzw. des Sponsoring [...] geleistet wurden. Auch im vorliegenden Fall ist daher von einem objektiven Maßstab auszugehen. Entscheidend ist demnach, ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Hinweises nach dem üblichen*

Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung [...] oder ein Beitrag zur Finanzierung [...] zu leisten wäre.“[Hervorhebung hinzugefügt].

Nach der jüngsten Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts (BVwG) ist zudem festzuhalten, dass die Anwendung des objektiven Maßstabes hinsichtlich des Beitrags zur Finanzierung nach der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes „grundsätzlich“ gilt und nicht nur in Fällen, in denen es Anhaltspunkte für einen möglichen Beitrag zur Finanzierung gibt (BVwG 18.09.2015, W194 2011411-1/6E).

Das Vorliegen des Tatbestandsmerkmals der objektiven Entgeltlichkeit ist im gegenständlichen Fall zu bejahen. Die Integration von Firmenlogos in Grafik-Overlays erfolgt nach dem Verkehrsgebrauch üblicherweise gegen Entgelt: So wurde im Zuge des Ermittlungsverfahrens festgestellt, dass die im internationalen Sendesignal enthaltenen Audi-Logos von der FIS vermarktet werden. Ebenso ist aus anderen Verfahren bekannt, dass der ORF selbst in vergleichbaren Fällen, beispielsweise im Rahmen von Fußball-Übertragungen, die Integration von Logos einer Tageszeitung in die Grafik-Overlays gegen Entgelt vorgenommen hat (vgl. VwGH 05.05.2014, 2013/03/0122; KOA 10.11.2015, KOA 3.500/15-061). Tatsächlich wurde durch die Integration des Logos eine entgeltwerte Kommunikationsleistung erbracht, die vom Zuseher wahrgenommen wurde, und insoweit auch der imagefördernde Effekt des Sponsorhinweises zu Gunsten von Audi erzielt.

Dass auch nach dem Willen des Gesetzgebers der objektive Maßstab ausschlaggebend ist und es auf die konkrete Leistung eines Entgelts gerade nicht ankommt, lässt sich weiters aus der jüngsten Novelle des ORF-Gesetzes deutlich ablesen. Mit BGBl. I Nr. 86/2015 wurde nämlich § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G durch die Einfügung eines dritten Satzes dahingehend novelliert, dass das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung gilt, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten. Die neue Ausnahme bestimmter Sponsorhinweise vom sogenannten „Reminderverbot“ ist demnach an zwei kumulative Voraussetzungen geknüpft: Einerseits eine fehlende Einflussmöglichkeit des ORF auf die Platzierung der Hinweise und andererseits das Fehlen eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung. Daraus folgt aber, dass eine (behauptete) Unentgeltlichkeit für sich allein genommen das Vorliegen eines nach § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verbotenen Sponsorhinweises nicht aufhebt, da es sonst der Normierung des zweiten Kriteriums (fehlender Einfluss des ORF auf die Platzierung) gar nicht bedurft hätte. Auch nach der neuen Rechtslage ist daher festzuhalten, dass beim Vorliegen des objektiven Tatbestandes einer nach dem Verkehrsgebrauch üblichen Entgeltlichkeit, erst die fehlende Einflussmöglichkeit des ORF auf die Platzierung eine Privilegierung iS einer Ausnahme vom „Reminderverbot“ auslöst. Anders ausgedrückt wäre der vorliegende Sachverhalt auch nach der neuen Rechtslage im Ergebnis wegen der Ingerenzmöglichkeit des ORF (Ausstrahlung in der ORF-eigenen Grafik) als eine Verletzung des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz ORF-G zu werten.

Es erübrigt sich damit eine weitere Erörterung der Frage, ob der ORF die genannte Einblendungen zugunsten von Audi tatsächlich ausschließlich „freigiebig“ vorgenommen hat, oder diese nicht auch im größeren Kontext des Umstandes zu beurteilen sind, dass Audi im Umfeld der gegenständlichen Übertragung sowohl im Rahmen von (regulären) Sponsorhinweisen als auch durch die Schaltung von Werbespots in einer entgeltlichen Beziehung zum ORF steht. Ebensowenig ist aus dem Vorbringen des ORF hinsichtlich der *möglichen* wettbewerbsrechtlichen Verpflichtung zur Ausstrahlung derartiger Einblendungen etwas zu gewinnen, als dies mit den Aussagen des Zeugen Mag. Szerencsi nicht im Einklang steht, wonach eben gerade keine Verpflichtung zur Integration der Audi-Logos in die vom ORF selbst gestalteten Grafiken besteht und diese Praxis mittlerweile eingestellt wurde. Aus dem Umstand einer „langjährigen Praxis“ lässt sich weiters kein

Auslegungsgrundsatz ableiten, dass gesetzliche Regelungen nicht in Widerspruch zu bisherigen (allenfalls internationalen) und nicht explizit durch Gesetz verbotenen Usancen stehen könnten (BKS 11.09.2013, 611.009/0004-BKS/2013). Auch die bisherige Nicht-Bearstandung von vergleichbaren Sachverhalten durch die Behörde vermag – nicht zuletzt angesichts der der Aufgabe nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG immanenten Einschränkung auf bestimmte Sachverhalte bzw. Sachverhaltsteile – nichts zur Lösung der hier verfahrensgegenständlichen Rechtsfrage beizutragen. Im Lichte der zitierten Rechtsprechung ist auch ein behaupteter „funktionaler“ Zusammenhang der gegenständlichen Einblendung des Audi-Logos nicht geeignet, die objektive Entgeltlichkeit bzw. das Vorliegen eines Sponsorhinweises in Frage zu stellen.

