

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 und Z 9 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2016, in Verbindung mit den §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 112/2015, fest, dass der ORF im regionalen Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ am 06.04.2016

- A. im Rahmen der von ca. 08:08 Uhr bis ca. 08:59 Uhr ausgestrahlten Sendung „Guten Morgen Niederösterreich“ durch fehlende Kennzeichnung der Produktplatzierung am Ende der Sendung, sowie
- B. im Rahmen der von ca. 12:09 Uhr bis ca. 12:59 Uhr ausgestrahlten Sendung „Mittagsmagazin“ durch fehlende Kennzeichnung der Produktplatzierung am Beginn und am Ende der Sendung

jeweils die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G verletzt hat, wonach Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, zu Sendungsbeginn und -ende eindeutig zu kennzeichnen sind, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen,
 - A. den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) im regionalen Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ je einmal zwischen 08:00 und 09:00 Uhr sowie zwischen 12:00 und 13:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den ORF Folgendes festgestellt:

Am 06.04.2016 wurden im Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ zwei Sendungen ausgestrahlt, die Produktplatzierungen enthielten. Die Sendungen wurden am Beginn bzw. am Ende nicht eindeutig gekennzeichnet. Damit wurde gegen das gesetzliche Kennzeichnungsgebot von Produktplatzierungen verstoßen.“; sowie

B. binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk (ORF) und seine Tochtergesellschaften, wurde u.a. das am 06.04.2016 ausgestrahlte regionale Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ ausgewertet.

Aufgrund des begründeten Verdachts von Verletzungen der genannten Bestimmungen des ORF-G wurde von der KommAustria mit Schreiben vom 29.04.2016, KOA 1.850/16-013, ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und der ORF zur Stellungnahme aufgefordert.

Mit Schreiben vom 17.05.2016 nahm der ORF zur Verfahrenseinleitung Stellung. Im Wesentlichen wird ausgeführt, dass es sich bei der fehlenden Kennzeichnung von Produktplatzierung am Ende der Sendestunde zwischen ca. 08:08 Uhr und ca. 08:59 Uhr um ein Versehen des Moderators gehandelt habe. Zur fehlenden Kennzeichnung von Produktplatzierung zu Beginn und am Ende der Sendung „Mittagsmagazin“ von ca. 12:09 bis ca. 12:59 Uhr wurde vorgebracht, es liege keine Produktplatzierung vor, da der ausgestrahlte Gewinnspielhinweis ausschließlich aus programmlichen Gründen zur Steigerung der Attraktivität des Programms eingesetzt worden sei und weder der Gewinnspielpreis noch das den Preis stiftende Unternehmen genannt worden seien. Zwar gebe es eine Vereinbarung mit der Niederösterreichischen Pressehaus Druck- und VerlagsgesmbH über ein Tauschgeschäft betreffend ein Inserat („TipOn“) und ein TV-Wettersponsoring zu Gunsten der „NÖN“, im Zusammenhang mit dem Musikbingo sei jedoch keine entgeltliche Produktplatzierung vereinbart worden. In der inkriminierten Sendestunde werde die „Musikbingokarte“ in der „NÖN“ lediglich als eine Teilnahmemöglichkeit (von zwei gleichwertigen) am Gewinnspiel angegeben.

2. Sachverhalt

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest (alle nachfolgend angeführten Ausstrahlungen fanden am 06.04.2016 im regionalen Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ statt):

A. Sendung „Guten Morgen Niederösterreich“ von ca. 08:08 Uhr bis ca. 08:59 Uhr

Um ca. 08:08:24 Uhr erfolgt nach den Verkehrsinformationen und vor Beginn der vierten Sendestunde von „Guten Morgen Niederösterreich“ folgende Ansage durch einen Sprecher: *„Die folgende Sendung enthält Produktplatzierungen“.*

Gegen 08:29:01 Uhr wird nach einem Musikstück ein Gewinnspielhinweis ausgestrahlt, der wie folgt ausgestaltet ist:

