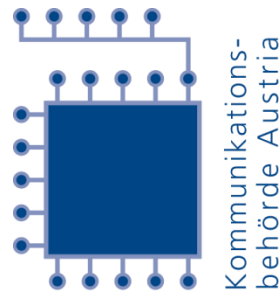


Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)  
 Mariahilfer Straße 77-79, 1060 Wien  
 Telefon: 01/58058-0,  
 Telefax: 01/58058-9191  
 E-Mail: rtr@rtr.at  
 http://www.rtr.at  
 DVR: 4009878 Austria

**Behörde** (Anschrift, Telefon,  
 Telefax, E-Mail, DVR, URL)



Vorname und Familienname oder Nachname sowie Wohnort  
 des/der Beschuldigten

RSb

X

z.H. XY / XZ  
 Würzburggasse 30  
 1136 Wien

KommAustria

Zahl (Bitte bei Antworten angeben!)	Sachbearbeiter/in	Durchwahl	Datum
KOA 3.500/14-049	Baumgärtel	452	06.11.2014

## Straferkenntnis

Sie haben als für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften gemäß § 9 Abs. 2 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 idF BGBl. I Nr. 33/2013, verantwortlicher Beauftragter für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks (ORF) für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 55/2014, Folgendes zu verantworten, wobei die Ausstrahlungen jeweils im Fernsehprogramm ORF eins stattfanden [sämtliche (Uhr)Zeitangaben in hh:mm:ss]:

1. (02-22-WS-1) am 22.02.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:05 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:05 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
2. (03-04-WS-2) am 04.03.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:11 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:11 in der Zeit von ca. 21:00:00 bis ca. 21:59:59;
3. (03-30-WS-3) am 30.03.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:03 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:03 in der Zeit von ca. 22:00:00 bis ca. 22:59:59;
4. (05-04-WT-4) am 04.05.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Tag von 00:50:24 um ca. 00:00:12 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:50:36;
5. (05-04-WS-5) am 04.05.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit

- pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:09 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:09 in der Zeit von ca. 22:00:00 bis ca. 22:59:59;
6. (05-05-WT-6) am 05.05.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Tag von 00:50:24 um ca. 00:00:38 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:51:02;
  7. (05-05-WS-7) am 05.05.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:17 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:17 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
  8. (05-05-SH-8) am 05.05.2013 von ca. 10:24:57 bis ca. 10:25:04 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Sprehe Feinkost) während einer Sendung;
  9. (05-05-SH-9) am 05.05.2013 von ca. 10:25:12 bis ca. 10:25:18 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Tchibo) während einer Sendung;
  10. (05-12-SH-11) am 12.05.2013 von ca. 11:43:46 bis ca. 11:43:54 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Tchibo) während einer Sendung;
  11. (05-26-SH-12) am 26.05.2013 von ca. 11:58:35 bis ca. 11:58:40 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (PIBERSTEIN.at) während einer Sendung;
  12. (06-01-WS-13) am 01.06.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:08 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca.00:12:08 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
  13. (06-02-SH-14) am 02.06.2013 von ca. 10:52:54 bis ca. 10:53:01 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Sport.Land. NÖ) während einer Sendung;
  14. (06-02-SH-15) am 02.06.2013 von ca. 10:53:01 bis ca. 10:53:08 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Haugschlag Golfresort, Euram Bank) während einer Sendung;
  15. (06-06-WS-16) am 06.06.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:09 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:09 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
  16. (06-07-WS-17) am 07.06.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:20 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:20 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
  17. (06-09-SH-18) am 09.06.2013 von ca. 11:40:19 bis ca. 11:40:24 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Tchibo) während einer Sendung;
  18. (06-23-SH-19) am 23.06.2013 von ca. 11:58:41 bis ca. 11:58:49 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (golf.at) während einer Sendung;

19. (07-07-SH-20) am 07.07.2013 von ca. 12:04:52 bis ca. 12:04:57 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (golf.at) während einer Sendung;
20. (07-21-SH-21) am 21.07.2013 von ca. 11:04:49 bis ca. 11:04:54 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Sport.Land. NÖ) während einer Sendung;
21. (08-25-SH-22) am 25.08.2013 von ca. 12:15:15 bis ca. 12:15:23 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Tchibo) während einer Sendung;
22. (09-08-SH-23) am 08.09.2013 von ca. 11:42:18 bis ca. 11:42:24 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Simacek Facility GmbH) während einer Sendung;
23. (09-15-SH-24) am 15.09.2013 von ca. 11:33:19 bis ca. 11:33:26 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (golf.at) während einer Sendung;
24. (09-22-WT-25) am 22.09.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Tag von 00:50:24 um ca. 00:00:01 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:50:25;
25. (09-22-SH-26) am 22.09.2013 von ca. 10:30:11 bis ca. 10:30:18 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Tchibo) während einer Sendung;
26. (09-22-SH-27) am 22.09.2013 von ca. 10:30:19 bis ca. 10:30:26 Ausstrahlung eines Sponsorhinweises (Novomatic) während einer Sendung;
27. (10-10-WS-28) am 10.10.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde von 00:12:00 um ca. 00:00:15 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:12:15 in der Zeit von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59;
28. (10-19-WT-29) am 19.10.2013 Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Tag von 00:50:24 um ca. 00:00:45 durch Ausstrahlung von Werbespots und Sponsorhinweisen im Ausmaß von ca. 00:51:09;

jeweils in 1136 Wien, Würzburggasse 30.

Sie haben dadurch folgende Rechtsvorschrift(en) verletzt:

- zu 1. (02-22-WS-1): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 2. (03-04-WS-2): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 3. (03-30-WS-3): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 4. (05-04-WT-4): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 5. (05-04-WS-5): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 6. (05-05-WT-6): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 7. (05-05-WS-7): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 8. (05-05-SH-8): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 9. (05-05-SH-9): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G

- zu 10. (05-12-SH-11): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 11. (05-26-SH-12): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 12. (06-01-WS-13): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 13. (06-02-SH-14): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 14. (06-02-SH-15): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 15. (06-06-WS-16): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 16. (06-07-WS-17): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 17. (06-09-SH-18): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 18. (06-23-SH-19): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 19. (07-07-SH-20): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 20. (07-21-SH-21): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 21. (08-25-SH-22): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 22. (09-08-SH-23): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 23. (09-15-SH-24): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 24. (09-22-WT-25): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 25. (09-22-SH-26): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 26. (09-22-SH-27): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G
- zu 27. (10-10-WS-28): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G
- zu 28. (10-19-WT-29): § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G

jeweils in Verbindung mit § 9 Abs. 2 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 idF BGBl. I Nr. 33/2013; die genannten Bestimmungen des ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984, beziehen sich jeweils auf die Fassung durch BGBl. I Nr. 50/2010.

Wegen dieser Verwaltungsübertretung(en) wird über Sie folgende Strafe verhängt:

<b>Geldstrafe von Euro</b>		<b>falls diese uneinbringlich ist, Ersatzfreiheitsstrafe von</b>	<b>gemäß</b>
Zu 1. (02-22-WS-1):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 2. (03-04-WS-2):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 3. (03-30-WS-3):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 4. (05-04-WT-4):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 5. (05-04-WS-5):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG

Zu 6. (05-05-WT-6):	8.000,00	3 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 7. (05-05-WS-7):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 8. (05-05-SH-8):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 9. (05-05-SH-9):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 10. (05-12-SH-10):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 11. (05-26-SH-11):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 12. (06-01-WS-12):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 13. (06-02-SH-13):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 14. (06-02-SH-14):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 15. (06-06-WS-15):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 16. (06-07-WS-16):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 17. (06-09-SH-17):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 18. (06-23-SH-18):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 19. (07-07-SH-19):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 20. (07-21-SH-20):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 21. (08-25-SH-21):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 22. (09-08-SH-22):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 23. (09-15-SH-23):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 24. (09-22-WT-24):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG

Zu 25. (09-22-SH-25):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 26. (09-22-SH-26):	3.000,00	1 Tag	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 27. (10-10-WS-27):	5.000,00	2 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG
Zu 28. (10-19-WT-28):	8.000,00	3 Tagen	§ 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G iVm § 9 Abs. 2, §§ 16 und 19 VStG

Allfällige weitere Aussprüche (zB über die Anrechnung der Vorhaft, über den Verfall oder über privatrechtliche Ansprüche):

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haftet der Österreichische Rundfunk für die verhängten Geldstrafen sowie die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand.

Ferner haben Sie gemäß § 64 des Verwaltungsstrafgesetzes 1991 – VStG zu zahlen:

Zu 1. (02-22-WS-1):	500,00	<b>Euro</b> als Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens, das sind 10% der Strafe, mindestens jedoch 10 Euro (ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100 Euro);
Zu 2. (03-04-WS-2):	500,00	
Zu 3. (03-30-WS-3):	500,00	
Zu 4. (05-04-WT-4):	500,00	
Zu 5. (05-04-WS-5):	500,00	
Zu 6. (05-05-WT-6):	800,00	
Zu 7. (05-05-WS-7):	500,00	
Zu 8. (05-05-SH-8):	300,00	
Zu 9. (05-05-SH-9):	300,00	
Zu 10. (05-12-SH-10):	300,00	
Zu 11. (05-26-SH-11):	300,00	
Zu 12. (06-01-WS-12):	500,00	
Zu 13. (06-02-SH-13):	300,00	
Zu 14. (06-02-SH-14):	300,00	
Zu 15. (06-06-WS-15):	500,00	
Zu 16. (06-07-WS-16):	500,00	
Zu 17. (06-09-SH-17):	300,00	
Zu 18. (06-23-SH-18):	300,00	
Zu 19. (07-07-SH-19):	300,00	
Zu 20. (07-21-SH-20):	300,00	
Zu 21. (08-25-SH-21):	300,00	
Zu 22. (09-08-SH-22):	300,00	
Zu 23. (09-15-SH-23):	300,00	
Zu 24. (09-22-WT-24):	500,00	
Zu 25. (09-22-SH-25):	300,00	
Zu 26. (09-22-SH-26):	300,00	
Zu 27. (10-10-WS-27):	500,00	
Zu 28. (10-19-WT-28):	800,00	

**Euro** als Ersatz der Barauslagen für

Der zu zahlende **Gesamtbetrag** (Strafe/Kosten/Barauslagen) beträgt daher

**127.600,00** Euro

### Zahlungsfrist:

Wird keine Beschwerde erhoben, ist dieses Straferkenntnis sofort vollstreckbar. Der **Gesamtbetrag (Strafe/Kosten)** ist – unter Angabe der **Geschäftszahl** – binnen zwei Wochen auf das Konto der RTR-GmbH, IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAATWWXXX, zu überweisen.

Erfolgt binnen dieser Frist keine Zahlung, kann der Gesamtbetrag eingemahnt werden. In diesem Fall ist ein pauschalierter Kostenbeitrag in der Höhe von fünf Euro zu entrichten. Erfolgt dennoch keine Zahlung, wird der ausstehende Betrag **vollstreckt** und im Fall seiner **Uneinbringlichkeit** die diesem Betrag entsprechende **Ersatzfreiheitsstrafe** vollzogen.

### Begründung:

#### 1. Gang des Verfahrens

##### 1.a. Einleitung des Verwaltungsstrafverfahrens

In Erfüllung der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften, wurden von 01.01.2013, 00:00:00 Uhr, bis 31.12.2013, 23:59:59 Uhr, Sendungen im Fernsehprogramm ORF eins ausgewertet. Dies insbesondere im Hinblick auf die Frage der Einhaltung der Bestimmung des § 14 Abs. 5 Satz 2 ORF-G, wonach im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer der Fernsehwerbung pro Programm 42 Minuten nicht überschreiten darf.

Mit Schreiben vom 24.01.2014, KOA 3.500/14-002, wurde der ORF (Generaldirektor) über das Ergebnis der Auswertung in Kenntnis gesetzt, wonach die durchschnittliche tägliche Dauer der Fernsehwerbung im Programm ORF eins im Jahr 2013 (zulässigerweise) ca. 41:59 Minuten betragen hat.

Aufgrund des Umstandes, dass sich im Zuge der genannten Auswertungen für die KommAustria jedoch zahlreiche Verdachtsfälle von Verletzungen insbesondere der Bestimmungen der § 14 Abs. 5 Satz 2, § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 sowie § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G ergeben hatten, wurden mit Schreiben vom 24.01.2014, KOA 3.500/14-003 und KOA 3.500/14-004, Verwaltungsstrafverfahren gegen den für die Einhaltung des (entsprechende Strafbestimmungen enthaltenden) § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks gemäß § 9 Abs. 2 VStG bestellten verantwortlichen Beauftragten, X (im Folgenden: Beschuldigte), eingeleitet und dieser gemäß §§ 40 und 42 VStG zur Rechtfertigung aufgefordert. Der Österreichische Rundfunk (Generaldirektor) wurde mit Schreiben vom selben Tag entsprechend in Kenntnis gesetzt.

Die Verfahren wurden von der KommAustria unter Berücksichtigung der Grundsätze des § 39 Abs. 2 AVG dahingehend zusammengefasst, dass in einem (nämlich dem vorliegenden) Verfahren (eingeleitet mit KOA 3.500/14-003) all jene Verdachtsfälle behandelt wurden, bei denen die Verwaltungsübertretungen von der Rechtsfrage unabhängig sind, ob die Einblendung von Firmenlogos in Form von Grafik-Overlays bei Spielständen, Ergebnistabellen, Zeiten etc. im Zuge von Sportübertragungen als Sponsorhinweise anzusehen sind oder nicht. Demgegenüber behandelt das mit KOA 3.500/14-004 eingeleitete Verfahren die genannten Sponsorhinweise und alle daraus folgenden Verstöße (Verbot von Sponsorhinweisen während der Sendung nach § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G bzw. Überschreitungen der Werbezeitgrenzen nach § 14 Abs. 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G).

## *1.b. Rechtfertigung des Beschuldigten*

Mit Schreiben vom 11.03.2014 äußerte sich der Beschuldigte zu den ihm vorgehaltenen Verwaltungsübertretungen. Er brachte dabei vor, dass es richtig sei, dass er zum verantwortlichen Beauftragten nach § 9 Abs.2 ORF-G für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G bestellt worden sei.

Im Hinblick auf die ihm zur Last gelegten Verwaltungsübertretungen übermittelte der Beschuldigte auf Sachverhaltsebene bei mehreren Taten Korrekturen zur jeweils von der KommAustria ermittelten Dauer der Werbung bzw. der Sponsorhinweise.

Materiell-rechtlich brachte der Beschuldigte im Hinblick auf einzelne der o.a. Tatbestände Folgendes vor (die Nummerierung wurde an den Spruch des vorliegenden Straferkenntnisses angepasst):

Zu 8. (05-05-SH-8): Am 05.05.2013 sei ab ca. 10:24 Uhr ein Sponsorhinweis von Sprehe Feinkost nach der Anmoderation durch den Moderator am Anfang der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 9. (05-05-SH-9): Am 05.05.2013 sei ab ca. 10:25 Uhr ein Sponsorhinweis von Tchibo vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 10. (05-12-SH-10): Am 12.05.2013 sei ab ca. 11:43 Uhr ein Sponsorhinweis von Tchibo unmittelbar nach der Anmoderation durch die Moderatorin, somit am Anfang der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 11. (05-26-SH-11): Am 26.05.2013 sei ab ca. 11:58 Uhr ein Sponsorhinweis von Piberstein.at vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 12. (06-01-WS-12): Am 01.06.2013 sei im Werbeblock ab ca. 19:55 Uhr ein (nicht in die maximal zulässige stündliche oder tägliche Werbezeit einzurechnender) Hinweis auf ein direkt von einer FM4-Sendung abgeleitetes Begleitmaterial ausgestrahlt worden.

Zu 14. (06-02-SH-14): Am 02.06.2013 sei ab ca. 10:53 Uhr ein Sponsorhinweis von Haugschlag Golfresort, Euram Bank vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 15. (06-06-WS-15): Am 06.06.2013 sei ab ca. 19:40 Uhr ein (nicht in die maximal zulässige stündliche oder tägliche Werbezeit einzurechnender) Spot auf eine Ö3-Veranstaltung, an der unentgeltlich teilgenommen werden konnte (BKS 09.03.2009, 611.001/0007-BKS/2008), ausgestrahlt worden. Weiters sei im Werbeblock ab ca. 19:40 Uhr ein (nicht in die maximal zulässige stündliche oder tägliche Werbezeit einzurechnender) Hinweis auf ein direkt von einer FM4-Sendung abgeleitetes Begleitmaterial ausgestrahlt worden.

Zu 16. (06-07-WS-16): Am 07.06.2013 sei ab ca. 19:40 Uhr ein (nicht in die maximal zulässige stündliche oder tägliche Werbezeit einzurechnender) Spot auf eine Ö3-Veranstaltung, an der unentgeltlich teilgenommen werden konnte (BKS 09.03.2009, 611.001/0007-BKS/2008), ausgestrahlt worden.

Zu 17. (06-09-SH-17): Am 09.06.2013 sei ab ca. 11:40 Uhr ein Sponsorhinweis von Tchibo vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 18. (06-23-SH-18): Am 23.06.2013 sei ab ca. 11:58 Uhr ein Sponsorhinweis von golf.at nach der Anmoderation durch die Moderatorin am Anfang der Sendung (VwGH 19.11.2008,



2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 19. (07-07-SH-19): Am 07.07.2013 sei ab ca. 12:04 Uhr ein Sponsorhinweis von golf.at vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 20. (07-21-SH-20): Am 21.07.2013 sei ab ca. 11:04 Uhr ein Sponsorhinweis von Sportland Niederösterreich vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 21. (08-25-SH-21): Am 25.08.2013 sei ab ca. 12:15 Uhr ein Sponsorhinweis von Tchibo unmittelbar nach der Anmoderation durch den Moderator, somit am Anfang der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172), ausgestrahlt worden.

