



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 21/2026, iVm mit §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 20/2026, fest, dass der ORF am 29.07.2025 im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ durch die Ausstrahlung der Produktplatzierung in Form einer Logowand enthaltenden Sendung „Sport aktuell“ ohne diese an ihrem Beginn um ca. 19:56:27 Uhr und an ihrem Ende um ca. 20:00:08 Uhr als Produktplatzierung enthaltend zu kennzeichnen die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G, idF BGBl. I Nr. 50/2025, verletzt hat.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ an einem Wochentag (Montag bis Freitag) zwischen 19:00 und 21:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Textes zu veröffentlichen:

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

Der ORF hat am 29.07.2025 die Produktplatzierung in Form einer Logowand enthaltende Sendung ‚Sport aktuell‘ ausgestrahlt, ohne diese an ihrem Beginn und an ihrem Ende entsprechend zu kennzeichnen. Dadurch hat er die Bestimmung des ORF-Gesetzes, wonach Produktplatzierung enthaltende Sendungen eindeutig zu kennzeichnen sind, verletzt.“

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

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des ORF-G zur kommerziellen Kommunikation wurden unter anderem

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mariahilfer Straße 77–79
1060 Wien, Österreich
www.rtr.at

E: rtr@rtr.at
T: +43 1 58058 - 0

Auswertungen der im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ am 29.07.2025 von 19:00 bis 21:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen vorgenommen.

Aufgrund des begründeten Verdachts der Verletzung der Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G leitete die KommAustria mit Schreiben vom 26.08.2025 ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen ein und forderte den ORF zur Stellungnahme auf.

Mit Schreiben vom 09.09.2025 nahm der ORF Stellung und führte im Wesentlichen aus, dass es sich bei der gegenständlichen Sendung „Sport aktuell“ um eine Sport-Nachrichtensendung handle, die daher nicht als Sportsendung vermarktet werde und in die Sonderwerbeformen wie Produktplatzierungen nicht integriert werden. Es werde nachrichtenmäßig berichtet, die Kameraposition bzw. Interviewzone vor einer Logowand sei dem ORF vorgegeben und daher produktionsbedingt unvermeidlich gewesen. Die Inszenierung sei vom ORF keineswegs beeinflussbar gewesen.

Die Voraussetzungen der bisherigen Rechtsprechung zum Vorliegen von Produktplatzierung, insbesondere des Erkenntnisses des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH) vom 28.02.2014, 2012/03/0019, seien gegenständlich nicht verwirklicht. Vorauszuschicken sei dabei, dass es in den bisherigen Fällen nicht um Sportnachrichtensendungen, sondern um Sportsendungen im eigentlichen Sinn gegangen sei, die aufgrund der spezifischen Rolle des ORF bei der Herstellung des audiovisuellen Materials tatsächlich Logos im Sinne einer Produktplatzierung in die Sendung integriert hätten. Die bisher als Produktplatzierung judizierten Sachverhalte seien daher nur auf den ersten Blick mit dem vorliegenden Sachverhalt identisch, bei näherer Betrachtung zeigten sich aber wesentliche Unterschiede.

Die Fälle in der Judikatur (Logowand bei der Übertragung eines Spieles der UEFA Europe League Qualifikation und Logos auf Bekleidung und Ausrüstungsgegenständen von Sportlern) seien jeweils solche gewesen, bei denen der ORF Gestalter oder zumindest Mitgestalter der Rahmenbedingungen der in den Sendungen gezeigten Interviews gewesen sei. Es seien allesamt Situationen gewesen, in denen zwischen dem ORF und den anderen Beteiligten (Verein bzw. Vermarkter, Co-Moderator, Interviewpartner, etc.) vertragliche Beziehungen bestanden, die Leistung und Gegenleistung regelten. Auf das Vorliegen einer solchen Vereinbarung habe auch der VwGH explizit abgestellt.

