



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Anbieter audiovisueller Mediendienste 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 Gerald Hofer als Anbieter des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „Gery-Kocht -das Beste ganz einfach“ § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G dadurch verletzt hat, dass er die am 20.02.2020 zum Abruf bereitgestellten und Produktplatzierung enthaltenden Sendungen
  - a. „Samir kocht Putengeschnetztes“  
(<https://www.youtube.com/watch?v=pEcFEMo8FH4>) und
  - b. „Toast Hawaii aus dem Multidampfgarer“  
([https://www.youtube.com/watch?v=FIIIK\\_8sqTQ](https://www.youtube.com/watch?v=FIIIK_8sqTQ))

nicht an ihrem Anfang und an ihrem Ende als Produktplatzierungen enthaltend gekennzeichnet hat.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem Anbieter des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „Gery-Kocht -das Beste ganz einfach“ wird aufgetragen, nachfolgenden Text binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides in einem mindestens 20 Sekunden lang dauernden Vorspann zur aktuellsten Sendung seines Abrufdienstes in folgender Weise für die Dauer von 72 Stunden einzublenden:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten Folgendes festgestellt: Die Sendungen „Samir kocht Putengeschnetztes“ (<https://www.youtube.com/watch?v=pEcFEMo8FH4>) und „Toast Hawaii aus dem Multidampfgarer“ ([https://www.youtube.com/watch?v=FIIIK\\_8sqTQ](https://www.youtube.com/watch?v=FIIIK_8sqTQ)) enthielten Produktplatzierungen, ohne dass diese an ihrem Anfang und Ende als Produktplatzierung enthaltend gekennzeichnet waren. Dadurch wurde gegen werberechtliche Bestimmungen verstoßen.“*

3. Dem Anbieter des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „Gery-Kocht -das Beste ganz einfach“ wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung dieses Auftrags Aufzeichnungen zu übermitteln.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Aufgabe der Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendiensteanbieter wurden u.a. Auswertungen der am 20.02.2020 im Abrufdienst „Gery-Kocht -das Beste ganz einfach“ unter <https://www.youtube.com/channel/UCU0ny3in3OENVFO6seMkPbw> abrufbaren Sendungen durchgeführt.

Mit Schreiben vom 18.03.2020 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, der Anbieter des Abrufdienstes „Gery-Kocht -das Beste ganz einfach“, Gerald Hofer, habe im Rahmen von darin enthaltenen Sendungen die Bestimmung des §§ 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G verletzt. Dabei wurde ihm die Möglichkeit zur Stellungnahme eingeräumt.

Mit Schreiben vom 07.04.2020 nahm Gerald Hofer zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte im Wesentlichen aus, er trage in fast allen Videos eine AEG Schürze; die Marke AEG sei bei Küchengeräten und Haushaltsgeräten seine Lieblingsmarke. Leider habe er von AEG keinen Sponsorvertrag oder erhalte sonst Zuwendungen. Die von ihm getragenen AEG-Schürzen habe er bei zahlreichen AEG Kochkursen als Gastgeschenk erhalten. Dass auf einem AEG-Herd das AEG-Logo sichtbar sei, liege an der Natur der Sache, dass der Hersteller seine Marke draufschreibe. Für alle AEG-Geräte könne er eine Rechnung vorweisen. Das Schneidbrett der Firma Lachmayr Möbelmanufaktur sehe er als ein Produkt mit unbedeutendem Wert. Die Firma Lachmayr habe seine Küche gemacht. Nach der Fertigstellung habe er eine Brotdose, ein Schneidbrett und einen Flaschenhalter aus Zirbenholz erhalten. In einigen Videos komme das Schneidbrett auch vor, aber aber da lege er es oft nicht so, dass man da direkt das Logo sehe. Bei tatsächlich gesponserten Beiträgen habe er immer ordnungsgemäß auf die Produktplatzierung bzw. auf die Werbung für das Gerät hingewiesen. Er habe überlegt, ob er bei jedem Video den Hinweis „Produktplatzierung“ einblenden sollte. Aber tatsächlich sei es dann ja eine Falschinformation, weil er ja nur seine Haushaltsgeräte verwende.

