



KOA 2.300/18-019

# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die LT1 Privatfernsehen GmbH (FN 157457f) als Veranstalterin des über einen digitalen Satelliten, über die terrestrische Multiplex-Plattform („MUX C – weite Teile des Bundeslandes Oberösterreich“) sowie über mehrere Kabelnetze ausgestrahlten Fernsehprogramms „LT1“ im Rahmen der täglich ausgestrahlten 30-minütigen Sendung „Oberösterreich Aktuell“

a) die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMDG dadurch verletzt hat, dass

a. Werbeblöcke

i. am 11.01.2018 von Minute 15:10 bis 17:39,

ii. am 16.01.2018 von Minute 12:01 bis 14:23,

iii. am 18.01.2018 von Minute 11:31 bis 13:05 und

b. werblich gestaltete Sponsorhinweise zu Gunsten von „Wifi“

i. am 11.01.2018 von Minute 27:24 bis 28:21,

ii. am 16.01.2018 von Minute 26:21 bis 27:12 und

iii. am 18.01.2018 von Minute 27:14 bis 28:14

gesendet wurden, die nicht am Anfang oder am Ende durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt waren;

b) die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMDG dadurch verletzt hat, dass am 16.01.2018 mit der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ eine Sendung zur politischen Information, welche finanziell unterstützt worden ist, gesendet wurde; sowie

c) die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G dadurch verletzt hat, dass die am 18.01.2018

ausgestrahlte Sendung „Oberösterreich Aktuell“ nicht an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch einen Sponsorhinweis (An- oder Absage) hinsichtlich des Unternehmens „Maxi Markt“ gekennzeichnet war.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der LT1 Privatfernsehen GmbH wird aufgetragen

a) Den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Werktag (Montag bis Freitag) in ihrem Fernsehprogramm „LT1“ zwischen 18:00 und 20:00 Uhr durch Verlesung und Einblendung im Bild in folgender Weise zu veröffentlichen:

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

*Die LT1 Privatfernsehen GmbH hat am 11.01.2018, am 16.01.2018 und am 18.01.2018 in der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ Werbeblöcke ausgestrahlt, ohne diese am Ende eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen. Zudem wurden im Rahmen dieser Sendung werblich gestaltete Sponsorhinweise zugunsten von „Wifi“ ausgestrahlt, welche nicht eindeutig durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt waren.*

*Weiters hat die LT1 Privatfernsehen GmbH am 16.01.2018 während der Sendung „Oberösterreich Aktuell“, welche eine Sendung zur politischen Information darstellt, Sponsorhinweise ausgestrahlt. Dadurch hat die LT1 Privatfernsehen GmbH gegen das Sponsorverbot bei politischen Sendungen verstoßen.*

*Darüber hinaus war die Sendung „Oberösterreich Aktuell“ am 18.01.2018 weder am Anfang noch am Ende durch einen entsprechenden Sponsorhinweis hinsichtlich „Maxi Markt“ gekennzeichnet.*

*Dadurch wurden einschlägige gesetzliche Bestimmungen verletzt.“*

sowie

b) 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**

Die KommAustria forcierte die LT1 Privatfernsehen GmbH mit Schreiben vom 24.01.2018 zur Vorlage der am 11.01.2018, 16.01.2018 und am 18.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendungen „Oberösterreich Aktuell“.

Die LT1 Privatfernsehen GmbH legte mit Schreiben vom 31.01.2018 die angeforderten Aufzeichnungen des Programms vor und teilte mit, dass die Sendungen „Oberösterreich Aktuell“, welche über einen digitalen Satelliten, über die terrestrische Multiplex-Plattform („MUX C“ – weite Teile des Bundeslandes Oberösterreich) sowie über diverse Kabelnetze verbreitet werden, nicht voneinander abweichen.

Mit Schreiben vom 26.04.2018 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, dass die LT1 Privatfernsehen GmbH als Veranstalterin des Fernsehprogramms „LT1“ am 11.01.2018, 16.01.2018 und am 18.01.2018 im Rahmen der ausgestrahlten Sendungen die Bestimmungen des § 43 Abs. 2 AMD-G und § 37 Abs. 4 AMD-G sowie § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verletzt habe. Der LT1 Privatfernsehen GmbH wurde eine Frist zur Stellungnahme binnen zwei Wochen ab Zustellung des Schreibens eingeräumt.

Mit Schreiben vom 17.05.2018 nahm die LT1 Privatfernsehen GmbH zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte aus, dass eine Rechtsverletzung hinsichtlich der fehlenden Trennung nach den Werbelöcken aus Sicht der LT1 Privatfernsehen GmbH nicht vorliege. Der Sachverhalt sei zwar zutreffend wiedergegeben worden, jedoch müsse hinzugefügt werden, dass die Sendung nach dem Werbeblock – ohne gesonderten Werbetrenner am Ende des Werbeblocks – mit einem Schwenk über das Sendungslogo und eine kurze Anmoderation des folgenden Beitrags durch einen der Moderatoren fortgesetzt werde. Aufgrund der festgehaltenen Kameraeinstellung, welche weitgehend der Eröffnungssequenz der Sendung entspreche, und des Sendungslogos „OBERÖSTERREICH AKTUELL“, das in schwarzer Schrift auf türkisem Hintergrund in einem großen Teil des Bildausschnittes zu sehen sei, sei für den Zuseher eindeutig der Wiederbeginn des redaktionellen Programms erkennbar. Der jeweils anmoderierte Bericht beginne jeweils erst nach der Anmoderation und 20 bis 30 Sekunden später.

Weiters brachte die LT1 Privatfernsehen GmbH vor, dass die Judikatur Einleitungssequenzen einer Fernsehserie mit markanter Titelmelodie und großflächiger Einblendung des Sendungstitels als ausreichendes Trennungselement qualifiziere. Zudem wurde auf die Judikatur des Bundesverwaltungsgerichts (BVwG) und Bundeskommunikationssenats (BKS) verwiesen (BVwG 21.12.2016, W219 21117855-1/6 uVa BKS 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004), in der eine ausreichende Trennung bei einer „Begrüßung der Zuseher und der Erwähnung des Sendungstitels oder Sendungsnamens“ bejaht worden sei. Daraus folge rechtlich, dass ein Verstoß gegen § 43 Abs. 2 AMD-G nicht vorliege.

Hinsichtlich des Verstoßes gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 1 AMD-G werde die Ansicht der KommAustria geteilt, wonach werblich gestaltete Sponsorhinweise zugunsten von „Wifi“ gesendet worden seien.