Im gegenständlichen Fall gebe es allerdings keine derartige Vereinbarung, in deren Rahmen Leistung und Gegenleistung von den Vertragsparteien gleichermaßen gestaltet worden seien. Im Unterschied zu einer vertraglichen Beziehung, in deren Rahmen Leistungen und Gegenleistungen wechselseitig ausverhandelt und definiert werden, treffe bei solchen Interviewsituationen ein „Anbieter“ auf mehrere „Nachfrager“. Ein individuelles Ausverhandeln von konkreten Rahmenbedingungen erfolge hier nicht, (Mit)Gestaltungsmöglichkeit gebe es hier keine. Folglich könne – anders als in den von der Judikatur entschiedenen Fällen – das „Akzeptieren“ von Bedingungen, die man vorfinde, in einer solchen unabänderbaren Situation auch nicht auf eine Gegenleistung „angerechnet“ werden oder sich in einer solchen widerspiegeln, weil es eine Gegenleistung gar nicht gebe. Das „Akzeptieren“ eines Sponsorenlogos könne in diesen Fällen keine Auswirkung auf z.B. das für die Übertragungsrechte zu zahlende Lizenzentgelt, das an den Co-Moderator zu zahlende Honorar oder die an den Interviewgast zu zahlende Aufwandsentschädigung haben und könne die vom ORF zu erbringende Gegenleistung daher auch nicht beeinflussen.

Ähnliche Inhalte kämen in Beiträgen oder als Live-Übertragungen auch in Nachrichtensendungen wie „Zeit im Bild“ oder „Bundesland heute“ zum Einsatz. Es stelle sich daher die Frage, ob die von der KommAustria vorläufig in ihrem Einleitungsschreiben vom 26.08.2025 geäußerte Rechtsansicht bedeute, dass Bilder von (nationalen und internationalen) Sportereignissen in der Berichterstattung des ORF nicht verwendet werden dürften. Dies würde einen unzulässigen Eingriff in die Meinungsäußerungsfreiheit des ORF darstellen und würde – bei gleicher Rechtslage – gleichermaßen auch andere TV-Rundfunkveranstalter betreffen. Art. 10 EMRK garantiere das Recht, Informationen zu empfangen und weiterzugeben. Sportveranstaltungen (wie im gegenständlichen Fall Schwimm-Weltmeisterschaften mit österreichischer Beteiligung) seien gesellschaftlich relevante Ereignisse von öffentlichem Interesse und die Berichterstattung darüber müsse jedenfalls zulässig sein. Es sei daher schon bei der Auslegung der Voraussetzungen für das Vorliegen von Produktplatzierung das Umfeld der Sendung zu berücksichtigen. Dies folge aus der Prüfung des Tatbestandselements der „Entgeltlichkeit“.

Der VwGH habe sich bereits wiederholt mit dieser Tatbestandsvoraussetzung auseinandergesetzt. Dabei sei kein grundsätzlicher Unterschied zwischen Sponsoring und Produktplatzierung gemacht worden. Im Gegenteil sei der Bereich des Sponsorings für die Fortentwicklung der Rechtsprechung sogar richtungsweisend gewesen. Am Beginn der Rechtsprechung habe dabei gestanden, dass Sponsoring nicht nur durch Geld, sondern auch durch andere Formen eines Finanzierungsbeitrags erfolgen könne. Zur Entgeltlichkeit des Sponsorings habe der VwGH sodann die Auffassung vertreten, dass ein objektiver Maßstab anzulegen sei, also entscheidend sei, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handle, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolge. Schließlich habe der VwGH in jüngerer Zeit konkretisierend zur Frage ausgesprochen, was als „Beitrag zur Finanzierung“ einer Nachrichtensendung oder Sendung zur politischen Information anzusehen sei, da es in der Vergangenheit in der Rechtsprechung und Vollziehung unterschiedliche Meinungen gegeben habe. Es sei strittig gewesen, inwieweit es für die Anwendung des Verbots (in jedem Fall) ausreichend sei, dass ein Entgelt nach der Verkehrsauffassung gebühre, oder in bestimmten Fällen notwendig sei, dass ein Entgelt tatsächlich geleistet worden sei.

Wie bereits zu Beginn erwähnt, handle es sich im vorliegenden Fall (zwar nicht um eine allgemeine, so doch) um eine Sportnachrichtensendung. Würde die Rechtsansicht der Behörde auch für Nachrichtensendungen gelten, würde dies im Endeffekt ein vollständiges und unterschiedsloses Verbot des Zeigens von Logos bedeuten. Ein solches Verbot, das gleichlautend für alle Rundfunkveranstalter gelten würde, würde die Informationsfreiheit jedoch unverhältnismäßig beeinträchtigen. Diese Ansicht würde sich auch insofern zur rezenten Rechtsprechung des VwGH in Widerspruch setzen, als dieser einem rein hypothetischen Beitrag eine Absage erteilt habe. Dass also irgendwer, irgendwem, irgendetwas bezahlt habe, reiche für das Vorliegen von Entgeltlichkeit bei der Produktplatzierung nicht aus (zumal das Vorkommen von Logos in der Wirklichkeit immer auf [irgendeinen] Geldfluss zurückgeführt werden könne).

