

Bescheid

I. Spruch

- 1) Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt gemäß den §§ 24 und 25 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, iVm § 2 Abs. 1 Z 7 lit. b KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 9/2006, fest, dass die **Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG** (FN 239217s), Suppanstraße 69, 9020 Klagenfurt als Hörfunkveranstalterin im Versorgungsgebiet „Kärnten“ am 14.08.2006 in der Zeit von 07:00 bis 09:00 Uhr die Bestimmung des § 19 Abs. 3 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie
 - a) um ca. 07:44 Uhr eine werblich gestaltete Sponsoringansage für austriaticket.at ausgestrahlt und diese weder am Beginn noch am Ende eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat, und
 - b) um ca. 08:42 Uhr den Beginn einer Werbesendung nicht eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat.
- 2) Die KommAustria erkennt gemäß § 26 Abs. 2 PrR-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG auf, den Spruchpunkt 1) binnen vier Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ausgestrahlten Programms an einem Werktag zwischen 07:00 und 09:00 Uhr durch einen Programmansager in folgender Form vorlesen zu lassen:

„Die Rundfunkbehörde hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht festgestellt: Die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG hat die Bestimmung des § 19 Abs. 3 Privatradiogesetz dadurch verletzt, dass sie am 14.08.2006 um ca. 07:44 und 08:42 Uhr Werbung nicht eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat.“

Der KommAustria sind gemäß § 22 Abs. 1 PrR-G unverzüglich Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung vorzulegen.

II. Begründung

1) Gang des Verfahrens:

Mit Schreiben vom 05.09.2006 übermittelte die KommAustria der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG die Auswertung der am 14.08.2006 im Zeitraum von 07:00 bis 09:00 Uhr gesendeten Hörfunksendung und räumte dieser die Möglichkeit zur Stellungnahme zu den darin vermuteten Rechtsverletzungen binnen zwei Wochen ein.

Am 11.09.2006 erfolgte die Veröffentlichung der im Rahmen der ausgewerteten Hörfunksendung vermuteten Rechtsverletzungen durch Bekanntmachung der im Monat August 2006 stichprobenartig ausgewerteten Sendungen von Hörfunk- und Fernsehveranstaltern auf der Website der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH).

Mit Schreiben vom 15.09.2006, bei der KommAustria eingelangt am 25.09.2006, nahm die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG zu den seitens der KommAustria vermuteten Verstößen gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes Stellung und brachte darin im Wesentlichen vor, dass der Sponsoringhinweis betreffend austriaticket.at nicht werblich gestaltet und daher auch nicht von anderen Programmteilen zu trennen gewesen sei. Hinsichtlich der fehlenden Kennzeichnung des Beginns der Werbesendung um 08:42 Uhr wurde auf technische Schwierigkeiten verwiesen.

Unter Berücksichtigung der Stellungnahme der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG leitete die KommAustria mit Schreiben vom 24.10.2006 ein Verfahren zur Feststellung von Verstößen gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes durch die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ein, worin diese noch einmal Gelegenheit zur Stellungnahme binnen einer Woche erhielt.

Mit Schreiben vom 02.11.2006, bei der KommAustria eingelangt am 03.11.2006, nahm die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG erneut Stellung und wiederholte darin im Wesentlichen ihr Vorbringen vom 15.09.2006.

2) Entscheidungsrelevanter Sachverhalt:

Die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ist aufgrund des Bescheides der Regionalradiobehörde vom 02.12.1997, GZ 611.120/18-RRB/97, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms für das Versorgungsgebiet „Kärnten“ für die Dauer von zehn Jahren ab 01.04.1998.

Am 14.08.2006 strahlte die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG im beobachteten Zeitraum von 07:00 bis 09:00 Uhr u.a. folgende Beiträge bzw. Wortfolgen aus:

- a) Um ca. 07:44 Uhr wurde im Anschluss an einen Werbetrenner, der das Ende eines Werbeblocks kennzeichnete, folgende sich aufgrund ihrer akustischen Aufmachung in der Art eines Jingles vom übrigen Programm abhebende Einspielung ausgestrahlt: „Der Antenne Kärnten Live Sommer. Die beste Musik, 100% live. Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at.“ Die Sponsoringansage („Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at“) wurde weder am Beginn noch am Ende eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt. Zusätzlich wurde bereits ab den Worten „Die beste Musik...“ das Musikprogramm fortgesetzt.

