



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter aufgrund eines Werbebeobachtungsverfahrens gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 24/2020, iVm §§ 24, 25 Abs. 1 und Abs. 3 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die Klassik Radio Austria GmbH (FN 278207d beim Handelsgericht Wien) als Veranstalterin des im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Hörfunkprogramms „Klassik Radio“ am 28.10.2019
 - a. die Bestimmungen des § 19 Abs. 3 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie um ca. 07:24:26 Uhr und um ca. 7:24:51 Uhr Werbung an ihrem Ende nicht eindeutig durch akustische Trennmittel von den sonstigen Programmteilen getrennt hat;
 - b. die Bestimmungen des § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie die gesponserte Sendung „Der Morgen bei Klassik Radio“ von ca. 07:02:20 Uhr bis ca. 07:58:46 Uhr nicht durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmanfang oder am Programmende eindeutig gekennzeichnet hat (fehlende An- oder Absage).
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 26 Abs. 2 PrR-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Klassik Radio Austria GmbH auf, Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von ihr im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Hörfunkprogramms „Klassik Radio“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr durch einen Sprecher/eine Sprecherin in folgender Form verlesen zu lassen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht Folgendes festgestellt: Die Klassik Radio Austria GmbH hat am 28.10.2019 zwischen 07:00 und 09:00 Uhr mehrfach Werbung nicht ordnungsgemäß durch akustische Mittel vom sonstigen Programm getrennt sowie eine gesponserte Sendung nicht als solche gekennzeichnet. Dadurch wurde das Privatradiogesetz verletzt.“

3. Der Klassik Radio Austria GmbH wird weiters gemäß § 22 Abs. 1 PrR-G aufgetragen, der KommAustria binnen weiterer zwei Wochen einen Nachweis der erfolgten Veröffentlichung gemäß Spruchpunkt 2. in Form der Übermittlung von Aufzeichnungen zu erbringen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 25.10.2019 forderte die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) die Klassik Radio Austria GmbH auf, binnen einer Frist von drei Tagen ab Erhalt dieses Schreibens Aufzeichnungen des am 28.10.2019, von 07:00 bis 09:00 Uhr, im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Programms „Klassik Radio“ vorzulegen.

Mit Schreiben vom 30.10.2019 übermittelte die Klassik Radio Austria GmbH die angeforderten Aufzeichnungen.

Mit Schreiben vom 25.11.2019 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung einer Rechtsverletzung wegen des Verdachts, dass die Klassik Radio Austria GmbH als Veranstalterin des im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Programms „Klassik Radio“ am 28.10.2019 die Bestimmungen des § 19 Abs. 3 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie Werbung jeweils nicht eindeutig durch akustische Trennmittel von den sonstigen Programmteilen getrennt hat sowie die Bestimmungen des § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie eine gesponserte Sendung nicht durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmstart oder am Programmende eindeutig gekennzeichnet hat (fehlende An- oder Absage).

Mit Schreiben vom 11.12.2019 nahm die Klassik Radio Austria GmbH zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte – soweit noch verfahrensgegenständlich – im Wesentlichen Folgendes aus:

Am 28.10.2019 sei um ca. 07:24:26 Uhr ein sowohl am Anfang als auch am Ende mit einem Sponsorenhinweis versehener Programmhinweis für die „Klassik Radio Sicherheitswochen“ gesendet worden. Im Zusammenhang mit der Einplanung des Programmhinweises für die Sicherheitswochen sei bei beiden Sponsorhinweisen versehentlich nur eine teilweise akustische Kenntlichmachung erfolgt. Dies sei zum Anlass genommen worden, die Mitarbeiter in der Redaktion und im Verkauf nochmals intern zu schulen – dabei sei insbesondere auch auf die zwingende Einhaltung des Trennungsgebots intensiv eingegangen worden.

