

# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, in Verbindung mit § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013 fest, dass die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH als Veranstalterin des Fernsehprogramms „kanal3 (mmrf)“ am 02.05.2014 während der zwischen 18:24:40 Uhr bis 18:44:20 Uhr ausgestrahlten Sendung „Treffpunkt Murtal“
  - A. zwischen 18:28:58 Uhr und 18:31:10 Uhr einen werblich gestalteten Beitrag über Badezimmer von „Tenne“ ohne Trennung sowohl vom vorangehenden als auch vom nachfolgenden redaktionellen Inhalt,
  - B. um 18:39:56 Uhr einen Werbespot für die Pepperoni/Chilli-Lounge ohne Trennung sowohl vom vorangehenden als auch vom nachfolgenden redaktionellen Inhalt,
  - C. um 18:44:14 Uhr einen Werbespot für die Pepperoni/Chilli-Lounge ohne Trennung vom vorangehenden redaktionellen Inhalt

gesendet hat und dadurch jeweils § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat, wonach Fernsehwerbung und Teleshopping durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungen und Programmteilen getrennt sein müssen.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 18:00 Uhr und 19:00 Uhr in ihrem Fernsehprogramm „kanal3 (mmrf)“ in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen:

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

*Die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH hat am 02.05.2014 im Programm „kanal3 (mmrf)“ während der Sendung „Treffpunkt Murtal“ einen Beitrag zur Bewerbung von Badezimmereinrichtungen sowie Clips zur Bewerbung von Lokalen ausgestrahlt, ohne diese vom redaktionellen Inhalt zu trennen. Dadurch wurde gegen einschlägige gesetzliche Werbebestimmungen verstoßen. “*

3. Der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH wird aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

## **II. Begründung**

### **1. Gang des Verfahrens**

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter wurden Sendungen des Programms „kanal3 (mmrf)“ der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH vom 02.05.2014 ab 18:00 Uhr ausgewertet.

Aufgrund der Vermutung von Verletzungen der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G im Zuge der von 18:24:40 Uhr bis 18:44:20 Uhr ausgestrahlten Sendung „Treffpunkt Murtal“ wurde die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH mit Schreiben vom 28.05.2014 zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen aufgefordert.

Mit Schreiben vom 12.06.2014 übermittelte der Geschäftsführer der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH Dietmar Leitner eine Stellungnahme und äußerte sich dahingehend, dass es sich bei dem Beitrag über Badezimmer von „Tenne“ am 02.05.2014 zwischen 18:28:58 Uhr und 18:31:10 Uhr um einen von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH verkauften Werbebericht handle, bei dem verabsäumt worden sei, einen entsprechenden Werbeträger vor und nach dem Bericht zur Unterscheidung von den anderen redaktionellen Beiträgen zu schalten. Zu den Pepperoni/Chilli-Lounge-Spots vor dem Beitrag über die Kinocharts am 02.05.2014 um 18:39:56 Uhr sowie nach demselben Beitrag um 18:44:14 Uhr wurde ausgeführt, dass die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH in der Annahme gewesen sei, es handle sich hierbei um eine Widmung, die nicht mit einem Werbeträger versehen werden müsse. Diese Widmung sei von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH an die Chilli-Lounge gegen Entgelt verkauft worden. Weiters wurde angegeben, dass die Mitarbeiter der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH sowie der Partnerfirmen bereits über die möglichen Verletzungen der Werbebestimmungen informiert worden seien und in Bezug auf die genannten Werbekennzeichnungen entsprechend unterwiesen würden.

Mit Schreiben vom 16.07.2014 leitete die KommAustria ein Rechtsverletzungsverfahren gegen die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH ein und räumte dieser eine Frist von zwei Wochen zur neuerlichen Stellungnahme ein.

Mit Schreiben vom 04.08.2014 übermittelte der Geschäftsführer der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH Dietmar Leitner eine Stellungnahme und äußerte sich dahingehend, dass die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH den möglichen Rechtsverletzungen nicht widerspreche, da die beiden Fälle von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH verkauft worden seien und nicht als Werbung gekennzeichnet worden seien. Weiters wurde nochmals bekräftigt, dass die Mitarbeiter der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH diesbezüglich nachgeschult und unterwiesen worden seien, um solche Fälle in Zukunft zu vermeiden.

## **2. Sachverhalt**

### **2.1. Zur Rundfunkveranstalterin**

Die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH ist eine zu FN 379450s beim Landesgericht Leoben eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Trofaiach. Als Geschäftsführer fungiert Dietmar Leitner. Gesellschafter der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH sind die AiNet Telekommunikations-Netzwerk Betriebs GmbH zu 50 %, die Stadtwerke Trofaiach Gesellschaft m.b.H. zu 25 % und die Stadtwerke Judenburg AG zu 25 %.