Im Zusammenhang mit dem Verstoß gegen die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G führte die LT1 Privatfernsehen GmbH aus, dass sie nicht der Ansicht der KommAustria folge, dass es sich bei der Sendung vom 16.01.2018 um eine Sendung zur politischen Information handle. Die Sendung habe sehr allgemeine Themen, bei denen es sich im Wesentlichen um Infrastruktur- und Bildungsthemen handle, die jedenfalls ohne (partei)politischen Konnex dargestellt seien. Dass in diesem Zusammenhang auch der oberösterreichische Landeshauptmann Stelzer zu Wort kommt, führe nicht zwingend zu einer Qualifikation als Sendung zur politischen Information. Das Gleiche gelte für das Portrait der Linzer Kulturstadträtin, das sich auch und vor allem mit deren

Werdegang als politische Quereinsteigerin und einzelnen inhaltlichen Themen, nicht jedoch über mit den politischen Komponenten ihrer Tätigkeit, befasste.

Weiters brachte die LT1 Privatfernsehen GmbH vor, dass der Umstand, dass die Einschreiterin in der Sendung vom 18.01.2018 den Sponsorhinweis von „Maxi Markt“ unmittelbar nach Ankündigung des Beitrags gesendet hat, auf einer irrigen Rechtsansicht beruhe, nach der damit den Anforderungen eines Sponsorhinweises Genüge getan werde. Daher akzeptiere die LT1 Privatfernsehen GmbH die Rechtsansicht der KommAustria, wenngleich die damit verbundene Rechtsverletzung im Hinblick darauf, dass ein Sponsorhinweis ja tatsächlich gesendet worden und dem Informationsbedürfnis der Zuseher damit Rechnung getragen worden sei, als geringfügig angesehen werde.

Außerdem teilte die LT1 Privatfernsehen GmbH der KommAustria mit, dass sie Maßnahmen gesetzt habe, um vergleichbare Sachverhalte in Zukunft zu vermeiden. Folglich sei u.a. seit dem 09.03.2018 das tägliche Programm „Oberösterreich Aktuell“ in drei Sendungen (OÖ Aktuell News, OÖ Aktuell Magazin und OÖ Aktuell Wetter) unterteilt worden, welche durch unterschiedliche Sendungsdesigns, eigene Inserts, eigne Opener, eigene Verpackung klar getrennt seien sowie einen eigenen Opener und einen eigenen Abspann haben und von den Moderatoren jeweils eröffnet und beendet würden.

## **2. Sachverhalt**

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

### **2.1. Fernsehveranstalter und Programm**

Die LT1 Privatfernsehen GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 23.10.2017, KOA 2.135/17-009, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „LT1“ für die Dauer von zehn Jahren ab 14.11.2017.

Zudem verbreitet die LT1 Privatfernsehen GmbH das Programm "LT1" über mehrere Kabelnetze sowie aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 23.12.2009, KOA 4.415/09-001 über die ihr zugeordnete terrestrische Multiplex-Plattform „MUX C – weite Teile des Bundeslandes Oberösterreich“.

Die Sendung „Oberösterreich Aktuell“ ist ein täglich von Montag bis Freitag ab 18:00 Uhr erscheinendes Magazin, in welchem über die wichtigsten Ereignisse vom Tag mit Reportagen und Berichten aus Politik, Kultur, Sport, Brauchtum, Gesellschaft und dem Bundesland Oberösterreich berichtet wird. Das 30 Minuten lange Programm wird halbstündlich wiederholt und beinhaltet insbesondere eine regionale und tagesaktuelle Berichterstattung, speziell über das Bundesland Oberösterreich.

## 2.2. Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 11.01.2018

### 2.2.1. Werbespots

Im Rahmen der am 11.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ wird bei Minute 15:09 ein Werbetrenner ausgestrahlt. Unmittelbar danach folgt von Minute 15:10 bis 17:39 ein Werbeblock mit diversen Werbespots. Im direkten Anschluss daran wird bei Minute 17:40 mit dem Beitrag „Altes Ritual“ zum Thema Räuchern fortgesetzt.

### 2.2.2. Sponsorhinweis hinsichtlich „Wifi“

Weiters wird im Rahmen der am 11.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ von Minute 27:24 bis Minute 28:21 ein Beitrag zum Wetter ausgestrahlt, welcher sowohl am Beginn als auch am Ende des Beitrags einen Sponsorhinweis enthält. Der Ablauf des Beitrags stellt sich wie folgt dar: Bei Minute 27:24 erfolgt von den Moderatoren der Sendung die Ankündigung zum Wetter. Anschließend ist eine Einblendung mit dem Text „Das Wetter wird präsentiert von [Wifi]“ ersichtlich. Dabei sind vier Personen ersichtlich, welche jeweils eine „Tafel“ mit unterschiedlichen Botschaften – „Büroangestellte mit mehr Potential“, „Lehre und dann?“, „15 Jahre gleiche Position“ und „Lehre oder Schule“ – in den Händen halten. Zusätzlich wird folgender Text gesprochen: „Bereit? Weil ich es kann. Berufsmatura am Wifi.“