Weiters führte die Klassik Radio Austria GmbH aus, dass um ca. 07:43:43 Uhr ein Gewinnspiel für eine Wochenendreise nach Dresden mit einem Besuch der Oper veranstaltet worden sei. Bei dem Gewinnspiel sei es den Hörern möglich gewesen, eine Reise nach Dresden mit einer Übernachtung vor Ort (im „Taschenbergpalais Kempinski“) sowie einem Besuch der Semperoper (Tickets für die Oper „Nabucco“) zu gewinnen. Dabei sei in erster Linie der zu gewinnende Preis beschrieben und die Möglichkeit der Teilnahme an dem Gewinnspiel erklärt worden. Da nicht das Hotel selbst bzw. die Semperoper den Gewinn zur Verfügung gestellt haben, sondern „Ricola“ die

Übernachtung finanziert und die Tickets für die Oper bereitgestellt habe, sei aus Transparenzgründen „Ricola“ als Kooperationspartner anfangs einmal genannt worden. Die Kooperation habe sich nur auf das Gewinnspiel selbst bezogen und nicht auf die gesamte Sendung (Sendestunde), daher habe man einen separaten Sponsorhinweis weder zu Beginn noch am Ende der Sendung für erforderlich gehalten. Man sei davon ausgegangen, dass es sich bei der Preisauslobung um kein klassisches Sponsoring handle, bei dem üblicherweise ein finanzieller Beitrag für die Produktion der Sendung geleistet werde, da „Ricola“ im vorliegenden Fall lediglich den Preis für das Gewinnspiel zur Verfügung gestellt habe.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die Klassik Radio Austria GmbH ist aufgrund des rechtskräftigen Bescheides der KommAustria vom 30.08.2017, KOA 1.541/17-007, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ für die Dauer von zehn Jahren ab 02.10.2017.

Alle nachfolgend angeführten Ausstrahlungen fanden am 28.10.2019 im Rahmen des im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Programms „Klassik Radio“ statt.

2.1. Programmhinweis um ca. 07:24:26 Uhr

Um ca. 07:24:26 Uhr folgt in der Sendung „Der Morgen bei Klassik Radio“ auf ein akustisches Trennmittel Folgendes:

Sprecherin: *„Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS. Für das gute Gefühl der Sicherheit.“*

Sprecher: *„Hallo, mein Name ist Stefan Waitzinger und ich bin Ihr Experte für die Sicherheit Ihrer vier Wände. In den Klassik Radio Sicherheitswochen beantworte ich wichtige Fragen zur Einbruchssicherung, den technischen Neuerungen und warum der Satz: 'Bei mir ist doch nichts zu holen' keinen Sinn macht. Die Sicherheitswochen: immer samstags bei Klassik Radio.“*

Nach dieser Passage folgt um ca. 7:24:51 Uhr ein akustisches Trennmittel sowie folgender Hinweis:

Sprecherin: *„Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS. Für das gute Gefühl der Sicherheit.“*

Unmittelbar daran schließt Musik an.

2.2. Gewinnspiel um ca. 07:43:43 Uhr

Im Rahmen einer Moderation zu Verdis Oper „Nabucco“ erfolgt in der Sendestunde von ca. 07:02:20 Uhr bis ca. 07:58:46 Uhr um ca. 07:43:43 Uhr der folgende, durch den Moderator getätigte Hinweis auf eine Verlosung des Senders:

„Mit ‘Ricola’ organisieren wir Ihnen ein, ja wirklich, First-Class-Wochenende in der Kulturstadt Dresden. Sie übernachten im 5 Sterne-Hotel ‘Taschenbergpalais Kempinski’. Frühstück ist natürlich inklusive und abends das ganz, ganz große Highlight: Dann geht’s in die Oper, wo schon der Gefangenenchor aus ‘Nabucco’ auf Sie wartet. Eine wirklich prachtvolle Oper ...dramatisches Spiel um Liebe und Macht. Am vierten Novemberwochenende können Sie mit etwas Glück diese Performance dann auf der Bühne live erleben... in der Semperoper in Dresden. Ein ganz besonderes Haus. Mitmachen ist eigentlich ganz einfach: Sie können sich eintragen, online, in so ‘nem Formular, und dann sind Sie schon in engerer Auswahl, im Lostopf. Also, geh’n Sie mal rein... unsere Internet-Homepage: klassikradio.de.“

Die Übernachtung wurde von „Ricola“ finanziert; auch die Eintrittskarten für die Opernaufführung wurden von „Ricola“ bereitgestellt.

