



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 und 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 24/2020, iVm § 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 WH Media GmbH (FN 114503m) als Veranstalterin des über die terrestrische Multiplexplattform „MUX C – Wien“ verbreiteten Programms „W24“
 - a) die Bestimmungen des § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie im Rahmen der am 25.09.2019 von ca. 18:31:35 Uhr bis ca. 19:00:32 Uhr ausgestrahlten Sendung „24 Stunden Wien“ einen werblichen Beitrag über „Erste Hilfe“ des Wiener Roten Kreuzes und damit Werbung ausgestrahlt hat, ohne diesen an seinem Anfang um ca. 18:55:30 Uhr und an seinem Ende um ca. 19:00:32 Uhr durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen;
 - b) durch finanzielle Unterstützung der „Younion – Die Daseinsgewerkschaft“ der am 25.09.2019 von ca. 19:02:37 Uhr bis ca. 20:31:43 Uhr dauernden Sendung „W24 Spezial“ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat, wonach Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 63 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der WH Media GmbH wird aufgetragen,
 - a) Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides in ihrem über die terrestrische Multiplexplattform „MUX C – Wien“ verbreiteten Programm „W24“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) 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 WH Media GmbH hat am 25.09.2019 im Fernsehprogramm „W24“ im Rahmen der Sendung „24 Stunden Spezial“ einen werblich gestalteten Beitrag zugunsten des Wiener Roten Kreuzes ausgestrahlt, welcher nicht eindeutig durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt war. Des Weiteren wurde die ebenfalls am 25.09.2019 ausgestrahlte Sendung „W24 Spezial“, welche eine Sendung zur politischen Information war, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde mehrfach gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen.“

sowie

- b) binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 47 Abs. 1 AMD-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Aufgrund 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 Mediendienstanbieter forderte die KommAustria die WH Media GmbH mit Schreiben vom 27.09.2019 zur Vorlage von Aufzeichnungen ihres am 25.09.2019 von 18:30 bis 20:30 Uhr über die Multiplex-Plattform „MUX C – Wien“ verbreiteten Programms „W24“ auf.

Mit Schreiben von 03.10.2019 legte die WH Media GmbH die angeforderten Aufzeichnungen vor.

Mit Schreiben vom 17.10.2019 leitete die KommAustria wegen vermuteter Verletzungen von §§ 37 Abs. 4 und 43 Abs. 2 AMD-G ein Verfahren zur Feststellung von Verletzungen des AMD-G ein und gab der WH Media GmbH die Gelegenheit, hierzu binnen zwei Wochen Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 04.09.2019 nahm die WH Media GmbH Stellung und führte zunächst betreffend die Sendung „24 Stunden Wien“ aus, dass es sich beim inkriminierten Beitrag des Roten Kreuzes ursprünglich um eine Werbeeinschaltung gehandelt habe, die vom Roten Kreuz bezahlt und von der Rundfunkveranstalterin bereits mehrfach – in Übereinstimmung mit den entsprechenden werberechtlichen Bestimmungen und insbesondere unter Berücksichtigung des Erkennbarkeits- und Trennungsgebotes – im Rahmen von Werbeeinschaltungen gesendet worden sei.

Aufgrund der Bedeutung des Themas (Ersthilfe) habe die Rundfunkveranstalterin den Beitrag auch an prominenter Stelle als Hinweis im öffentlichen Interesse senden wollen; dies ohne gesonderte Vergütung. Die Rundfunkveranstalterin stelle außer Streit, den Beitrag aus diesem Grund nicht eindeutig erkennbar von den übrigen redaktionellen Beiträgen abgegrenzt zu haben und dadurch möglicherweise das Erkennbarkeits- und Trennungsgebot verletzt zu haben.

Das Unterbleiben einer erkennbaren Abgrenzung von den redaktionellen Beiträgen sei auf die falsche – aber nachvollziehbare – Rechtsmeinung eines Mitarbeiters zurückzuführen, der bei der Qualifikation des Beitrages als Werbung ausschließlich auf die Entgeltlichkeit und nicht auch auf einen objektiven Maßstab abgestellt habe. Die Rundfunkveranstalterin habe bereits interne Maßnahmen ergriffen, um vergleichbare Rechtsverletzungen in Zukunft hintanzuhalten und ersuche den minderen Grad ihres Verschuldens bei einer etwaigen Strafbemessung mildernd zu berücksichtigen.