- b) Im Anschluss an das Musikprogramm folgte ab ca. 08:42 Uhr unmittelbar und ohne einen akustisch wahrnehmbaren Werbetrenner zur Kennzeichnung des Beginns einer Werbesendung ein Werbeblock (beginnend mit einem Werbespot für „Nationalpark Hohe Tauern Nationalparkzentrum BIOS“ und endend um ca. 08:45 Uhr mit einem Werbespot für „Natursteine Bogensperger“). Das Ende des Werbeblocks wurde durch einen Werbetrenner gekennzeichnet.

3) Beweiswürdigung:

Der festgestellte Sachverhalt ergibt sich aus den von der KommAustria angefertigten Aufzeichnungen der am 14.08.2006 in der Zeit von 07:00 bis 09:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen sowie aus dem zitierten Bescheid der Regionalradiobehörde.

4) Rechtlich folgt daraus:

Zuständigkeit der Behörde

Die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ist aufgrund des Bescheides der Regionalradiobehörde vom 02.12.1997, GZ 611.120/18-RRB/97, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms für das Versorgungsgebiet „Kärnten“ für die Dauer von zehn Jahren ab 01.04.1998.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 lit. b KOG obliegt der KommAustria die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Hörfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die Werbung beinhalten, durchzuführen. Vermutet die KommAustria Verletzungen der Werbebestimmungen, so hat sie die Ergebnisse ihrer Auswertungen dem betroffenen Rundfunkveranstalter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG hat die KommAustria unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme bei begründetem Verdacht einer Verletzung der Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im vorliegenden Fall war die Stellungnahme der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG nicht geeignet, die Bedenken der KommAustria hinsichtlich aller im beobachteten Zeitraum vermuteten Werbeverstöße auszuräumen, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß den §§ 24 und 25 PrR-G iVm § 19 Abs. 3 PrR-G einzuleiten war.

Ad Spruchpunkt 1a)

Die KommAustria geht davon aus, dass durch die Formulierung „Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at“ eine Sponsoringansage ausgestrahlt wurde und der „Antenne Kärnten Live Sommer“ im Sinne des § 19 Abs. 5 PrR-G gesponsert werden sollte. Dies wurde von der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG in ihren Stellungnahmen auch bestätigt.

Gemäß § 19 Abs. 5 lit. b Z 3 PrR-G dürfen Patronanzsendungen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen. Der Bundeskommunikationssenat hat zur gleichlautenden Bestimmung des § 17 Abs. 2 Z 3 ORF-G ausgesprochen, dass aufgrund dieser Bestimmung „zwar nicht von vorneherein jede Form von werblicher Gestaltung eines Sponsoringhinweises ausgeschlossen“ ist, der Tatbestand allerdings nicht erst dann erfüllt

ist, „wenn spezifische verkaufsfördernde Hinweise erfolgen (argumentum ‚insbesondere‘). Auch die bloße Anregung zum Kauf in anderer Weise erfüllt den Tatbestand“ (BKS 22.06.2004, GZ 611.008/0014-BKS/2004).

Die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG brachte in ihren Stellungnahmen vor, dass mit den Worten „Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at“ lediglich ein Zusammenhang mit dem Tätigkeitsbereich des Sponsors hergestellt werden sollte, da der Hörer allein aus dem Namen des Sponsors nicht schließen könne, welche Art von Tickets erworben werden können. Es wäre zB auch denkbar, dass Tickets für Fluglinien vertrieben werden. Weiters wurde angeführt, dass das Adjektiv „beste“ nicht geeignet sei, eine werbliche Botschaft zu vermitteln, da niemand Karten für schlechte Konzerte anbieten würde.

Diese Argumentation konnte die KommAustria nicht überzeugen. Zwar ist es zutreffend, dass etwa Sponsoringansagen mit einem Hinweis auf den Tätigkeitsbereich des Unternehmens vom Bundeskommunikationssenat als zulässig und unterhalb der Schwelle zur kommerziellen Werbung angesehen werden, hingegen werden aber qualitativ-wertende Aussagen oder werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen oder das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes oder besonderer Produkteigenschaften jedenfalls als unzulässig und die Grenze zur Werbung im Sinne des § 13 ORF-G bzw. § 19 PrRG überschreitend qualifiziert (vgl. zB BKS 23.06.2005, GZ 611.009/0010-BKS/2005).