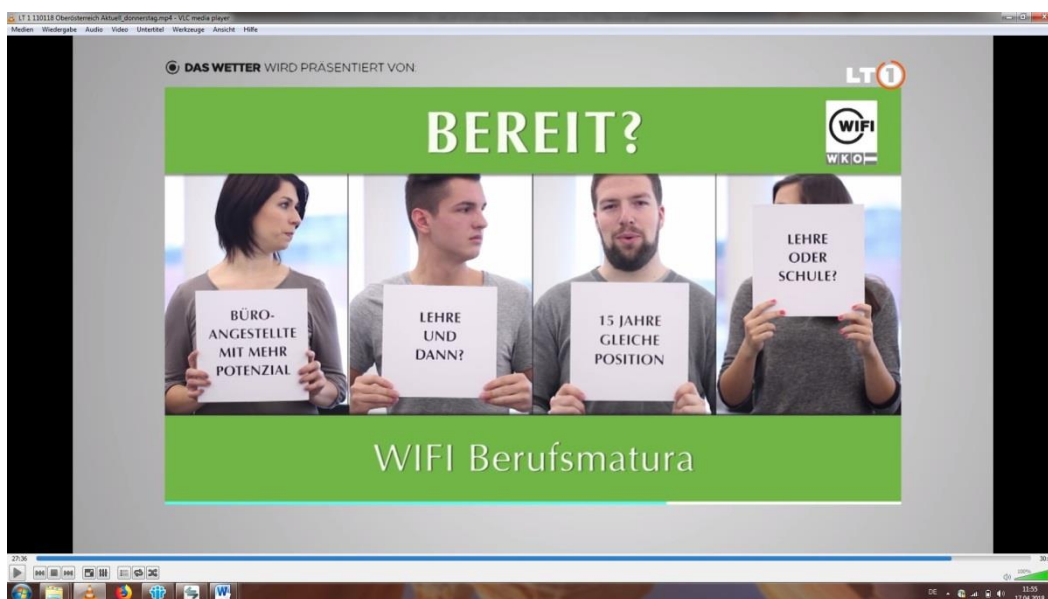


Abbildung 1: Sponsorhinweis vor Beginn des Beitrags zum Wetter

Danach folgt der Beitrag zum Wetter. Daran anschließend folgt ein Sponsorhinweis mit der Einblendung „Das Wetter wurde präsentiert von [Wifi]“. Dabei sind nochmals die vier Personen mit jeweils einer „Tafel“ ersichtlich, wobei die „Tafeln“ die gleichen Texte – wie vorhin beschrieben – enthalten: „Büroangestellte mit mehr Potential“, „Lehre und dann?“, „15 Jahre gleiche Position“ und „Lehre oder Schule“. Zusätzlich wird folgender Text gesprochen: „Wifi Berufsmatura. Lehre mit Matura. Ein tolles Jobgefühl. Mein Karrieresprungbrett. Studieren können. Du schaffst das. Wissen ist für immer.“

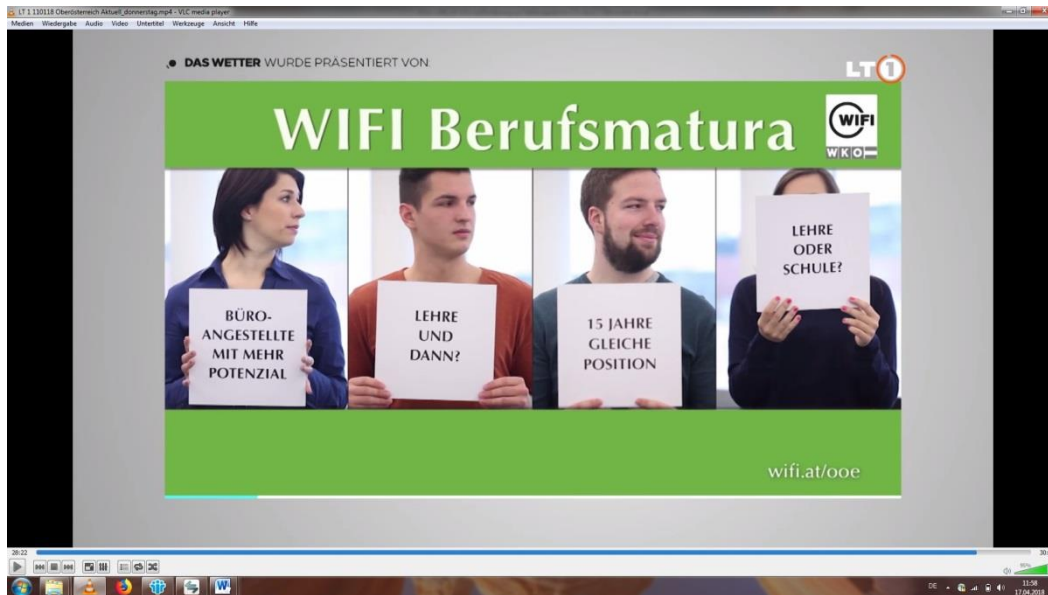


Abbildung 2: Sponsorhinweis nach dem Beitrag zum Wetter

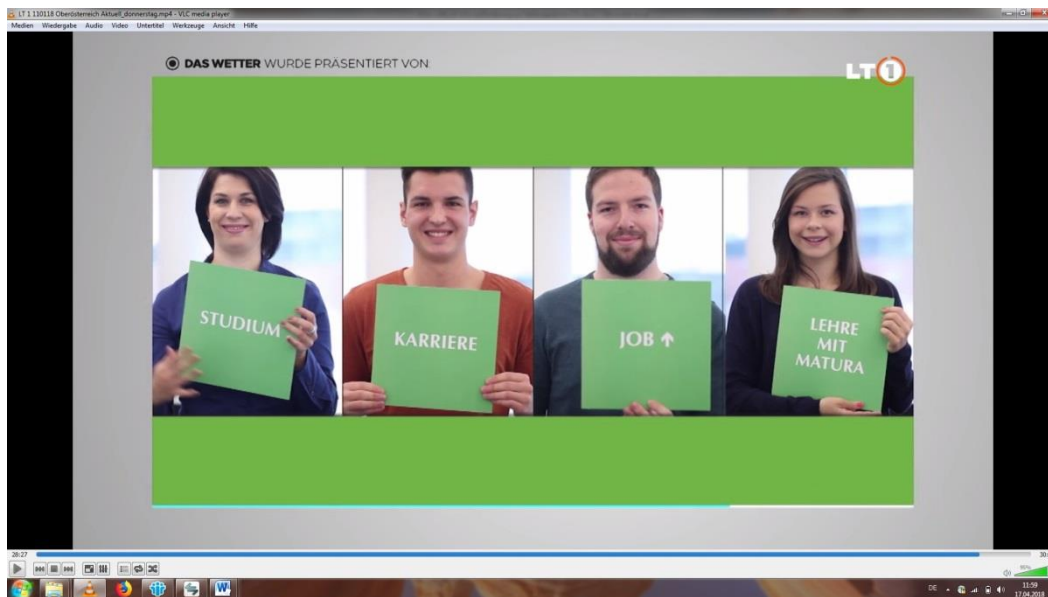


Abbildung 3: siehe Anmerkung unter Abbildung 2

Am Ende des Sponsorhinweises wird der Text „Wifi begleitet deine Karriere“ eingeblendet (siehe Abbildung 4).



Abbildung 4

Unmittelbar danach folgen Verabschiedungsworte von den Moderatoren im Studio.

## **2.3. Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 16.01.2018**

### **2.3.1. Sendung zur politischen Information**

Gleich zum Beginn der am 16.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ wird von Minute 00:41 bis 03:20 ein Beitrag über das Treffen des Landesparteivorstands der oberösterreichischen Volkspartei (oövp) zur Jahresauftaktklausur gesendet. Dabei wird über die Themen moderne Infrastruktur, Breitbandausbau (Zurverfügungstellung von leistungsfähigen, schnellen Internetverbindungen), bessere Anbindung von Unternehmen in ländlichen Gebieten, Digitalisierung von Unternehmen (intelligente Motoren) und mangelnde IT- und Mechatronikspezialisten am Arbeitsmarkt berichtet. Der oberösterreichische Landeshauptmann Stelzer kündigte in seiner Rede die Verbesserung der Ausstattung und Qualifikation der Lehrlingsausbildung sowie Verbesserungen in den Fachhochschulen und Universitäten im Bereich der Technikausbildung an. Innerhalb der Berichterstattung wurde insbesondere die Kritik hinsichtlich der langen Genehmigungsverfahren bei Betriebsanlagen hervorgehoben. Der oberösterreichische Landesrat Strugl veranschaulichte in seiner Rede diesbezügliche Lösungsvorschläge wie z.B. die Verdoppelung der Sachverständigen für Genehmigungsverfahren und verwies dabei auf die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer und der Ziviltechnikerkammer. In Zukunft soll nur mehr ein Genehmigungsverfahren erfolgen (statt bisher mehrere).