Mit Bescheid der KommAustria vom 18.09.2012, KOA 4.421/12-002, wurde der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH eine Zulassung zur Veranstaltung des Fernsehprogramms „kanal3 (mmrf)“ über die Multiplex Plattform „MUX C (Region Mur-Mürztal 1)“ für die Dauer von 10 Jahren erteilt.

Weiters verbreitet die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH das Programm „kanal3 (mmrf-kabel)“ seit 2012 über Kabel und veranstaltet seit 2014 einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf.

### **2.2. Ausgestrahlte Sendung „Treffpunkt Murtal“ am 02.05.2014 zwischen 18:24:40 Uhr und 18:44:20 Uhr**

Am 02.05.2014 wird zwischen 18:24:40 und 18:44:20 Uhr die Sendung „Treffpunkt Murtal“ ausgestrahlt. Dabei handelt es sich um eine Informationssendung, die u.a. Beiträge aus Kunst, Kultur und Unterhaltung beinhaltet. Konkret wird zunächst über den Jugendredewettbewerb im Stadttheater Leoben, die Verleihung des Jugendpreises Leoben, ein Konzert im Stadttheater Leoben sowie Badezimmereinrichtungen von „Tenne“ berichtet. Es folgt ein Interview mit dem Musiker Bernd Reiter und anschließend wird der Kinotipp der Woche samt den aktuellen Kinocharts präsentiert.

#### **A) Beitrag über Badezimmer von „Tenne“ zwischen 18:28:58 Uhr und 18:31:10 Uhr ohne Trennung vom redaktionellen Inhalt**

Gegen 18:28 Uhr endet der Beitrag über ein Konzert in der vergangenen Woche im Stadttheater Leoben. Sodann beginnt ohne jegliche Trennung ein neuer Beitrag. Die Moderatorin sagt: „Schräge Wände, wenig Platz und trotzdem möchten Sie auf Ihre Wohlfühl-ase, das Badezimmer, nicht verzichten? Die Tenne bietet Ihnen individuelle und maßgeschneiderte Lösungen und wie diese aussehen, das zeigen wir Ihnen jetzt.“ Unmittelbar darauf beginnt der Beitrag, in dem ausschließlich über Badezimmereinrichtungen der Firma „Tenne“ berichtet wird sowie die Vorzüge für den Kunden hervorgehoben werden. Es wird auch ein Interview mit einem Mitarbeiter der Firma

„Tenne“ gezeigt. Gegen 18:31 Uhr endet der Beitrag. Wieder ohne Trennung wird zurück ins Studio geschaltet. Die Moderatorin kündigt ein Interview mit dem Musiker Bernd Reiter an.

### **B) Pepperoni/Chilli-Lounge-Spot vor dem Beitrag über die Kinocharts um 18:39:56 Uhr ohne Trennung vom redaktionellen Inhalt**

Gegen 18:39 Uhr kündigt die Moderatorin den Kinotipp der Woche sowie den Bericht über die Kinocharts an. Sodann werden ohne Trennung die Logos der Lokale Pepperoni und Chilli-Lounge eingeblendet mit Telefonnummer und Adresse. Eine Stimme sagt: „Vor und nach dem Kino. Ab zu Pepperoni und in die Chilli-Lounge. Echt scharf.“ Danach beginnt ohne Trennung ein Sponsorhinweis von Diesel Kino, gefolgt von dem Beitrag über die Kinocharts.

### **C) Pepperoni/Chilli-Lounge-Spot nach dem Beitrag über die Kinocharts um 18:44:14 Uhr ohne Trennung vom redaktionellen Inhalt**

Gegen 18:44 Uhr endet der Beitrag über die Kinocharts. Sodann werden die Internetseite sowie die Reservierungsnummer von Dieselkino eingeblendet. Unmittelbar darauf werden erneut ohne Trennung die Logos der Lokale Pepperoni sowie Chilli-Lounge eingeblendet mit Telefonnummer und Adresse. Erneut sagt eine Stimme: „Vor und nach dem Kino. Ab zu Pepperoni und in die Chilli Lounge. Echt scharf.“ Danach wird der Beginn von Werbespots durch den Hinweis „Werbung“ angekündigt.

## **2. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zur Zulassung sowie den Tätigkeiten als Kabelfernsehveranstalterin und Anbieterin von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH ergeben sich aus dem zitierten Bescheid der KommAustria sowie der Anzeigen der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH. Die Feststellungen zur Gesellschaftsstruktur ergeben sich aus dem offenen Firmenbuch.

Die Feststellungen zum Sendungsablauf ergeben sich aus der Einsichtnahme in die von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH auftragsgemäß übermittelten Aufzeichnungen; sie wurden von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH nicht bestritten.