### 2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

In der am 20.02.2020 bereitgestellten Sendung „Samir kocht Putengeschnetzeltes“ (<https://www.youtube.com/watch?v=pEcfEMo8FH4>) ist, wie in den Abbildungen 1,2 und 4 ersichtlich, wiederholt die Marke des Unternehmens „AEG“, einerseits auf der Schürze des Präsentators, andererseits auf dem in der Sendung eingesetzten Herd sowie den zwei Multidampfgarern deutlich zu sehen, ebenso wie auf einem Schneidbrett die Marke der Lachmayr Möbelmanufaktur (Abbildung 3).



Abbildung 1



Abbildung 2



Abbildung 3



Abbildung 4

Die Sendung enthielt keinen Hinweis auf Produktplatzierungen.

1. Sendung „Toast Hawaii aus dem Multidampfgarer“

In der Sendung „Toast Hawaii aus dem Multidampfgarer“ ([https://www.youtube.com/watch?v=FllIK\\_8sqTQ](https://www.youtube.com/watch?v=FllIK_8sqTQ)) ist mehrfach die Marke des Unternehmens „AEG“, einerseits auf der Schürze des Präsentators, andererseits auf den in der Sendung eingesetzten Multidampfgarern deutlich zu sehen.



Abbildung 5

Die Sendung enthielt keinen Hinweis auf Produktplatzierungen.

Schneidbretter aus Zirbenholz wie das im Video „Samir kocht Putengeschnetzeltes“ verwendete sowie Kochschürzen wie die in beiden Videos vorkommenden haben jeweils jedenfalls einen Wert von deutlich unter 1.000 Euro. Es konnte nicht festgestellt werden, dass diese gegen Entgelt in die genannten Sendungen einbezogen wurden.

Multidampfgarer der Marke AEG wie jene zwei, die in den Videos erkennbar sind, kosten laut Angaben auf der Website des Herstellers durchwegs über 1.000 Euro.

### 3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Inhalt der genannten Videos ergeben sich aus einer Einsichtnahme in die amtswegig erstellten Aufzeichnungen der KommAustria.

Die Feststellungen zu den Preisen von Multidampfgarern der Marke AEG ergeben sich aus den Angaben auf der Website des Herstellers [www.aeg.at](http://www.aeg.at), in welche die KommAustria am 30.11.2020 Einsicht genommen hat. Die Feststellungen zum Wert des Schneidbretts und der Schürzen ergeben sich aus der allgemeinen Lebenserfahrung.

Es konnte nicht festgestellt werden, dass für die Einbeziehung der Schürzen mit dem Logo von AEG und des Schneidbretts mit dem Logo von Lachmayr Möbelmanufaktur in die gegenständlichen Sendungen gegen Entgelt erfolgte. Da, wie in der Begründung unter 4.3 dargestellt, der objektive Maßstab für die Entgeltlichkeit für die Einbeziehung bezüglich der geringwertigen Markenprodukte

nicht zum Tragen kommt, war angesichts des Fehlens anderer Beweismittel dem nicht unschlüssigen Vorbringen von Gerald Hofer, dass er die Produkte anlässlich des Kaufs der Küche bzw. der Teilnahme an Kochkursen kostenlos erhalten habe, zu Folgen.

## **4. Rechtliche Beurteilung**

### **4.1. Zuständigkeit**

Gemäß § 66 AMD G ist Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes die gemäß § 1 KOG eingerichtete KommAustria. Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria u.a. die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter nach den Bestimmungen des AMD-G.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria weiters die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria 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 sie jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

### **4.2. Maßgebliche Bestimmungen**

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

#### **„Begriffsbestimmungen**

*§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

*[...]*

*27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;*

*[...]“.*

§ 38 AMD-G lautet:

#### **„Produktplatzierung**

*§ 38. (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.*

(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.

(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.