3. Beweismwürdigung

Die Feststellungen hinsichtlich der Zulassung der Klassik Radio Austria GmbH zur Veranstaltung des Hörfunkprogrammes „Klassik Radio“ ergeben sich aus dem rechtskräftigen Bescheid der KommAustria vom 30.08.2017, KOA 1.541/17-007.

Die Feststellungen zum Sendungsablauf am 28.10.2019 im Hörfunkprogramm „Klassik Radio“ im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ gründen sich auf die vorliegenden Aufzeichnungen des Programms.

Die Feststellungen zur Zurverfügungstellung des Preises des Gewinnspiels durch „Ricola“ beruhen auf dem glaubwürdigen Vorbringen der Klassik Radio Austria GmbH in ihrer Stellungnahme vom 11.12.2019.

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 der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter nach den Bestimmungen des PrR-G.

Gemäß § 24 PrR-G obliegt die Rechtsaufsicht der Regulierungsbehörde. Gemäß § 25 Abs. 1 PrR-G entscheidet die KommAustria im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Hörfunkveranstalter u.a. von

Amts wegen über Verletzungen von Bestimmungen des PrR-G. Die Entscheidung der KommAustria besteht gemäß § 25 Abs. 3 PrR-G in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung des PrR-G verletzt worden ist.

4.2. Materiell anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 19 PrR-G lautet auszugsweise:

„Werbung, Sponsoring

§ 19. (1) Werbung (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von gesponserten Sendungen) darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind Hinweise des Hörfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, sowie Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken und ungestaltete An- und Absagen von gesponserten Sendungen.

[...]

(3) Werbung muss leicht als solche erkennbar und durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein.

[...]

(5) a) Eine gesponserte Sendung liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistung des Unternehmens zu fördern.

b) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

- 1. Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.*
- 2. Sie sind als gesponserte Sendung durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmmanfang oder am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage).*
- 3. Sie dürfen 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.*

[...]“

4.3. Werbung durch gesponserten Programmhinweis (Spruchpunkt 1.a.)

Bei den Hinweisen „Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS. Für das gute Gefühl der Sicherheit“ unmittelbar vor und nach dem um ca. 07:24:26 Uhr gesendeten Programmhinweis auf die Sendung „Die Sicherheitswochen“ handelt es sich um (werblich gestaltete) Sponsorhinweise.

Beim Sponsoring nach § 19 Abs. 5 PrR-G leistet ein Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung einer Sendung mit dem Ziel der Förderung des eigenen „Images“.

Ein solcher Beitrag wurde nach dem unter Punkt 2.1. geschilderten Sachverhalt offensichtlich von ABUS geleistet. Dies ergibt sich insbesondere aus dem Wortlaut des zweimal gesendeten Hinweises („Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS.“) Dabei handelt es sich um einen Hinweis auf den Sponsor der Sendung bzw. der Sendeschiene „Die Sicherheitswochen“, die samstags ausgestrahlt wird.

Nach dem Urteil des EuGH C-314/14 vom 17.02.2016 sind als Sponsorhinweise nur jene Hinweise zu verstehen, die am Beginn oder am Ende der gesponserten Sendung ausgestrahlt werden. Nach Ansicht der KommAustria sind somit alle an anderen Stellen ausgestrahlten Hinweise auf Sponsoren von Sendungen als „Werbung“ zu qualifizieren (Information der KommAustria vom 08. April 2016 zum Urteil des EuGH betreffend mehrere Auslegungsfragen der Mediendiensterichtlinie im Bereich der Vorschriften über die kommerzielle Kommunikation, KOA 3.003/16-001, Seite 4).