Zu 22. (09-08-SH-22): Am 08.09.2013 sei ab ca. 11:42 Uhr ein Sponsorhinweis von Simacek Facility GmbH vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 23. (09-15-SH-23): Am 15.09.2013 sei ab ca. 11:33 Uhr ein Sponsorhinweis von golf.at vor der Abmoderation durch die Moderatorin am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 26. (09-22-SH-26): Am 22.09.2013 sei ab ca. 10:30 Uhr ein Sponsorhinweis von Novomatic vor der Abmoderation durch den Moderator am Ende der Sendung (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) ausgestrahlt worden.

Zu 28. (10-19-WT-28): Am 19.10.2013 sei ab ca. 16:57 Uhr ein (nicht in die maximal zulässige stündliche oder tägliche Werbezeit einzurechnender) Spot auf eine Ö3-Veranstaltung, an der unentgeltlich teilgenommen werden konnte (BKS 09.03.2009, 611.001/0007-BKS/2008), ausgestrahlt worden.

Der Beschuldigte behielt sich weiteres Vorbringen vor.

#### *1.c. Änderung bzw. Ergänzung der Aufforderung zur Rechtfertigung*

Mit Schreiben vom 26.03.2014, KOA 3.500/14-014, übermittelte die KommAustria dem Beschuldigten unter Zugrundelegung seines Vorbringens und entsprechender nochmaliger Überprüfung der relevanten Aufzeichnungen eine geänderte bzw. ergänzte Aufforderung zur Rechtfertigung, wobei auf Sachverhaltsebene weitgehend die entsprechenden Zeitkorrekturen zu Gunsten des Beschuldigten vorgenommen wurden. Bei sechs Werbeblöcken bzw. Sponsorhinweisen konnte die KommAustria dem Vorbringen des Beschuldigten bezüglich der ermittelten Dauer der Ausstrahlungen vorläufig nicht folgen.

Die geänderte bzw. ergänzte Aufforderung zur Rechtfertigung wurde dem ORF (Generaldirektor) mit Schreiben vom selben Tag zur Kenntnis und allfälligen Stellungnahme übermittelt.

#### *1.d. Äußerung des Beschuldigten und Aufforderung zur Vorlage von Aufzeichnungen*

Mit Schreiben vom 01.04.2014 äußerte sich der Beschuldigte hinsichtlich der geänderten Aufforderung zur Rechtfertigung. Er brachte vor, dass bei vier verbleibenden Werbeblöcken nach nochmaliger Überprüfung eine jeweils um eine Sekunde kürzere Dauer vorliege, als von der KommAustria vorgehalten.

Mit Schreiben vom 03.04.2014, KOA 3.500/14-016, ersuchte die KommAustria den Beschuldigten um Vorlage der seinen Messungen zu Grunde liegenden Aufzeichnungen.

#### *1.e. Weitere Äußerung des Beschuldigten*

Am 07.04.2014 langte eine Äußerung des Beschuldigten ein, die sich in weiten Teilen auf das mit KOA 3.500/14-004 eingeleitete Verfahren bezog. Der Beschuldigte fügte jedoch ausdrücklich an, dass seine Ausführungen auch für die Sachverhalte zur Überschreitung der höchstzulässigen Werbezeit pro Stunde oder pro Tag im Rahmen des (vorliegenden) zu KOA 3.500/14-003 geführten Verfahrens sinngemäß gelten würden; dies insbesondere im Hinblick auf den Punkt „Sammeln von Strafen“ und „fortgesetztes Delikt“.

Die entsprechenden Ausführungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Die Vorgehensweise der KommAustria, mit der Einleitung der Verwaltungsstrafverfahren bis zum Vorliegen der Ergebnisse einer „Jahreswerbebeobachtung“ zuzuwarten, habe weitreichende und letztlich unverhältnismäßige Folgen: Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG sei die Komm Austria (u.a.) zur Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes berufen. Zur Erfüllung dieser Aufgabe habe die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, seien jene Ergebnisse, bei denen sie eine Verletzung der genannten Bestimmungen vermutet, dem ORF zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln. Diese kurzen Fristen dienten dazu, dass dem ORF allfällige Rechtsverletzungen umgehend vor Augen geführt werden und von diesem rasch abgestellt werden können. Dies müsse auch – und gerade – in verwaltungsstrafrechtlicher Hinsicht gelten:

Die Behörde treffe gemäß § 25 Abs. 1 VStG die Verpflichtung, Verwaltungsübertretungen zu verfolgen (Legalitätsprinzip; vgl. *Fister* in *Lewisch/Fister/Weilguni*, VStG [2013] § 25 Rz 2 f), sie sei insoweit Garant für die Einhaltung der von ihr zu vollziehenden rechtlichen Vorschriften. Der OGH betone dies in ständiger Judikatur mit Blick auf die Anzeigepflicht der Behörde (vgl. jeweils aus strafrechtlicher Perspektive OGH 23.04.1996, 14 Os 27/96; 15.10.2002, 14 Os 9/02; 02.10.2012, 17 Os 8/12y). Umso mehr müsse dies gelten, wenn eine Behörde nicht nur zur Anzeige, sondern – wie die KommAustria – selbst sogar zur Verfolgung einer Verwaltungsübertretung verpflichtet sei (vgl. § 38 Abs. 4 Satz 1 ORF-G). Aus dieser Garantienstellung der Behörde resultiere zugleich ihre Verpflichtung, ehestmöglich gegen Verwaltungsübertretungen einzuschreiten, um die Begehung weiterer zu verhindern. Würde die Behörde bevorstehende Verwaltungsübertretungen bewusst nicht verhindern, sondern untätig geschehen lassen, würde sie ihre Verpflichtung zur Verhinderung dieser Delikte verletzen. Ein „Sammeln von Strafen“ dergestalt, dass die Behörde die Verwirklichung mehrerer Verwaltungsübertretungen bewusst abwarte, um dann eine hohe Gesamtstrafe zu verhängen, sei daher grundsätzlich unzulässig. Eine derartige Vorgehensweise würde auch dem Strafzweck nicht Rechnung tragen: Dieser bestehe in einem dem Bestraften zugefügten Übel, das ihn künftig von der Begehung strafbarer Handlungen abhalten soll (z.B. VwGH 24.02.2011, 2010/16/0276). Folglich bestehe auch der Zweck der Strafverfolgung in der zukünftigen Verhinderung von gleichartigen Straftaten im Wege der Spezialprävention und nicht etwa in der Einnahmenbeschaffung durch die Verhängung möglichst hoher Gesamtstrafen („Abkassieren“). Vor diesem Hintergrund sei die Vorgehensweise der KommAustria, mit der Einleitung der Verwaltungsstrafverfahren bis zum Vorliegen der Ergebnisse der „Jahreswerbebeobachtung“ zuzuwarten, bedenklich, auch wenn der KommAustria vorliegend nicht unterstellt werden könne, dass das „Sammeln von Strafen“ bewusst erfolgt sei. Gleichwohl widerspreche diese Vorgehensweise dem Legalitätsprinzip und dem Auftrag der Behörde zur Verhinderung von Rechtsverletzungen.

Unabhängig von der Frage, ob diese Überlegungen für sich allein genommen die Rechtsfolge der Straflosigkeit zur Folge hätten: Sie ließen einen Täter von Vornherein immerhin dann schutzwürdig erscheinen, wenn dieser vertretbar über die Strafbarkeit seines Verhaltens geirrt habe und durch die bewusste Nichtverhinderung weiterer Verwaltungsübertretungen seitens der Behörde in diesem Irrtum bestärkt worden sei. Dies sei hier der Fall gewesen. Wäre die KommAustria – wie es ihre Pflicht gewesen wäre – unverzüglich bereits gegen den ihrer Meinung

nach erstmaligen Verstoß gegen das ORF-G eingeschritten, so hätte der Beschuldigte weitere Verwaltungsübertretungen mit Gewissheit unterlassen und wäre nunmehr nicht mit hunderten Fällen angeblicher Übertretungen konfrontiert, deren Bestrafung ruinös wären.

Es wäre weiters nicht die Verhängung zahlreicher Einzelstrafen, sondern nur die Verhängung einer Strafe zulässig, weil die zur Last gelegten Einzelhandlungen nicht ungleichartig seien (und daher nicht in Realkonkurrenz zueinander stünden), sondern weil sie als gleichartige Handlungen ein fortgesetztes Delikt bildeten, das die Anwendung des Kumulationsprinzips (§ 22 VStG) ausschließe: Nach der Rechtsprechung des VwGH sei das fortgesetzte Delikt dadurch gekennzeichnet, dass eine Reihe von Einzelhandlungen des Beschuldigten, die zufolge der Gleichartigkeit der Begehungsform und der äußeren Begleitumstände, des engen zeitlichen Zusammenhanges und des diesbezüglichen Gesamtkonzeptes des Beschuldigten zu einer Einheit zusammen treten, eine einzige strafbare Handlung bilden (z.B. VwGH 18.09.2012, 2009/11/0066; *Lewis* in *Lewis/Fister/Weilguni*, VStG [2013] § 22 Rz 18). Der VwGH habe ein fortgesetztes Delikt etwa im Fall unbefugter Gewerbeausübung angenommen, auch wenn während dieser Zeit mehrere diese Gewerbeausübung darstellende Tathandlungen gesetzt worden seien (VwSlg. 6263 A/1964; 7997 A/1971; VwGH 05.03.1985, 84/04/0184; 14.04.1986, 85/15/0006; 08.10.1986, 86/09/0046). So sei etwa die wiederholte unbefugte Herstellung von Brunnen als fortgesetztes Delikt qualifiziert worden (vgl. VwGH 04.07.1977, 2601/76), ebenso die unbefugte Ausübung des Gewerbes der Realitätenvermittlung durch (einzelne) Annoncen in Zeitungen (VwGH 15.03.1972, 1536/71). Diese Fälle – besonders der letztere – seien mit dem vorliegenden vergleichbar: Auch hier gehe es um die wiederholte Setzung gleichartiger Einzelhandlungen (vermeintlicher Delikte), mit denen – jedenfalls nach Ansicht der Behörde – jeweils gegen ein und dieselbe Rechtsvorschrift verstoßen worden sei (vgl. zu dieser Voraussetzung für die Annahme eines fortgesetzten Delikts VwGH 18.09.2012, 2009/11/0066). Auch die von der Rechtsprechung für die Annahme eines fortgesetzten Delikts geforderte zeitliche Kontinuität zwischen den Einzelverstößen sei zu bejahen. Nach dem Vorwurf der Behörde lägen zwischen den Einzelverstößen jeweils nur wenige Tage.

Auch mit Blick auf die subjektive Tatseite lägen die Voraussetzungen für die Annahme eines fortgesetzten Delikts vor, zumal der Beschuldigte generell von der Zulässigkeit seines Verhaltens ausgegangen sei und die Einzelverstöße insoweit auf einem vorgefassten einheitlichen Willensentschluss beruhten („Gesamtkonzept“), folglich in einem inneren Zusammenhang stünden (vgl. etwa VwGH 15.09.2011, 2009/04/0112, wo für die mehrfache Nichteinhaltung der bescheidmäßig vorgeschriebenen Aufsperrstunde ein fortgesetztes Delikt angenommen worden sei, weil der Beschuldigte zwischen den einzelnen Tathandlungen keine Maßnahmen zur Vermeidung der Übertretungen gesetzt habe, sodass von einem einheitlichen Willensentschluss und einem Gesamtkonzept ausgegangen worden sei). Der Vollständigkeit halber sei in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass ein fortgesetztes Delikt nach der jüngeren Judikatur des VwGH (nur ausnahmsweise, aber doch) auch bei Fahrlässigkeitsdelikten in Betracht komme (VwGH 25.08.2010, 2010/03/0025). Im gegebenen Zusammenhang spreche auch die Höhe der in § 38 Abs. 1 ORF-G angedrohten Strafe (€ 58.000,00) dafür, dass die Bestrafung wegen eines Verstoßes den Unwert weiterer Verstöße abdecke. Wenn aber der Unwert mehrerer (formal erfüllter) Delikte bereits durch die Bestrafung wegen eines dieser Delikte abgedeckt sei, so würde eine mehrmalige Bestrafung (sogar) eine unzulässige Doppelbestrafung im Verständnis des Art. 4 7. ZP-EMRK bedeuten (*Lewis* in *Lewis/Fister/Weilguni*, VStG [2013] § 22 Rz 13 mwN). Beim fortgesetzten Delikt erfasse die Bestrafung für einen bestimmten Tatzeitraum alle in diesem gelegenen Einzelhandlungen (z.B. VwGH 12.07.2012, 2011/02/0040). Selbst wenn die sonstigen Strafbarkeitsvoraussetzungen vorlägen, dürfte der Beschuldigte nur einmal bestraft werden.

#### *1.f. Akteneinsicht durch die Vertreter des Beschuldigten*

Am 09.04.2014 erschienen die rechtsfreundlichen Vertreter zur Akteneinsicht bei der KommAustria. Dabei wurde insbesondere das Aufzeichnungssystem erläutert und versucht, die verbleibenden Differenzen im Sekundenbereich bei den vier verbleibenden Spots aufzuklären. Es stellte sich heraus, dass die Aufzeichnungen des ORF auf der Sendeleitung beruhen, während die der KommAustria vorliegenden Aufzeichnungen der APA auf dem tatsächlich ausgestrahlten

Satellitensignal beruhen.

Bei nachfolgender Detailbetrachtung durch die KommAustria konnte jeweils ein ausstrahlungsbedingter „Lag“ im Ausmaß von 5 bis 7 Zehntelsekunden festgestellt werden, der eine Erklärung für die Zeitdifferenz bieten kann.

## 2. Sachverhalt

Nach den Ergebnissen des Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungsrelevanter Sachverhalt fest:

### 2.a. Ausgestrahlte Sendungen

Im Fernsehprogramm ORF eins des ORF kam es im Jahr 2013 u.a. zu folgenden Ausstrahlungen:

#### **Zu 1. (02-22-WS-1):**

Am 22.02.2013 wurde von ca. 19:25:54 bis ca. 19:26:03 1 Sponsorhinweis (Volksbank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:09.

Am 22.02.2013 wurde von ca. 19:26:08 bis ca. 19:26:34 1 Werbespot (Konzert Herbert Grönemeyer/Obertauern) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:26.

Am 22.02.2013 wurden von ca. 19:26:39 bis ca. 19:30:11 10 Werbespots (Merkur, CD Millennium, H&M, Dr. Oetker, Rekord, Kinder Country, Claro, Jack Wolfskin, A1, Bipa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:32 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:23.

Am 22.02.2013 wurde von ca. 19:30:17 bis ca. 19:30:22 1 Werbespot (Lotterie Lotto) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 22.02.2013 wurden von ca. 19:31:34 bis ca. 19:36:22 14 Werbespots (H&M, Merkur, Giotto, Ariel, upc, Nöm, upc, Bipa, Kinder Riegel, Garnier, Mc Donald´s, friendscout24.at, m&m´s, Billa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:48 sind 13 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:13, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:35.

Am 22.02.2013 wurden von ca. 19:56:12 bis ca. 19:59:19 8 Werbespots (Lidl, Clearblue, Merkur, Kellog´s, Bonbel, Spar, felix, Spar) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:07 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. 00:03:00.

Am 22.02.2013 wurde von ca. 19:59:25 bis ca. 19:59:52 1 Werbespot (Lotterie win2day) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:27.

Die Gesamtdauer der am 22.02.2013 von ca. 19:00:00 bis 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:05.

**Zu 2. (03-04-WS-2):**

Am 04.03.2013 wurden von ca. 21:00:02 bis ca. 21:06:18 14 Werbespots (Persil, Ja natürlich, Ford, Saturn, Austrian Airlines, Dr. Oetker Pizza, Innocent, VW, Lotterie, Ergo Versicherung, Pampers, Billa, Nissan, Miss Dior Parfum) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:06:16 sind 13 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:13, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:03.

Am 04.03.2013 wurde von ca. 21:06:24 bis ca. 21:06:34 1 Werbespot (SPAR) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 04.03.2013 wurde von ca. 21:06:40 bis ca. 21:06:50 1 Sponsorhinweis (Rauch) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 04.03.2013 wurden von ca. 21:48:39 bis ca. 21:49:25 3 Werbespots (Verbund, Clin Reiniger, ElitePartner) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:46 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. 00:00:44.

Am 04.03.2013 wurde von ca. 21:54:25 bis ca. 21:54:46 1 Werbespot (Tickets Mayumana Tanz) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:21.

Am 04.03.2013 wurden von ca. 21:54:50 bis ca. 21:59:34 13 Werbespots (Silan, Erste Bank, Supradyn, Humanic, Fairy, Kelly's, Ergo Versicherung, Haribo, Vichy, Bavaria blu, A1, Clearblue Test, Miss Dior Parfum) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:44 sind 12 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:12, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:32.

Am 04.03.2013 wurde von ca. 21:59:40 bis ca. 21:59:45 1 Werbespot (Lotterie) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 04.03.2013 wurde von ca. 21:59:51 bis ca. 21:59:57 1 Sponsorhinweis (Kinder Bueno) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Die Gesamtdauer der am 04.03.2013 von ca. 21:00:00 bis 21:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:11.

**Zu 3. (03-30-WS-3):**

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:17:26 bis ca. 22:17:36 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 30.03.2013 wurden von ca. 22:18:53 bis ca. 22:19:55 3 Werbespots (VW, H&M, tv-Media) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:02 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.

Am 30.03.2013 wurden von ca. 22:24:11 bis ca. 22:27:59 11 Werbespots (Easy Bank, Ikea, Poly Palette Haarfarbe, Lindt,

Eucerin, Ergo Versicherung, Teling, baumeister.at, McDonald's, Raiffeisen, Woman) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:48 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:38.

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:28:05 bis ca. 22:28:40 1 Werbespot (Spar) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:35.