Da in die gegenständliche Sendung demnach keine Produktplatzierung integriert worden sei, sei eine Kennzeichnung derselben nicht erforderlich gewesen.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Am 29.07.2025 wird im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ ab ca. 19:56:27 Uhr die Sendung „Sport aktuell“ ausgestrahlt. Diese beginnt mit einem Intro, bei dem im Durchlauf von rechts nach links Bilder von verschiedenen Sportarten, darunter Handball und Eishockey, zu sehen sind. Das Intro endet mit der Einblendung des Sendungstitels „Sport aktuell“ (siehe Abbildungen 1 und 2).

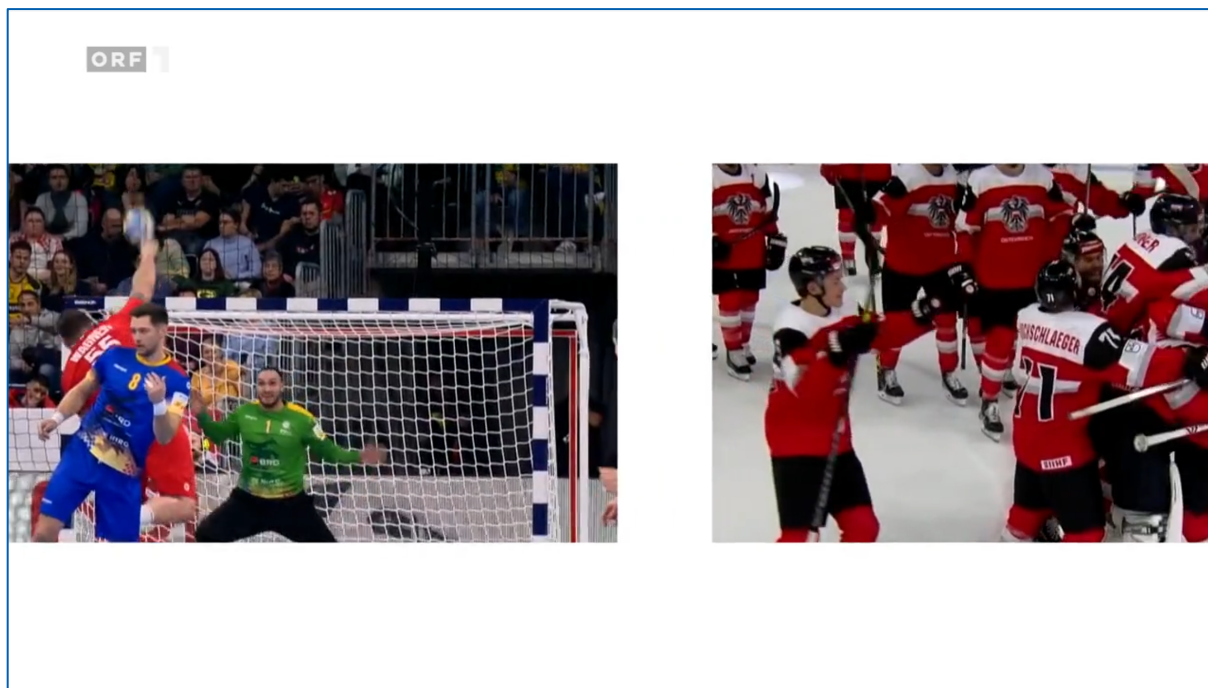


Abbildung 1: Intro der Sendung „Sport aktuell“ am 29.07.2025



Abbildung 2: Sendungstitel am Ende des Intros um ca. 19:56:34 Uhr

Die Sendung „Sport aktuell“ beinhaltet mehrere Beiträge, die tagesaktuelle Ereignisse im Bereich des Sports zum Gegenstand haben.

Als erster Beitrag folgt ein Bericht über den Final-Einzug des österreichischen Schwimmers Luka Mladenovic bei der Langbahn-Weltmeisterschaft über 50 Meter Brust (siehe Abbildung 3). Dabei wird unter anderem ausgeführt, dass es sich hierbei um die erste Weltmeisterschaftsteilnahme dieses Sportlers handle und er sich in einem Swim-Off fürs Finale qualifizieren musste.