Weiters wird von Minute 14:24 bis 19:33 ein Beitrag über die Kulturstadträtin Lang-Mayerhofer ausgestrahlt. Dabei wird über ihre Zuständigkeit (u.a. für große Kulturinstitutionen und Förderungen) sowie über den von ihr gesetzten Schwerpunkt des Künstlers Anton Bruckner (Jubiläum im Jahr 2024) berichtet.

### 2.3.2. Werbespots

Im Rahmen der am 16.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ wird bei Minute 11:54 ein Werbetrenner ausgestrahlt. Unmittelbar danach folgt von Minute 12:01 bis 14:23 ein Werbeblock mit diversen Werbespots. Im direkten Anschluss daran wird bei Minute 14:24 mit dem Beitrag „Portrait der Linzer Kulturstadträtin“ fortgesetzt.

### 2.3.3. Sponsorhinweis hinsichtlich „Wifi“

In der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 16.01.2018 wird von Minute 26:21 bis Minute 27:12 ein Beitrag zum Wetter ausgestrahlt, welcher sowohl am Beginn als auch am Ende des Beitrags einen Sponsorhinweis enthält. Der Ablauf des Beitrags stellt sich wie folgt dar: Bei Minute 26:10 erfolgt von den Moderatoren der Sendung die Ankündigung zum Wetter. Anschließend ist ein Sponsorhinweis mit der Texteinblendung „Das Wetter wird präsentiert von [Wifi]“ ersichtlich. Während des Sponsorhinweises wird folgender Text gesprochen: *„Da bin ich richtig. Beim Wifi-Vorbereitungskurs zum Lehrabschluss. Und ganz nebenbei treff ich nette Leute.“*



Abbildung 5: Sponsorhinweis vor Beginn des Beitrags zum Wetter



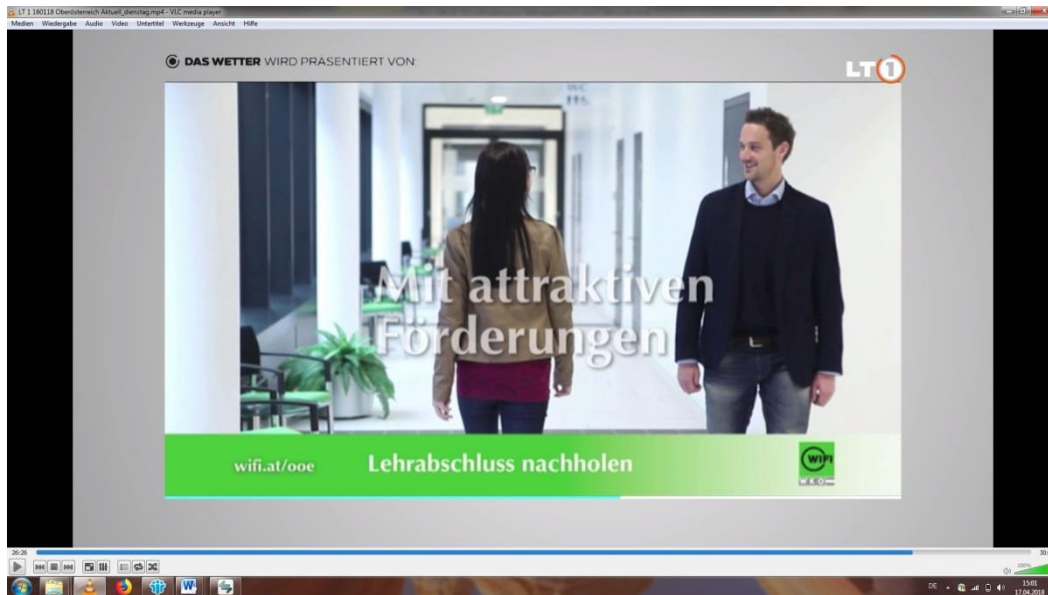


Abbildung 6: siehe Anmerkung unter Abbildung 5

Am Ende des Sponsorhinweises wird der Text „Mit attraktiven Förderungen“ eingeblendet. Danach folgt der Beitrag zum Wetter. Daran anschließend folgt ein Sponsorhinweis mit der Einblendung „Das Wetter wurde präsentiert von [Wifi]“. Während des Sponsorhinweises wird folgender Text gesprochen: „Der Lehrabschluss gibt mir mehr Drive im Berufsleben. Mit dem Vorbereitungskurs im Wifi hol ich ihn jetzt nach.“

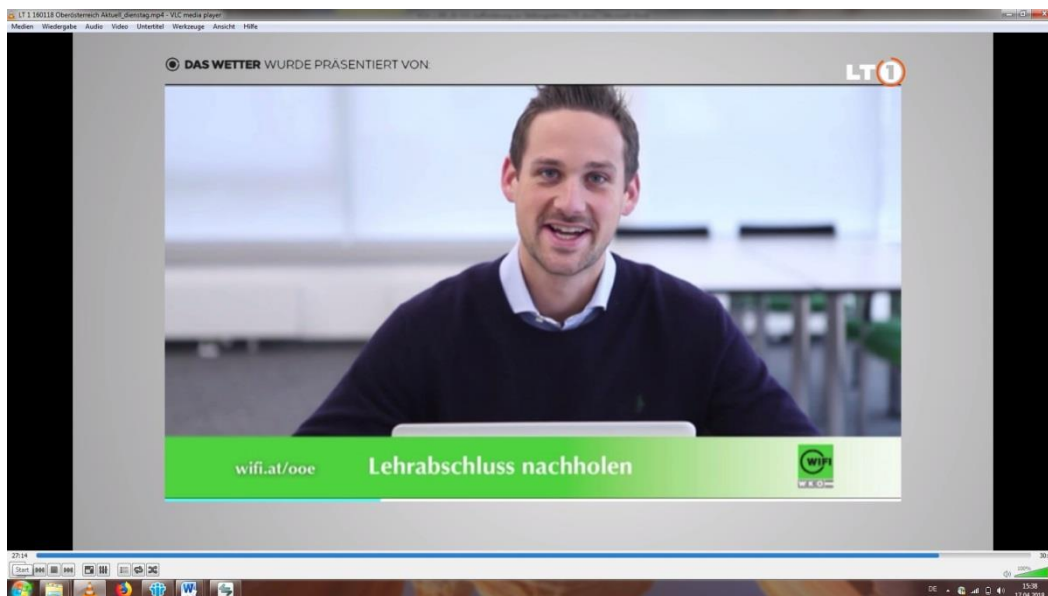


Abbildung 7: Sponsorhinweis nach dem Beitrag zum Wetter



Abbildung 8: siehe Anmerkung unter Abbildung 7

Unmittelbar danach folgen Verabschiedungsworte von den Moderatoren im Studio.