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:28:46 bis ca. 22:28:56 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:41:31 bis ca. 22:41:37 1 Sponsorhinweis (Klangfarbe, Starkl, Wilvorst, Wunderl, Yamaha) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06. (Eine framegenaue Messung hat eine Dauer von - aufzurundenden - 00:00:05:698 ergeben, wobei jedenfalls die Hinweise für Klangfarbe und Starkl von Beginn der Einblendung an in diesem Ausmaß sichtbar waren, während die Hinweise für Wilvorst, Wunderl und Yamaha erst ca. eine halbe Sekunde später und damit kürzer im Bild zu sehen waren.)

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:41:44 bis ca. 22:41:54 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 30.03.2013 wurden von ca. 22:44:21 bis ca. 22:50:18 14 Werbespots (Saturn, Billa, Lindt, Silan, 3 Superphones, Adler, Nöm, T-Mobile Sony Xperia, Ford, Rauch Eistee, Spar, Kinder Schoko-Bons, iPad mini, A1 iPad mini) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:05:57 sind 13 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:13, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:05:44.

Am 30.03.2013 wurde von ca. 22:50:24 bis ca. 22:50:54 1 Werbespot (Toyota) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Die Gesamtdauer der am 30.03.2013 von ca. 22:00:00 bis ca. 22:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:03.

**Zu 4. (05-04-WT-4):**

Am 04.05.2013 wurden folgende Werbespots und Sponsorhinweise ausgestrahlt:

Von ca. 02:32:24 bis ca. 02:32:29 wurde 1 Sponsorhinweis (Klangfarbe, Starkl, Wilvorst, Wunderl, Yamaha) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:13:54 bis ca. 08:13:59 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:45:44 bis ca. 08:45:49 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 09:11:10 bis ca. 09:11:15 wurde 1 Sponsorhinweis (Münze Österreich) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 09:22:38 bis ca. 09:22:43 wurde 1 Sponsorhinweis (Münze Österreich) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 10:46:16 bis ca. 10:46:22 wurde 1 Sponsorhinweis (Tiergarten Schönbrunn/s.Oliver) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 10:49:09 bis ca. 10:49:15 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe feinkost) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 12:02:30 bis ca. 12:02:35 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger Alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:02:39 bis ca. 12:02:44 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung Cup, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:49:36 bis ca. 12:49:41 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger Alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:50:07 bis ca. 12:50:13 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe feinkost) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 16:53:25 bis ca. 16:55:03 wurden 4 Werbespots (intimissimi, Giotto, Schäringer Frischkäse, Billa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:38 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. 00:01:35.

Von ca. 17:16:20 bis ca. 17:16:53 wurden 2 Werbespots (Ö3 DJ Lounge, Spring Break Europe) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:33.

Von ca. 17:16:58 bis ca. 17:20:00 wurden 8 Werbespots (Tic Tac, Canesten GYN, bwin, iglo, Orbit, Storck Merci, mo', Kinder Schokolade) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:02 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. 00:02:55.

Von ca. 17:40:25 bis ca. 17:41:06 wurden 2 Werbespots (Tickets Afrika! Afrika!, Ö3 Disco Tour) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:41.

Von ca. 17:41:12 bis ca. 17:44:13 wurden 7 Werbespots

(iPhone 5, Raiffeisen Bank, Schwarzkopf Brillance, CD Rod Stewart, Giotto, Billa, T-Mobile) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:01 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:55.

Von ca. 18:06:11 bis ca. 18:09:37 wurden 8 Werbespots (Frucade, Kinofilm epic, Kinder Schokolade, Merkur Versicherung, A1, CD dj charts austria, mo', Billa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:26 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. 00:03:19.

Von ca. 18:10:19 bis ca. 18:10:39 wurde 1 Werbespot (Römerquelle) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 18:10:46 bis ca. 18:11:11 wurde 1 Werbespot (Storck Merci) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 18:35:03 bis ca. 18:35:44 wurden 2 Werbespots (Tickets Bon Jovi, Tickets Eloh) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:41.

Von ca. 18:35:48 bis ca. 18:41:08 wurden 11 Werbespots (A1, Kinder Pingui, Schwarzkopf Brillance, Schäringer Frischkäse, Kia, Mc Donald's, Billa, Raiffeisen Bank, Orbit, T-Mobile, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:05:20 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:05:10.

Von ca. 19:02:08 bis ca. 19:06:08 wurden 11 Werbespots (Aptamil, H&M, Nivea, Mautner Markhof, Tic Tac, Eat the Ball, Magnum, Samsung Galaxy S4, Storck Merci, Orbit, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:00 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:50.

Von ca. 19:06:14 bis ca. 19:06:34 wurde 1 Werbespot (Lotterie Mega Money) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 19:28:11 bis ca. 19:30:55 wurden 10 Werbespots (H&M, Granny's Apfelsaft, Lotterie Mega Money, Mautner Markhof, Raiffeisen Bank, Brunch, Rexona, Brunch, Münze Österreich, Eduscho) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:44 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:35.

Von ca. 19:31:32 bis ca. 19:32:02 wurde 1 Werbespot (intimissimi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 19:32:08 bis ca. 19:32:43 wurde 1 Werbespot (A1) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:35.



Von ca. 19:54:58 bis ca. 19:55:18 wurde 1 Werbespot (Ariel) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 19:56:27 bis ca. 20:00:17 wurden 11 Werbespots (intimissimi, Active 02, Kika, Canesten GYN, Adler Lacke, Schärtinger Frischkäse, Coca Cola Zero, Venus&Olaz, H&M, Dr. Oetker, Nestea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:50 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:40.

Von ca. 20:08:03 bis ca. 20:11:26 wurden 9 Werbespots (H&M, Hofer, Storck Nimm 2, Erste Bank, Bipa, A1, Münze Österreich, Billa, Kinder Pingui) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:23 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:15.

Von ca. 20:11:32 bis ca. 20:11:52 wurde 1 Werbespot (Loréal) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 20:12:34 bis ca. 20:15:14 wurden 7 Werbespots (H&M, Garnier, Hartlauer, Giotto, Fanta, Rexona, Yesss) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:40 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:34.

Von ca. 21:55:33 bis ca. 21:56:31 wurden 3 Werbespots (Frucade, Bipa, A1) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:58 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. 00:00:56.

Von ca. 22:01:27 bis ca. 22:08:27 wurden 17 Werbespots (Samsung SmartTV, Zipfer Bier, Raiffeisen Bank, Adler Lacke, Frucade, Lotterie Mega Money, CD Bravo Hits 81. Yesss, Villacher Bier, Mautner Markhof, Blue Star, Hornbach, Giotto, Billa, Samsung Galaxy S4, heineken, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:07:00 sind 16 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:16, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:44.

Von ca. 22:08:36 bis ca. 22:08:41 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung Cup, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 22:39:18 bis ca. 22:40:01 wurden 2 Werbespots (Tickets Woodstock der Blasmusik, Tickets Quidam) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:43.

Von ca. 22:40:06 bis ca. 22:44:53 wurden 11 Werbespots (intimissimi, 3 iPhone 5, Leiner, karriere.at, Kinder Pingui, Kinofilm Star Trek, Schwarzkopf Brillance, Aperol, Kika, Billa, T-Mobile) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:47 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin

ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:37.

**Zu 5. (05-04-WS-5):**

Die Gesamtdauer der Werbespots und Sponsorhinweise am 04.05.2013 betrug daher ca. 00:50:36.

Am 04.05.2013 wurden von ca. 22:01:27 bis ca. 22:08:27 17 Werbespots (Samsung SmartTV, Zipfer Bier, Raiffeisen Bank, Adler Lacke, Frucade, Lotterie Mega Money, CD Bravo Hits 81, Yesss, Villacher Bier, Mautner Markhof, Blue Star, Hornbach, Giotto, Billa, Samsung Galaxy S4, heineken, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:07:00 sind 16 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:16, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:44.

Am 04.05.2013 wurde von ca. 22:08:36 bis ca. 22:08:41 1 Sponsorhinweis (Samsung Cup, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 04.05.2013 wurden von ca. 22:39:18 bis ca. 22:40:01 2 Werbespots (Tickets Woodstock der Blasmusik, Tickets Quidam) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:43.

Am 04.05.2013 wurden von ca. 22:40:06 bis ca. 22:44:53 11 Werbespots (intimissimi, 3 iPhone 5, Leiner, karriere.at, Kinder Pingui, Kinofilm Star Trek, Schwarzkopf Brillance, Aperol, Kika, Billa, T-Mobile) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:47 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:37.

Die Gesamtdauer der am 04.05.2013 von ca. 22:00:00 bis ca. 22:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:09.

**Zu 6. (05-05-WT-6):**

Am 05.05.2013 wurden folgende Werbespots und Sponsorhinweise ausgestrahlt:

Von ca. 08:08:27 bis ca. 08:08:33 wurde 1 Sponsorhinweis (Tiergarten Schönbrunn/s.Oliver) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 08:34:35 bis ca. 08:34:40 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 09:02:12 bis ca. 09:02:17 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 10:24:57 bis ca. 10:25:04 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe Feinkost) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 10:25:12 bis ca. 10:25:18 wurde 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 10:59:30 bis ca. 10:59:35 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe Feinkost, Tchibo) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:00:50 bis ca. 11:00:55 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe Feinkost) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:01:21 bis ca. 11:01:26 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:01:53 bis ca. 12:01:58 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:02:02 bis ca. 12:02:07 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 12:49:26 bis ca. 12:49:31 wurde 1 Sponsorhinweis (Sprehe Feinkost) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 13:57:28 bis ca. 13:58:09 wurden 2 Werbespots (Tickets Woodstock Blasmusik, Tickets Eloh) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:41.

Von ca. 13:58:14 bis ca. 14:00:54 wurden 6 Werbespots (intimissimi, Kinder Schokolade, sodastream, mo Fruchtgetränk, iPhone 5, Active O2) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:40 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:35.

Von ca. 15:43:57 bis ca. 15:44:39 wurden 2 Werbespots (Ö3 Disco, Tickets Mayumana) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:42.

Von ca. 15:45:03 bis ca. 15:45:08 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 15:54:39 bis ca. 15:57:57 wurden 9 Werbespots (Leiner, Gösler, Kinder Pingui, Kia, Garnier, Kinofilm Epic, Egger, A1, Egger) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:18 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:10.

Von ca. 15:58:03 bis ca. 15:58:13 wurde 1 Werbespot (William Hill) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 16:47:11 bis ca. 16:47:16 wurde 1 Sponsorhinweis

(Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 16:47:19 bis ca. 16:47:24 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 16:55:56 bis ca. 16:56:38 wurden 2 Werbespots (Tickets Afrika! Afrika!, Ö3 Disco) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:42.

Von ca. 16:56:43 bis ca. 16:58:15 wurden 4 Werbespots (yesss, Heineken, Raiffeisen Club, Rexona) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:32 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. 00:01:29.

Von ca. 16:58:43 bis ca. 17:00:30 wurden 4 Werbespots (Gillette, Volksbank, iPhone 5, Volksbank) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:47 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. 00:01:44.

Von ca. 17:00:36 bis ca. 17:00:46 wurde 1 Werbespot (bet-at-home.com) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 17:53:03 bis ca. 17:53:08 wurde 1 Sponsorhinweis (bet-at-home, William Hill) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 17:53:28 bis ca. 17:53:33 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 17:53:37 bis ca. 17:53:42 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 17:55:00 bis ca. 17:55:44 wurden 2 Werbespots (Tickets Bon Jovi, Tickets Cirque Du Soleil) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:44.

Von ca. 17:55:41 bis ca. 18:01:11 wurden 14 Werbespots (Hornbach, Egger, Erste Bank, Schöffel, dj charts austria CD, Sky, Sky, Eat the Ball, A1, mo Fruchtgetränk, Dacia, Adler Farben, Zipfer, Storck) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:05:30 sind 13 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:13, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:05:17.

Von ca. 18:52:35 bis ca. 18:52:40 wurde 1 Sponsorhinweis (Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 19:02:00 bis ca. 19:02:05 wurde 1 Sponsorhinweis

(Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 19:02:11 bis ca. 19:02:16 wurde 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 19:02:39 bis ca. 19:06:59 wurden 11 Werbespots (Rexona, Brunch Aufstrich, Bipa, Brunch Aufstrich, Eduscho, Lotterie Mega Money, Mc Donald's, AXE, Raiffeisen Club, iPhone 5, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:20 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:10.

Von ca. 19:28:49 bis ca. 19:32:40 wurden 10 Werbespots (H&M, iPhone 5, Giotto, Raiffeisen Club, Eduscho, Bipa, Aperol, iPhone 5 3 Handy, Fanta, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:51 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:42.

Von ca. 19:32:46 bis ca. 19:33:06 wurde 1 Werbespot (Lotterie Mega Money) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 19:54:42 bis ca. 19:55:38 wurden 2 Werbespots (Dacia, iPhone 5) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:56 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:55.

Von ca. 19:56:50 bis ca. 19:59:58 wurden 9 Werbespots (H&M, Canesten Creme, Ikea, Puma, Giotto, Hartlauer, Venus, Mc Donald's, Coca Cola) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:08 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:00.

Von ca. 20:08:20 bis ca. 20:11:41 wurden 10 Werbespots (M&Ms, T-Mobile, Lotterie Brieflos, Leiner, Canesten Creme, beton, Schärtinger, A1, Kinder Schokolade, ElitePartner.at) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:21 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:12.

Von ca. 20:11:46 bis ca. 20:12:16 wurde 1 Werbespot (Coco Chanel) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 20:13:00 bis ca. 20:15:00 wurden 6 Werbespots (Erste Bank, T-Mobile, Red Bull, L'Oréal, Teekanne, Österreich) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:00 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:55.

Von ca. 20:15:06 bis ca. 20:15:31 wurde 1 Werbespot (yesss)

ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 22:01:21 bis ca. 22:02:23 wurden 3 Werbespots (bwin, Villacher, A1) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:02 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. 22:07:25 bis ca. 22:14:06 wurden 17 Werbespots (iPhone 5, Lotterie Brieflos, Nimm2 soft, Schwarzkopf, Ikea, Merkur Versicherung, Giotto, sodastream, Ariel, Kinder Pingui, Mautner Markhof, Lotterie Mega Money, Mc Donald´s, Vöslauer, Nutella, T-Mobile, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:06:41 sind 16 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:16, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:25.

Von ca. 22:14:12 bis ca. 22:14:27 wurde 1 Werbespot (Leiner) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:15.

Von ca. 22:56:06 bis ca. 23:00:17 wurden 12 Werbespots (Almradler, Kika, Pringles, Kika, Nivea, Adler Farben, Magnum, Dove, NÖM Joghurt Dessert, dm, Ikea, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:11 sind 11 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:11, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:00.

Von ca. 23:00:24 bis ca. 23:00:34 wurde 1 Werbespot (Lancome Parfum) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 23:41:16 bis ca. 23:43:16 wurden 6 Werbespots (Nivea, Lotterie Mega Money, Granny´s Apfelsaft, Garnier, The Eagles DVD, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:00 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:55.

Die Gesamtdauer der Werbespots und Sponsorhinweise am 05.05.2013 betrug daher ca. 00:51:02.

**Zu 7. (05-05-WS-7):**

Am 05.05.2013 wurde von ca. 19:02:00 bis ca. 19:02:05 1 Sponsorhinweis (Erdinger alkoholfrei) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 05.05.2013 wurde von ca. 19:02:11 bis ca. 19:02:16 1 Sponsorhinweis (Samsung, Puma, Österreichische Lotterien) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 05.05.2013 wurden von ca. 19:02:39 bis ca. 19:06:59 11 Werbespots (Rexona, Brunch Aufstrich, Bipa, Brunch Aufstrich, Eduscho, Lotterie Mega Money, Mc Donald´s, AXE, Raiffeisen Club, iPhone 5, intimissimi) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:20 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:10.

Am 05.05.2013 wurden von ca. 19:28:49 bis ca. 19:32:40 10

Werbespots (H&M, iPhone 5, Giotto, Raiffeisen Club, Eduscho, Bipa, Aperol, iPhone 5 3 Handy, Fanta, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:51 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:42.

Am 05.05.2013 wurde von ca. 19:32:46 bis ca. 19:33:06 1 Werbespot (Lotterie Mega Money) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Am 05.05.2013 wurden von ca. 19:54:42 bis ca. 19:55:38 2 Werbespots (Dacia, iPhone 5) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:56 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:55.

Am 05.05.2013 wurden von ca. 19:56:50 bis ca. 19:59:58 9 Werbespots (H&M, Canesten Creme, Ikea, Puma, Giotto, Hartlauer, Venus, Mc Donald's, Coca Cola) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:08 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:00.

Die Gesamtdauer der am 05.05.2013 von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:17.

**Zu 8. (05-05-SH-8):**

Am 05.05.2013 wurde von ca. 10:24:46 bis ca. 10:25:26 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Nach einer Einleitung durch den Moderator folgten einzelne kurze Bildausschnitte der in der Sendung vorkommenden Themen, nämlich ein Springreitturnier, eine Motorsportveranstaltung und die Tchibo-Top-Radliga, und danach die Abmoderation durch den Moderator. Dabei wurde während der Dauer der Bildvorschau auf das Springreitturnier von ca. 10:24:57 bis ca. 10:25:04 1 Sponsorhinweis (Sprehe Feinkost) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 9. (05-05-SH-9):**

Am 05.05.2013 wurde von ca. 10:24:46 bis ca. 10:25:26 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 10:25:12 bis ca. 10:25:18 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf die Tchibo-Top-Radliga 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 10. (05-12-SH-10):**

Am 12.05.2013 wurde von ca. 11:43:42 bis ca. 11:44:12 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:43:46 bis ca. 11:43:54 (Tchibo) wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über eine Radveranstaltung 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 11. (05-26-SH-11):**

Am 26.05.2013 wurde von ca. 11:58:10 bis ca. 11:58:48 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:58:35 bis ca. 11:58:40 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Golfturnier 1 Sponsorhinweis (PIBERSTEIN.at) ausgestrahlt. Dieser

**Zu 12. (06-01-WS-12):**

Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

Am 01.06.2013 wurden von ca. 19:02:56 bis ca. 19:05:42 7 Werbespots (Ikea, Nöm fru fru, T-Mobile/Sony Xperia Tablet Z, Nivea, Lutz, Iced Afro Coffee, Lutz) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:46 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:40.