Am Beginn wird das Geräusch eines startenden Motors eingespielt und ein Sprecher leitet ein: *„Steigen Sie ein – in Ihr neues Auto – ein Mazda 2 Emotion G 57.“* Hierauf eine

Sprecherin: „Das Radio Niederösterreich Musikbingo.“ Ein Sprecher setzt fort: „Gewinnen Sie mit den größten Hits und schönsten Oldies auf Radio Niederösterreich den Mazda 2. Zur Verfügung gestellt vom Autohaus Mazda Mayer / Sankt Pölten.“ Danach wieder die Sprecherin: „Zuhören, anrufen und gewinnen.“ Danach wieder der Sprecher: „Was Sie jetzt noch brauchen, ist die Radio Niederösterreich Musikbingokarte. Die finden Sie ab 12. April in der NÖN und im Internet zum Herunterladen auf noe.orf.at.“ Hierauf wieder die Sprecherin: „Das Radio Niederösterreich Musikbingo...“ Der Sprecher vollendet den Satz: „...Bingoschein holen und ab 13. April mitspielen.“ Danach wird das Programm mit den Verkehrsnachrichten fortgesetzt.

Die Sendestunde endet um ca. 08:59 Uhr mit der Ausstrahlung der Nachrichten. Am Ende der Sendestunde wird kein Produktplatzierungshinweis gesendet. Die Unterlassung ist auf ein Versehen des Moderators zurückzuführen.

B. Sendung „Mittagsmagazin“ von ca. 12:09 Uhr bis ca. 12:59 Uhr

Von ca. 12:09:35 bis ca. 12:59:49 wird die Sendung „Mittagsmagazin“ ausgestrahlt. Gegen 12:59:15 Uhr wird nach einem Musikstück folgender Gewinnspielhinweis gesendet:

Am Beginn wird das Geräusch eines startenden Motors eingespielt und ein Sprecher leitet ein: „Steigen Sie ein – in Ihr neues Auto.“ Hierauf eine Sprecherin: „Das Radio Niederösterreich Musikbingo.“ Ein Sprecher setzt fort: „Gewinnen Sie mit den größten Hits und schönsten Oldies den Radio Niederösterreich Sommerflitzer.“ Danach wieder die Sprecherin: „Zuhören, anrufen und gewinnen.“ Danach wieder der Sprecher: „Was Sie jetzt noch brauchen, ist die Radio Niederösterreich Musikbingokarte. Die finden Sie ab 12. April in der NÖN und im Internet zum Herunterladen auf noe.orf.at.“ Hierauf wieder die Sprecherin: „Das Radio Niederösterreich Musikbingo“ Der Sprecher vollendet den Satz: „Bingoschein holen und ab 13. April mitspielen.“ Danach wird das Programm mit den Nachrichten fortgesetzt.

Weder zu Sendungsbeginn noch –ende wird ein Produktplatzierungshinweis gesendet.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Sendungsablauf am 06.04.2016 im regionalen Hörfunkprogramm „Radio Niederösterreich“ gründen sich auf die vorliegenden Aufzeichnungen des Programms. Sie wurden vom ORF nicht bestritten.

Die Feststellung zum Umstand, dass die fehlende Kennzeichnung am Ende der Sendestunde um ca. 08:59 Uhr auf einem Versehen des Moderators beruht, basiert auf dem Vorbringen des ORF in der Stellungnahme vom 17.05.2016.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Rechtsgrundlagen

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

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria u.a. die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der

werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen und binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung, jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Im vorliegenden Fall hat die Auswertung der Sendungen den begründeten Verdacht der Verletzung von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G ergeben, weswegen in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35, 36 und 37 ORF-G einzuleiten war.

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

4.2. Materiell anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

[...]

5. *„Sendung“*

a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall von Fernsehprogrammen Bestandteil eines Sendeplans oder im Fall von Abrufdiensten eines Katalogs ist;

b) in Hörfunkprogrammen einen einzelnen, in sich geschlossenen und zeitlich begrenzten Bestandteil des Programms;

[...]