(4) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.
2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.
3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.
4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

[...]“

#### **4.3. Fehlenden Kennzeichnung von Produktplatzierungen**

In den genannten Sendungen ist das Logo des Unternehmens AEG auf Küchengeräten (Abbildungen 1, 4 und 5) sowie auf den Kochschürzen des Moderators (Abbildungen 1,2, 4 und 5) zu sehen. Im Rahmen der Sendung „Samir kocht Putengeschnetzeltes“ ist weiters ein Schneidbrett mit dem Logo des Unternehmens Lachmayr Möbelmanufaktur zu sehen (Abbildung 3).

Es ist zunächst der Frage nachzugehen, ob es sich bei der Einbeziehung der mit Logos versehenen Produkte der genannten Unternehmen um Produktplatzierung im Sinne von § 2 Z 27 AMD-G handelt.

Der Produktplatzierung – wie auch der Werbung – ist die Absicht der Absatzförderung eines Unternehmens immanent. Anders als die Werbung beschränkt sich die Produktplatzierung allerdings 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 AMD-G in Übereinstimmung mit Art 1 Abs 1 lit m der Richtlinie 2010/13/EU definiert – „innerhalb einer Sendung erscheinen“. Im ErWG 91 dieser Richtlinie wird näher ausgeführt, „dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist“. Bei der Produktplatzierung findet somit – im Rahmen von Fernsehsendungen – eine bloße Zurschaustellung des Produkts durch Einbeziehung oder Bezugnahme in die Sendung statt (vgl. VwGH 05.05.2016, Zl. 2013/03/0122, zum mit § 2 Z 29 AMD-G gleichlautenden § 1a Z 10 ORF-G).

Weitere Tatbestandsvoraussetzung für Produktplatzierung ist, dass die Einbeziehung der Waren oder Dienstleistungen gegen Entgelt erfolgen muss. Die Frage, ob die Voraussetzung „gegen Entgelt“ vorliegt, ist auf dem Boden 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 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, dass 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 (vgl. VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019, zu den im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmungen des ORF-G).

Nicht als Produktplatzierung im Sinne von § 2 Z 27 AMD-G gilt jedoch die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind.

Als Produktionshilfen (einschließlich des ausdrücklich genannten Falls von zur Verfügung gestellten Preisen) sind Markenprodukte oder -dienstleistungen anzusehen, die konkret für die Sendungsabwicklung benötigt werden, wie etwa ein Bildschirm oder Laptop im Studio, ein Kfz zur tatsächlichen Fortbewegung von Personen während einer Sendung, Zutaten für eine Kochsendung, die Moderatorenbekleidung oder ein Gewinnspielpreis wie eine Pauschalreise eines bestimmten Anbieters. Eine bloße „Markenpräsentation“, z.B. als physische Anbringung eines Firmenlogos im Studio oder als ebenfalls denkbare Einblendung auf einem Monitor oder einer Rückwand im Studio, scheidet schon begrifflich als Produktionshilfe aus. Es ist daher im Ergebnis zwischen folgenden Varianten zu unterscheiden: Bei der „echten“ Produktplatzierung handelt es sich um eine Form der Einbeziehung von Produkten, Dienstleistungen oder Marken in eine Sendung, die gegen irgendein (auch geringfügiges) Entgelt oder eine sonstige (auch geringfügige) Gegenleistung erfolgt. Bei der „unechten“ Produktplatzierung in Form der Produktionshilfe wird ein für die Sendungsabwicklung notwendiges Markenprodukt (bzw. eine Dienstleistung) einbezogen, dessen Wert nicht geringfügig ist. Als Wertgrenze sind hier ungefähr 1.000,- Euro (vgl. § 15 Abs. 4 ORF-G idF vor der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010). Bei der (wertmäßig) geringfügigen Produktionshilfe, die ausdrücklich von der Definition der Produktplatzierung in Z 27 ausgenommen und somit auch von den materiellen Bestimmungen des § 38 nicht erfasst ist, wird ein geringwertiges, für die Sendungsabwicklung notwendiges Markenprodukt (bzw. eine Dienstleistung) in die Sendung einbezogen (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 446f.).