Am 01.06.2013 wurde von ca. 19:05:48 bis ca. 19:06:15 1 Werbespot (Renault) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:27.

Am 01.06.2013 wurden von ca. 19:27:00 bis ca. 19:30:42 10 Werbespots (T-Mobile, Nivea, Magnum, Raiffeisen Bank, Mautner Markhof Estragon Senf, Miele, Kinder country, T-Mobile/Sony Xperia Tablet Z, Rexona, Renault) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:42 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:33.

Am 01.06.2013 wurde von ca. 19:30:48 bis ca. 19:31:36 1 Werbespot (Spar) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:48.

Am 01.06.2013 wurden von ca. 19:53:38 bis ca. 19:54:35 3 Werbespots (Glem vital, Tic Tac, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:57 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. 00:00:55.

Am 01.06.2013 wurden von ca. 19:55:51 bis ca. 19:59:24 9 Werbespots (Nöm, T-Mobile, Nestlé Nestea, FM4 Sound Selection, Tic Tac, Hofer, Mautner Markhof, Lagerhaus, A1) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:33 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:25. Der genannte Spot für die FM4 Sound Selection Volume 28 (Dauer: ca. 00:00:20) bestand aus der Einblendung eines CD-Covers, kurzen Videoclips samt Bekanntgabe der auf dem Sampler enthaltenen Titel sowie die Nennung von Bezugsquellen (FM4-Shop; jetzt im Handel).

Am 01.06.2013 wurde von ca. 19:59:30 bis ca. 19:59:50 1 Werbespot (Pril) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Die Gesamtdauer der am 01.06.2013 von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:08.

**Zu 13. (06-02-SH-13):**

Am 02.06.2013 wurde von ca. 10:52:38 bis ca. 10:53:17 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 10:52:54 bis ca. 10:53:01 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über einen Triathlon 1 Sponsorhinweis (Sport.Land. NÖ) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.



**Zu 14. (06-02-SH-14):**

Am 02.06.2013 wurde von ca. 10:52:38 bis ca. 10:53:17 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 10:53:01 bis ca. 10:53:08 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Golfturnier 1 Sponsorhinweis (Haugschlag Golfresort, Euram Bank) ausgestrahlt. Die Sponsorhinweise wurden nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 15. (06-06-WS-15):**

Am 06.06.2013 wurden von ca. 19:14:27 bis ca. 19:16:32 6 Werbespots (Hartlauer, CB12, Lagerhaus, AXE, UPC, Merkur) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:05 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:00.

Am 06.06.2013 wurden von ca. 19:17:04 bis ca. 19:18:21 4 Werbespots (Orbit, Sony T-Mobile, Wiener Städtische, Frucade) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:17 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. 00:01:14.

Am 06.06.2013 wurde von ca. 19:18:27 bis ca. 19:18:32 1 Werbespot (Lotterie 5fach Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 06.06.2013 wurde von ca. 19:40:03 bis ca. 19:40:33 1 Werbespot (Ö3 Bühne Donauinselfest) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30. Der Spot beinhaltete eine Aufzählung der auf der Ö3-Bühne am Donauinselfest live auftretenden Künstler mit kurzen Ausschnitten von Videoclips sowie eine Bekanntgabe des Beginns der Veranstaltung (ab Freitag, 21.06.2013).

Am 06.06.2013 wurden von ca. 19:40:37 bis ca. 19:44:22 11 Werbespots (T-Mobile, Merkur, Radio FM4 CD, wifi, Frucade, Casinos Austria, Möbelix, Sony T-Mobile, Möbelix, naloc, Wiener Städtische) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:45 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:35. Der genannte Spot für die FM4 Sound Selection Volume 28 (Dauer: ca. 00:00:20) bestand aus der Einblendung eines CD-Covers, kurzen Videoclips samt Bekanntgabe der auf dem Sampler enthaltenen Titel sowie die Nennung von Bezugsquellen (FM4-Shop; jetzt im Handel).

Am 06.06.2013 wurde von ca. 19:44:29 bis ca. 19:44:49 1 Werbespot (3 Handy) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Am 06.06.2013 wurden von ca. 19:53:37 bis ca. 19:54:34 3 Werbespots (Prada Parfum, Humboldt, T-Mobile) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:57 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. 00:00:55.

Am 06.06.2013 wurde von ca. 19:54:40 bis ca. 19:54:45 1 Werbespot (Lotterie 5fach Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 06.06.2013 wurden von ca. 19:55:59 bis ca. 19:59:33 10 Werbespots (Ariel, ÖAMTC, Schwarzkopf, Casinos Austria, Magnum, Erste Bank, Schärtinger, Billa, Mc Donald's, Persil) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:34 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:25.

Die Gesamtdauer der am 06.06.2013 von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:09.

**Zu 16. (06-07-WS-16):**

Am 07.06.2013 wurden von ca. 19:16:09 bis ca. 19:19:39 12 Werbespots (Manner, Kika, Merkur, Kika, Barilla, Sony T-Mobile, happyfoto.at, Magnum, happyfoto.at, Hervis, Wiener Städtische, Frucade) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:30 sind 11 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:11, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:19.

Am 07.06.2013 wurde von ca. 19:19:45 bis ca. 19:19:50 1 Werbespot (Lotterie 5fach Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 07.06.2013 wurde von ca. 19:40:15 bis ca. 19:40:45 1 Werbespot (Ö3-Bühne Donauinselfest) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30. Der Spot beinhaltete eine Aufzählung der auf der Ö3-Bühne am Donauinselfest live auftretenden Künstler mit kurzen Ausschnitten von Videoclips sowie eine Bekanntgabe des Beginns der Veranstaltung (ab Freitag, 21.06.2013).

Am 07.06.2013 wurden von ca. 19:40:48 bis ca. 19:43:56 9 Werbespots (Merkur, Erste Bank, Barilla, AXE, Yogurette, Casinos Austria, Ja Natürlich, Hartlauer, Manner) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:08 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:00.

Am 07.06.2013 wurde von ca. 19:44:02 bis ca. 19:44:40 1 Werbespot (SPAR) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:38.

Am 07.06.2013 wurden von ca. 19:53:15 bis ca. 19:54:12 3 Werbespots (Yo Sirup, ÖAMTC, Billa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:57 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. 00:00:55.

Am 07.06.2013 wurde von ca. 19:54:18 bis ca. 19:54:23 1 Werbespot (Lotterie 5fach Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 07.06.2013 wurden von ca. 19:55:39 bis ca. 19:59:15 9

Werbespots (T-Mobile, Rexona, Hyundai, Venus, htc one/T-Mobile, Mc Donald's, Kärnten, Canesten, Sony T-Mobile) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:36 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:28.

Am 07.06.2013 wurde von ca. 19:59:21 bis ca. 19:59:41 1 Werbespot (Erste Bank spark7) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Die Gesamtdauer der am 07.06.2013 von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:20.

**Zu 17. (06-09-SH-17):**

Am 09.06.2013 wurde von ca. 11:39:53 bis ca. 11:40:28 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:40:19 bis ca. 11:40:24 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Radrennen 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 18. (06-23-SH-18):**

Am 23.06.2013 wurde von ca. 11:58:37 bis ca. 11:59:10 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:58:41 bis ca. 11:58:49 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Golfturnier 1 Sponsorhinweis (golf.at) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 19. (07-07-SH-19):**

Am 07.07.2013 wurde von ca. 12:04:27 bis ca. 12:05:03 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 12:04:52 bis ca. 12:04:57 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Golfturnier 1 Sponsorhinweis (golf.at) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 20. (07-21-SH-20):**

Am 21.07.2013 wurde von ca. 11:04:26 bis ca. 11:05:01 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:04:49 bis ca. 11:04:54 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über die Wachauer Radtage 1 Sponsorhinweis (Sport.Land.NÖ) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 21. (08-25-SH-21):**

Am 25.08.2013 wurde von ca. 12:15:02 bis ca. 12:15:45 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 12:15:15 bis ca. 12:15:23 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über die Tchibo-Top-Radliga 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 22. (09-08-SH-22):**

Am 08.09.2013 wurde von ca. 11:41:54 bis ca. 11:42:28 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:42:18 bis ca. 11:42:24 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Tennisturnier 1 Sponsorhinweis (Simacek Facility GmbH) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 23. (09-15-SH-23):**

Am 15.09.2013 wurde von ca. 11:33:01 bis ca. 11:33:32 eine

**Zu 24. (09-22-WT-24):**

Programmorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 11:33:19 bis ca. 11:33:26 wurde während der Dauer einer Bildorschau auf den Beitrag über ein Golfturnier 1 Sponsorhinweis (golf.at) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

Am 22.09.2013 wurden folgende Werbespots und Sponsorhinweise ausgestrahlt:

Von ca. 00:08:30 bis ca. 00:12:54 wurden 11 Werbespots (Deichmann, Vichy, Orbit, yesss/Hofer, Synthesa Farben, excilor, Baumax, Pedigree, Heineken, Hornbach, Aptamil) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:24 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:14.

Von ca. 00:13:00 bis ca. 00:13:25 wurde 1 Werbespot (Nivea) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 08:07:43 bis ca. 08:07:48 wurde 1 Sponsorhinweis (Tiergarten Schönbrunn/s. Oliver) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 09:21:45 bis ca. 09:21:50 wurde 1 Sponsorhinweis (Billa 4 Kids) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 09:37:07 bis ca. 09:37:12 wurde 1 Sponsorhinweis (Billa 4 Kids) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 10:30:11 bis ca. 10:30:18 wurde 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 10:30:19 bis ca. 10:30:26 wurde 1 Sponsorhinweis (Novomatic) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 10:30:52 bis ca. 10:30:57 wurde 1 Sponsorhinweis (Sportministerium, Chevrolet) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:07:38 bis ca. 11:07:42 wurde 1 Sponsorhinweis (Novomatic, Tchibo) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:04.

Von ca. 11:09:31 bis ca. 11:09:36 wurde 1 Sponsorhinweis (Sportministerium, Chevrolet) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:39:45 bis ca. 11:39:50 wurde 1 Sponsorhinweis (Sportministerium, Chevrolet) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 11:40:28 bis ca. 11:43:28 wurde 1 Werbespot (VW) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:03:00.

Von ca. 12:59:10 bis ca. 12:59:13 wurde 1 Sponsorhinweis (Novomatic) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:03.

Von ca. 13:30:43 bis ca. 13:33:09 wurden 7 Werbespots (Renault, Tchibo, Kinder Pingui, eni Station, Mercedes-Benz, T-Mobile, Mercedes-Benz) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:26 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:20.

Von ca. 13:54:53 bis ca. 13:55:43 wurde 1 Werbespot (Audi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:50.

Von ca. 13:55:49 bis ca. 13:55:59 wurde 1 Sponsorhinweis (Chanel) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 16:16:46 bis ca. 16:16:56 wurde 1 Sponsorhinweis (Forstinger) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 16:17:02 bis ca. 16:18:46 wurden 5 Werbespots (UPC, Lidl, UPC, eni Station, Mc Donald's) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:44 sind 4 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:04, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:40.

Von ca. 16:21:56 bis ca. 16:22:03 wurde 1 Sponsorhinweis (Chanel, Forstinger) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 16:27:49 bis ca. 16:28:55 wurden 3 Werbespots (Kelly's, Mentadent, FIFA 14) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:06 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. 00:01:04.

Von ca. 16:29:01 bis ca. 16:29:11 wurde 1 Werbespot (William Hill) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 17:19:50 bis ca. 17:19:55 wurde 1 Sponsorhinweis (Novomatic) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 17:28:11 bis ca. 17:31:54 wurden 9 Werbespots (Kelly's, Tchibo, Lotterie win2day, excilor, Penny Markt, htc one A1, A1, Hartlauer, A1 Samsung) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:43 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:35.

Von ca. 17:32:00 bis ca. 17:32:15 wurde 1 Werbespot (eni Station) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:15.

Von ca. 17:32:20 bis ca. 17:32:30 wurde 1 Werbespot (bet-at-home.com) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 18:35:36 bis ca. 18:35:43 wurde 1 Sponsorhinweis (Bet-At-Home, William Hill) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 18:38:04 bis ca. 18:41:57 wurden 11 Werbespots (Erste

Bank, Adler Farben, Baumax, Disney Game Infinity, Sky, GQ Parfum, FIFA 14, Airwaves, yesss/Hofer, Hornbach, Synthesa Farben) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:53 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:43.

Von ca. 19:30:12 bis ca. 19:30:16 wurde 1 Sponsorhinweis (Novomatic) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:04.

Von ca. 19:31:23 bis ca. 19:34:45 wurden 8 Werbespots (Hartlauer, Kinofilm Turbo, Mömax, Kinder Pingui, Lidl, A1, DiBa, A1 Samsung) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:22 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. 00:03:15.

Von ca. 19:34:51 bis ca. 19:35:00 wurde 1 Sponsorhinweis (Jil Sander Parfum) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:09.

Von ca. 19:55:15 bis ca. 19:56:17 wurden 3 Werbespots (Tic Tac, DiBa, Schärtinger) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:02 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. 19:56:23 bis ca. 19:56:33 wurde 1 Sponsorhinweis (Immobilien Scout 24) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 19:57:40 bis ca. 20:00:11 wurden 7 Werbespots (GQ Parfum, Hornbach, Kinder Country, Pantene Pro-V, Weleda Lotion, H&M, A1 Internet) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:31 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:25.

Von ca. 20:08:51 bis ca. 20:12:26 wurden 11 Werbespots (Snickers, Kika, Pearle, 3 Handy, Gillette, Lotterie Brieflos, Deichmann, Innocent, Raiffeisen, Kinder Riegel, Hornbach) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:35 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:25.

Von ca. 20:12:32 bis ca. 20:12:52 wurde 1 Werbespot (T-Mobile) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 20:13:37 bis ca. 20:15:34 wurden 6 Werbespots (H&M, Airwaves, Fa, Hofer, Leiner, Red Bull) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:57 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:52.

Von ca. 20:15:39 bis ca. 20:16:02 wurde 1 Werbespot (Erste Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:23.

Von ca. 20:16:09 bis ca. 20:16:15 wurde 1 Sponsorhinweis (Kinder Choco fresh) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 21:48:13 bis ca. 21:48:19 wurde 1 Sponsorhinweis (Kinder Choco fresh) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 21:49:43 bis ca. 21:50:29 wurden 2 Werbespots (Prinzenrolle, Nespresso) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:46 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:45.

Von ca. 21:55:46 bis ca. 22:02:27 wurden 17 Werbespots (Iglo, Billa, Storck, Lotterie win2day, yesss/Hofer, Baumax, Bresso, Deichmann, Tic Tac, Interspar, kik, Vöslauer, head&shoulders, Mc Donald's, Edelweiss, Pick up, Lidl) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:06:41 sind 16 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:16, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:06:25.

Von ca. 22:02:32 bis ca. 22:02:52 wurde 1 Werbespot (Dior Parfum) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 22:44:02 bis ca. 22:44:53 wurden 2 Werbespots (Tickets Lange Nacht der Museen/ÖBB, FM4 Unlimited Elektromusik) ausgestrahlt. Zwischen den Spots wurde keine Schwarzblende ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:51.

Von ca. 22:44:58 bis ca. 22:49:13 wurden 11 Werbespots (Manner, Puntigamer, Tic Tac, yesss/Hofer, Merkur Versicherung, NÖM fasten, Ö3 Greatest Hits 63 CD, bfi, Duplo, Darbo, Leiner) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:15 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:05.

Von ca. 22:49:19 bis ca. 22:49:49 wurde 1 Werbespot (Dior Parfum) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 23:32:04 bis ca. 23:33:25 wurden 4 Werbespots (Penny Markt, Barilla, Nutella, Billa) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:21 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. 00:01:18.

Die Gesamtdauer der Werbespots und Sponsorhinweise am 22.09.2013 betrug daher ca. 00:50:25.

**Zu 25. (09-22-SH-25):**

Am 22.09.2013 wurde von ca. 10:29:51 bis ca. 10:30:32 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 10:30:11 bis ca. 10:30:18 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Radrennen 1 Sponsorhinweis (Tchibo) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit

während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 26. (09-22-SH-26):**

Am 22.09.2013 wurde von ca. 10:29:51 bis ca. 10:30:32 eine Programmvorschau auf die Sendung „Sport-Bild“ ausgestrahlt. Von ca. 10:30:19 bis ca. 10:30:26 wurde während der Dauer einer Bildvorschau auf den Beitrag über ein Tennisturnier 1 Sponsorhinweis (Novomatic) ausgestrahlt. Dieser Sponsorhinweis wurde nach Beginn und vor Ende der Sendung und somit während der Sendung ausgestrahlt.

**Zu 27. (10-10-WS-27):**

Am 10.10.2013 wurden von ca. 19:14:01 bis ca. 19:15:02 3 Werbespots (Frucade, Mentadent, Ferrero Rocher) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:01 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. 00:00:59.

Am 10.10.2013 wurden von ca. 19:15:24 bis ca. 19:18:52 9 Werbespots (Moser Wurst, Citroen, Yogurette, Just Cavalli Parfum, Lotterie Smaragde! Rubine!, kik, Kinder Überraschung, AXE, NÖM fasten) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:28 sind 8 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:08, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:20.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:18:58 bis ca. 19:19:03 1 Werbespot (Lotterie Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Am 10.10.2013 wurden von ca. 19:40:40 bis ca. 19:44:06 10 Werbespots (Lotterie Casinos Austria, Milchschnitte, Saturn, Ferrero Küsschen, Mömax, LG G2 A1, Mon Cheri, Lotterie win2day, Haribo, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:26 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:17.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:44:12 bis ca. 19:44:37 1 Werbespot (Storck) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:53:03 bis ca. 19:53:18 1 Werbespot (Kinofilm Rush) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:15.