Da im gegenständlichen Fall der Hinweis auf den Sponsor einer Sendung nicht am Beginn oder Ende der gesponserten Sendung („Die Sicherheitswochen“; samstags) erfolgt, sondern im Rahmen eines Programmhinweises (am Montag, 28.10.2019) auf die gesponserte Sendung, sind die beiden Hinweise („Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS. Für das gute Gefühl der Sicherheit.“) demnach – unabhängig von ihrer Gestaltung – als Werbung zu qualifizieren.

§ 19 Abs. 3 PrR-G erfordert für Werbung sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung als auch an deren Ende eine akustische Trennung, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl. BKS 23.05.2005, GZ 611.001/0004-BKS/2005; 23.06.2005, GZ 611.001/0006-BKS/2005; 23.06.2005, GZ 611.001/0003-BKS/2005; 23.06.2005, GZ 611.001/0008-BKS/2005). Eine eindeutige Trennung der Werbung von anderen Programmteilen liegt nur in jenen Fällen vor, in denen dem Zuhörer zweifelsfrei erkennbar ist, dass nun Werbung folgt bzw. Werbung beendet wird (siehe z.B. BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0006-BKS/2005 und 26.02.2007, GZ 611.009/0002-BKS/2007).

Der erste Werbespot („Die Sicherheitswochen bei Klassik Radio. Präsentiert von ABUS. Für das gute Gefühl der Sicherheit“) um ca. 07:24:26 Uhr ist zwar zu Beginn durch ein akustisches Trennmittel vom vorhergehenden redaktionellen Programm getrennt, nicht aber auch an seinem Ende. Vielmehr folgt auf den Spot unmittelbar und damit ohne jedes Trennmittel der redaktionelle Programmhinweis auf die Sendung „Die Sicherheitswochen“ durch den Sprecher Stefan Waitzinger. Auf diesen redaktionellen Beitrag wiederum folgt ein akustisches Trennmittel, auf das der zweite, gleichlautende Werbespot um ca. 7:24:51 Uhr folgt. Auf diesen wiederum folgt unmittelbar und ohne jedes Trennmittel Musik und damit redaktionelles Programm.

Damit sind die beiden (gleichlautenden) Werbespots zwar jeweils zu Beginn, nicht aber am Ende vom redaktionellen Programm getrennt. In beiden Fällen wird somit durch das Fehlen des Endtrenners § 19 Abs. 3 PrR-G verletzt.

4.4. Sponsorhinweis für „Ricola“ (Spruchpunkt 1.b.)

Nach Ansicht der KommAustria wird bei der der Ausstrahlung des unter Punkt 2.2. dargestellten Gewinnspiels die Verpflichtung zur Kennzeichnung, dass dieses gesponsert ist, nicht eingehalten und damit § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G verletzt.

Nach dieser Bestimmung sind gesponserte Sendungen an ihrem Anfang oder Ende eindeutig zu kennzeichnen, also durch eine entsprechende An- oder Absage des Sponsorings. Dabei stellt diese Bestimmung auf die Sendung und nicht etwa auf Sendungsteile ab (vgl. VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172, zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G). Dies bedeutet, dass – wenn ein Sendungsteil gesponsert ist – die gesamte Sendung als gesponsert zu kennzeichnen ist (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 21). Daneben kann zwar auch beim gesponserten Sendungsteil eine Kennzeichnung erfolgen; eine solche ersetzt aber die nach § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G erforderliche Kennzeichnung am Anfang oder am Ende der Sendung nicht.

Sponsoring liegt nach § 19 Abs. 5 PrR-G vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistung des Unternehmens zu fördern. Der Beitrag zur Finanzierung muss dabei nicht in Geld bestehen (vgl. VwGH 26.7.2007, 2005/04/0153), sondern kann auch in einer Ersparnis von Produktionskosten liegen. Die Entgeltlichkeit des Sponsorings bestimmt sich dabei nach einem objektiven Maßstab (vgl. VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172).