Im hier vorliegenden Fall geht die Gestaltung des Sponsoringhinweises über den bloßen Hinweis auf den Tätigkeitsbereich des Unternehmens hinaus. Die Formulierung „zu den besten Konzerten und Veranstaltungen“ streicht das Leistungsangebot von austriaticket.at heraus und trifft eine qualitativ-wertende Aussage hinsichtlich der angebotenen Dienstleistungen. Durch die zitierte Formulierung wird außerdem suggeriert, dass das Unternehmen austriaticket.at Karten für qualitativ besonders wertvolle Konzerte und Veranstaltungen anbietet und dass die angebotenen Produkte besser als die vergleichbaren Produkte der Konkurrenz sind; dies wird insbesondere durch das Wort „beste“ zum Ausdruck gebracht. Auf diese Weise erfolgt ein Herausstreichen des eigenen Leistungsangebotes im Verhältnis zum Leistungsangebot eines vergleichbaren Unternehmens. Die gewählte Formulierung enthält daher implizit auch einen Leistungsvergleich mit konkurrierenden Anbietern von Konzert- bzw. Veranstaltungskarten.

Die KommAustria kommt daher zum Ergebnis, dass die Kombination der Nennung des Sponsors „austriaticket.at“ mit den Worten „zu den besten Konzerten und Veranstaltungen“ zumindest eine Anregung zum Kauf von Waren (zB Konzertkarten) oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen (zB Konzertbesuch) beinhaltet bzw. geeignet ist, für den durchschnittlichen Hörer eine entsprechende Anregung zu verwirklichen (vgl. BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0002-BKS/2005, zur Prüfung der zulässigen Ausgestaltung eines Sponsoringhinweises). Zudem liegt ein typisches weiteres werbliches Gestaltungselement, nämlich eine sich vom übrigen Programm abhebende akustische Aufmachung der gesamten Einspielung, vor.

Auch vermag die Argumentation der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG, das Adjektiv „beste“ (Konzerte) sei nicht geeignet, eine werbliche Botschaft zu vermitteln, da niemand Karten für schlechte Konzerte anbieten werde, nicht zu überzeugen. Gerade Superlative enthalten implizit eine qualitativ-wertende Aussage und werden typischerweise für eine werbliche Gestaltung zum Herausstreichen des Leistungsangebotes bzw. für einen Leistungsvergleich herangezogen. Zusätzlich wird im vorliegenden Fall unmittelbar vor der Sponsoringansage und mit derselben akustischen Aufmachung die Wortfolge „Die beste Musik, 100% live“ eingespielt. Hierdurch wird eine gedankliche Verbindung zwischen der „besten Musik“, den „besten Konzerten und Veranstaltungen“ und austriaticket.at geschaffen, die geeignet ist, den werblichen Effekt des Sponsoringhinweises noch weiter zu verstärken. Schließ-

lich ist anzuführen, dass offenbar auch die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG selbst im Endeffekt von einer werblich gestalteten Sponsoringansage ausgegangen ist, da sie in ihren Stellungnahmen zudem angeführt hat, dass vor und nach der betreffenden Sponsoringansage ein Werbetrenner eingespielt worden sei.

Die KommAustria geht daher insgesamt davon aus, dass es sich bei der Formulierung „Zu den besten Konzerten und Veranstaltungen mit austriaticket.at“ um eine unzulässige und mit § 19 Abs. 5 lit. b Z 3 PrR-G nicht vereinbare Gestaltung eines Sponsoringhinweises handelt.

Wird durch die Form der Gestaltung eines Sponsoringhinweises die Grenze zur Werbung überschritten, findet § 19 Abs. 3 PrR-G Anwendung, wonach Werbung durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen ist (vgl. zB BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0008-BKS/2005). Die KommAustria geht davon aus, dass im vorliegenden Fall dem durch § 19 Abs. 3 PrR-G determinierten Trennungsgebot nicht Rechnung getragen worden ist, da eine eindeutige akustische Trennung des werblich gestalteten Sponsoringhinweises vom redaktionellen Programm nicht erfolgt ist und zudem das Musikprogramm mit dem Sponsoringhinweis dadurch untrennbar vermischt wurde, dass bereits ab den Worten „Die beste Musik...“ das Musikprogramm fortgesetzt wird.