## 2.4. Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 18.01.2018

### 2.4.1. Werbespots

Im Rahmen der am 18.01.2018 im Fernsehprogramm „LT1“ ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ wird bei Minute 11:25 ein Werbetrenner ausgestrahlt. Unmittelbar danach folgt von Minute 11:31 bis 13:05 ein Werbeblock mit diversen Werbespots. Im direkten Anschluss daran wird bei Minute 13:06 mit der Ankündigung des Beitrags „Ried rutscht“ fortgesetzt.

### 2.4.2. Sponsorhinweis hinsichtlich „Wifi“

In der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 18.01.2018 wird von Minute 27:14 bis Minute 28:14 ein Beitrag zum Wetter ausgestrahlt, welcher sowohl am Beginn als auch am Ende des Beitrags einen Sponsorhinweis enthält. Dabei handelt es sich in beiden Fällen jeweils um den gleichen Sponsorhinweis wie in der Sendung vom 16.01.2018 (siehe daher die Ausführungen unter Punkt 2.3.3.)

### 2.4.3. Sponsorhinweis hinsichtlich „Maxi Markt“

Weiters erfolgt in der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 18.01.2018 bei Minute 13:06 die Ankündigung des Beitrags „Ried rutscht“ durch die Moderatoren. Unmittelbar danach wird folgender Sponsorhinweis ausgestrahlt: *„Die nachfolgende Sendung widmen Ihnen Profis mit Leib und Seele von Maxi Markt, der Familienmarkt.“* Daran anschließend folgt der Beitrag „Ried rutscht“. Von Minute 28:14 bis 28:26 wird die Verabschiedung der Sendung durch die Moderatoren im Studio unter gleichzeitiger Einblendung einer Sponsoringtafel gesendet. Eine Kennzeichnung bzw. Sponsorlogo des Unternehmens „Maxi Markt“ ist weder auf der Sponsoringtafel am Ende der Sendung noch am Anfang der Sendung ersichtlich.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zur Erteilung der jeweiligen Zulassung ergeben sich aus den zitierten Zulassungsbescheiden der KommAustria vom 23.10.2017, KOA 2.135/17-009 und vom 23.12.2009, KOA 4.415/09-001.

Die Feststellungen zum Inhalt der am 11.01.2018, am 16.01.2018 und am 18.01.2018 ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ im Fernsehprogramm „LT1“ ergeben sich aus den von der LT1 Privatfernsehen GmbH vorgelegten Aufzeichnungen und deren Stellungnahme im Verfahren.

### **4. Rechtliche Beurteilung**

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

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter sowie Verwaltungsstrafverfahren nach den Bestimmungen des AMD-G. Aufgrund des begründeten Verdachtes der Verletzungen der genannten Bestimmungen des 7. und 9. Abschnittes des AMD-G durch den jeweils dargestellten Sachverhalt war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 60 iVm § 61 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der LT1 Privatfernsehen GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

#### **4.2. Materiell anzuwendende Rechtsvorschriften**

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

##### *„Begriffsbestimmungen*

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

*[...]*

*32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;*

*[...]*

*40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);*

*[...]“*

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

### **„Erkennbarkeit und Trennung**

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

§ 37 AMD-G lautet auszugsweise:

### **„Sponsoring**

**§ 37.** (1) *Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:*

[...]

2. *Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.*

3. *Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, anregen.*

[...]

(4) *Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.“*

### **4.3. Fehlende Trennung zwischen den Werbeblöcken und dem jeweiligen Wiederbeginn des Programms (Spruchpunkt 1.a.a)**

Bei den unter den Punkten 2.2.1., 2.3.2. und 2.4.1. genannten Blöcken handelt es sich nach Auffassung der KommAustria um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

Gemäß § 2 Z 40 AMD-G ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Nach der Rechtsprechung des BKS ist unter dem Begriff Werbung ganz allgemein im Wesentlichen eine Produktinformation oder Leistungsinformation zu verstehen, die mit einer Absatzförderungsabsicht gesendet wird (vgl. BKS 13.12.2002, 611.180/001-BKS/2002, bestätigt durch VwGH 07.09.2009, 2008/04/0014).

Werbung ist durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit. Dabei ist für die Qualifikation als „*werblich gestaltet*“ maßgeblich, „*ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird*“ (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, „*bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist*“ (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0167). Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten dabei qualitativ-wertende Aussagen, werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen, das Herausstreichen des Waren- und

Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften oder direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle.

Im Übrigen ist nach der ständigen Rechtsprechung des VfGH (vgl. exemplarisch VfGH 22.05.2013, 2010/03/0008; ebenso 28.02.2014, 2012/03/0019 mwN) die Frage der Entgeltlichkeit bei der kommerziellen Kommunikation anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Maßgebend ist dabei nicht, ob die Beteiligten für das Erscheinen eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um ein In-Erscheinung-Treten bestimmter Art handelt, nämlich um ein solches, das nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt.

Die am die am 11.01.2018 von Minute 15:15 bis 17:39 gesendeten Beiträge zu „Reiters/Stiegl“, „Haka“, „wetter.at“, „Winwin“ und „XXXLutz“ und die am 16.01.2018 von Minute 12:01 bis 14:23 gesendeten Beiträge zu „Andres OÖ“, „Haka“, „Winwin“, „wetter.at“, „Dachstein West“ und „Claro“ sowie die am 18.01.2018 von Minute 11:31 bis 13:05 ausgestrahlten Beiträge zu „David Guetta“, „Musical Jane Eyre“ und „Kolping Stadtoase“ erfüllen alle genannten Voraussetzungen und sind eindeutig als werblich zu qualifizieren, wofür auch die anpreisende Darstellung der genannten Unternehmen, ihrer Produkte oder Dienstleistungen samt Kaufaufforderungen spricht. Die genannten Beiträge sind daher geeignet, den Absatz der darin beschriebenen Produkte und Dienstleistungen zu fördern. Hinsichtlich der Entgeltlichkeit ist nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab davon auszugehen, dass für derartige Beiträge von den beworbenen Unternehmen im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet wird. Dass es sich bei den unten den Punkten 2.2.1., 2.3.2. und 2.4.1. genannten Blöcken um Werbung handelt, wird von der LT1 Privatfernsehen GmbH auch nicht bestritten.