Wie die Klassik Radio Austria GmbH in ihrer Stellungnahme vom 11.12.2019 vorbringt, wurde ihr der Verlosungsgewinn – ein Aufenthalt in Dresden samt Übernachtung und Opernbesuch – von „Ricola“ zur Verfügung gestellt. Durch diese Zurverfügungstellung von geldwerten Leistungen wurde von „Ricola“ ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung „Der Morgen bei Klassik Radio“, deren Teil der Hinweis auf das Gewinnspiel war, erbracht.

Die KommAustria geht hinsichtlich der Sendung „Der Morgen bei Klassik Radio“ davon aus, dass zu jeder einzelnen Stunde nach den – jeweils zur vollen Stunde – gesendeten Nachrichten eine eigene Sendung beginnt. Dies deshalb, da es der gesamten Sendung „Der Morgen bei Klassik Radio“ an dem für eine einheitliche Sendung erforderlichen charakteristischen inneren Gesamtzusammenhang ermangelt (vgl. Bescheid der KommAustria vom 14.08.2012, KOA 11.210/12-015). Jede einzelne Sendestunde wiederum besteht für sich genommen aus unterschiedlichen inhaltlichen Elementen, welche mehr oder minder gleichbleibend in jeder Stunde „wiederholt“ werden (z.B. Schlagzeilen, „New Classics“), sodass jede Sendestunde – nicht zuletzt aufgrund der zur vollen Stunde vorgesehenen Nachrichtensendung und des damit verbundenen „Zwangs“, gegen die Sendeminute 59 hin zu einem gestalterischen Ende zu kommen – ein in sich geschlossenes „System“ darstellt (vgl. auch die Rechtsprechung zu den gleichlautenden Bestimmungen im ORF-G BKS 05.12.2011, 611.804/0002-BKS/2012). Vor diesem Hintergrund kann bei „Der Morgen bei Klassik Radio“ nicht von einer durchgehenden, in sich geschlossenen Sendung gesprochen werden; vielmehr ist jede Sendestunde als eigene Sendung

zu qualifizieren. Damit ist nach § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G eine Kennzeichnung der jeweiligen gesponserten Sendestunde an ihrem Beginn oder an ihrem Ende erforderlich.

Aufgrund der Erwähnung des Hotels „Taschenbergpalais Kempinski Dresden“ als Ort der zu gewinnenden Übernachtung und der Semperoper Dresden als Ort der zu gewinnenden Opernaufführung ist die KommAustria in ihrem Einleitungsschreiben vom 25.11.20219 vorläufig davon ausgegangen, dass dieser Gewinnspielpreis von diesen beiden Unternehmen zumindest mitfinanziert wird. Die Klassik Radio Austria GmbH ist dieser Annahme in ihrer Stellungnahme vom 11.12.2019 entgegengetreten; demnach habe „Ricola“ den Preis in seiner Gesamtheit zur Verfügung gestellt, während die Nennung des Hotels sowie der Oper nur der Darstellung des Preises gedient habe. Dieses Vorbringen ist nachvollziehbar; es liegt damit nur Sponsoring durch „Ricola“ vor.

Da weder am Anfang noch am Ende der Sendestunde von ca. 07:02:20 Uhr bis ca. 07:58:46 Uhr eine Kennzeichnung des Sponsorings durch Nennung des Namens des Auftraggebers „Ricola“ oder durch einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen erfolgt, liegt eine Verletzung des § 19 Abs. 5 lit. b Z 2 PrR-G vor.

4.5. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 26 Abs. 2 PrR-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, Zl. 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.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Klassik Radio Austria GmbH auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 Uhr und 09:00 Uhr in dem im Versorgungsgebiet „Innsbruck und Teile des Bezirkes Innsbruck Land“ ausgestrahlten Hörfunkprogramm „Klassik Radio“ durch Verlesung durch einen Sprecher/eine Sprecherin zu veröffentlichen. 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 (Spruchpunkt 3.) dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 22 Abs. 1 PrR-G (zum vergleichbaren § 36 Abs. 4 ORF G vgl. VwGH 23.05.2007, Zl. 2006/04/0204).

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 1.541/20-003“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabekontonummer 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 09. November 2020

Kommunikationsbehörde Austria

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