10. *„Produktplatzierung“ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind.“*

§ 16 ORF-G lautet auszugsweise:

„Produktplatzierung

§ 16.

[...]

(5) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, haben folgenden Anforderungen zu genügen:

[...]

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie im Falle von Unterbrechungen gemäß § 15 bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.

[...]

4.3. Fehlende Kennzeichnung von Produktplatzierung um ca. 08:59 Uhr

Die KommAustria geht davon aus, dass in der Sendestunde zwischen ca. 08:08 Uhr und ca. 08:59 Uhr Produktplatzierung im Rahmen des Gewinnspielhinweises um ca. 08:29:01 Uhr zugunsten von „Mazda Mayer“ und „NÖN“ stattgefunden hat, und dass sich der um 08:08:24 am Anfang der Sendung gesendete Produktplatzierungshinweis hierauf bezieht. Dies wurde – hinsichtlich „Mazda Mayer“ – auch vom ORF eingeräumt.

Bei der Produktplatzierung (vgl. die Definition in § 1a Z 10 ORF-G) werden der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert, wobei es um deren werbewirksame Einbeziehung (Platzierung) in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt (erst) dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Konsumenten das präsentierte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. VwGH vom 08.10.2010, 2006/04/0089; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Im vorliegenden Fall erfüllen nach Auffassung der KommAustria die Nennung des Gewinnspielpreises sowie des den Preis zur Verfügung stellenden Unternehmens mit den Worten *„Gewinnen Sie mit den größten Hits und schönsten Oldies auf Radio Niederösterreich den Mazda 2. Zur Verfügung gestellt vom Autohaus Mazda Mayer / Sankt Pölten“* die Voraussetzungen der Präsentation einer Marke bzw. eines Markenproduktes iSd Tatbestandsmerkmale der Produktplatzierung. Selbiges gilt für die Nennung des periodischen Druckwerks „NÖN“ als Bezugsquelle der für die Teilnahme an dem Gewinnspiel erforderlichen Unterlagen („Musikbingokarte“).

Eine weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit, dass also irgendjemand irgendwann an irgendjemanden irgendein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung geleistet hat (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze³, 21). Auf die Höhe des Entgelts kommt es für die Qualifikation als Produktplatzierung nicht an. Vor dem Hintergrund der ständigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes ist davon auszugehen, dass das Vorliegen der Entgeltlichkeit gemäß § 1a Z 10 ORF-G an einem objektiven Maßstab zu messen ist. Für die Beurteilung des Merkmals der Entgeltlichkeit bei einer Produktplatzierung iSd ORF-G ist grundsätzlich von einem üblichen Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173, VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019). Vorliegend besteht kein Zweifel, dass die Einbindung des preisstiftenden Unternehmens im Rahmen eines Gewinnspiels einen typischen Fall darstellt, dem üblicherweise im Verkehrsgebrauch die Leistung eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung zu Grunde liegt. Vom ORF wurde im Hinblick auf das Autohaus das Vorliegen von Produktplatzierung nicht bestritten.

Nach Auffassung der KommAustria ist aber auch die Einbindung der „NÖN“ auf Basis der zugrundeliegenden Kooperation hinsichtlich des Bezugs bzw. der Verteilung der Teilnahmeunterlagen unter den Tatbestand der Produktplatzierung zu subsumieren. Das Vorbringen des ORF, es liege im gegenständlichen Fall keine Produktplatzierung zugunsten der „NÖN“ vor, da diesbezüglich keine Einbindung in die Sendung gegen Entgelt mit der Niederösterreichischen Pressehaus Druck- und VerlagsgesmbH vereinbart worden sei, vermag nicht zu überzeugen: Tatsächlich besteht eine entgeltliche Vereinbarung mit der „NÖN“ hinsichtlich eines Inserats („TipOn“) in Bezug auf das Musikbingo. Die Art und Weise der Einbindung der „NÖN“ in die Sendung als Bezugsmöglichkeit von Gewinnlosen (*„Was Sie jetzt noch brauchen, ist die Radio Niederösterreich Musikbingokarte. Die finden Sie ab 12. April in der NÖN und im Internet zum Herunterladen auf noe.orf.at.“* und *„...Bingoschein holen und ab 13. April mitspielen.“*) ist nun aber unzweifelhaft eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt, zumal hiermit ein klarer Förderungseffekt zugunsten der Zeitung eintritt, indem Zuhörern der Erwerb der Zeitung als Möglichkeit zur Teilnahme am Gewinnspiel nahe gelegt wird. Deshalb spielt es keine