Abbildung 3: Anmoderation Beitrag Langbahn-Weltmeisterschaft

Dabei wird von ca. 19:57:19 bis ca. 19:59:31 Uhr ein Interview mit vor einer Logowand ausgestrahlt. Auf dieser Wand sind unter anderem die Logos von „Sony“ und „Yakult“ zu erkennen. Bei diesem Interview ist kein Mikrofon mit ORF-Logo zu sehen; stattdessen ist offensichtlich auf dem Band von Mladenovics Ausweis ein Mikrofon angebracht (siehe Abbildung 4).



Abbildung 4: Schwimmer Luka Mladenovic beim Interview vor einer Logowand

Abschließend wird im Beitrag über den Auftritt eines weiteren österreichischen Schwimmers, Martin Espenberg, berichtet. Es folgt ein Hinweis auf die Übertragung des Finales mit Mladenovic im Fernsehprogramm „Sport+“ (siehe Abbildung 5).



Abbildung 5: Hinweis auf Live-Übertragung der Schwimm-WM im Fernsehprogramm „Sport+“

Es folgt ein Beitrag über den österreichischen Footballspieler Bernhard Raimann. Im Zuge der Berichterstattung über dessen Vertragsverlängerung bei den „Indianapolis Colts“ wird ein kurzes Interview mit Reimann, der in ein ORF-Mikrofon spricht, aus dem Jahr 2023 ausgestrahlt (siehe Abbildung 6).



Abbildung 6: American-Football-Spieler Bernhard Raimann beim Interview mit dem ORF

Auf diesen Beitrag folgt ein Bericht über das Ende des laufenden Vertrages von Eishockey-Spieler Dominique Heinrich bei den „Vienna Capitals“ bzw. als Nationalteamspieler und den Beginn von dessen Tätigkeit als ORF-Kommentator. Dieser Beitrag enthält ebenfalls ein Interview, bei dem Heinrich zu sehen ist, der in ein ORF-Sport-Mikrofon spricht (siehe Abbildung 7).



Abbildung 7: Eishockey-Spieler Dominique Heinrich beim Interview mit dem ORF

Nach diesem Beitrag folgt die Meldung, dass die ehemalige Biathletin Laura Dahlmayr im Hochgebirge in Pakistan abgestürzt ist.

Die Sendung endet um ca. 20:00:08 Uhr.

Weder am Beginn noch am Ende der Sendung wird ein Hinweis auf Produktplatzierungen ausgestrahlt.

Die Sendung wird vom ORF als „Die tägliche Sportinformation im ORF“ beschrieben.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den am 29.07.2025 im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ des ORF ausgestrahlten Inhalten ergeben sich aus der Einsichtnahme in die amtswegig erstellten Aufzeichnungen der ausgestrahlten Sendungen.

Die Feststellung zur Sendungsbeschreibung ergibt sich aus der amtswegigen Einsichtnahme in diese Beschreibung unter der URL <https://on.orf.at/sendereihe/889789>.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen und binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung, jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund des begründeten Verdachts der Verletzung der Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G in den am 29.07.2025 von 19:00 bis 21:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen wurde von der KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und der ORF zur Stellungnahme aufgefordert.

Die Entscheidung der KommAustria besteht gemäß § 37 Abs. 1 ORF-G in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Vor diesem Hintergrund wird der Beurteilung daher jene Fassung des ORF-G zugrunde gelegt, die zum Zeitpunkt des die Rechtsverletzung begründenden Sachverhaltes in Geltung stand, demnach die Fassung BGBl. I Nr. 50/2025.

4.2. Anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

[...]

5. „Sendung“

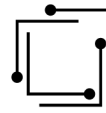
a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, unabhängig von ihrer Länge in sich geschlossene Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall eines Fernsehprogramms Bestandteil eines Sendeplans oder im Fall eines Abrufdienstes Bestandteil eines Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

[...]

6. „Kommerzielle Kommunikation“ jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee



dient und einer Sendung oder einem Angebot gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 8;

[...]

10. „Produktplatzierung“ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (§ 2 Z 26b AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind;

[...].“

§ 16 ORF-G lautet auszugsweise:

„Produktplatzierung

§ 16. (1) Produktplatzierung (§ 1a Abs. 1 Z 10) ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.