## **3. Rechtliche Beurteilung**

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

Nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen und binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, jene Ergebnisse, bei denen sie eine Verletzung der genannten Bestimmungen vermutet, dem Rundfunkveranstalter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln. Unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme hat die KommAustria bei begründetem Verdacht die Verletzung von Amts wegen weiter zu verfolgen.

#### 4.2. Verletzung des § 43 Abs. 2 AMD-G (Spruchpunkt 1.)

ad Spruchpunkt 1.A.: Beitrag über Badezimmer von „Tenne“ zwischen 18:28:58 und 18:31:10 Uhr ohne Trennung vom redaktionellen Inhalt

§ 43 AMD-G lautet:

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

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

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

Nach Rechtsansicht der KommAustria handelt es sich bei dem Beitrag über Badezimmer von „Tenne“ zwischen 18:28:58 Uhr und 18:31:10 Uhr um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G. Demnach ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Nach der Rechtsprechung des BKS ist unter dem Begriff Werbung ganz allgemein im Wesentlichen eine Produktinformation oder Leistungsinformation zu verstehen, die mit einer Absatzförderungsabsicht gesendet wird (vgl. BKS 13.12.2002 GZ 611.180/001-BKS/2002, bestätigt durch VwGH 07.09.2009, 2008/04/0014).

Der Beitrag informiert explizit über Badezimmereinrichtungen sowie den Service der Firma „Tenne“ und hebt die Vorzüge für den Konsumenten hervor (z.B. „Die Tenne bietet Ihnen individuelle und maßgeschneiderte Lösungen“). Die KommAustria geht davon aus, dass die Sendung des Beitrages gegen Entgelt an den Rundfunkveranstalter erfolgte, wie dies auch von der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH eingeräumt wurde; dies mit der Absicht, den Absatz der Produkte der Firma „Tenne“ zu fördern. Demnach handelt es sich bei dem Beitrag um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G. Vor sowie nach Ende des Beitrages fehlt es an jeglicher Trennung zu den anderen Beiträgen der Sendung. Bei diesen – Beitrag über ein Konzert im Stadttheater Leoben sowie Interview mit dem Musiker Bernd Reiter – handelt es sich um redaktionelle Beiträge.

Daher waren jeweils Verletzungen der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

ad Spruchpunkt 1.B. und 1.C.: Pepperoni/Chilli-Lounge-Werbespots um 18:39:56 Uhr und 18:44:14 Uhr ohne Trennung vom redaktionellen Inhalt

Nach Ansicht der KommAustria handelt es sich bei den Spots der Pepperoni/Chilli Lounge um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G. Die Merkmale einer Fernsehwerbung wurden bereits oben näher dargestellt. Der Zuschauer wird aufgefordert, vor und nach dem Kinobesuch in

die besagten Lokale zu gehen. Die Sendung der Spots erfolgte – wie dies die Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH selbst vorgebracht hat – gegen Entgelt an den Rundfunkveranstalter und mit der Absicht, den Absatz der präsentierten Lokale zu fördern.

Der erste Spot um 18:39:56 Uhr beginnt nach Ankündigung der Kinocharts ohne jegliche Trennung. Auch am Ende des Spots fehlt es an einer Trennung zum folgenden Sponsorhinweis von Diesel Kino sowie zum folgenden Beitrag über die Kinocharts, bei dem es sich um einen redaktionellen Beitrag handelt.

Der zweite Spot um 18:44:14 Uhr beginnt ohne Trennung unmittelbar nach Ende des Beitrages über die Kinocharts sowie dem anschließenden Hinweis des Diesel Kinos. Nach dem Spot wird zwar der Hinweis „Werbung“ eingeblendet, doch bezieht sich dieser nach Ansicht der KommAustria auf den Beginn der folgenden Werbespots. Die Rechtsprechung verlangt wie bereits ausgeführt eine eindeutige Trennung sowohl zu Beginn, als auch am Ende des Werbespots (BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005).

Deshalb waren auch hier jeweils Verletzungen der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

#### **4.3. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2. und 3.)**

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, Zl. 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 18:00 Uhr und 19:00 Uhr im Programm „Treffpunkt Murtal“ durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitraum erfolgten.

Die Vorlage der Aufzeichnungen (Spruchpunkt 3.) dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (zum vergleichbaren § 36 Abs. 4 ORF-G vgl. VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

### **III. Rechtsmittelbelehrung**

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

wurde. Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Die Entrichtung der Gebühr ist im Zeitpunkt der Einbringung der Eingabe durch einen von einer Post-Geschäftsstelle oder einem Kreditinstitut bestätigten Zahlungsbeleg in Urschrift nachzuweisen.

Wien, am 5. September 2014

**Kommunikationsbehörde Austria**

Mag. Michael Truppe  
(Mitglied)

Zustellverfügung:

**Mur-Mürztal Regionalfernsehen GmbH**, Luchinettigasse 9, 8793 Trofaiach, **per RSb**