Am 10.10.2013 wurden von ca. 19:53:23 bis ca. 19:54:16 2 Werbespots (A1 Internetbox, Lotterie win2day) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:53 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:52.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:54:22 bis ca. 19:54:32 1 Sponsorhinweis (Immobilien Scout 24) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:54:38 bis ca. 19:54:43 1 Werbespot (Lotterie Jackpot) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.



Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:56:18 bis ca. 19:56:28 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:56:33 bis ca. 19:56:40 1 Werbespot (Lotterie Toto) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Am 10.10.2013 wurden von ca. 19:56:46 bis ca. 19:59:07 7 Werbespots (ÖAMTC, Coca Cola zero/Playstation, Hervis, Pampers, Yogurette, Haribo, A1 Internetbox) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:21 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:15.

Am 10.10.2013 wurde von ca. 19:59:13 bis ca. 19:59:28 1 Werbespot (Granny's) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:15.

Die Gesamtdauer der am 10.10.2013 von ca. 19:00:00 bis ca. 19:59:59 ausgestrahlten Werbespots und Sponsorhinweise betrug daher ca. 00:12:15.

**Zu 28. (10-19-WT-28):**

Am 19.10.2013 wurden folgende Werbespots und Sponsorhinweise ausgestrahlt:

Von ca. 00:10:48 bis ca. 00:10:53 wurde 1 Sponsorhinweis (Raiffeisen) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 00:11:00 bis ca. 00:11:36 wurden 2 Werbespots (Tickets Afrika! Afrika!, Ö3 Zeitreise Clubbing) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:36 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:35.

Von ca. 00:11:41 bis ca. 00:16:05 wurden 10 Werbespots (AMA Gütesiegel, Media Markt, AMA Gütesiegel, Tic Tac, Uniqua, Kinder Pingui, Lutz, Ferrero Rocher, Hofstädter, Mc Donald's) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:24 sind 9 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:09, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:15.

Von ca. 00:16:11 bis ca. 00:16:36 wurde 1 Werbespot (Nivea) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 00:59:08 bis ca. 00:59:13 wurde 1 Sponsorhinweis (Erste Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 00:59:24 bis ca. 00:59:29 wurde 1 Sponsorhinweis (Erste Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 01:27:49 bis ca. 01:27:53 wurde 1 Sponsorhinweis (Erste Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:04.

Von ca. 01:27:53 bis ca. 01:27:58 wurde 1 Sponsorhinweis (Erste Bank) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 05:45:56 bis ca. 05:46:01 wurde 1 Sponsorhinweis (Surface, ice watch, Grapos/ Steffl, högl, Yamaha) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:00:50 bis ca. 08:00:55 wurde 1 Sponsorhinweis (Billa 4 Kids) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:16:26 bis ca. 08:16:31 wurde 1 Sponsorhinweis (Billa 4 Kids) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:17:48 bis ca. 08:17:53 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 08:49:12 bis ca. 08:49:17 wurde 1 Sponsorhinweis (Knabber Nossi) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 10:07:38 bis ca. 10:07:44 wurde 1 Sponsorhinweis (Tiergarten Schönbrunn/s.Oliver) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:06.

Von ca. 16:57:06 bis ca. 16:57:26 wurde 1 Werbespot (Ö3 Pistenbully) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20. Der Spot beinhaltete die Darstellung fahrenden Pistenraupen, eines auf einer solchen Pistenraupe aufgebauten DJ-Pults, sowie Bilder von tanzenden Menschen samt Musikuntermalung. Aus dem Off wird folgender Text gesprochen: „Er bringt die Party auf die Piste. Der Ö3 Pistenbully. Beim Ski-Weltcup-Opening in Sölden“. Parallel werden diese Informationen samt ergänzender Datumsangabe auch im Bild eingeblendet.

Von ca. 17:19:47 bis ca. 17:20:33 wurden 2 Werbespots (Iglo, Diadermine) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:46 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:45.

Von ca. 17:20:55 bis ca. 17:21:51 wurden 2 Werbespots (Hornbach, Iglo) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:00:56 ist 1 Schwarzblende mit einer Dauer von ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:01, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:00:55.

Von ca. 17:45:27 bis ca. 17:46:54 wurden 3 Werbespots (VW, Mc Donald's, Nivea) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:27 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. 00:01:25.

Von ca. 17:47:16 bis ca. 17:47:46 wurde 1 Werbespot (Hornbach) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 18:08:35 bis ca. 18:09:52 wurden 3 Werbespots (Uniqua, 5 Gum, Hornbach) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:17 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. 00:01:15.

Von ca. 18:10:14 bis ca. 18:13:31 wurden 8 Werbespots (Tic Tac, Mc Donald's, Ferrero Rocher, The BossHoss CD, Blue Star, Hartlauer, Lidl, Kinder Überraschung) 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. 18:13:37 bis ca. 18:14:12 wurde 1 Werbespot (Bawag) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:35.

Von ca. 18:33:53 bis ca. 18:34:03 wurde 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 18:34:03 bis ca. 18:34:23 wurde 1 Werbespot (Tickets Afrika! Afrika!) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:20.

Von ca. 18:34:28 bis ca. 18:39:22 wurden 13 Werbespots (Ferrero Küsschen, Garnier, Kinder Maxi King, De Beukelaer, durchblicker.at, Haribo, Mömax, Duplo, Silan, Hornbach, Merci, Billa, Hartlauer) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:54 sind 12 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:12, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:42.

Von ca. 18:39:28 bis ca. 18:39:58 wurde 1 Werbespot (voestalpine) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 19:03:37 bis ca. 19:03:42 wurde 1 Sponsorhinweis (Raiffeisen) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:05.

Von ca. 19:04:25 bis ca. 19:08:22 wurden 11 Werbespots (Kinder Schokolade, Uniqua, Orbit, Hipp, AXE, Yogurette, Hornbach, Kinder Maxi King, Schärtinger, 5 Gum, Casali) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:57 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:03:47.

Von ca. 19:08:28 bis ca. 19:08:38 wurde 1 Werbespot (Bahlsen) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 19:28:14 bis ca. 19:30:59 wurden 6 Werbespots (Schogetten, Bepanthen, Kinder Überraschung, Hartlauer, Haribo, Schärtinger) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:45 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:40.

Von ca. 19:31:05 bis ca. 19:31:15 wurde 1 Werbespot (Merci) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 19:53:25 bis ca. 19:54:27 wurden 3 Werbespots (Christina Aguilera Parfum, Tic Tac, Lidl) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:02 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. 19:55:45 bis ca. 19:59:55 wurden 11 Werbespots (Ferrero Küsschen, Innocent, AXE, Kate Perry CD, Iglo, willidungl Müsli, P&G Konsumgüter, Kärcher, Uniqua, Hartlauer, Milchschnitte) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:04:10 sind 10 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:10, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:04:00.

Von ca. 20:07:48 bis ca. 20:11:06 wurden 8 Werbespots (Ferrero Küsschen, Nivea, Hofer, Aspirin, autoscout24.at, Schärddinger, Billa, Mikado) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:03:18 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. 00:03:11.

Von ca. 20:11:12 bis ca. 20:11:37 wurde 1 Werbespot (Mc Donald's) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:25.

Von ca. 20:12:20 bis ca. 20:14:55 wurden 7 Werbespots (Erste Bank, Snickers, Coca Cola zero/Playstation, Snickers.at, Lidl, Hipp, Samsung 3 Handy) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:35 sind 6 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:06, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:29.

Von ca. 20:15:01 bis ca. 20:15:08 wurde 1 Sponsorhinweis (Kinder Choco fresh) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 22:02:06 bis ca. 22:02:13 wurde 1 Sponsorhinweis (Kinder Choco fresh) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:07.

Von ca. 22:03:19 bis ca. 22:03:29 wurde 1 Sponsorhinweis (Fussl Modestraße) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:10.

Von ca. 22:03:34 bis ca. 22:04:36 wurden 3 Werbespots (Barilla, Billa, Casali) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:02 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. 22:14:40 bis ca. 22:20:40 wurden 17 Werbespots (Duplo, Ford, Thalia, Gösler, Orbit, Wüstenrot, Tempur Matratzen, Ariel, yesss/Hofer, Tic Tac, Volksbank, Media Markt, Ferrero Rocher, Skoda, Nivea, Storck, Ottakringer) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:06:00 sind 16 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:16, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:05:44.

Von ca. 22:20:46 bis ca. 22:21:16 wurde 1 Werbespot (Nespresso) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Von ca. 23:42:40 bis ca. 23:45:11 wurden 6 Werbespots (Diadermine, A1 Internetbox, Ferrero Küsschen, Suzuki, Erste Bank, Kinder Überraschung) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:02:31 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:02:26.

Von ca. 23:45:38 bis ca. 23:47:34 wurden 6 Werbespots (Nivea, Baumax, Humboldt, Duplo, Humboldt, yesss/Hofer) ausgestrahlt. Von der Bruttodauer von ca. 00:01:56 sind 5 Schwarzblenden mit einer Dauer von je ca. 1 Sekunde, sohin ca. 00:00:05, in Abzug zu bringen. Die Nettodauer betrug daher ca. 00:01:51.

Von ca. 23:47:40 bis ca. 23:48:10 wurde 1 Werbespot (Hornbach) ausgestrahlt. Die Nettodauer betrug ca. 00:00:30.

Die Gesamtdauer der Werbespots und Sponsorhinweise am 19.10.2013 betrug daher ca. 00:51:09.

## *2.b. Bestellung des Beschuldigten zum verantwortlichen Beauftragten / Vorstrafen*

Der ORF ist als Stiftung öffentlichen Rechts nach § 1 Abs. 1 ORF G eine juristische Person. Mit Schreiben vom 13.01.2011, erfasst unter KOA 5.009/11-002, wurde der Beschuldigte mit dessen Zustimmung zum verwaltungsstrafrechtlich Beauftragten, sachlich abgegrenzt für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G, für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks bestellt.

Mit Straferkenntnis vom 02.06.2010, 611.009/0013-BKS/2010, wurden durch den Bundeskommunikationssenat (BKS) über den Beschuldigten rechtskräftig wegen dreier Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 8 ORF-G [nunmehr § 15 Abs. 2 ORF-G] Geldstrafen iHv je EUR 3.000,- verhängt.

Mit Straferkenntnis vom 16.01.2012, KOA 3.500/12-002, wurden durch die KommAustria über den Beschuldigten wegen zweier Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G Geldstrafen iHv je EUR 5.000,- verhängt. Dieses Straferkenntnis wurde mit dem die dagegen erhobene Berufung abweisenden Bescheid des Unabhängigen Verwaltungssenates Wien (UVS Wien) vom 27.02.2013, UVS-06/23/1729/2012-17, rechtskräftig.

Mit Straferkenntnis vom 29.02.2012, KOA 3.500/12-013, wurde durch die KommAustria über den Beschuldigten wegen einer Übertretung des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 16 Abs. 5 Z 3 ORF-G eine Geldstrafe iHv EUR 5.000,- verhängt. Dieses Straferkenntnis wurde mit dem die dagegen erhobene Berufung abweisenden Bescheid des UVS Wien vom 20.06.2012, UVS-06/48/3556/2012-6, rechtskräftig.

Mit Straferkenntnis vom 13.06.2013, KOA 3.500/13-008, wurde durch die KommAustria über den Beschuldigten rechtskräftig wegen einer Übertretung des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 15 Abs. 2 ORF-G eine Geldstrafe iHv EUR 4.000,- verhängt.

## *2.c. Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen des Beschuldigten*

Es konnte nicht festgestellt werden, dass konkrete und systematische Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen des Beschuldigten, die auf eine Verhinderung der verfahrensgegenständlichen Verwaltungsübertretungen gerichtet gewesen wären, stattgefunden hätten.

Es besteht im ORF unter der Verantwortung des Beschuldigten ein allgemeines System, wonach

aufgrund einer Dienstanweisung des Generaldirektors sämtliche zu gerichtlichen und verwaltungsbehördlichen Entscheidungen (Bescheide, Urteile, Beschlüsse, Erkenntnisse udgl.) in Werbesachen im weitesten Sinn abgegebenen Einschätzungen, Empfehlungen und Vorgaben der Abteilung Recht und Auslandsbeziehungen (GRA) sowie sämtliche durch den Beschuldigten festgelegte Maßnahmen von allen Dienststellen und Tochtergesellschaften zu berücksichtigen bzw. einzuhalten sind. Weiters gibt es eine vom Beschuldigten an alle Direktoren, Landesdirektoren, Dienststellenleiter und mehrere Tochtergesellschaften adressierte „Interne Mitteilung“ vom 08.03.2010, in der eine Verteilung von Berichten der Abteilung GRA und deren Abrufbarkeit im Internet angeordnet werden. Weiters wird angeordnet, dass werberechtliche Fragen, die nicht ausjudiziert sind und bisher noch nicht von GRA beurteilt wurden, ausnahmslos an GRA zur Klärung heranzutragen sind. Bei Sendungen oder sonstigen Aktivitäten, die neu sind und/oder ein nicht unbeachtliches mediales Interesse erwarten lassen, sind alle damit in Zusammenhang stehenden werberechtlichen Fragen im Vorhinein mit GRA abzuklären. Einzelfälle, bei denen aufgrund ihrer Komplexität Zweifel über die werberechtliche Zulässigkeit der Vorgehensweise besteht, sind an GRA heranzutragen. Ebenso ist in der Internen Mitteilung in Aussicht gestellt, dass GRA regelmäßig in allen von den Werbebestimmungen betroffenen Bereichen des ORF und seiner Tochtergesellschaften stichprobenartige Kontrollen und Überprüfungen durchführen wird.

#### *2.d. Einkommens-, Vermögens- und Familienverhältnisse des Beschuldigten*

Anonymisiert

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zum Sendungsablauf gründen sich auf die vorliegenden und im Akt befindlichen Aufzeichnungen der Sendungen. Der Sachverhalt wurde vom Beschuldigten nicht weiter bestritten. Im Hinblick auf die zuletzt im Rahmen der Akteneinsicht offen gebliebene Differenz bei der Ermittlung der Dauer von vier näher bezeichneten Spots wurde die vom Beschuldigten zugestandene (je um 1 Sekunde kürzere) Dauer zu Grunde gelegt. Zwar geht die KommAustria davon aus, dass bei der Ermittlung der Dauer der Werbung grundsätzlich die Dauer im „Empfangssignal“ und nicht jene in der ORF-Sendeleitung maßgeblich ist und insoweit auch die festgestellten „Lags“ einberechnet werden dürften; dem Grundsatz *in dubio pro reo* folgend wurde jedoch der vom Beschuldigten zugestandene Sachverhalt zu Grunde gelegt, woraus sich auch keine Auswirkungen auf die Frage des grundsätzlichen Vorliegens einer Gesetzesverletzung ergeben haben. Im Hinblick auf eine ursprünglich in der ersten Aufforderung zur Rechtfertigung vom 24.01.2014, KOA 3.500/14-003, vorgehaltene Übertretung (05-12-WT-10) wurde das Verfahren mangels Vorliegens einer Verwaltungsübertretung eingestellt.

Die Feststellungen zur Bestellung des Beschuldigten als verwaltungsstrafrechtlich verantwortlichen Beauftragten ergeben sich aus dem zitierten Schreiben des ORF vom 13.01.2011, KOA 5.009/11-002. Die Feststellungen zur Verhängung von Verwaltungsstrafen gegen den Beschuldigten wegen der Übertretungen des § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G ergeben sich aus den zitierten Bescheiden.

Die Feststellungen zu den allgemeinen Aufsichts- und Kontrollmaßnahmen des Beschuldigten ergeben sich aus den in den zitierten Verwaltungsstrafurteilen getroffenen Feststellungen, wobei die KommAustria es unbeschadet des Fehlens jeglicher Angaben durch den Beschuldigten hierüber für wahrscheinlich hält, dass diese weiterhin in Geltung stehen dürften.

Der Beschuldigte hat keinerlei Angaben gemacht, dass er bezogen auf die verfahrensgegenständlichen Verletzungen der Werbezeitbeschränkungen bzw. der Ausstrahlung von Sponsorhinweisen während einer Sendung irgendwelche konkreten oder systematischen Kontrollmaßnahmen zu ihrer Verhinderung gesetzt hätte. Entsprechende Feststellungen konnten daher nicht getroffen werden.

Die Feststellungen zu den Familien-, Vermögens- und Einkommensverhältnissen des Beschuldigten ergeben sich aus den zuletzt erfolgten Feststellungen im Berufungsbescheid des

UVS Wien vom 27.02.2013, UVS-06/23/1729/2012-17, sowie im Straferkenntnis der KommAustria vom 13.06.2013, KOA 3.500/13-008). Im vorliegenden Verfahren hat der Beschuldigte trotz Aufforderung kein diesbezügliches Vorbringen erstattet. Daher geht die KommAustria davon aus, dass die in den genannten Verfahren getroffenen Feststellungen weiterhin die Familien-, Vermögens- und Einkommensverhältnisse widerspiegeln.

#### **4. Rechtliche Würdigung**

##### *4.a. Zuständigkeit der Behörde*

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KOG, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, obliegt der KommAustria die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften sowie das Führen von Verwaltungsstrafverfahren nach Maßgabe des ORF-G. Auch gemäß § 35 ORF-G obliegt der KommAustria als Regulierungsbehörde die Rechtsaufsicht über den ORF.

##### *4.b. Zum objektiven Tatbestand*

§ 1a ORF-G, BGBl. Nr. 379/1984 in der zum Zeitpunkt der Begehung der Verwaltungsübertretungen maßgeblichen Fassung BGBl. I Nr. 50/2012, 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.*

*[...]*

*(6) Nicht in die jeweilige höchstzulässige Werbedauer einzurechnen ist die Dauer von*  
*1. Hinweisen des Österreichischen Rundfunks auf Sendungen seiner Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind und*  
*2. Produktplatzierungen.“*

§ 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.[...]

(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 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. Auch vom Beschuldigten wurde dies bei der überwiegenden Anzahl der genannten Fälle nicht bestritten.