[...]

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen Verbrauchersendungen. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten.

[...]

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

[...]

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

[...].“

4.3. Verletzung des Kennzeichnungsgebots bei Produktplatzierungen (§ 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G)

1. Bei der Sendung „Sport aktuell“ handelt es sich um eine Sendung, die Produktplatzierung in Form von Logos enthält. Nach § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G sind Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, unter anderem zu Beginn und am Ende entsprechend zu kennzeichnen. Da gegenständlich eine solche Kennzeichnung nicht erfolgt ist, wurde gegen diese Bestimmung verstoßen.

2. Bei der Produktplatzierung wird der Name, die Marke, die Leistung, die Ware usw. eines Unternehmens gefördert, indem dieser bzw. diese werbewirksam in einer Sendung platziert wird. Dies ist dann der Fall, wenn dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines Fernsehprogramms das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist. Anders als die Werbung (arg: *„Äußerung ... mit dem Ziel, den Absatz ... zu fördern“*) beschränkt sich die Produktplatzierung darauf, dass ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einbezogen und darauf Bezug genommen wird, sodass diese – wie das § 1a Z 10 ORF-G in Übereinstimmung mit Art. 1 Abs. 1 lit. m der Richtlinie 2010/13/EU formuliert – *„innerhalb einer Sendung erscheinen“* (vgl. VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019, mwN).

3. Gegenständlich sind während des Interviews mit Luka Mladenovic im Hintergrund auf einer Logowand verschiedene Logos, darunter unter anderem die allgemein bekannten Marken „Sony“ und „Yakult“, zu erkennen (siehe Abbildung 4). Diese sind damit durch die Interviewsituation in die Handlung des gegenständlichen Beitrags und damit der gegenständlichen Sendung einbezogen. Damit ist das Tatbestandsmerkmal der werbewirksamen Einbeziehung der Logos auf der Logowand in die Handlung der Sendung erfüllt.

4. Weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist, dass diese *„gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung“* (§ 1a Z 10 Satz 1 ORF-G) erfolgt.

Diese ist nach der Rechtsprechung anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Maßgebend ist dabei nicht, ob die Beteiligten für das Erscheinen eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke (vgl. dazu VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) innerhalb einer Sendung im Sinne des § 1a Z 10 ORF-G 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. Andersfalls stünde es im Belieben der Beteiligten, über die Zulässigkeit eines derartigen In-Erscheinung-Tretens nach Gutdünken zu disponieren; ein solcher Standpunkt liegt dem Gesetz aber nicht zugrunde. Für die Beurteilung des Merkmales der Entgeltlichkeit bei einer Produktplatzierung nach § 1a Z 10 ORF-G ist damit grundsätzlich von einem üblichen Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen. Damit ist es für die Beurteilung, ob eine Produktplatzierung vorliegt, nicht maßgeblich, ob der Fernsehveranstalter überhaupt ein Entgelt erhält oder ob ein Entgelt gegebenenfalls lediglich einem Dritten zukommt (vgl. VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019 mwN; 06.03.2019, Ra 2018/03/0138 mwN; siehe auch Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze [2018]⁴, 19).

4.1. Gegenständlich ist davon auszugehen, dass die Unternehmen, deren Logos auf der Logowand abgebildet sind, an den Veranstalter der Schwimm-Weltmeisterschaft bzw. an dessen Vermarkter

für die Platzierung der Logos ein Entgelt geleistet haben. Damit ist im Sinne der dargestellten Rechtsprechung jedenfalls einem Dritten ein Entgelt zugekommen.

Dem ist der ORF im Übrigen auch nicht entgegen getreten; vielmehr hat er vorgebracht, dass das Vorkommen von Logos in Wirklichkeit immer auf irgendeinen Geldfluss zurückgeführt werden könne.

Daraus ergibt sich aber nicht zwangsläufig, dass jede Darstellung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung üblicherweise gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgt. Maßgeblich ist nach Ansicht der KommAustria vielmehr, ob die Darstellung in ihrer konkreten Ausgestaltung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019; siehe auch VwGH 21.06.2021, Ra 2020/03/0109 [im Zusammenhang mit Sponsoring in Nachrichtensendungen]). Gerade bei der Einbeziehung von Logos in eine der Information über gesellschaftlich relevante Ereignisse von öffentlichem Interesse dienende Nachrichtensendung oder Sendung zur politischen Information im Sinne von § 16 Abs. 2 Satz 2 ORF-G – insbesondere, wenn diese üblicherweise keine Berichte über sportliche Ereignisse beinhalten – mag daher zu fragen sein, ob sich das üblicherweise für die Platzierung von Logos im Rahmen von Interviewzonen bei Sportveranstaltungen geleistete Entgelt auch auf die Einbeziehung in derartige Sendungen bezieht. Insoweit mögen demnach bei der Entgeltlichkeit auch die Art der Sendung und deren übliche Inhalte zu berücksichtigen sein.