Die Rundfunkveranstalterin ersuche aber die KommAustria auch um Überprüfung, ob für den entsprechenden Beitrag tatsächlich eine Trennungsverpflichtung bestanden habe, da es sich ihrer Einschätzung nach um einen Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit gehandelt habe, für den eine Trennungsverpflichtung eben nicht bestehe (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, Seite 585 f.)

In Hinblick auf den inkriminierten Beitrag „W24 Spezial“ führte die WH Media GmbH aus, dass es sich um einen redaktionellen Beitrag handle. Dieser sei nicht gesponsert worden. Der Hinweis auf die „Younion _ Die Daseinsgewerkschaft“ sei ausschließlich aufgrund der Beantwortung einiger journalistischer Anfragen im Zuge der redaktionellen Erstellung der Sendung durch die „Younion _ Die Daseinsgewerkschaft“ erfolgt. Aus diesem Grund handle es sich aus Sicht der Rundfunkveranstalterin auch nicht um ein Sponsoring im Sinne des § 37 AMD-G. Die etwaigen Anfragebeantwortungen hätten auch zu keiner Einsparung von Produktionskosten geführt, sondern seien im Rahmen einer typischen, journalistischen Recherche erfolgt.

Auch der objektive Maßstab des Sponsorings sei nicht erfüllt, da sich aus dem Hinweis „mit freundlicher Unterstützung“ kein Imagewerbeeffect für die Younion ergebe, der vom interessierenden Publikum als Sponsoring verstanden werden würde. Der Hinweis sei ausschließlich als Dankbarkeit für die Anfragebeantwortungen im Zuge der obig beschriebenen redaktionellen Recherche erfolgt. Aus diesen Gründen liege keine Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G vor.

Das Anbringen eines solchen Hinweises sei in den Sendungen der WH Media GmbH im Übrigen nicht üblich und in diesem Fall auf ein – gutgemeintes – Versehen eines Mitarbeiters zurückzuführen. Aus Gründen der rechtlichen Vorsicht habe die Rundfunkveranstalterin dennoch bereits interne Maßnahmen ergriffen, um sicherzustellen, dass vergleichbare Hinweise in Zukunft nicht mehr angebracht würden.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Sendung „24 Stunden Wien“ von ca. 18:31:35 Uhr bis ca. 19:00:32 Uhr

Am 25.09.2019 wird beginnend um ca. 18:31:35 Uhr die Sendung „24 Stunden Wien“ ausgestrahlt. Diese Sendung beinhaltet verschiedene Nachrichten- und Servicebeiträge aus der Stadt Wien.

Im Rahmen des Programmteils „24 Stunden Wien Service“ wird nach einem Kulturbeitrag ab ca. 18:55:30 Uhr – im Anschluss an die Einblendung des Logos der Sendung (siehe Abbildung 1) – ein Beitrag über Erste Hilfe eingeleitet und mit „ERSTE-HILFE-TIPPS“ (siehe Abbildung 2) titulierte.



(Abbildung 1)



(Abbildung 2)

Nachfolgend wird folgendes Bild eingeblendet:



(Abbildung 3)

Die Sprecherin des Beitrags – offensichtlich eine Mitarbeiterin des Wiener Roten Kreuzes – führt einleitend aus: *„Jetzt einmal Hand aufs Herz, und das meine ich nicht im Sinne der Herzdruckmassage, wann haben Sie das letzte Mal einen Erste-Hilfe-Kurs gemacht? Hier lernen und üben Sie mit einfachen Handgriffen wie Sie Leben retten können und wie Sie sich bei kleinen Blessuren im Alltag helfen können.“*

Während des gesamten Beitrages wird im rechten unteren Bildschirmrand der Hinweis für weiterführende Informationen auf „ersthilfe.at“ eingeblendet.



(Abbildung 4)

Die Sprecherin setzt fort: „Hier im Ausbildungszentrum des Wiener Roten Kreuzes gibt es für viele verschiedene Zielgruppen und Schwerpunkte Erste-Hilfe-Kurse. Egal, ob in einem sechsstündigen Erste-Hilfe-Kurs für den Führerschein, oder bei einem Wochenende für den Kindernotfallkurs. Es ist für alle Zielgruppen etwas dabei. Das praktische Üben steht dabei immer im Vordergrund, wie z.B. hier in unserer SanArena, wo Notfälle in sicherer Umgebung simuliert werden können.“

Währenddessen werden stets teilnehmende bzw. übende Personen im Bild gezeigt.