Seitens des Beschuldigten bestritten wurde eine Einrechnung in die Werbezeit zum einen hinsichtlich des Spots für die „FM4 Sound Selection Volume 28“, ausgestrahlt am 01.06.2013 im Werbeblock ab ca. 19:55:51 Uhr (relevant für Spruchpunkt 12.) und am 06.06.2013 im Werbeblock ab ca. 19:40:37 Uhr (relevant für Spruchpunkt 15.) mit der Dauer von jeweils ca. 00:00:20; dies mit dem Argument, es habe sich jeweils um die Bewerbung eines Begleitmaterials gehandelt, das direkt aus einer FM4-Sendung abgeleitet sei.

Die KommAustria kann sich dieser Sichtweise nicht anschließen: Nach der ständigen Rechtsprechung zu § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G muss für die Qualifikation eines Produktes als nicht in die Werbezeit einzurechnendes „Begleitmaterial“ eine Eignung zur „vollen und interaktiven Nutzung der betreffenden Programme“ (Erl. zur RFG-Novelle, BGBl. I Nr. 1/1999, 1520 BlgNR 20. GP) vorliegen, wonach sich die Inhalte jeweils konkret auf eine bestimmte Sendung zu beziehen haben, indem Sendungsinhalte vorangekündigt bzw. zum „Nachlesen“ angeboten und sendungsbegleitende oder -ergänzende Informationen geboten werden (vgl. grundlegend BKS 01.06.2005, 611.009/0030-BKS/2005). In diesem Sinne wurde etwa der CD-Reihe „Ö1-Klassiker“ diese Qualifikation abgesprochen, wobei der BKS wörtlich folgendes ausführte: *„Die CD-Reihe ‚Ö1-Klassiker‘ bezieht sich nicht auf eine bestimmte Sendung und enthält auch keine Zusammenstellung jener Musikstücke, die während der konkreten Sendung ‚Guten Morgen Österreich‘ gespielt wurden. Vielmehr bezieht sich die CD-Reihe ganz allgemein auf 100 bedeutende Werke der klassischen Musik und beinhaltet eine Zusammenstellung derselben auf 50 CDs – sortiert nach Komponisten – durch die Ö1 Musikredaktion. Die CDs erscheinen dabei monatlich beginnend mit Jänner 2004 bis einschließlich Februar 2008. Auch wenn die Musikstücke zum überwiegenden Ausmaß in diversen Sendungen von Ö1 gespielt werden, fehlt es am erforderlichen direkten Bezug zur Sendung. Weder werden dem Hörer damit sendungsbegleitende oder -ergänzende Informationen geboten, noch wird der Hörer in hinreichendem Ausmaß in die Lage versetzt, den Sendungsinhalt wiederholt zu konsumieren, da sich der Hinweis darin erschöpft, dass darauf aufmerksam gemacht wird, dass sich ein Musikstück der Sendung auf einer CD der Reihe ‚Ö1-Klassiker‘ unter Angabe der Bezugsquelle findet.“* (BKS 06.09.2005, 611.009/0042-BKS/2005).

Auch beim verfahrensgegenständlichen Produkt handelt es sich um einen klassischen Musiksampler, der zwar regelmäßig unter dem FM4-Label produziert wird, jedoch keinen konkreten Sendungsbezug aufweist. Das Produkt wird auch auf der Website von FM4



(<http://fm4.orf.at/stories/1717897/>; abgerufen am 18.07.2014) entsprechend beschrieben: „Das Konzept ist bekannt und bewährt: Der FM4 Musik-Chef Marcus ‚Makossa‘ Wagner-Lapierre legt sein Stethoskop auf die Musiklandschaften im In- und Ausland und klopft sie auf die besten Neuerscheinungen ab, die er anschließend in einem zweiteiligen Kompendium namens Sound Selection bündelt. Und wir rufen alle: Yeah Yeah Yeah!“ Mehr als ein loser Zusammenhang zum FM4-Programm iSd der schon vom BKS nicht für ausreichend erachteten Möglichkeit, dass die enthaltenen Titel auch in diversen FM4-Sendungen vorgekommen sein mögen, ist diesem Produkt daher nicht zu unterstellen. Da die Ausnahme des § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G somit nicht einschlägig ist, waren die beiden Spots bei der Berechnung der höchstzulässigen Werbezeit zu berücksichtigen.

Ebenso bestritten wurde vom Beschuldigten die Einrechnung in die Werbezeit von zwei Werbespots für die Ö3-Bühne am Donauinselfest, ausgestrahlt am 06.06.2013 ab ca. 19:40:03 Uhr (relevant für Spruchpunkt 15.) und am 07.06.2013 ab ca. 19:40:15 (relevant für Spruchpunkt 16.) in der Dauer von jeweils ca. 00:00:30, da es sich behauptetermaßen um die Bewerbung einer Veranstaltung gehandelt habe, an der unentgeltlich teilgenommen habe werden können (Verweis auf BKS 09.03.2009, 611.001/0007-BKS/2008).

Nach Auffassung der KommAustria vermag diese Sichtweise aus mehrerlei Gründen nicht zu überzeugen:

Zum einen kann die Frage, inwiefern für den Besuch der beworbenen Veranstaltung von den Besuchern ein Eintrittsgeld zu leisten ist, insoweit dahinstehen, als am Gelände des Donauinselfests und der beworbenen „Ö3-Bühne“ in umfangreichem Ausmaß entgeltliche Gastronomieleistungen angeboten und diese auch von den Besuchern in Anspruch genommen wurden, was sich nicht zuletzt aus dem nach der Haus- und Platzordnung (<http://2013.donauinselfest.at/haus-und-platzordnung/>) bestehenden Mitnahmeverbot für alkoholische Getränke ergibt. Schon daraus folgt ein grundsätzlich „entgeltlicher“ Charakter der Veranstaltung (vgl. den auf der Website <http://wiev1.orf.at/stories/304819> veröffentlichten Bericht aus dem Jahr 2008, wonach der Umsatz pro „Standler“ bei 50.000 Euro lag und insgesamt rund 40 Millionen Euro „eingespielt“ wurden).

Hinzu tritt, dass die „Ö3-Bühne“ als Teil der Großveranstaltung Donauinselfest im Wettbewerb mit anderen (entgeltlichen) österreichweit veranstalteten Konzertevents steht und es sich somit zweifelsfrei um „Wirtschaftswerbung“, handelt, die auch aus wettbewerblichen Gründen einer Gleichbehandlung im Hinblick auf die Einhaltung der relevanten Werbebeschränkungen unterliegt. Der Umstand, dass Ö3 bzw. der ORF – wohl aus Gründen der Hörerbindung und des Marketings – als Sponsoren anstelle der Besucher zumindest für einen Teil der anfallenden Kosten im Rahmen der Gesamtveranstaltung eines Dritten aufkommen, die insoweit „mitbeworben“ wird, kann ebensowenig an der rechtlichen Qualifikation des Spots als Werbung etwas ändern, wie wenn beispielsweise eine große Einzelhandelskette eine „Gratis-Aktion“ im Rahmen eines Firmenjubiläums bewirbt, Kfz-Hersteller Spots für kostenlose Probefahrten mit einem neuen Modell schalten, oder Gratis-Tageszeitungen ihre Produkte im Fernsehen oder Hörfunk anpreisen. Auch alle diese Maßnahmen sind wiederum darauf gerichtet, den entgeltlichen Absatz von Produkten und Dienstleistungen zu fördern, selbst wenn es im Einzelfall an der unmittelbaren Entgeltlichkeit fehlen sollte, und es liegt insoweit „Wirtschaftswerbung“ vor. Umgelegt auf Ö3 dient die Bewerbung der „Ö3-Bühne“ der Hörerbindung und damit Reichweitensteigerung, was unmittelbare Auswirkungen auf die Höhe der durch den Verkauf kommerzieller Kommunikation erzielbaren Erlöse nach sich zieht, und insoweit der in Frage stehenden Werbemaßnahme klar eine „Wettbewerbsabsicht“ immanent ist.

Off-Air-Aktivitäten eines Rundfunkveranstalters, mit denen er in ein Wettbewerbsverhältnis zu anderen Wirtschaftstreibenden tritt, aber auch sonstige Maßnahmen zur Marken- und Imagepflege, mit denen im Ergebnis die eigene Wettbewerbsposition gegenüber anderen Rundfunkveranstaltern auf dem Werbemarkt gestärkt werden soll, sind keinem der in Frage kommenden Ausnahmetatbestände zuordenbar: Wenn § 14 Abs. 6 Z 1 ORF-G bestimmt, dass die Dauer von „Hinweisen des Österreichischen Rundfunks auf Sendungen seiner Programme

und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind“, nicht in die jeweilige höchstzulässige Werbedauer einzurechnen sind, so fehlt es bei dem vorliegenden Spot an jeglichem Programmbezug und liegt auch kein Begleitmaterial iSd schon oben wiedergegebenen Voraussetzungen vor. Auch eine Subsumtion unter die Ausnahmetatbestände für Produktplatzierungen (§ 14 Abs. 6 Z 2 ORF-G), Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken (§ 14 Abs. 9 ORF-G) scheidet denkmöglich aus. Nach Auffassung der KommAustria handelt es sich bei den genannten Ausnahmebestimmungen um abschließende Regelungen, die keiner extensiven Auslegung in Richtung einer Erweiterung auf andere Formen der Eigenwerbung zugänglich sind. Dies ergibt sich nicht zuletzt aus der unionsrechtlichen Herkunft der zitierten Vorschriften, die sich weitgehend wortident in Art. 23 Abs. 2 der Mediendiensterichtlinie (AVMD-RL 2010/13/EU) finden. Nur der Vollständigkeit halber sei daher darauf verwiesen, dass auch für die privaten österreichischen Rundfunkveranstalter nach § 45 Abs. 2 AMD-G keine anderen Regeln gelten und etwa auch in Deutschland in Ziffer 9 Abs. 2 der „Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, die Produktplatzierung, das Sponsoring und das Teleshopping im Fernsehen idF vom 18.09.2012“ die Nichtanwendung der Werbevorschriften bei der „Eigenpromotion“ ausdrücklich auf jene Hinweise auf Produkte und Dienstleistungen beschränkt ist, durch welche der Inhalt einer Sendung erläutert, vertieft oder nachbearbeitet wird, wohingegen alle anderen Hinweise als Werbung zu behandeln sind. Insoweit geht auch der Verweis des Beschuldigten auf die Entscheidung des BKS vom 09.03.2009, 611.001/0007-BKS/2008, insoweit fehl, als es in dem dort gegenständlichen Fall um die Beurteilung eines im redaktionellen Teil des Hörfunkprogramms enthaltenen Hinweises auf ein veranstaltereigenes Event („Schlauchboot-Rallye) samt Gewinnspiel ging, wobei im Programm mehrfach eine redaktionelle Bearbeitung des Events, samt einer entsprechenden Live-Berichterstattung vor Ort stattfand. Beim verfahrensgegenständlich zu beurteilenden Sachverhalt wurde jedoch ein von der Aufmachung her als klassischer Werbespot gestalteter singulärer Clip ohne jedwede redaktionelle Rückbindung ausgestrahlt.

Unbeschadet der Frage, inwieweit derlei Marketingmaßnahmen für ORF-Hörfunkprogramme im ORF-Fernsehen überhaupt mit dem Verbot der sogenannten „Cross-Promotion“ nach § 14 Abs. 7 ORF-G vereinbar sind (entsprechend kritisch schon BKS 29.01.2007, 611.009/0017-BKS/2006, und 26.03.2007, 611.009/0006-BKS/2007, wonach die Nennung einer von einem Hörfunkprogramm abgeleiteten Veranstaltung verbunden mit der expliziten Erwähnung des Hörfunkprogramms selbst ebenso wie die Nennung eines Hörfunkprogramms an sich grundsätzlich geeignet sind, ein Hörfunkprogramm zu bewerben und dessen Image zu verbessern), sind die Werbespots daher jedenfalls in die nach § 14 Abs. 5 ORF-G relevante Werbezeit einzurechnen.

Zuletzt bestreitet der Beschuldigte, dass der am 19.10.2013 von ca. 16:57:06 bis ca. 16:57:26 ausgestrahlte Werbespot für den „Ö3 Pistenbully“ in der Dauer von 00:00:20 (relevant für Spruchpunkt 28.) in die Werbezeit einzurechnen wäre, da auch an dieser beworbenen Veranstaltung unentgeltlich teilgenommen habe werden können. Die KommAustria verweist diesbezüglich auf die bereits oben zur Ö3-Bühne dargelegten Argumente: Bei der „Pistenbully-Tour“ handelt es sich um eine Veranstaltungsreihe, bei der in unterschiedlichen Ski-Gebieten eine Art Disco mit Ö3-DJs auf der Piste stattfindet (vgl. die Beschreibung auf <http://oe3.orf.at/aktionen/stories/549566>). Zu berücksichtigen ist dabei im konkreten Fall, dass die „Ö3-Pistenbully-Disco“ in das grundsätzlich nur gegen Entgelt zu besuchende Programm des Ski-Weltcup-Openings in Sölden eingebettet ist (sofern nicht eine – wiederum entgeltliche – Liftkarte vorhanden ist; vgl. für 2014 die Webseite <http://skiweltcup.soelden.com/weltcup-programm> bzw. <http://skiweltcup.soelden.com/ticketpreise>) und dieses damit mitbeworben wird. Auch sonst dient die „Pistenbully-Tour“ aus Sicht von Ö3 der Hörerbindung und damit der Reichweitensteigerung und ist keinerlei Programmbezug der Veranstaltung erkennbar. Nach Auffassung der KommAustria ist daher jedenfalls auch hier vom Tatbestand eines in die Werbezeit einzurechnenden Werbespots auszugehen, ohne dass die Frage der Zulässigkeit vor dem Hintergrund des § 14 Abs. 7 ORF-G abschließend bewertet werden muss.

Im Lichte dieser Ausführungen ist daher davon auszugehen, dass alle oben im jeweils

festgestellten Sachverhalt genannten Spots in die nach § 14 Abs. 5 ORF-G relevanten Werbezeitgrenzen einzurechnen sind.

Damit ergibt sich bei den oben unter 4. (05-04-WT-4), 6. (05-05-WT-6), 24. (09-22-WT-24) und 28. (10-19-WT-28) dargestellten Sachverhalten, dass jeweils die sich aus § 14 Abs. 5 Satz 2 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G ergebende höchstzulässige Dauer der Werbung und der Sponsorhinweise von 00:50:24 pro Kalendertag (zur Maßgeblichkeit des Kalendertages vgl. BKS 01.03.2010, 611.009/0003-BKS/2010) überschritten wurde, und insoweit jeweils Verwaltungsübertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G vorliegen.

Bei den oben unter 1. (02-22-WS-1), 2. (03-04-WS-2), 3. (03-30-WS-3), 5. (05-04-WS-5), 7. (05-05-WS-7), 12. (06-01-WS-12), 15. (06-06-WS-15), 16. (06-07-WS-16) und 27. (10-10-WS-27) dargestellten Sachverhalten wurde jeweils 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) überschritten, und liegen insoweit jeweils Verwaltungsübertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G vor.

Der Beschuldigte bestritt zuletzt im Hinblick auf die Spruchpunkte 8. (05-05-SH-8), 9. (05-05-SH-9), 10. (05-12-SH-10), 11. (05-26-SH-11), 14. (06-02-SH-14), 17. (06-09-SH-17), 18. (06-23-SH-18), 19. (07-07-SH-19), 20. (07-21-SH-20), 21. (08-25-SH-21), 22. (09-08-SH-22), 23. (09-15-SH-23) und 26. (09-22-SH-26) jeweils das Vorliegen von Sponsorhinweisen während der Sendung iSd § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G, da diese Sponsorhinweise jeweils unmittelbar nach der Anmoderation oder unmittelbar vor der Abmoderation durch den Moderator ausgestrahlt worden seien.

Dieses Vorbringen geht nach Auffassung der KommAustria an der aufgezeigten Rechtswidrigkeit vorbei: Bei allen inkriminierten Sendungen handelt es sich jeweils um Programmvorschau-Beiträge („Trailer“) auf die Sendung „Sportbild“. Die Dauer beträgt jeweils ca. 00:00:30 bis ca.00:00:43, wobei nach einer kurzen Begrüßung und Anmoderation durch den Moderator jeweils drei der in der Sendung behandelten Berichte zu Sportbewerben mit einigen Vorschaubildern gezeigt werden und danach die Abmoderation erfolgt. Bei allen inkriminierten Sendungen werden nun jeweils während der gesamten Dauer einer Bildvorschau auf einen näher genannten einzelnen Bericht die Sponsorenhinweise in Form von Logo-Einblendungen im Bild gezeigt. Es handelt sich daher nicht etwa um „verspätet“ oder „verfrüht“ ausgestrahlte Sponsorhinweise in Bezug auf die Gesamtsendung, sondern klar erkennbar um Hinweise, die ein Sponsoringverhältnis in Bezug auf einen einzelnen Beitrag zum Ausdruck bringen. Diese Sichtweise folgt auch aus dem Umstand, dass bei der überwiegenden Anzahl der Hinweise ein thematischer Zusammenhang zwischen dem Sponsor und dem jeweils gesponserten Beitrag besteht (so erfolgen beispielsweise die „Tchibo“-Sponsorhinweise während der Vorschau auf die Beiträge zu den „Tchibo-Radrennen“, die Sponsorhinweise von „golf.at“ während der Vorschau auf die Beiträge zu Golfturnieren und der Sponsorhinweis von Sport.Land.NÖ während der Vorschau auf die Wachauer Radtage). Der Beschuldigte hat darüber hinaus die Verwaltungsübertretungen bei den Sachverhalten 13. (06-02-SH-13) und 25. (09-22-SH-25) nicht bestritten, bei denen jeweils – wohl zufällig – die mittlere Beitragsvorschau gesponsert war.