Nach der Rechtsprechung stellt der Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt einen „Eckpfeiler“ der Regelung der Fernsehwerbung dar (VfGH 01.12.2006, B3269/05). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung (§ 2 Z 40 AMD-G) erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische oder akustische Mittel eindeutig zu trennen.

Erforderlich ist 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 Zuseher der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl. BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005). Der Konsument soll in die Lage versetzt werden, den eigentlichen Zweck der Ausstrahlung zu erkennen und die im Rahmen der Werbung wiedergegebenen Informationen mit entsprechender „Vorsicht“ wahrzunehmen, so er dies überhaupt wünscht“ (vgl. BKS 24.09.2007, 611.001/0002-BKS/2007). Der Schutzzweck von § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten (BKS 26.03.2007, 611.001/0013-BKS/2006 zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 19 PrR-G).

Eine eindeutige Trennung von Werbung von anderen Programmteilen liegt nach der ständigen Rechtsprechung nur dann vor, wenn für den Zuseher zweifelsfrei erkennbar ist, dass nun Werbung folgt, oder aber Werbung beendet wird und wieder das redaktionelle Programm beginnt. Dem Rundfunkveranstalter kommt bei der Wahl der zur Trennung verwendeten Mittel ein gewisser Gestaltungsspielraum zu, solange gewährleistet ist, dass auf Seiten des Zusehers jeder Zweifel darüber ausgeschlossen ist, ob nun nach einem bestimmten Trennungselement

Werbung oder eben redaktionelles Programm folgt (vgl. u.a. BKS 27.06.2008, GZ 611.941/0001-BKS/2008, mwN). Der Zuseher wäre ansonsten geradezu gezwungen, nach jedem Trennungselement zu prüfen, ob nun tatsächlich Werbung folgt bzw. ob Werbung endet (vgl. auch BKS 17.11.2008, GZ 611.009/0021-BKS/2008).

In diesem Zusammenhang hat der BKS zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung im ORF-Gesetz (ORF-G) festgehalten, dass der Beginn des redaktionellen Programms nach einem Werbeblock mit den Worten „Hier ist Ö3, Österreichs Hitradio“ aber auch eine allgemein bekannte Signation eine hinreichend deutliche Trennung im Sinn von § 13 Abs. 3 ORF-G (nunmehr: § 14 Abs. 1 ORF-G) darstellt (BKS 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004). Diese Rechtsprechung wurde vom BKS in weiteren Bescheiden sowohl für Hörfunk- als auch für Fernsehwerbung bestätigt.

So stellte etwa die deutlich erkennbare Signation der Sendung „TOI TOI TOI“ (ORF 2) aufgrund ihrer spezifischen Einleitungssequenz eine hinreichend klare Trennung dar. Bei der Beurteilung stellte der BKS insbesondere auf die Dauer der Einleitungssequenz verbunden mit ihrer optischen und akustischen Präsentation ab, wobei unmittelbar von Beginn an jeder Zweifel darüber ausgeschlossen sein muss, dass es sich beim nachfolgenden Programminhalt nicht um Werbung handelt (BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005). Für eine eindeutige Trennung kann auch entscheidend sein, mit welcher Intensität der Zuseher auf den Wiederbeginn des Programms hingeleitet wird. Die Sprecheransage „Viel Spaß bei Mitten im Achten“ (ORF eins) ist insofern als eindeutige Kenntlichmachung zu qualifizieren (BKS 27.06.2008, 611.941/0001-BKS/2008). Der Beginn des redaktionellen Teils muss „charakteristisch“ sein: Die in einer Beginnsequenz vorgenommene Kamerafahrt und das Singen des Moderators können vom Zuschauer keineswegs sofort eindeutig dem redaktionellen Programm zugeordnet werden (BKS 10.08.2006, 611.001/0008-BKS/2008).

Im Hinblick auf die am 11.01.2018 von Minute 15:15 bis 17:39 und die am 16.01.2018 von Minute 12:01 bis 14:23 sowie die am 18.01.2018 von Minute 11:31 bis 13:05 ausgestrahlten Werbeblöcke kann festgehalten werden, dass diese nach deren Ende jeweils nahtlos ohne jegliches Trennelement in das redaktionelle Programm übergehen. Es wurde weder eine markante Titelmelodie während der Kamerafahrt eingespielt, noch erfolgte eine Begrüßung der Zuseher und eine Erwähnung des Sendungstitels oder Sendungsnamens durch die Moderatoren. Die Moderatoren setzten bereits nach wenigen Sekunden nach Ende der Werbeblöcke mit der Moderation der Sendung fort.

Dem Beginn der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ mangelt es daher im Gegensatz zur Signation der Sendung „TOI TOI TOI“ oder der Ansage „Hier ist Ö3, Österreichs Hitradio“ an ausreichend charakteristischen Merkmalen, wie etwa einer markanten Musikuntermalung oder einem charakteristischen Begrüßungslogan, der den Zusehern in Erinnerung bleibt.

Die von der LT1 Privatfernsehen GmbH zitierte Judikatur (siehe BVwG 21.12.2016, W219 211117855-1/6 und BKS 11.11.2004/0009-BKS/2004) geht somit ins Leere, da der Beginn der redaktionellen Sendung eben – anders als bei den dieser Judikatur zugrunde liegenden Sachverhalten – im gegenständlichen Fall nicht unmissverständlich erkennbar ist.

Bei einer Kameraeinstellung bzw. Kamerafahrt, bei der das Sendungslogo „OBERÖSTERREICH AKUTELL“ in schwarzer Schrift auf türkisem Hintergrund ersichtlich ist sowie bei einem bloßen

Lossprechen der Moderatoren kann keinesfalls von einem geeigneten Mittel gesprochen werden, um zu gewährleisten, dass von Beginn an beim Zuseher jeder Zweifel darüber ausgeschlossen wird, ob das redaktionelle Programm fortgesetzt wird oder nicht. Eine Kameraeinstellung reicht daher nicht als eindeutiges Trennelement aus.