(Abbildung 5)



(Abbildung 6)

Abgeschlossen wird der Beitrag um ca. 18:56:30 Uhr mit der etwa zehn Sekunden dauernden Einblendung folgenden Bildes:



(Abbildung 7)

Danach wird erneut das Logo „24 Stunden Wien Service“ eingeblendet (siehe Abbildung 1). Nachfolgend wird ein redaktioneller Bericht über die „Sport & Fun“-Halle Leopoldstadt gesendet. Die Sendung endet um ca. 19:00:32 Uhr. Danach folgen ein Werbetrenner (siehe Abbildung 8) und Werbung.



(Abbildung 8)

2.2. Sendung „W24 Spezial“ von ca. 19:02:37 Uhr bis ca. 20:31:43 Uhr

Nach Ausstrahlung eines Werbeblocks wird ab ca. 19:02:37 Uhr die Sendung „W24 Spezial“ gesendet. Diese beginnt mit einer mehrsekündigen Einleitungssequenz.

Der Moderator der Sendung führt dabei aus: *„Profitmaximierung, Effizienzsteigerung und der Trend Richtung Privatisierung. Ja, faire Löhne und Gehälter, die geraten aktuell etwas unter Druck. Wohin führt das alles und kann da etwa auch gegengesteuert werden? Herzlich Willkommen zum heutigen ‚W24 Spezial‘ und der Frage: Was ist gute Arbeit wert? Wohin entwickelt sich unsere Arbeitswelt? Welchen Einfluss hat darauf aber etwa auch die Digitalisierung, oder neue Technologien? Ja, viele Beiträge und Berufsportraits heute bei uns in der Sendung und wie immer eine bunt zusammengestellte Talk-Runde.“*

Der Moderator stellt anschließend die zur Diskussion geladenen Gäste vor. Das Sendungskonzept besteht jeweils aus einem eingespielten Beitrag über eine bestimmte Berufsgruppe und einer nachfolgenden Debatte unter den Diskutanten. Dies wiederholt sich im Laufe der Sendung einige Male.

Zu Beginn etwa wird ein Beitrag in der Länge von ca. vier Minuten über die gestiegenen Anforderungen bei den Elementarpädagoginnen und -pädagogen gesendet. Im Anschluss daran richtet der Moderator gezielt Fragen an die anwesenden Gäste. Darauf folgend wird ab etwa 19:22:50 Uhr ein Beitrag über die Berufsgruppe der Baumpfleger in Wien gesendet, nachfolgend wird wieder diese Berufsgruppe bzw. werden deren arbeitspolitischen Herausforderungen in der Diskussionsrunde näher beleuchtet. Ebenso wird in der Sendung ein Beitrag über die Berufsfeuerwehr, die Müllabfuhr und die Berufsrettung gesendet und anschließend unter den Studiogästen thematisiert.



(Abbildung 9)

Zum Ende der Sendung kündigte der Moderator die nächste Ausgabe von „W24 Spezial“ an und verabschiedet sich von den Zuschauern. Währenddessen wird folgendes Insert eingeblendet:



(Abbildung 10)

Die Sendung endet um ca. 20:31:43 Uhr.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Inhalt der am 25.09.2019 von 18:30 bis ca. 20:32 Uhr ausgestrahlten Sendungen im Fernsehprogramm „W24“ ergeben sich aus einer Einsichtnahme in die von der WH Media GmbH vorgelegten Aufzeichnungen des Programms.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 und 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem 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 nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung war betreffend die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der WH Media GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

4.2. Rechtsgrundlagen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

[...]

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs 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);

[...]“

§ 37 Abs. 1 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.

[...]

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

[...]“

§ 43 AMD-G lautet:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 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.

(3) Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug ‚Dauerwerbesendung‘ zu kennzeichnen.“

4.3. Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G (fehlende Trennung von Werbung)

Nach Ansicht der KommAustria handelt es sich bei dem am 25.09.2019 um ca. 18:55:30 Uhr ausgestrahlten Beitrag über „ERSTE-HILFE-TIPPS“ um Werbung iSd § 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 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.

(Fernseh-)Werbung ist demnach durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung, also die Gestaltung mit dem Ziel der Absatzförderung, und die Entgeltlichkeit.