Bei der gegenständlichen Sendung „Sport aktuell“ handelt es sich allerdings eindeutig um eine Sportsendung im Sinne von § 16 Abs. 3 ORF-G: In der konkreten Ausgabe dieser Sendung beschäftigen sich zwei von vier Beiträgen mit den Erfolgen von österreichischen Sportlern. Der dritte Beitrag dreht sich um den weiteren beruflichen Werdegang eines österreichischen Sportlers und der vierte Beitrag behandelt einen Bergunfall einer ehemaligen deutschen Sportlerin. Beiträge zu Themen außerhalb des Sports – insbesondere zu politischen Themen – fehlen. Damit handelt es sich trotz der Aktualität und der Kürze der Berichterstattung bei der gegenständlichen Sendung weder um eine Nachrichtensendung noch um eine Sendung zur politischen Information. Alleine die Form der Berichterstattung über tatsächlich Geschehenes reicht dafür nämlich nicht aus; vielmehr muss sich diese auf sensible Felder – wie eben Politik – beziehen (vgl. Bundeskommunikationssenat [BKS] 23.06.2005, 611.001/0005-BKS/2005 [zu § 19 Abs. 5 lit. e PrR-G]).

Sportsendungen wie die gegenständliche beinhalten – ebenso wie Live-Übertragungen von Sportveranstaltungen (vgl. VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089) oder wöchentliche Magazinsendungen (vgl. VwGH 03.06.2019, Ra 2018/03/0138) – typischerweise Interviews mit Sportlerinnen und Sportlern. In der gegenständlichen Ausgabe sind es beispielsweise, wie den Feststellungen zu entnehmen ist, drei Interviews. Es ist daher davon auszugehen, dass das Entgelt oder die sonstige Gegenleistung für die Platzierung der Logos in einer Interviewzone gerade in Hinblick auf die Einbeziehung in die Handlung von Sendungen wie der gegenständlichen geleistet wird.

4.2. Der ORF beruft sich in diesem Zusammenhang im Wesentlichen darauf, dass die dargestellte Rechtsprechung des VwGH zur Entgeltlichkeit von Produktplatzierungen gegenständlich nicht anwendbar sei, da dort erstens der ORF Gestalter oder zumindest Mitgestalter der Rahmenbedingungen der in den Sendungen gezeigten Interviews gewesen wäre und zweitens zwischen dem ORF und den anderen Beteiligten vertragliche Beziehungen bestanden hätten, die Leistung und Gegenleistung geregelt hätten. Da es gegenständlich keine Mitgestaltungsmöglichkeit gegeben habe und daher kein individuelles Ausverhandeln von konkreten Rahmenbedingungen erfolgt sei,

könne das Akzeptieren von Bedingungen, die man vorfinde, in einer solchen unabänderbaren Situation nicht als Gegenleistung angesehen werden. Dieses Akzeptieren könne gegenständlich demnach auch keine Auswirkungen auf das für die Übertragungsrechte zu zahlende Lizenzentgelt haben.

Mit diesem Vorbringen entfernt sich der ORF allerdings von den Grundlagen der Rechtsprechung:

In dem Erkenntnis des VwGH vom 28.02.2014, 2012/03/0019, hat sich der Gerichtshof weder maßgebend auf das Vorliegen von vertraglichen Beziehungen zwischen dem ORF und anderen Beteiligten noch auf die Mitgestaltungsmöglichkeit des ORF in Hinblick auf die Rahmenbedingungen des Interviews vor der Logowand gestützt. Vielmehr hat der VwGH ausdrücklich festgehalten, dass es nach dem objektiven Maßstab für die Beurteilung, ob eine Produktplatzierung vorliegt weder maßgeblich ist, ob der ORF überhaupt ein Entgelt erhält oder ob ein Entgelt lediglich einem Dritten zukommt. Damit kommt der VwGH zum Schluss, dass der ORF mit dem Vorbringen, kein Entgelt bzw. keine ähnliche Gegenleistung erhalten zu haben, keine Rechtswidrigkeit aufzuzeigen vermag.