Dem Vorbringen Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG, dass vor und nach der in Rede stehenden Patronanzansage der übliche Werbetrenner eingespielt worden sei, ist entgegenzuhalten, dass wegen der Überlagerung mit dem Musikprogramm die eingesetzten Trenner für die Behörde erst nach mehrfachem und lautem Abspielen der Aufzeichnung und wohl nur aufgrund des Umstandes, dass infolge der Angaben in der Stellungnahme an den betreffenden Stellen speziell aufmerksam hingehört wurde, ganz schwach wahrnehmbar waren. Ein durchschnittlich aufmerksamer Hörer würde den Werbebling jedoch, falls überhaupt, wohl nur als Teil des eingespielten Musiktitels wahrnehmen.

Damit genügt ein solcher Trenner jedoch nicht den gesetzlichen Anforderungen. Wie der Bundeskommunikationssenat zum im Wesentlichen gleich lautenden § 13 Abs. 3 ORF-G ausgesprochen hat, gebietet diese Gesetzesbestimmung in unmissverständlicher Weise die klare Trennung von Werbung und anderen Sendeinhalten. Der Bundeskommunikationssenat vertritt die Auffassung, dass Schutzzweck dieser Norm auch ist, den Zuhörer durch das akustische Trennzeichen in die Lage zu versetzen, Werbung nicht aufmerksam verfolgen zu müssen, wenn er dies nicht wünscht. Dieser Zweck erfordert sowohl am Beginn eine akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der folgenden Ausstrahlung zu vermeiden, als auch am Ende des Werbeblocks, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird. Bei Fehlen eines Trennzeichens am Ende des Werbeblocks wäre der Hörer gezwungen, zumindest oberflächlich den Werbeblock zu verfolgen, um die Fortsetzung der ihn interessierenden Sendung nicht zu versäumen (vgl. BKS 11.11.2004, GZ 611.009/0009-BKS/2004).

Weiters hat der Bundeskommunikationssenat ausgesprochen, dass dem Grundsatz der eindeutigen Trennung der Werbung vom Programm nur dann entsprochen wird, wenn das zur Trennung verwendete akustische Mittel ausreichend deutlich und dazu geeignet ist, dem Zuhörer den Beginn oder das Ende eines Werbeblocks zu signalisieren, wenn es also deutlich wahrnehmbar ist“ (vgl. BKS 23.05.2005, GZ 611.001/0004-BKS/2005). Ein nicht bzw. kaum hörbares Trennmittel wie im hier vorliegenden Fall erfüllt diese Erfordernisse jedenfalls nicht.

Zur Überlagerung des Sponsoringhinweises mit dem Musikprogramm ist zudem auszuführen, dass gerade Musik bzw. Musikstücke wesentliche Bestandteile von Werbung sind, aber auch essentielle inhaltliche Programmteile eines Hörfunkprogramms darstellen, sodass seitens des Rundfunkveranstalters durch den Werbetrenner für den Hörer eindeutig klargestellt werden muss, ob ein Musikstück als Teil der Werbung verwendet wird oder bereits Teil des

inhaltlichen Programms ist. Im vorliegenden Fall ist für einen durchschnittlich aufmerksamen Hörer eine derartige Zuordnung nicht möglich.

Da ein Verschulden für den Gesetzesverstoß nicht gefordert wird, gehen auch die entschuldigenden Ausführungen der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG hinsichtlich der Überlagerung der Sponsoringansage mit Musik, wonach diese unbeabsichtigt gewesen und aufgrund einer Fehlbedienung zustande gekommen sei, ins Leere (vgl. zB BKS 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004 zur im Wesentlichen gleich lautenden Bestimmung des § 13 Abs. 3 ORF-G).

Es war daher festzustellen, dass mit dem unter Punkt 2a) dargestellten Sachverhalt den Anforderungen an das durch § 19 Abs. 3 PrR-G determinierte Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Programmteilen nicht entsprochen worden ist, da eine werblich gestaltete Sponsoringansage für austriaticket.at ausgestrahlt und diese weder am Beginn noch am Ende eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt worden ist.

Ad Spruchpunkt 1b)

Gemäß § 19 Abs. 3 PrR-G muss Werbung klar als solche erkennbar und durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein.

Die Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG gesteht in ihren Stellungnahmen zu, dass der Werbetrenner zu Beginn der Werbesendung nur schlecht hörbar gewesen sei und verweist diesbezüglich auf ein (mittlerweile gelöstes) technisches Problem. Darüber hinaus wird vorgebracht, dass der Werbetrenner zur angeführten Zeit programmiert und auch gesendet wurde. Zum Nachweis hierfür werden Auszüge des Sendeprotokolls vom 14.08.2006 vorgelegt.