Nach der Rechtsprechung 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, Zl. 2005/04/0167).

Vor dem Hintergrund dieser Rechtsprechung geht die KommAustria davon aus, dass die Präsentation über Erste-Hilfe-Kurse des Wiener Roten Kreuzes jedenfalls dazu geeignet ist, Zuseher dazu zu veranlassen, diese Dienstleistungsangebote des Roten Kreuzes in Anspruch zu nehmen. Dies ergibt sich insbesondere aus den Aussagen der Sprecherin („*...wann haben Sie das letzte Mal einen Erste-Hilfe-Kurs gemacht? Hier lernen und üben Sie, mit einfachen Handgriffen, wie Sie Leben retten können und wie Sie sich bei kleinen Blessuren im Alltag helfen können. (...) Egal ob in einem sechsstündigen Erste-Hilfe-Kurs für den Führerschein, oder bei einem Wochenende für den Kindernotfallkurs. Es ist für alle Zielgruppen etwas dabei. Das praktische Üben steht dabei immer im Vordergrund, wie z.B. hier in unserer SanArena, wo Notfälle in sicherer Umgebung simuliert werden können.*“) sowie aus der direkten Aufforderung zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen im Insert („*Buchen Sie jetzt Ihren individuellen Erste-Hilfe-Kurs*“; siehe Abbildung 7).

Nach der Rechtsprechung ist die Frage der Entgeltlichkeit von Werbung anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen (vgl. VwGH 22.05.2013, Zl. 2010/03/0008; 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019 mwN). Entscheidend ist demnach, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicher Weise gegen Entgelt erfolgt. Unerheblich ist, ob die Beteiligten für die werblich gestaltete Einbindung tatsächlich ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben (vgl. VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172).

Nach dem demnach anzuwendenden objektiven Maßstab ist davon auszugehen, dass für einen Beitrag wie „ERSTE-HILFE-TIPPS“ im geschäftlichen Verkehr üblicherweise ein Entgelt geleistet wird.

Die KommAustria vertritt daher die Rechtsauffassung, dass es sich bei diesem Beitrag um Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G handelt.

Soweit die WH Media GmbH in ihrer Stellungnahme vorbringt, dass sie aufgrund der Bedeutung des Themas „Ersthilfe“ den Beitrag als Hinweis im öffentlichen Interesse habe senden wollen und es sich somit um einen Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit gehandelt habe, für den eine Trennungspflicht eben nicht bestehe, ist ihr zunächst zuzugeben, dass für derartige Beiträge keine Trennungspflicht besteht, sondern bloß der allgemeine Erkennbarkeitsgrundsatz nach § 31 Abs. 1 zu tragen kommt (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, Seite 585 f).

Entgegen der Auffassung der WH Media GmbH handelt es sich allerdings beim gegenständlichen Beitrag um keinen Beitrag im Dienste der Öffentlichkeit iSd. § 45 Abs. 2 Z 2 AMD-G.

Beiträge im Dienste der Öffentlichkeit verfolgen in der Regel gemeinnützige bzw. ideelle Zwecke. Die Grenze zur kommerziellen Werbung ist dabei dort zu ziehen, wo ein bestimmter

Konkretisierungsgrad bei einer allfälligen mittelbaren Absatzförderung überschritten wird. Wesentliches Kriterium ist dabei, dass der Nutzen der Öffentlichkeit und nicht die Bewerbung konkreter Produkte oder Dienstleistungen im Vordergrund steht (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze*⁴, Seite 599 mwN.).

Im gegenständlichen Beitrag ist zwar ein gewisser Nutzen der Öffentlichkeit – nämlich die Bewusstseinsbildung rund um das Thema „Ersthilfe“ – erkennbar. In der konkreten Ausgestaltung des Beitrages steht aber die Bewerbung konkreter Angebote einer konkreten Institution im Vordergrund. So wird im Beitrag das Angebot des Wiener Roten Kreuzes an – entgeltlichen – Kursen beschrieben („*Egal ob in einem sechsstündigen Erste-Hilfe-Kurs für den Führerschein, oder bei einem Wochenende für den Kindernotfallkurs. Es ist für alle Zielgruppen etwas dabei. Das praktische Üben steht dabei immer im Vordergrund, wie z.B. hier in unserer SanArena, wo Notfälle in sicherer Umgebung simuliert werden können.*“) und werden die Zuschauer direkt zur Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen aufgefordert („*Buchen Sie jetzt Ihren individuellen Erste-Hilfe-Kurs*“ „*Wiener Rotes Kreuz Ausbildungszentrum*“; siehe Abbildung 7). Damit ist ein hinreichend genauer Konkretisierungsgrad zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen des Wiener Roten Kreuzes gegeben. Der Beitrag ist daher als Werbung zu qualifizieren.