rechtserhebliche Rolle, ob im gegenständlichen Fall tatsächlich eine konkrete vertragliche Entgeltleistung in Bezug auf die Nennung der „NÖN“ in der/den Sendung/en vereinbart wurde, zumal unter Anwendung der oben dargestellten Rechtsprechung zum objektiven Maßstab jedenfalls davon auszugehen ist, dass nach dem Verkehrsgebrauch üblicherweise für eine derartige Werbeleistung ein Entgelt zu entrichten ist bzw. im Rahmen einer Gesamtvereinbarung ein entsprechender Entgeltbestandteil auf diesen Leistungsteil entfällt. Insoweit ist aus dem Argument des „journalistischen Spielraums“ nichts zu gewinnen.

Es ist daher sowohl hinsichtlich „Autohaus Mazda Mayer“ als auch hinsichtlich „NÖN“ von Produktplatzierungen auszugehen.

Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, sind nach § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G zu Sendungsbeginn und -ende eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.

Hinsichtlich des Begriffs der Sendung ist nach der stRSpr davon auszugehen, dass die Definition in § 1a Z 5 lit. b ORF-G wörtlich die ständige Spruchpraxis des Bundeskommunikationssenates aufgreift (BKS 05.11.2012, 611.804/0002-BKS/2012, unter Hinweis auf BKS 01.06.2005, 611.009/0016-BKS/2005, und 20.10.2008, 611.009/0023-BKS/2008). Der BKS vertritt nach ständiger Rechtsprechung die Auffassung, dass es bei der Beurteilung eines Programmbestandteils als „Sendung“ nicht auf die Dauer der Ausstrahlung per se ankommen kann. Vielmehr sei bei der Beurteilung darauf abzustellen, ob es sich um einen einzelnen, in sich geschlossenen, zeitlich begrenzten Teil des Rundfunkprogramms handelt. Bei dieser Beurteilung ist neben dem Inhalt der Sendungsteile auch darauf abzustellen, ob (im Bild) oder im Ton der Übertragung ein Hinweis darauf zu erkennen ist, dass eine Sendung zu Ende geht und eine neue Sendung beginnt (vgl. dazu BKS 04.04.2006, 611.009/0057-BKS/2005 zu § 17 Abs. 2 Z 2 ORF-G in der Fassung BGBl. I Nr. 97/2004, mwN).