In dieser Konstellation erübrigt sich daher ein Eingehen auf die Frage, ob die Sponsorhinweise allenfalls verspätet oder verfrüht, aber doch dem Grunde nach noch am Beginn oder am Ende der Sendung ausgestrahlt wurden, da das Sponsoring von Sendungsteilen grundsätzlich durch § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G untersagt ist. So hat etwa der VwGH in dem – auch vom Beschuldigten zitierten – Erkenntnis vom 19.11.2008, 2005/04/0172, wörtlich zur Zulässigkeit des Sponsoring von Sendungsteilen Folgendes ausgeführt: *„Diese Rechtsansicht der beschwerdeführenden Partei ist schon deshalb nicht zu teilen, weil keine Anhaltspunkte dafür bestehen, dass der Gesetzgeber den Begriff ‚Sendung‘, den er im ORF-G als bekannt vorausgesetzt und daher nicht eigens definiert hat, in ein und demselben Gesetz unterschiedlich verstanden wissen wollte. Vielmehr unterscheidet der Gesetzgeber ebenso wie in § 14 Abs. 7 und 8 ORF-G [nunmehr: § 15 Abs. 1 und Abs. 2 ORF-G] auch in § 17 Abs. 7 [nunmehr: Abs. 6] leg. cit. zwischen der Sendung*

*einerseits und den Sendungsteilen andererseits. Nach dem klaren Wortlaut stellt § 17 Abs. 2 Z 2 ORF-G [nunmehr Abs.1 Z 2] auf die Sendung und nicht auf Sendungsteile ab. Die beschwerdeführende Partei irrt daher, wenn sie meint, ein Hinweis auf den Auftraggeber sei gemäß § 17 Abs. 2 Z 2 [nunmehr Abs. 1 Z 2] ORF-G auch am Anfang und am Ende von bloßen Sendungsteilen zulässig oder gar geboten.“ [Hervorhebung hinzugefügt].*

Ergänzend ist anzumerken, dass nach Auffassung der KommAustria bei einer derart kurzen Sendung wie einer Programmvorschau auch die Begriffe „am Anfang“ und „am Ende“ in Relation zur Gesamtdauer und Ausgestaltung der Sendung zu setzen sind. So wurde in BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153, etwa festgestellt, dass ein Sponsorhinweis im Rahmen der Sendung „Toitoitoi“ ca. 20 Sekunden nach Beginn jedenfalls bereits gegen § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G verstößt. Bei den spruchgegenständlichen Verletzungen ist nun zu berücksichtigen, dass jeweils eine Begrüßung durch den Moderator erfolgt, dann die Bildvorschau auf die einzelnen Berichte der Sendung, und sodann die Verabschiedung durch den Moderator. Der „Anfang“ bzw. das „Ende“ der Sendung sind daher jedenfalls durch die (kurze) Begrüßung bzw. Verabschiedung durch den Moderator abgegrenzt; die in Frage stehenden Sponsorhinweise wurden aber nicht in diesen Sequenzen, sondern jeweils ausschließlich im Mittelteil, nämlich im Rahmen der Bildvorschau auf die einzelnen Berichte, ausgestrahlt. Auch insoweit ist davon auszugehen, dass gegen das Verbot von Sponsorhinweisen während der Sendung iSd § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G verstoßen wurde, und daher jeweils Verwaltungsübertretungen iSd § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G vorliegen.

Soweit im Rahmen der Rechtfertigung vom 07.04.2014 sinngemäß vertreten wird, dass sowohl in Bezug auf die Übertretung der Werbezeitgrenzen als auch in Bezug auf die Verstöße gegen das Verbot von Sponsorhinweisen während der Sendung jeweils nur ein „fortgesetztes Delikt“ wegen eines „einheitlichen Gesamtkonzepts“ vorliege, weil der Beschuldigte zwischen den einzelnen Tathandlungen keine Maßnahmen zur Vermeidung der Übertretungen gesetzt habe, ist dem Folgendes entgegenzuhalten: Nach der stRSpr lässt sich ein fortgesetztes Delikt grundsätzlich nur vorsätzlich begehen (VwGH 23.05.1995, 94/04/0267). Woraus der Beschuldigte schließt, dass der VwGH in seinem Erkenntnis vom 25.08.2010, 2010/03/0025, auch bei Fahrlässigkeitsdelikten die Möglichkeit eines fortgesetzten Delikts angenommen hätte, kann die KommAustria nicht nachvollziehen; vielmehr führt der VwGH im zit. Erkenntnis wörtlich Folgendes aus: *„Die gegenständlichen Übertretungen lassen sich auch nicht als fortgesetztes Delikt qualifizieren. Darunter wäre nämlich eine Reihe von gesetzwidrigen Einzelhandlungen zu verstehen, die vermöge der Gleichartigkeit der Begehungsform sowie der äußeren Begleitumstände im Rahmen eines (noch erkennbaren) zeitlichen Zusammenhanges sowie eines diesbezüglichen Gesamtkonzepts des Täters zu einer Einheit zusammentreten; der Zusammenhang müsste sich äußerlich durch zeitliche Verbundenheit objektivieren lassen. Fahrlässige Begehungen scheiden für die Annahme eines fortgesetzten Deliktes jedoch aus. Nur dann, wenn der Täter von vornherein - wenn auch nur mit bedingtem Vorsatz - einen Gesamterfolg mit seinen wesentlichen Merkmalen ins Auge gefasst hat (Gesamtvorsatz), ist es gerechtfertigt, ihm nur eine einzige Straftat anzulasten. Das fortgesetzte Delikt kommt daher nur im Bereich der Vorsatzdelinquenz in Betracht (vgl dazu etwa das hg. Erkenntnis vom 19. Oktober 2004, ZI 2004/03/0102, mwN.“* [Hervorhebung hinzugefügt]

Dass der Beschuldigte die gegenständlichen Fahrlässigkeitsdelikte mit Vorsatz begangen hätte, ist ihm nicht nachzuweisen; auch er selbst behauptet einen solchen Vorsatz nicht.

Darüber hinaus fehlt es für die Annahme eines fortgesetzten Delikts vorliegend aber ohnedies auch an der geforderten zeitlichen, örtlichen und sachlichen Einheit (vgl. *Walter/Kolonovits/Muzak/Stöger, Verwaltungsverfahrenrecht*<sup>9</sup> (2011) Rz 822, mwN) der Einzelverstöße: Die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Fernsehprogramm des ORF beruht in jedem Einzelfall auf einer Vielzahl von Einzelhandlungen und -entscheidungen: Vom Abschluss des Vertrages mit jeweils unterschiedlichen Werbetreibenden angefangen, über die konkrete Platzierung im Rahmen der Programmplanung und Sendeplanung, bis hin zur Entscheidung über die tatsächliche Ausstrahlung im Rahmen der Sendeleitung. Die Einhaltung oder Nichteinhaltung der Werbezeitgrenzen pro Stunde und pro Tag zu einem bestimmten

Zeitpunkt stehen ebenso wie die Platzierung von unterschiedlichen Sponsorhinweisen in einer bestimmten Sendung daher in keinerlei innerem und zeitlichem Zusammenhang zueinander, sondern umfassen jeweils in sich geschlossene Einzelhandlungen, die für sich genommen einer Kontrolle im Rahmen des vom Beschuldigten zu verantwortenden Kontrollsystems bedürfen. Auch spricht die gesetzgeberische Wertungsentscheidung, bestimmte Einzelzeiträume für das zulässige Ausmaß der Werbung festzusetzen bzw. die Ausstrahlungen von Sponsorhinweisen im Einzelfall während einzelner Sendungen aus Gründen der Überfrachtung des Programms mit solchen Hinweisen zu verbieten, und dies folgerichtig in die Tatbilder des § 14 Abs. 5 bzw. des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G aufzunehmen, gegen die Möglichkeit, selbst aufeinanderfolgende Verletzungen dieser Bestimmungen wieder unter der Behauptung eines „fortgesetzten Delikts“ zu rechtlichen Einheiten zusammenzufassen – nicht zuletzt, da auch unterschiedliche Zusehergruppen in ihren individuellen Schutzbedürfnissen berührt sein können (vgl. zu diesem Gedanken grundlegend VwGH 26.01.1996, 95/17/0111). Die Tatsache, dass der Beschuldigte offenkundig immer wieder seinen Kontroll- und Aufsichtspflichten in Bezug auf die genannten Vorschriften nicht ausreichend nachgekommen ist, vermag demgegenüber kein fortgesetztes Delikt zu begründen. Auch liegt kein Fall von sonstiger strausschließender Konkurrenz vor, insbesondere ist weder Konsumtion, noch Subsidiarität, noch Spezialität anzunehmen.

#### *4.c. Zum Verschulden des verantwortlichen Beauftragten iSd § 9 Abs. 2 VStG*

Gemäß § 9 Abs. 1 VStG ist für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften durch juristische Personen, sofern die Verwaltungsvorschriften nicht anderes bestimmen und soweit nicht verantwortliche Beauftragte bestellt sind, strafrechtlich verantwortlich, wer zur Vertretung nach außen berufen ist.

Gemäß § 9 Abs. 2 VStG sind die zur Vertretung nach außen Berufenen berechtigt bzw. auf Verlangen der Behörde verpflichtet, aus ihrem Kreis eine oder mehrere Personen als verantwortliche Beauftragte zu bestellen, denen für das ganze Unternehmen oder für bestimmte räumlich oder sachlich abgegrenzte Bereiche des Unternehmens die Verantwortung für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften obliegt.

Der Österreichische Rundfunk ist als Stiftung öffentlichen Rechts (§ 1 Abs. 1 ORF-G) eine juristische Person. Da mit dem Beschuldigten ein verantwortlicher Beauftragter für Übertretungen nach § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G für den gesamten Bereich des Österreichischen Rundfunks bestellt wurde, entfällt insoweit die Verantwortlichkeit der zur Vertretung nach außen Berufenen. Der Beschuldigte ist daher im Sinn des § 9 Abs. 2 VStG ein verwaltungsstrafrechtlich verantwortlicher Beauftragter.

Zur Erfüllung der subjektiven Tatseite muss die Verwaltungsübertretung dem Beschuldigten auch vorzuwerfen sein. Es handelt sich bei den festgestellten Verstößen gegen § 14 Abs. 5 Satz 2 bzw. Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G sowie § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G jeweils um sogenannte „Ungehorsamsdelikte“, zu deren Tatbestand der Eintritt eines Schadens oder einer Gefahr nicht gehört und zu deren Strafbarkeit fahrlässiges Verhalten genügt. Es liegt daher am Beschuldigten, mangelndes Verschulden glaubhaft zu machen, widrigenfalls aufgrund der gesetzlichen Vermutung des § 5 Abs. 1 VStG von schuldhaftem Verhalten in der Schuldform der Fahrlässigkeit auszugehen ist. Auch § 9 VStG fordert von der Verwaltungsbehörde zu untersuchen, ob dem im fraglichen Fall Verantwortlichen eine der in § 5 VStG festgesetzten Schuldformen angelastet werden kann (vgl. BKS 02.06.2010, GZ 611.009/0013-BKS/2010). Bei Ungehorsamsdelikten verlangt die in § 5 Abs. 1 zweiter Satz VStG verankerte widerlegliche Schuldvermutung zu Lasten des Täters, dass dieser von sich aus sein mangelndes Verschulden glaubhaft zu machen hat. Dazu bedarf es der Darlegung, dass er im Betrieb ein wirksames Kontrollsystem eingerichtet hat, sodass er unter den vorhersehbaren Verhältnissen mit gutem Grund die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften erwarten konnte (vgl. VwGH 27.04.2011, 2010/08/0172, mwN).

Der Beschuldigte hat im Zuge des Verfahrens keinerlei Vorbringen dahingehend erstattet, dass es in Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Rechtsverletzungen ein wirksames Kontrollsystem im Hinblick auf die Einhaltung der Werbezeiten bzw. die Einhaltung des Verbots

von Sponsorhinweisen während der Sendung gäbe.

Der KommAustria ist aus anderen Verfahren bekannt, dass vom Beschuldigten beim Österreichischen Rundfunk ein allgemeines Kontrollsystem in Bezug auf die Einhaltung der Werbevorschriften eingerichtet ist (vgl. etwa die Feststellungen im Berufungsbescheid des UVS vom 27.02.2013, UVS-06/23/1729/2012-17). Bestandteile dieses Kontrollsystems sind etwa die Abhaltung von Schulungen, die Vorlage von Zweifelsfällen zur Prüfung bzw. die stichprobenartige Kontrolle der Werbevorschriften durch den Beschuldigten und seine Mitarbeiter. Dass es in Bezug auf die Verhinderung der Überschreitung der Werbezeitgrenzen oder des rechtswidrigen Sponsorings von Sendungsteilen gezielte Kontrollmaßnahmen gegeben hätte, die dem Beschuldigten nach Auffassung der KommAustria auch zuzumuten sind, wird nicht behauptet. So wäre etwa eine Nachkontrolle des Ausmaßes der ausgestrahlten Werbung ebenso zumutbar wie eine Kontrolle der Platzierung von Sponsorhinweisen, die über einen Zeitraum von mehreren Monaten in der betreffenden Programmvorschau ausgestrahlt werden. Im Lichte des Umstandes, dass sowohl die Sendung „Sport Bild“ bereits Gegenstand werberechtlicher Beanstandungen war (BKS 04.04.2006, 611.009/0057-BKS/2005), als auch in der Vergangenheit bereits mehrfach Werbezeitüberschreitungen festgestellt wurden (BKS 02.05.2006, 611.009/0004-BKS/2006, BKS 25.09.2006, 611.009/0024-BKS/2006, BKS 01.03.2010, 611.009/0003-BKS/2010), wäre dem Beschuldigten auch eine entsprechende erhöhte Aufmerksamkeit in Bezug auf diese beiden Bereiche zuzumuten gewesen. In der Rechtfertigung vom 07.04.2014 wird demgegenüber vom Beschuldigten die Auffassung vertreten, dass grundsätzlich von einer „Verhinderungspflicht“ der Behörde dahingehend ausgegangen werde, dass vermutete Rechtsverletzungen zeitnah aufgegriffen werden und dem Beschuldigten insoweit zur Kenntnis gebracht werden müssten, damit dann von ihm konkrete Maßnahmen zur Verhinderung weiterer Verletzungen gesetzt werden. Es ist daher nicht davon auszugehen, dass proaktiv ein konkret auf die Einhaltung der Werbezeitbeschränkungen bzw. der Einhaltung des Verbotes von Sponsorhinweisen während der Sendungen bezogenes systematisches Kontrollsystem bestanden hat. Dies ergibt sich letztlich auch aus der spruchgemäß festgestellten wiederholten Verletzung der maßgeblichen Bestimmungen des ORF-G in einem längerdauernden Zeitraum.

Da entsprechende Aufsichts- und Kontrolltätigkeiten unterlassen wurden und auch sonst in Bezug auf den konkret vorliegenden Sachverhalt keine vergleichbaren Kontrolltätigkeiten vorgebracht wurden, die mit guten Gründen eine Einhaltung der Verwaltungsvorschriften erwarten hätten lassen, kann von einem wirksamen Kontrollsystem im Sinne der Rechtsprechung nicht gesprochen werden. Dem Beschuldigten ist es somit nicht gelungen, die gesetzliche Schuldvermutung des § 5 Abs. 2 VStG zu widerlegen.

Soweit allgemein vorgebracht wird, dass die KommAustria vorliegend ein „Sammeln von Strafen“ über einen längeren Zeitpunkt hinweg betrieben und damit gegen das Legalitätsprinzip und den Auftrag der Behörde zur Verhinderung von Rechtsverletzungen verstoßen habe, weswegen eine Bestrafung unzulässig sei, ist dem Folgendes zu erwidern:

Die KommAustria hat im Zuge der sie treffenden Verpflichtung gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG zur Überprüfung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G während eines gesamten Kalenderjahres Aufzeichnungen des Fernsehprogramms ORF eins hergestellt; dies mit primärem Blick auf die Einhaltung der Norm des § 14 Abs. 5 Satz 2 ORF-G im Jahresschnitt. Woraus der Beschuldigte ableitet, dass eine – vor allem rechtsverbindliche – „Auswertung“ von Teilergebnissen bei dieser Zielsetzung zeitnah erfolgen hätte müssen, um den Beschuldigten in die Lage zu versetzen, weitere Rechtsverletzungen zu vermeiden, erschließt sich der KommAustria ebensowenig, wie ihr Rechtsprechung bekannt wäre, dass beispielsweise die zuständige Behörde Einrichtungen zur automationsunterstützten Geschwindigkeitsüberwachung („Radarboxen“) täglich entleeren und gegen die Betroffenen sofort im Wege des Verwaltungsstrafverfahrens vorgehen müsste, um sie von einer neuerlichen Verwaltungsübertretung abzuhalten. Die einzig gesetzlich relevante Vorschrift ist – neben dem gemäß § 24 VStG auch im Verwaltungsstrafverfahren maßgeblichen Prinzip der Verfahrensökonomie nach § 39 Abs. 2 AVG – die Verfolgungsverjährungsfrist von einem Jahr nach § 31 Abs. 1 VStG. Die diesbezüglich vorgenommene Wertungsentscheidung des

Gesetzgebers, der Behörde grundsätzlich bis zu einem Jahr Zeit zum Aufgriff eines Verstoßes zu geben, kann mit der Argumentation des Beschuldigten nicht in Frage gestellt werden. Der Umfang des ermittelten Sachverhalts in Bezug auf die dargestellte Überprüfung der Einhaltung der Jahres-Werbezeit (in Summe 960 A4-Druckseiten) hat schon auf Sachverhaltsebene ein aufwändiges Ermittlungsverfahren bedingt. Vor allem ist darauf zu verweisen, dass die Auswertung des Sachverhalts sukzessive, jedoch insoweit „provisorisch“ erfolgen musste, als eine abschließende rechtliche Wertung hinsichtlich der Einrechnung von Werbespots und Sponsorhinweisen bzw. der Zulässigkeit von Sponsorhinweisen erst nach Vorliegen der Gesamtergebnisse im Jänner 2014 vorgenommen werden konnte; dies selbstverständlich nicht aus der Motivation des „Sammelns“ von Strafen heraus, sondern aus dem Umstand, dass für zahlreiche Einzelfragen eine einheitliche Sichtweise erforderlich war. Es hat sich dabei – was der Natur der Programm-„Beobachtung“ in Form einer „Rund-um-die-Uhr-Auswertung“ durch eine Mehrzahl von Mitarbeitern geschuldet war – teilweise auch ergeben, dass erst im 4. Quartal 2013 bzw. im Jänner 2014 Sachverhalte „aufgefallen“ sind, die sodann nochmals in Bezug auf vorangegangene Quartale zu Nachprüfungen – sowohl zu Gunsten, als auch zu Lasten des Beschuldigten – geführt haben. Zum Teil war dies auch durch Entwicklungen in der Rechtsprechung bedingt, die sich unterjährig ergeben haben (so wurde etwa die Frage der Einrechnung von „Grafik-Sponsoring“ als Sponsorhinweise in die Werbezeit vom BKS erst im September 2013 entschieden). Zuletzt mussten auch sämtliche Verdachtsfälle auf Sachverhaltsebene nochmals hinsichtlich der exakten Parameter (Beginnzeit, Endzeit, Dauer der Schwarzblenden) überprüft werden; eine Aufgabe, die angesichts der vorhandenen personellen Ressourcen nicht parallel zur Erstauswertung stattfinden konnte. Die Aufforderung zur Rechtfertigung vom 24.01.2014 als verfahrenseinleitender Akt wurde daher jedenfalls ohne unnötigen Aufschub zum frühestmöglichen Zeitpunkt erstellt.