Im Übrigen bringt die WH Media GmbH selbst vor, dass sie den Beitrag mehrfach als Werbung gekennzeichnet ausgestrahlt hat.

Nach § 43 Abs. 2 AMD-G müssen Fernsehwerbung und Teleshopping durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.

In der Rechtsprechung hat sich das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot als „Eckpfeiler“ des Werberechts herausgebildet (vgl. VfSlg 18.017/2006). Sobald eine 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. Erforderlich ist eine solche eindeutige optische oder akustische Trennung sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung, 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 (vgl. BKS 23.06.2006, GZ 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck von § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

In der vorliegenden Sendungsabfolge wird der Spot über „ERSTE-HILFE-TIPPS“ ab ca. 18:55:30 Uhr nach Einblendung des Logos „24 Stunden Wien Service“ (siehe Abbildung 1) nach einem Beitrag über ein Theaterstück gesendet. Unmittelbar nach dem Spot wird um ca. 18:56:30 Uhr wiederum das Logo „24 Stunden Wien Service“ eingeblendet (siehe Abbildung 1) und dann ein redaktioneller Bericht über die „Sport & Fun“-Halle Leopoldstadt ausgestrahlt. Weder vor noch nach dem Spot „ERSTE-HILFE-TIPPS“ wird damit ein optischer, akustischer oder räumlicher Werbetrenner (vgl. Abbildung 8) ausgestrahlt.

Es fehlen somit am Anfang und am Ende des Beitrages Trennmittel, welche diesen als Werbung eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen trennen.

Soweit die WH Media GmbH ausführt, das Unterbleiben einer erkennbaren Abgrenzung sei auf die falsche – aber nachvollziehbare – Rechtsmeinung eines Mitarbeiters zurückzuführen, der bei der Qualifikation des Beitrages als Werbung ausschließlich auf die Entgeltlichkeit und nicht auch auf

einen objektiven Maßstab abgestellt habe und es sich somit um einen minderen Grad des Verschuldens gehandelt habe, ist zu entgegnen, dass im gegenständlichen – auf objektive Gesichtspunkte abstellenden – Rechtsverletzungsverfahren Aspekte des Verschuldens außer Acht zu bleiben haben und diese lediglich im Rahmen eines allfälligen Verwaltungsstrafverfahrens zu beurteilen sind.

Daher war eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G aufgrund der Unterlassung der eindeutigen Trennung am Anfang und am Ende des Werbespots festzustellen (Spruchpunkt 1.a).

4.4. Verletzung von § 37 Abs. 4 AMD-G (Sponsoring einer Sendung zur politischen Information)

§ 2 Z 32 AMD-G definiert Sponsoring als jeden 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.

In diesem Zusammenhang ist das Erfordernis des „Beitrags (...) zur Finanzierung“ weit zu verstehen. Für das Vorliegen von Sponsoring kommt es nicht auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung an. Vielmehr ist entscheidend, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendiensteanbieters geleistet wird. Der Beitrag zur Finanzierung muss auch nicht in Geld bestehen. Ausgehend von der dargestellten Definition stellt auch die Einsparung von Produktionskosten einen derartigen Beitrag im Sinn des AMD-G dar. Eine solche kann sich dabei unter anderem aus der Beistellung einer Expertin oder eines Experten für eine Sendung ergeben (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 451; VwGH 01.07.2009, Zl. 2009/04/0079).

Nach der Rechtsprechung 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).

Wie sich aus dem dargestellten Sachverhalt ergibt, war die von ca. 19:02:37 Uhr bis ca. 20:31:43 Uhr ausgestrahlte Sendung „W24 Spezial“ von dem im Rahmen des Abspans in Form eines Sponsorhinweises genannten Unternehmen („Younion _ Die Daseinsgewerkschaft“) gesponsert. Beim Unternehmensbegriff nach § 2 Z 32 AMD-G ist dabei von einem weiten Verständnis auszugehen, so dass auch Verbände, die für ihre Mitglieder einen Beitrag zur Finanzierung leisten, ebenfalls erfasst sind. Dies trifft insbesondere auf Interessensvertretungen – wie im gegenständlichen Fall – zu (vgl. BKS 04.04.2006, 611.941/0002-BKS/2006; VwGH 08.10.2010, Zl. 2006/04/0089; *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 452).