Hinsichtlich der Abgrenzung der Sendung ist auf die einschlägige Rechtsprechung zu mehrstündigen Formaten bzw. Programmschienen im Hörfunk zu verweisen (BKS 05.12.2011, 611.804/0002-BKS/2012): Demnach führt allein der Umstand, dass unter einem bestimmten Titel (vorliegend: „Guten Morgen Niederösterreich“) in den relevanten Sendestunden ein bestimmter Moderator bzw. ein bestimmtes Moderatorenteam durch das Programm führt, welches bei anderen Sendeflächen wechselt und unter Umständen für die jeweiligen Sendeschienen als Aushängeschild fungiert, noch nicht zur Qualifikation als „eine Sendung“. Auch ein grober thematischer Bogen (Morgen / Vormittag / Nachmittag) begründet noch keinen so durchgehenden inneren Zusammenhang, wie dies für eine vom übrigen Programm abgrenzbare Sendung charakteristisch wäre. Tatsächlich besteht jede Sendestunde für sich genommen aus unterschiedlichen inhaltlichen Elementen; diese Elemente werden jedoch mehr oder minder gleichbleibend in jeder anderen Stunde „wiederholt“ (z.B. Wetter und Verkehr), sodass jede Sendestunde – nicht zuletzt aufgrund der zur vollen Stunde vorgesehenen eigenständig präsentierten Nachrichtensendung und des damit verbundenen „Zwangs“, gegen die Sendeminute 59 hin zu einem gestalterischen Ende zu kommen – ein in sich geschlossenes „System“ darstellt. Schon aufgrund der Einteilung der Uhrzeit in volle Stunden begreift der Durchschnittsbetrachter die an dieser zeitlichen „Vorgabe“ orientierten gestalterischen Elemente als abgegrenzte Einheit, ohne dabei einen spezifischen inhaltlichen Zusammenhang zu den Folgestunden zu erkennen oder vorauszusetzen.

Vor dem Hintergrund, dass „Guten Morgen Niederösterreich“ zu jeder vollen Stunde durch eine Nachrichtensendung, gefolgt von Wetterinformationen und Verkehrsmeldungen, unterbrochen wird, kann daher nicht von einer durchgehenden, in sich geschlossenen mehrstündigen Sendung gesprochen werden, sondern ist jede Sendestunde von „Guten Morgen Niederösterreich“ als Sendung iSd § 1a Z 5 lit. b ORF-G zu qualifizieren.

Da der Produktplatzierungshinweis nur am Anfang der Sendung um 08:08:24 Uhr, nicht jedoch am Ende der Sendung um ca. 08:59 Uhr ausgestrahlt wurde, war eine Verletzung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G festzustellen (Spruchpunkt 1.A.).

4.4. Fehlende Kennzeichnung von Produktplatzierung um ca. 12:09 Uhr und 12:59 Uhr

Auch bei dem im Sachverhalt unter 2. dargestellten Gewinnspielhinweis um ca. 12:59:15 Uhr ist davon auszugehen, dass der Tatbestand der Produktplatzierung im Hinblick auf die Einbindung der „NÖN“ erfüllt ist.

Ausgehend von der oben dargestellten Judikatur bzw. den darauf aufbauenden Überlegungen ist festzuhalten, dass es auch bei dieser Produktplatzierung nicht darauf ankommt, ob tatsächlich ein Entgelt geleistet wurde bzw. eine vertragliche Vereinbarung hinsichtlich der Platzierung besteht. Vielmehr ist das Kriterium der Entgeltlichkeit an einem objektiven Maßstab zu messen. Da der Wortlaut ident zu jenem der Produktplatzierung um ca. 08:29 Uhr ist, gilt das bereits unter Punkt 4.3. ausgeführte zur nach der Verkehrsauffassung vorliegenden Entgeltlichkeit und damit dem Vorliegen von Produktplatzierung iSd § 1a Z 10 ORF-G.

Da die Sendung „Mittagsmagazin“ weder zu Beginn um ca. 12:09 Uhr noch am Ende um ca. 12:59 Uhr eindeutig hinsichtlich der Produktplatzierung gekennzeichnet wurde, war jeweils eine Verletzung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G festzustellen (Spruchpunkt 1.B.).

4.5. Zur Veröffentlichung der Entscheidung bzw. Vorlage von Aufzeichnungen (Spruchpunkt 2.)

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.A.) stützt sich auf § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Nach dem zitierten Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofs ist die Veröffentlichung als „contrarius actus“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung zu vergleichbaren Sendezeiten, wie jenen, in denen die Verletzungen stattgefunden haben, soll diesem Anliegen eines „contrarius actus“ Rechnung getragen werden.

Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnung (Spruchpunkt 2.B.) stützt sich auf § 36 Abs. 4 ORF-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ KOA 1.850/16-056“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 9. November 2016

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)

Zustellverfügung:

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