Daher war aufgrund der Unterlassung der eindeutigen Trennung am Ende der Werbeblöcke in den dargestellten Punkten 2.2.1., 2.3.2. und 2.4.1. jeweils eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

#### **4.4. Fehlende Trennung werblich gestalteter Sponsorhinweise (Spruchpunkt 1.a.b)**

Die KommAustria geht davon aus, dass es sich bei den unter den Punkten 2.2.2., 2.3.3. und 2.4.2. genannten Sponsorhinweisen um werblich gestaltete Sponsorhinweise und somit um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

Grundsätzlich steht es dem Rundfunkveranstalter frei, Sponsorhinweise in „ungestalteter“ (neutraler) Form oder aber in Form werblich gestalteter Sponsorhinweise auszustrahlen. Eine werbliche Gestaltung eines Sponsorhinweises liegt u.a. dann vor, wenn der Hinweis etwa durch Kaufaufforderungen, qualitativ-wertende Produkt- und Leistungsinformationen etc. eine über die Kennzeichnung des Auftraggebers hinausgehende eigenständige werbliche Botschaft enthält. Solche „gestalteten“ Sponsorhinweise unterliegen nach der ständigen Rechtsprechung des VfGH (vgl. VfGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, VfGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0180, in dem der VfGH einen werblich gestalteten Hinweis auf den Sponsor als Werbung im Sinne des ORF-G bzw. PrR-G qualifiziert hat) den gesetzlichen Anforderungen an die Fernsehwerbung, insbesondere somit dem Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot nach § 43 AMD-G. Sie sind in ihrer Gesamtheit vom redaktionellen Programm durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen. Zu den zwei Tatbestandselementen von Werbung (werbliche Gestaltung und Entgeltlichkeit) siehe die Ausführungen unter Punkt 4.3..

Die Qualifikation als werblich gestaltete Sponsorhinweise ergibt sich daraus, dass die unter den Punkten 2.2.2., 2.3.3. und 2.4.2. genannten Sponsorhinweise jeweils qualitativ-wertende Aussagen zu Gunsten von „Wifi“ enthalten („Büroangestellte mit mehr Potential“, „Wifi Berufsmatura. Lehre mit Matura. Ein tolles Jobgefühl. Mein Karrieresprungbrett. Studieren können. Du schaffst das. Wissen ist für immer.“, „Wifi begleitet deine Karriere“, „Da bin ich richtig. Beim Wifi-Vorbereitungskurs zum Lehrabschluss. Und ganz nebenbei treffe ich nette Leute.“, „Der Lehrabschluss gibt mir mehr Drive im Berufsleben. Mit dem Vorbereitungskurs im Wifi hol ich ihn jetzt nach.“). Während dem gesprochenen Text werden zudem Bildabfolgen gesendet, die dem Zuseher das Gefühl eines erfolgreichen Arbeitsumfeldes durch den Besuch eines Wifi Kurses vermitteln soll. Die Äußerungen und Darstellungen im jeweiligen Spot sind geeignet, bislang uninformierte Zuseher unmittelbar zu einer Inanspruchnahme der Ausbildungskurse des Wifi anzuregen. Die Darstellungen erfüllen somit den Tatbestand der verkaufsfördernden Hinweise. Zum Schutzzweck des Trennungsgebots siehe die Ausführungen unter Punkt 4.3. Zum Schutzzweck des Trennungsgebots siehe die Ausführungen unter Punkt 4.3..

Die KommAustria geht zudem vom Vorliegen der Entgeltlichkeit der gegenständlichen Darstellung aus, da vergleichbare Beiträge von einem kommerziellen Fernsehveranstalter üblicherweise auch nur gegen Entgelt ausgestrahlt werden.

Somit sind die vorhin genannten Sponsorhinweise gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen, dh. es ist ein geeignetes Trennmittel vor und nach dem Spot erforderlich. Es ist sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung erforderlich eine eindeutige optische oder akustische Trennung zu senden, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuseher der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl. BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005).

Da die werblich gestalteten Sponsorhinweise weder am Beginn noch am Ende durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von den davor bzw. danach ausgestrahlten Inhalten getrennt wurden, war in den dargestellten Punkten 2.2.2., 2.3.3. und 2.4.2. jeweils die Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

#### **4.5. Sponsoring einer Sendung zur politischen Information (Spruchpunkt 1.b)**

Die KommAustria geht davon aus, dass es sich bei der am 16.01.2018 ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ um eine Sendung zur politischen Information handelt.

Von Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information sind „politische“ Nachrichten und Informationssendungen umfasst. Kennzeichnend für diese ist ihre Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung. Bei der Qualifikation einer solchen Sendung gilt der Grundsatz der Gesamtbetrachtung, sodass jede Sendung, die – wenn auch nur zu einem geringen Anteil (z.B. nur einzelne Beiträge) – politische Nachrichten bzw. politische Informationen enthält, als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information angesehen wird. Nach der Rechtsprechung des VfGH ist aufgrund der Anführung des Begriffes der „Sendungen zur politischen Information“ neben den „Nachrichtensendungen“ davon auszugehen, dass mit diesem Begriff nicht nur „klassische“ Nachrichtensendungen, sondern sonstige Sendungen gemeint sind, die ebenso wie Nachrichten der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen (vgl. VfGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275).

Angesichts des Inhalts der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 16.01.2018 geht die KommAustria davon aus, dass es sich um eine Sendung zur politischen Information handelt, da sich beide unter Punkt 2.3.1. geschilderten Beiträge (zum einen zur Jahresauftaktklausur der oberösterreichischen Volkspartei und zum anderen zum Portrait der Linzer Kulturstadträtin) mit politischen Themen beschäftigen (vgl. zum vergleichbaren Format „Vorarlberg Heute“ schon BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005, bestätigt durch VfGH 26.07.2007, Zl. 2005/04/0153). Im Beitrag zur Jahresauftaktklausur wird ausführlich über die politischen Anliegen der oberösterreichischen Landesregierung berichtet. Es werden Ausschnitte aus der Rede des oberösterreichischen Landeshauptmanns Steger gezeigt, in der dieser u.a. die Verbesserung der Ausstattung und Qualifikation der Lehrlingsausbildung sowie Verbesserungen in den Fachhochschulen und Universitäten im Bereich der Technikausbildung ankündigt. Man erfährt weiters, dass es ein Anliegen der oberösterreichischen Landesregierung ist, die moderne Infrastruktur weiter zu entwickeln, dass Landeshauptmann Stelzer Investitionen in den Breitbandausbau und so insbesondere die Zurverfügungstellung von leistungsfähigen, schnellen Internetverbindungen befürwortet. Zudem hat der Beitrag Ausschnitte einer Rede des oberösterreichischen Landesrat Strugl zu dessen politische Positionen hinsichtlich der lang andauernden Genehmigungsverfahren bei Betriebsanlagen präsentiert. Da die gegenständliche Sendung mehreren politischen Personen (Landeshauptmanns Steger, Landesrat Strugl und



Kulturstadträtin Lang-Mayerhofer) ausführlich Raum zur Darlegung ihrer politischen Sichtweisen geboten hat, handelt es sich nach Auffassung der KommAustria bei den oben genannten Beiträgen um eine Sendung zur politischen Information. Unzutreffend ist daher der Einwand, dass die Sendung sehr allgemeine Themen, jedenfalls ohne (partei)politischen Konnex darstellt.