Auch bei lautem (und mehrfachem) Abspielen der Aufzeichnung ist ein Werbetrenner für die Behörde im vorliegenden Fall nicht wahrnehmbar. Es wird daher wie schon oben auf die Rechtsprechung des Bundeskommunikationssenates im Zusammenhang mit den Anforderungen an die Eindeutigkeit des Trennmittels verwiesen: „Der Bundeskommunikationssenat teilt die Auslegung der erstinstanzlichen Behörde, dass dem Grundsatz der eindeutigen Trennung der Werbung vom Programm nur dann entsprochen wird, wenn das zur Trennung verwendetete akustische Mittel ausreichend deutlich und dazu geeignet ist, dem Zuhörer den Beginn oder das Ende eines Werbeblocks zu signalisieren, wenn es also deutlich wahrnehmbar ist“ (vgl. BKS 23.05.2005, GZ 611.001/0004-BKS/2005).

An das Erfordernis der Eindeutigkeit des Trennmittels sind demnach strenge Maßstäbe anzulegen. Ein nicht bzw. kaum hörbares Trennmittel erfüllt diese Erfordernisse jedenfalls nicht. Auch vermag der Verweis der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG auf technische Probleme im Zusammenhang mit der schlechten Hörbarkeit des (tatsächlich gesendeten) Werbetrenners nicht zu überzeugen. Da ein Verschulden für den Gesetzesverstoß nicht gefordert wird, gehen – wie auch schon zu Spruchpunkt 1a) angeführt – die entschuldigenden Ausführungen der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ins Leere (vgl. wiederum zB BKS 11.11.2004, 611.009/0009-BKS/2004).

Mangels eindeutiger akustischer Trennung der Werbung von anderen Programmteilen geht die KommAustria daher davon aus, dass mit dem unter Punkt 2b) dargestellten Sachverhalt gegen den in § 19 Abs. 3 PrR-G normierten Trennungsgrundsatz verstoßen wurde.

Ad Spruchpunkt 2)

Aus der Bestimmung des § 26 Abs. 2 PrR-G ergibt sich, dass die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen kann und dem Hörfunkveranstalter auftragen kann, wann und in welcher Form diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Der Bundeskommunikationssenat hat in seiner Entscheidung vom 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, zum diesbezüglich im Wesentlichen gleichlautenden Privatfernsehgesetz (PrTV-G) folgendes ausgeführt: „Hinsichtlich der Begründung für den Auftrag zur Veröffentlichung kann auf das Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofes VfSlg 12.497/1991 zu § 29 Abs. 4 des Rundfunkgesetzes (§ 62 Abs. 3 PrTV-G ist dieser Bestimmung nachgebildet), wonach ‚für Rechtsverletzungen, die dem Rundfunk als Medium unterlaufen sind, die angemessene Unterrichtung der Öffentlichkeit über eine verurteilende Entscheidung (...) stets erforderlich sein [wird]“ (so jüngst zum ORF-G ausdrücklich: VwGH, 15.09.2004, ZI. 2003/04/0045,0060) verwiesen werden. Hinsichtlich des Zeitpunktes der Veröffentlichung ist der Bundeskommunikationssenat im Lichte des zitierten Erkenntnisses davon ausgegangen, dass die Veröffentlichung als ‚öffentlicher ‚contrarius actus‘ zu einem vergleichbaren Zeitpunkt [...] aufzutragen ist, um ‚tunlichst den gleichen Veröffentlichungswert‘ zu erzielen. Die Vorlage der Aufzeichnung dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung.“

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG auf, den Spruchpunkt 1) in der unter Spruchpunkt 2) angeführten Form binnen vier Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH & Co KG ausgestrahlten Programms an einem Werktag zwischen 07:00 und 09:00 Uhr durch einen Programmansager verlesen zu lassen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte, sodass es schon aus diesem Grunde geboten erscheint, die Entscheidung der KommAustria zu eben dieser Zeit zu veröffentlichen. Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der Partei dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Berufung offen. Die Berufung ist binnen zwei Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Behörde, die diesen Bescheid erlassen hat, einzubringen. Die Berufung hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, zu bezeichnen und einen begründeten Berufungsantrag zu enthalten.

Wien, am 21. November 2006
Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mag. Michael Ogris
Behördenleiter