Das diesbezügliche Vorbringen des Beschuldigten vermag daher an seiner Strafbarkeit nichts zu ändern. Die Sichtweise, es wäre eigentlich nicht am Beschuldigten, sondern auch an der Behörde gelegen, die Verhinderung strafbarer Handlungen im ORF ehestmöglich durch einen Aufgriff im Wege des Verwaltungsstrafverfahrens sicherzustellen, weswegen der KommAustria eine „Garantenstellung“ zukäme, und eine Verletzung dieser behaupteten Pflicht zur Straflosigkeit des Beschuldigten führen sollte, scheint ein grundsätzlich anderes Verständnis über die Rollenverteilung zwischen dem Normunterworfenen und dem Kontrollorgan zu offenbaren; die KommAustria vermag dieses – auch unter Studium der zitierten Judikatur – nicht zu teilen. Auch kann die KommAustria den Verweis auf die kurze Frist in § 2 Abs. 1 Z 7 KOG, die nach Auffassung des Beschuldigten dazu diene, *„dass dem ORF allfällige Rechtsverletzungen umgehend vor Augen geführt werden und von diesem rasch abgestellt werden können“*, nicht nachvollziehen: Die vierwöchige Frist des § 2 Abs. 1 Z 7 KOG geht vielmehr auf die Stammfassung der Bestimmung zurück, wo auch noch die Veröffentlichung der „Ergebnisse der Auswertung“ der Werbebeobachtung auf der Webseite der Regulierungsbehörde vorgesehen war (vgl. § 2 Abs. 1 Z 7 KOG idF BGBl. I Nr. 97/2004). Sie wurde vom Gesetzgeber deswegen geschaffen, um Konkurrenten noch innerhalb der gesetzlichen sechswöchigen Beschwerdefrist des § 36 ORF G rechtzeitig die Möglichkeit zur Einbringung einer Beschwerde zu eröffnen (vgl. ausdrücklich die Begründung des zugrundeliegenden Initiativantrags 430/A B1gNR 22. GP). Auch insoweit vermag die KommAustria nicht zu erkennen, dass ein innerhalb der Verfolgungsverjährungsfrist liegender Aufgriff jedweder Verwaltungsübertretungen und eine Bestrafung des Beschuldigten unzulässig sein könnten.

#### 4.d. Zur Strafbemessung

Die Strafbemessung hat sich innerhalb des gesetzlichen Strafrahmens zu bewegen. Dieser reicht gemäß § 38 Abs. 1 ORF G bis zu einem Betrag von 58.000,- Euro. Grundlage für die Bemessung der Strafe ist gemäß § 19 Abs. 1 VStG die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat. Gemäß § 19 Abs. 2 VStG sind im ordentlichen Verfahren (§§ 40 bis 46 VStG) überdies die nach dem Zweck der Strafdrohung in Betracht kommenden Erschwerungs- und Milderungsgründe, soweit sie nicht schon die Strafdrohung bestimmen, gegeneinander abzuwägen. Auf das Ausmaß des Verschuldens ist besonders Bedacht zu nehmen. Unter Berücksichtigung der Eigenart des

Verwaltungsstrafrecht sind die §§ 32 bis 35 des Strafgesetzbuches sinngemäß anzuwenden. Die Einkommens- und Vermögensverhältnisse und allfällige Sorgepflichten des Beschuldigten sind bei der Bemessung von Geldstrafen zu berücksichtigen.

Gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG hat die Behörde von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens abzusehen und die Einstellung zu verfügen, wenn die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat und das Verschulden des Beschuldigten gering sind. Gemäß § 45 Abs. 1 letzter Satz VStG kann die Behörde im Fall der Z 4, anstatt die Einstellung zu verfügen, dem Beschuldigten unter Hinweis auf die Rechtswidrigkeit seines Verhaltens mit Bescheid eine Ermahnung erteilen, wenn dies geboten erscheint, um ihn von der Begehung strafbarer Handlungen gleicher Art abzuhalten.

Die Bestimmung des § 45 Abs. 1 VStG idF BGBl. I Nr. 33/2013 trat insofern u.a. an die Stelle des § 21 VStG vor der genannten Novellierung. Die Erläuterungen (ErlRV 2009 BlgNR 24. GP, S. 19) führen dazu aus: *„Im vorgeschlagenen § 45 Abs. 1 werden die derzeit in § 21 Abs. 1, § 21 Abs. 1a und § 34 VStG enthaltenen Bestimmungen an systematisch richtiger Stelle zusammengeführt. Der vorgeschlagene § 45 Abs. 1 Z 4 und der vorgeschlagene neue Schlusssatz dieses Absatzes entsprechen im Wesentlichen § 21 Abs. 1.“* Es kann also davon ausgegangen werden, dass mit der Novellierung keine inhaltliche Änderung der Bestimmungen zum Absehen von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens beabsichtigt war und insofern auf die Judikatur zum bisherigen § 21 Abs. 1 VStG zurückgegriffen werden kann.

Soweit in § 45 Abs. 1 Z 4 VStG auf die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes Bezug genommen wird, ist dies der Neuformulierung der Bestimmungen über die Strafbemessung (§ 19 VStG) geschuldet (ErlRV 2009 BlgNR 24. GP, S. 18 f). Soweit also nunmehr darauf abgestellt wird, dass *„die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung“* gering sein müssen, ersetzt dies das bisherige Tatbestandsmerkmal der unbedeutenden Folgen der Übertretung. Eine inhaltliche Änderung war damit nicht intendiert.

Nach ständiger Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes müssen die beiden in dieser Bestimmung genannten Bedingungen – geringfügiges Verschulden des Beschuldigten und unbedeutende Folgen der Tat (nunmehr: geringe Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und der Intensität seiner Beeinträchtigung) – kumulativ vorliegen, damit von der Strafe abgesehen werden konnte (vgl. die bei *Raschauer/Wessely* [Hg.], VStG, Rz 6 zitierte Judikatur des VwGH). Ein Verschulden des Beschuldigten kann nur dann als geringfügig angesehen werden, wenn das tatbildmäßige Verhalten des Täters hinter dem in der betreffenden Strafdrohung typisierten Unrechts- und Schuldgehalt erheblich zurückbleibt (vgl. z.B. VwGH 16.09.2010, 2010/09/0141; VwGH 29.11.2007, 2007/09/0229; VwGH 10.12.2001, 2001/10/0049).

Dies ist hier nicht der Fall: Die Begrenzungen der Möglichkeiten des ORF, Sendezeiten für kommerzielle Werbung zu vergeben bzw. Sponsorhinweise während der Sendung in Bezug auf einzelne Beiträge auszustrahlen, soll unter anderem die kommerzielle Ausrichtung von Programmen verhindern und stellen die diesbezüglichen Regelungen in einem bedeutenden Maß eine den privaten Konkurrenten zu Gute kommende Einschränkung der Werbeerlösmöglichkeiten des ORF dar. Zuletzt stehen die Werbezeitbeschränkungen und das Verbot von Sponsorhinweisen während der Sendung gegenüber den Programmtegeltpflichtigen durchaus auch in einer wechselseitigen Beziehung zur „Gegenleistung“ der öffentlichen Finanzierung. Diese durch die Strafvorschrift geschützten Rechtsgüter werden durch die begangenen Verwaltungsübertretungen in einem nicht unerheblichen Ausmaß beeinträchtigt, sodass der objektive Unrechtsgehalt der Taten nicht als bloß geringfügig eingestuft werden kann (vgl. auch BKS 02.06.2010, GZ 611.009/0013-BKS/2010, zu § 38 Abs. 1 Z 2 iVm mit der Vorgängerbestimmung des § 15 Abs. 2 ORF G, dem § 14 Abs. 8 ORF-G idF vor der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010). Insofern ist davon auszugehen, dass gerade typische Fälle der Verletzungen der Vorschrift des § 38 Abs. 1 Z 2 iVm § 14 Abs. 5 Satz 2, Satz 4 sowie § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G vorliegen, und daher ein Absehen von der Strafe gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG ausgeschlossen ist. Auch andere Strafausschlussgründe liegen nicht vor.



Als Erschwerungsgrund ist zu berücksichtigen, dass gegen den Beschuldigten bereits in mehreren Fällen wegen insgesamt sieben auf der gleichen schädlichen Neigung beruhenden Taten (§ 19 Abs. 2 VStG iVm § 33 Abs. 1 Z 2 StGB) Verwaltungsstrafen gemäß § 38 Abs. 1 Z 2 in Verbindung mit den Werbebestimmungen der §§ 13 bis 17 ORF-G verhängt worden sind, die noch nicht iSd § 55 VStG getilgt sind. Milderungsgründe liegen keine vor.

Der Strafbemessung werden das Jahreseinkommen des Beschuldigten in Höhe von zumindest XX Euro brutto sowie die Unterhaltspflichten zu Grunde gelegt.

Unter Berücksichtigung dieser Strafbemessungsgrundsätze gelangt die KommAustria in Ausübung des Ermessens im Sinne des Gesetzes zu folgendem Ergebnis:

Hinsichtlich der Verletzungen der Tageswerbezeitbeschränkung nach § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G ist grundsätzlich ein Betrag von je EUR 5.000,- für die Übertretung angemessen. Es betrifft dies die Spruchpunkte 4. (05-04-WT-4) und 24. (09-22-WT-24), wo sich die Überschreitung in einem Bereich bis zu 12 Sekunden bewegte. Bei den Spruchpunkten 6. (05-05-WT-6) und 28. (10-19-WT-28) war das erheblich längere zeitliche Ausmaß der Überschreitungen im Sinne des erhöhten Ausmaßes der Beeinträchtigung des geschützten Rechtsgutes zu berücksichtigen (Überschreitung um 38 bzw. 45 Sekunden), sodass eine Strahöhe von je EUR 8.000,- angemessen erscheint.

In Bezug auf die Verletzung der stündlichen Werbezeitbeschränkung nach § 14 Abs. 5 Satz 4 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G ist ebenfalls grundsätzlich ein Betrag von je EUR 5.000,- für die Übertretung angemessen. Es betrifft dies die Spruchpunkte 1. (02-22-WS-1), 2. (03-04-WS-2), 3. (03-30-WS-3), 5. (05-04-WS-5), 7. (05-05-WS-7), 12. (06-01-WS-12), 15. (06-06-WS-15), 16. (06-07-WS-16) und 27. (10-10-WS-27). Eine nähere Differenzierung konnte, da sich alle Überschreitungen im Bereich von bis zu 20 Sekunden bewegen, unterbleiben.

Hinsichtlich der Verletzungen des § 17 Abs. 1 Z 2 Satz 2 ORF-G durch Ausstrahlung von Sponsorhinweisen während einer Sendung geht die KommAustria davon aus, dass – unter Berücksichtigung der Ausstrahlungszeit und der Sendungsart – mit einem Betrag von je EUR 3.000,- das Auslangen gefunden werden kann. Es betrifft dies die Spruchpunkte 8. (05-05-SH-8), 9. (05-05-SH-9), 10. (05-12-SH-10), 11. (05-26-SH-11), 13. (06-02-SH-13), 14. (06-02-SH-14), 17. (06-09-SH-17), 18. (06-23-SH-18), 19. (07-07-SH-19), 20. (07-21-SH-20), 21. (08-25-SH-21), 22. (09-08-SH-22), 23. (09-15-SH-23), 25. (09-22-SH-25) und 26. (09-22-SH-26).

Alle verhängten Geldstrafen liegen am unteren Ende des Strafrahmens des § 38 Abs. 1 Z 2 ORF-G, der bis EUR 58.000,- reicht.

Wird eine Geldstrafe verhängt, so ist gemäß § 16 Abs. 1 VStG zugleich für den Fall ihrer Uneinbringlichkeit eine Ersatzfreiheitsstrafe festzusetzen. Gemäß § 16 Abs. 2 VStG darf die Ersatzfreiheitsstrafe das Höchstmaß der für die Verwaltungsübertretung angedrohten Freiheitsstrafe und, wenn keine Freiheitsstrafe angedroht und nicht anderes bestimmt ist, zwei Wochen nicht übersteigen. Eine Ersatzfreiheitsstrafe von mehr als sechs Wochen ist nicht zulässig. Sie ist ohne Bedachtnahme auf § 12 VStG nach den Regeln der Strafbemessung festzusetzen.

Die von der Behörde unter Bedachtnahme der angeführten Gründe festgesetzten Geldstrafen befinden sich am unteren Rand des Strafrahmens. Gleiche Überlegungen haben zur Verhängung von Ersatzfreiheitsstrafen von je ein bis drei Tagen geführt.

#### *4.e. Haftung des ORF / Verfahrenskosten*

Gemäß § 9 Abs. 7 VStG haften juristische Personen und eingetragene Personengesellschaften sowie die in Abs. 3 genannten natürlichen Personen für die über die zur Vertretung nach außen Berufenen oder über einen verantwortlichen Beauftragten verhängten Geldstrafen, sonstige in

Geld bemessene Unrechtsfolgen und die Verfahrenskosten zur ungeteilten Hand. Es war daher auszusprechen, dass der ORF für die über den Beschuldigten verhängten Geldstrafen sowie die auf die verhängten Strafen entfallenden Verfahrenskosten jeweils zur ungeteilten Hand haftet.

Gemäß § 64 Abs. 1 VStG ist in jedem Straferkenntnis auszusprechen, dass der Bestrafte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens zu leisten hat. Gemäß § 64 Abs. 2 VStG ist dieser Beitrag für das Verfahren erster Instanz mit 10 % der verhängten Strafe, mindestens jedoch mit 10 Euro zu bemessen; bei Freiheitsstrafen ist zur Berechnung der Kosten ein Tag Freiheitsstrafe gleich 100 Euro anzurechnen. Der Kostenbeitrag fließt der Gebietskörperschaft zu, die den Aufwand der Behörde zu tragen hat.

Vor diesem Hintergrund war auszusprechen, dass der Beschuldigte einen Beitrag zu den Kosten des Strafverfahrens in Höhe von 10 % der verhängten Strafe zu leisten hat. Der Gesamtbetrag (Strafe/Kosten) ist – unter Angabe der Geschäftszahl KOA 3.500/14-049 – auf das Konto der RTR-GmbH, IBAN: AT93 20111 29231280909, BIC: GIBAATWWXXX, zu überweisen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

### **Rechtsmittelbelehrung:**

Sie haben das Recht gegen diesen Bescheid Beschwerde zu erheben.

Eine rechtzeitig eingebrachte und zulässige Beschwerde hat aufschiebende Wirkung, das heißt, der Bescheid kann bis zur abschließenden Entscheidung nicht vollstreckt werden.

Die Beschwerde ist innerhalb von vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich bei uns einzubringen. Wurde der Bescheid mündlich verkündet, ist die Beschwerde innerhalb von vier Wochen nach dessen Verkündung, wenn jedoch spätestens drei Tage nach der Verkündung eine schriftliche Ausfertigung verlangt wurde, innerhalb von vier Wochen nach deren Zustellung schriftlich bei uns einzubringen. Falls Sie innerhalb der Beschwerdefrist die Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin beantragen, beginnt die Beschwerdefrist erst mit dem Zeitpunkt zu laufen, in dem der Beschluss über die Bestellung des Rechtsanwalts/der Rechtsanwältin zum Verteidiger/zur Verteidigerin und der anzufechtende Bescheid diesem/dieser zugestellt sind. Wird der rechtzeitig gestellte Antrag auf Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin abgewiesen, beginnt die Beschwerdefrist mit der Zustellung des abweisenden Beschlusses an Sie zu laufen.

Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, und die Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen. Weiters hat die Beschwerde die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren und die Angaben, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht ist, zu enthalten.

Sie haben das Recht, in der Beschwerde zu beantragen, dass eine öffentliche mündliche Verhandlung durchführt wird. Bitte beachten Sie, dass Sie auf Ihr Recht auf Durchführung einer Verhandlung verzichten, wenn Sie in der Beschwerde keinen solchen Antrag stellen.

Die Beschwerde kann in jeder technisch möglichen Form übermittelt werden.

Technische Voraussetzungen oder organisatorische Beschränkungen des elektronischen Verkehrs sind auf folgender Internetseite bekanntgemacht:

Bitte beachten Sie, dass der Absender/die Absenderin die mit jeder Übermittlungsart verbundenen Risiken (zB Übertragungsverlust, Verlust des Schriftstückes) trägt.

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe  
(Mitglied)

Zustellverfügung:

- 1.) X, z.H. XY/XZ, Würzburggasse 30, 1136 Wien **per RSb**
- 2.) Österreichischer Rundfunk/GD W, Würzburggasse 30, 1136 Wien **per RSb**