Schon aufgrund des objektiven Maßstabs ist davon auszugehen, dass derartige Einblendungen durch einen kommerziellen Fernsehveranstalter nur gegen ein entsprechendes Entgelt erfolgen. Insofern kann dahingestellt bleiben, ob die Einblendung des Hinweises auf die „Younion _ Die Daseinsgewerkschaft“ ausschließlich aufgrund der Beantwortung von journalistischen Anfragen im Zuge der redaktionellen Erstellung der Sendung erfolgt sei.

Inwiefern die dargestellte Einblendung des Schriftzuges der „Younion“ keinen Imagewerbeeffekt für die Rezipienten erzeuge, erschließt sich nicht, ist doch eine derartige Nennung eines Unternehmens, einer Organisation etc. samt dem Hinweis „mit freundlicher Unterstützung“ geradezu die typische Form der Förderung des Erscheinungsbildes eines Unternehmens. Ebenso ist aus den dargelegten Erwägungen unerheblich, dass – wie die WH Media GmbH vorbringt – die Einblendung ausschließlich als Dankbarkeit für die Anfragebeantwortungen im Zuge der redaktionellen Recherche erfolgt sei.

Die KommAustria geht vor diesem Hintergrund weiterhin davon aus, dass es sich bei dem Hinweis zugunsten der „Younion _ Die Daseinsgewerkschaft“ um einen Sponsorhinweis iSd § 37 Abs. 1 Z 2 iVm § 2 Z 32 AMD-G handelt und damit die gesamte Sendung als gesponsert zu qualifizieren ist.

Gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G dürfen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden.

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 ist aufgrund der Anführung des Begriffes der „Sendungen zur politischen Information“ neben den „Nachrichtensendungen“ in § 37 Abs. 4 AMD-G davon auszugehen, dass mit diesem Begriff nicht „klassische“ Nachrichtensendungen, sondern sonstige Sendungen gemeint sind, die ebenso wie Nachrichten der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen (vgl. VwGH 29.02.2008, Zl. 2005/04/0275).

Die KommAustria ist der Auffassung, dass es sich bei der Sendung „W24 Spezial“ vom 25.09.2019 um eine Sendung zur politischen Information handelt, da die Sendung das Thema Arbeitsmarkt bzw. die aktuellen Entwicklungen in verschiedenen Berufsgruppen beleuchtet (vgl. bereits die einleitenden Worte des Moderators: *„Profitmaximierung, Effizienzsteigerung und der Trend Richtung Privatisierung. Ja, faire Löhne und Gehälter, die geraten aktuell etwas unter Druck. Wohin führt das alles und kann da etwa auch gegengesteuert werden? Herzlich Willkommen zum heutigen ‚W24 Spezial‘ und der Frage: Was ist gute Arbeit wert? Wohin entwickelt sich unsere Arbeitswelt? Welchen Einfluss hat darauf aber etwa auch die Digitalisierung, oder neue Technologien?“*). Im Rahmen der Diskussionsrunde im Studio werden zudem Aspekte der Arbeitsmarktpolitik miteinbezogen und von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern arbeitspolitische Forderungen gestellt.

Da die gegenständliche Sendung im Wesentlichen eine arbeitspolitische Debatte zum Inhalt hat und sohin die Intention einer öffentlichen Meinungsbildung verfolgt, handelt es sich bei dieser Sendung

um eine solche zur politischen Information. Dieser Einschätzung ist die WH Media GmbH in ihrer Stellungnahme auch nicht entgegengetreten.

Damit unterliegt diese Sendung dem Sponsoringverbot gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G.

Nach der dargestellten Rechtslage war daher festzustellen, dass die WH Media GmbH mit der Sendung „W24 Spezial“ vom 25.09.2019 eine Sendung zur politischen Information, welche finanziell unterstützt worden ist, gesendet hat, und somit die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G verletzt hat (Spruchpunkt 1.b).

4.5. Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.a)

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 in diesem Zeitraum erfolgten.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 47 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 Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 4.431/19-011“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtzahlung“ 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 21. Juli 2020

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz, LL.M.
(Mitglied)