Dementsprechend geht gegenständlich auch das Vorbringen des ORF, bei der Sendung „Sport aktuell“ handle es sich um eine Sportnachrichtensendung, die nicht als Sportsendung vermarktet werde und in die Sonderwerbeformen wie Produktplatzierung nicht integriert werden, in die Leere.

4.3. Ungeachtet dieses Ergebnisses kam der VwGH im angeführten Erkenntnis vom 28.02.2014, 2012/03/0019, in weiterer Folge zu dem Ergebnis, dass mit der Zurverfügungstellung der Interviewzone durch den Verein ohnehin eine verkehrswidrliche Gegenleistung im Sinne des § 1a Z 10 Satz 1 ORF-G gegeben sei. Dabei handelt es sich allerdings nach dem Verständnis der KommAustria (arg: „*Ungeachtet dessen ...*“) bloß um eine Zusatzbegründung, da sich das Vorliegen der Entgeltlichkeit der Produktplatzierung bereits aus der zuvor dargestellten Hauptbegründung ergibt. Damit geht das Vorbringen des ORF, der gegenständliche Fall unterscheide sich maßgeblich von den bisher in der Rechtsprechung behandelten, bereits aus diesem Grund in die Leere.

4.4. Doch selbst wenn man das Vorliegen einer Gegenleistung durch die Zurverfügungstellung einer Interviewzone für erforderlich halten sollte, wäre dieses Erfordernis gegenständlich erfüllt.

Dabei ist zunächst festzuhalten, dass entgegen dem Vorbringen des ORF dieser nach den Ausführungen des VwGH in seinem Erkenntnis vom 28.02.2014, 2012/03/0019, auf die Gestaltung der Interviewzone keinen Einfluss gehabt hat und es bestand auch keine entgeltliche Vereinbarung über die Nutzung dieser Zone zwischen dem ORF und dem Verein, die Leistung und Gegenleistung regelte. Damit geht auch das Vorbringen des ORF, der gegenständliche Fall unterscheide sich in diesen beiden Punkten – fehlende Gestaltungsmöglichkeit und fehlende entgeltliche Vertragsbeziehung mit dem ORF – von den in der Rechtsprechung entschiedenen, in die Leere. Der einzige Unterschied liegt nach dem Verständnis der KommAustria darin, dass der ORF gegenständlich nicht selbst das audiovisuelle Material des Interviews hergestellt hat, sondern dieses von einem Dritten übernommen hat.

Der tragende Gesichtspunkt der (Zusatz-)Begründung in dem Erkenntnis des VwGH vom 28.02.2014, 2012/03/0019, liegt nach dem Verständnis der KommAustria darin, dass vom veranstaltenden Verein für den ORF faktisch eine Interviewsituation geschaffen wurde, die dieser durch die Durchführung und Ausstrahlung des Interviews faktisch annahm. Der beschriebene

Mechanismus „Angebot einer Interviewzone“ und „Annahme durch Durchführung und Ausstrahlung eines Interviews“ besteht aber auch gegenständlich.

Dass alleine die Durchführung des Interviews ohne Ausstrahlung als Akzeptieren nicht ausreicht, ergibt sich dabei daraus, dass § 1a Z 10 Abs. 1 ORF-G für das Vorliegen einer Produktplatzierung erfordert, dass diese innerhalb einer Sendung zu erkennen ist (arg: *„innerhalb einer Sendung [...] erscheinen“*). Damit aber hat der ORF durch die Ausstrahlung eines in einer vorgegebenen Interviewsituation durchgeführten Interviews die Verwendung dieser Zone – und damit die Gegenleistung des Veranstalters – akzeptiert und sich derart diese Gegenleistung zugeführt. Dementsprechend führt auch der VwGH zu diesem Punkt abschließend aus (Unterstreichung hinzugefügt): *„Abgesehen davon liegt § 16 ORF-G, der ‚Produktplatzierung‘ nur ausnahmsweise zulässt, und den somit in dieser Bestimmung offensichtlich vorrangig zum Schutz der Rundfunkkonsumenten getroffenen Regelungen nicht zu Grunde, dass eine Produktplatzierung nur dann gegeben ist, wenn ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung direkt an den Veranstalter der Sendung fließt.“*

Im Übrigen würde, sollte der ORF das audiovisuelle Material gegenständlich von einem Dritten gegen Entgelt erhalten haben, eine vertragliche Beziehung zwischen dem ORF und dem Anbieter dieses Materials bestehen, innerhalb derer sich das Akzeptieren der Logos und die Leistung des ORF im Sinne der dargestellten Rechtsprechung beeinflussen können. Eine Feststellung dazu, ob eine derartige entgeltliche Vereinbarung vorliegt, konnte allerdings aufgrund der vorherstehenden Ausführungen unterbleiben.