Markenprodukte oder -dienstleistungen von unbedeutendem Wert, die konkret für die Sendungsabwicklung benötigt werden, werden, wie sich schon aus der Bestimmung des § 2 Z 27 AMD-G selbst ergibt, zuweilen auch kostenlos an Mediendienstanbieter zur Verfügung gestellt, damit sie in Sendungen vorkommen. Vor diesem Hintergrund ist nicht von einem Verkehrsgebrauch auszugehen, dass diese jedenfalls nur gegen Entgelt in Sendungen vorkommen. Auf Grund des Vorbringens im Schreiben vom 07.04.2020 geht die KommAustria davon aus, dass es sich bei dem Schneidbrett sowie den Schürzen des Moderators um geringwertige Produkte handelt; derartige Gegenstände werden zweifellos für die Abwicklung einer Kochsendung benötigt. Da der objektive Maßstab daher hier nicht platzgreift und das Beweisverfahren eine entgeltliche Bereitstellung nicht erweisen konnte, ist davon auszugehen, dass es sich bei diesen Gegenständen allenfalls um Produktionshilfen, jedenfalls aber nicht um Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 erster Satz AMD-G handelt.



Im Gegensatz dazu handelt es sich bei der Einbeziehung der mit Logos von AEG versehenen Küchengeräte in die Sendungen um sogenannte unechte Produktplatzierung in Form der Produktionshilfe: Wie sich aus den Feststellungen ergibt, sind die in der Sendung vorkommenden Küchengeräte (zwei Multidampfgarer und ein Kochfeld) jedenfalls in ihrer Gesamtheit, die Dampfgarer auch jeder für sich, jedenfalls nicht als Produktionshilfen von unbedeutendem Wert anzusehen. Eine Zurschaustellung von Produkten, die nicht als Produktionshilfen von unbedeutendem Wert anzusehen sind, in Sendungen erfolgt nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt, sodass nach der zitierten Rechtsprechung von Entgeltlichkeit auszugehen ist. Es liegt daher Produktplatzierung im Sinne von § 2 Z 27 AMD-G für die Marke AEG vor. Vor dem Hintergrund des hier anwendbaren objektiven Maßstabs war daher nicht auf das Vorbringen einzugehen, dass tatsächlich kein Entgelt für die Einbeziehung der Geräte in die Sendung geflossen ist.

Produktplatzierungen sind bei Sendungen der leichten Unterhaltung wie den vorliegenden Kochsendungen gemäß § 38 Abs. 3 AMD-G bei Einhaltung der Voraussetzungen des § 38 Abs. 4 AMD-G zulässig; die gegenständlichen Sendungen weisen jedoch entgegen der Z 4 der genannten Bestimmung keine Kennzeichnung der Produktplatzierung am Sendungsbeginn und –ende auf.

Es war somit eine Verletzung der Bestimmung des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G im Rahmen der Sendungen „Samir kocht Putengeschnetzeltes“ (<https://www.youtube.com/watch?v=pEcfEMo8FH4>) und „Toast Hawaii aus dem Multidampfgarer“ ([https://www.youtube.com/watch?v=FLIIK\\_8sqTQ](https://www.youtube.com/watch?v=FLIIK_8sqTQ)) festzustellen (Spruchpunkt 1.)

#### **4.4. Veröffentlichung der Entscheidung**

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD G.

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF G ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „contrarius actus“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert“ erzielt wird (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „contrarius actus“ Rechnung getragen werden.

Die Veröffentlichung der Entscheidung im Rahmen des aktuellsten Videos für die im Spruch genannte Dauer erscheint der KommAustria für geeignet, den gleichen Veröffentlichungswert wie die ursprünglichen Sendungen zu erzielen (vgl. Spruchpunkt 2.).

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (vgl. 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 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.965/20-051“, 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 15. Dezember 2020

**Kommunikationsbehörde Austria**

Dr. Susanne Lackner  
(Vorsitzende-Stellvertreterin)