Außerdem geht das Vorbringen des Parteienvertreters insofern ins Leere, als es für die Beurteilung einer Sendung als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information iSd § 37 Abs. 4 AMD-G nicht darauf ankommt, dass die Sendung zwingend einen parteipolitischen Konnex aufweisen muss. Dessen ungeachtet gelangt die KommAustria im vorliegenden Fall zur Auffassung, dass die Sendung „Oberösterreich Aktuell“ sogar einen parteipolitischen Konnex aufweist, worauf insbesondere die Darstellung der Jahresauftaktklausur der oberösterreichischen Volkspartei schließen lässt.

Gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G sind Sponsorhinweise bei Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information verboten. Gemäß § 2 Z 32 AMD-G liegt Sponsoring bei jedem Beitrag vor, der von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel geleistet wird, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern.

Vor dem Hintergrund der Rechtsprechung des VwGH zum Vorliegen von kommerzieller Kommunikation (zu der gemäß § 2 Z 2 letzter Satz AMD-G auch Sponsorhinweise zählen) ist das Vorliegen des Beitrags zur Finanzierung eines Werkes als Voraussetzung des Sponsorings an einem objektiven Maßstab zu messen. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Tätigkeit handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (Vgl. u.a. VwGH 27.01.2006, Zl. 2004/04/0114, VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172 sowie VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des ORF-G).

Für die Beurteilung des Merkmales der Entgeltlichkeit bei einem Sponsorhinweis iSd AMD-G ist somit grundsätzlich von einem üblichen Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen. Damit ist für die Beurteilung, ob ein Sponsorhinweis vorliegt, nicht maßgeblich, ob die LT1 Privatfernsehen GmbH vorliegend überhaupt ein Entgelt erhalten hat (VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019).

Die KommAustria geht daher davon aus, dass es sich sowohl bei dem Logo der oberösterreichischen Volkspartei „oövp“ als auch hinsichtlich der weiteren auf einer Sponsoringtafel am Ende der Sendung angeführten Logos für die hinter den Namen stehenden Unternehmen jeweils um Sponsorhinweise iSd § 37 Abs. 1 Z 2 iVm § 2 Z 32 AMD-G handelt und seitens der betreffenden Unternehmen jeweils ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ mit dem Ziel der Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens geleistet wurde. Der Gesetzgeber geht nämlich bei der Regelung zu den Sponsorhinweisen davon aus, dass das Zeigen von Firmenemblems (vgl. § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G) eine typische Erscheinungsform kommerzieller Kommunikation darstellt.

Nach Auffassung der KommAustria wurde mit der Offenlegung der Unterstützung der Sendung durch die betroffenen Unternehmen in Form eines Hinweises auf einer Sponsoringtafel am Ende der Sendung samt Einblendung von Wort- und Bildmarken eine kommerzielle Kommunikationsleistung erbracht, die üblicherweise nach dem Verkehrsgebrauch nur gegen Entgelt erfolgt. Der Tatbestand des „Sponsoring“ ist somit erfüllt.

Infolge der Qualifikation der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ vom 16.01.2018 als Sendung zur politischen Information unterliegt sie dem abstrakten Sponsoringverbot gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G. Auch wenn nur einzelne Beiträge einer Sendung den Charakter einer Sendung zur politischen Information aufweisen, erstreckt sich das Verbot der finanziellen Unterstützung auf die gesamte Sendung (vgl. BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275).

Daher war von der KommAustria die Verletzung der Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G festzustellen.

#### **4.6. Fehlender Sponsorhinweis am Anfang oder am Ende der Sendung (Spruchpunkt 1.c)**

Die KommAustria geht davon aus, dass der am 18.01.2018 von Minute 13:31 bis 16:42 ausgestrahlte Beitrag „Ried rutscht“ gesponsert war. Dies ergibt sich aus folgender dem Beitrag vorangehenden Aussage: *„Die nachfolgende Sendung widmen Ihnen Profis mit Leib und Seele von Maxi Markt, der Familienmarkt.“*. Aus dem Zusammenhang ist unzweifelhaft, dass sich dieser Sponsorhinweis auf den genannten Beitrag bezieht, da der vorhin genannte Sponsorhinweis unmittelbar nach der Ankündigung des Beitrags durch die Moderatoren und vor Ausstrahlung des Beitrags „Ried rutscht“ erfolgt. Dies wurde auch von der LT1 Privatfernsehen GmbH nicht bestritten.

Gemäß § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G sind gesponserte Sendungen am Anfang oder am Ende durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen. Am Anfang der Sendung „Oberösterreich Aktuell“ finden sich keine Sponsorhinweise und am Ende der Sendung werden im Rahmen einer Sponsoringtafel von Minute 28:14 bis 28:26 lediglich Sponsorhinweise von anderen Unternehmen eingeblendet.

Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs stellen die Vorschriften zur Offenlegung von Sponsoring auf die Sendung und nicht auf Sendungsteile ab (vgl. VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 17 ORF-G). Das bedeutet, dass, wenn ein Sendungsteil gesponsert ist, die gesamte Sendung als gesponsert zu kennzeichnen ist. Mit einem Sponsorhinweis während der Sendung bzw. im Rahmen des jeweiligen Beitrages wird der Verpflichtung zur Ausstrahlung eines Sponsorhinweises am Anfang oder am Ende der Sendung nicht Genüge getan (vgl. wiederum VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172).

Aufgrund des Fehlens eines Sponsorhinweises hinsichtlich des Unternehmens „Maxi Markt“ am Anfang oder am Ende der am 18.01.2018 ausgestrahlten Sendung „Oberösterreich Aktuell“ war die Verletzung der Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G festzustellen.

#### **4.7. Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)**

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, 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen jeweils im Rahmen der Sendung „Oberösterreich Aktuell“, die täglich von Montag bis Freitag ab 18:00 ausgestrahlt und halbstündlich wiederholt wird, erfolgten (Spruchpunkt 2.a).

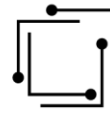
Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (Spruchpunkt 2.b).

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

### **III. Rechtsmittelbelehrung**

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glücksspiel (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 2.300/18-019“, 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.



**KommAustria**  
Kommunikationsbehörde Austria

Wien, am 16. August 2018

**Kommunikationsbehörde Austria**

Mag. Michael Ogris  
(Vorsitzender)