4.5. Ein anderes Ergebnis in Hinblick auf das Tatbestandsmerkmal der Entgeltlichkeit nach § 1a Z 10 Satz 1 ORF-G ergibt sich schließlich auch nicht aus der vom ORF angeführten Entscheidung des VwGH vom 26.02.2015, Ra 2015/03/0087, zu § 17 Abs. 3 ORF-G: Der VwGH hat zwischenzeitig klargestellt, dass es sich dabei um eine Fortführung des, und keine Abweichung vom, objektiven Maßstab handelt (vgl. VwGH 06.09.2023, Ra 2022/03/0175 mwN).

5. Bei der gegenständlichen Sendung „Sport aktuell“ handelt es sich um eine Sportsendung im Sinne des § 16 Abs. 3 ORF-G. Dies ergibt sich aus deren inhaltlicher Gestaltung: Sie umfasst mehrere, durch eine Moderation verbundene, kurze Beiträge, über tagesaktuelle Ereignisse in verschiedenen Sportarten. Dementsprechend beinhaltet die Sendungssignation neben einem Hinweis auf die Aktualität der Sendung („Sport aktuell“) auch Bilder von verschiedenen Sportarten (siehe Abbildung 1) und beschreibt der ORF diese Sendereihe selbst, wie festgestellt, als *„Die tägliche Sportinformation im ORF“*. Beiträge zu Themen außerhalb des Sports – insbesondere zu politischen Themen – fehlen.

Produktplatzierung ist in Sportsendungen grundsätzlich zulässig (vgl. § 16 Abs. 3 ORF-G).

Für Sendungen, in denen Produktplatzierungen zulässig und auch erfolgt sind, normiert § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G, dass diese unter anderem sowohl am Beginn als auch am Ende eindeutig zu kennzeichnen sind. Eine derartige Kennzeichnung ist gegenständlich weder am Beginn noch am Ende erfolgt. Damit wird an diesen beiden Stellen gegen diese Bestimmung verstoßen.

6. Soweit der ORF – wie im Übrigen bereits im Verfahren zu VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019 – vorbringt, die diesem Ergebnis zugrunde liegende Rechtsansicht der KommAustria bedeute ein vollständiges und unterschiedsloses Verbot des Zeigens von Logos und beeinträchtige daher die

Informationsfreiheit unverhältnismäßig, ist festzuhalten, dass Gegenstand dieses Verfahrens gerade nicht das Verbot von Produktplatzierungen in Nachrichtensendungen ist, sondern die Verpflichtung zur Kennzeichnung von Produktplatzierung enthaltenden Sportsendungen. Damit gehen die diesbezüglichen Ausführungen des ORF bereits aus diesem Grund in die Leere.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen oben in Punkt 4.1. sowie auf die Möglichkeiten nach § 1a Z 5 ORF-G verwiesen.

7. Durch die unterbliebene Kennzeichnung der gegenständlichen Ausgabe der Sendung „Sport aktuell“ an ihrem Beginn und Ende als Produktplatzierungen enthaltend wird daher die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 4 ORF-G verletzt (Spruchpunkt 1).

4.4. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkte 2. und 3.)

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung stützt sich auf § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990; VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Nach dem zitierten Erkenntnis des VfGH ist die Veröffentlichung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird.

Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung zur vergleichbaren Sendezeit 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 festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte.

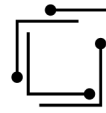
Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt dem ORF auf, diese binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung gemäß Spruchpunkt 2. im bundesweiten Fernsehprogramm „ORF 1“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 19:00 und 21:00 Uhr zu veröffentlichen (Spruchpunkt 2.).

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

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 50,- an das Finanzamt Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ 2025-0.606.040-3-A“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 29.07.2026

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz
(Mitglied)