Zusammengefasst ergibt sich damit aus dem vorstehend Gesagten, dass die Einblendung des Audi-Logos im Zuge der Zwischenstands-Grafik von ca. 21:17:20 Uhr bis ca. 21:17:54 Uhr als Sponsorhinweis iSd § 17 Abs. 1 Z 2 iVm § 1a Z 11 ORF-G anzusehen ist. Da die Ausstrahlung während der laufenden Sendung erfolgte, wurde § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verletzt.

#### **4.3. Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde im Zeitraum von ca. 21:00:00 Uhr bis ca. 21:59:59 Uhr (Spruchpunkt I.1.B)**

§ 1a ORF-G (jeweils in der zum Zeitpunkt der Verletzung anzuwendenden Fassung durch BGBl. I Nr. 169/2013) lautet auszugsweise:

##### **„Begriffsbestimmungen**

**§ 1a.** Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

[...]

8. „Fernseh- oder Hörfunkwerbung (Werbung)“

a) jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern oder

b) jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gesendet wird;

[...]

11. Sponsoring, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.

[...]

§ 14 ORF-G lautet auszugsweise:

##### **„Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten**

**§ 14.** [...]

(5) In Fernsehprogrammen ist Werbung nur österreichweit zulässig. Österreichweite Fernsehwerbung darf im Jahresdurchschnitt die Dauer von 42 Minuten pro Tag pro Programm nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nicht in die nach dem vorstehenden Satz oder nach § 4b Abs. 2 vierter Satz und § 4c Abs. 2 fünfter Satz höchstzulässige Werbezeit einzurechnen ist Werbung für vom Österreichischen Rundfunk finanzierte oder mitfinanzierte Kinofilme. Innerhalb einer vollen Stunde darf der Anteil der Fernsehwerbung 20 vH nicht überschreiten. Unter Stunden sind die 24 gleichen Teile eines Kalendertages zu verstehen.“

§ 17 ORF-G lautet auszugsweise:

### **„Sponsoring**

#### **§ 17. [...]**

*(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.“*

Nach Auffassung der KommAustria erfüllen alle jeweils im oben festgestellten Sachverhalt unter B) als Werbespot(s) bezeichneten Ausstrahlungen den Tatbestand der Werbung iSd § 1a Z 8 ORF-G sowie alle als Sponsorhinweis(e) bezeichneten Ausstrahlungen den Tatbestand der Sponsorhinweise iSd § 17 Abs. 5 iVm § 1a Z 11 ORF-G. Der ORF ist dem nur insoweit entgegengetreten, als die Wertung des von ca. 21:17:20 Uhr bis ca. 21:17:54 Uhr ausgestrahlten Audi-Logos im Zuge des Grafik-Overlays als Sponsorhinweis verneint wurde. Diesbezüglich ist auf die obenstehende rechtliche Würdigung zu Spruchpunkt I.1.A (4.2) zu verweisen, wonach auch diese Einblendung den Tatbestand des Sponsorhinweises erfüllt und damit eine Einrechnung in die Werbezeit vorzunehmen ist.

Soweit der ORF in Bezug auf die Nennung von Audi im Abspann der Sendung „FIS Weltcup Abfahrt der Herren Lake Louise“ von ca. 21:37:41 Uhr bis ca. 21:37:48 Uhr einen „Abwicklungsfehler“ dargestellt hat, ist dies insoweit irrelevant, als diese entgeltwerte Kommunikationsleistung tatsächlich erbracht wurde und sich damit allenfalls Fragen der Rück- oder Nachverrechnung von Leistungen gegenüber dem ursprünglich vorgesehenen Konzept der kombinierten Ausstrahlung eines „Sponsoring De Luxe“ stellt.

Ebensowenig ist es von rechtlicher Relevanz, dass nach dem Vorbringen des ORF die Ausstrahlung eines Werbeblocks in einer Nettodauer von 50 Sekunden, der vor dem 30. Läufer um 20:38 Uhr geplant gewesen sei, aufgrund von Verzögerungen in der geplanten Rennabwicklung erst um 21:05 Uhr erfolgt sei und daraus die Überschreitung des Stundenlimits resultiere. Nach der stRSpr kommt es auf Fragen einer subjektiven Tatseite schon insoweit nicht an, als Verschulden für den Gesetzesverstoß nicht gefordert ist (vgl. u.a. BKS 02.05.2006, GZ 611.009/0004-BKS/2006; VwGH 01.03.2005, 2005/04/0124).

Damit ist zusammengefasst festzuhalten, dass durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Ausmaß von 00:12:55 im Zeitraum von 21:00:00 bis 21:59:59 die sich aus § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G ergebende höchstzulässige Dauer der Werbung und der Sponsorhinweise von 00:12:00 pro voller Stunde (zur Maßgeblichkeit der vollen Stunde vgl. BKS 02.05.2006, 611.009/0004-BKS/2006) um 00:00:55 überschritten wurde, was spruchgemäß festzustellen war.

#### **4.4. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt I.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).

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: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA 3.500/15-064“, 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 23. November 2015

**Kommunikationsbehörde Austria**

Mag. Michael Truppe  
(Mitglied)

Zustellverfügung:

1. Österreichischer Rundfunk,
  2. Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz,
1. und 2. vertreten durch Dr. Kassai/Mag. Müller-Wiedermann, Würzburggasse 30, 1136 Wien, **per RSb**