



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die KommAustria stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 219/2022, in Verbindung mit den §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022, fest, dass der Verein K.I.T. Kirche ist toll im Fernsehprogramm „KIT Kirche ist toll“ am 27.01.2022 im Rahmen der von 12:00 bis 14:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen
  1. die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, dass der von ca. 12:53:04 Uhr bis ca. 12:54:02 Uhr ausgestrahlte Werbeblock an seinem Anfang und an seinem Ende nicht vom redaktionellen Programm eindeutig getrennt wurde;
  2. die Bestimmung des § 44 Abs. 4 AMD-G dadurch verletzt hat, dass die Übertragung eines Gottesdienstes
    - a. um ca. 12:45:26 Uhr und um ca. 12:47:03 Uhr durch die Ausstrahlung von Werbung, und
    - b. von ca. 12:47:16 bis ca. 12:48:07 Uhr durch die Ausstrahlung von Teleshopping unterbrochen wurde.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem Verein K.I.T. Kirche ist toll wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „KIT Kirche ist toll“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 12:00 Uhr und 14:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Texts im Bild zu veröffentlichen:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendienstanbieter Folgendes festgestellt:*

*Am 27.01.2022 wurde im Fernsehprogramm „KIT Kirche ist toll“ Werbung ausgestrahlt, ohne diese vom redaktionellen Programm eindeutig zu trennen. Damit wurde das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Programmteilen nach dem Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz verletzt.*

*Weiters wurde während der Übertragung eines Gottesdienstes Werbung sowie Teleshopping gesendet. Damit wurde das Verbot der Unterbrechung von Gottesdiensten durch Werbung und Teleshopping verletzt.“*

3. Dem Verein K.I.T. Kirche ist toll wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria Nachweise der Veröffentlichung gemäß Spruchpunkt 2. in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

## **II. Begründung**

### **1. Gang des Verfahrens**

Mit Schreiben vom 27.01.2022 wurde der Verein K.I.T. Kirche ist toll aufgefordert, Aufzeichnungen des Programms „KIT Kirche ist toll“ vom 27.01.2022 von 12:00 bis 14:00 Uhr vorzulegen.

Mit Schreiben vom 02.02.2022 kam der Verein K.I.T. Kirche ist toll der Aufforderung nach und übermittelte einen USB-Stick mit den Aufzeichnungen des angeforderten Programms.

Mit Schreiben vom 23.02.2022 leitete die KommAustria gegen den Verein K.I.T. Kirche ist toll ein Rechtsverletzungsverfahren wegen des Verdachts der Verletzung der §§ 43 Abs. 2 und 44 Abs. 4 AMD-G ein. Dem Verein K.I.T. Kirche ist toll wurde die Gelegenheit eingeräumt, dazu Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 10.03.2022 nahm dieser wie folgt Stellung:

Bei der beanstandeten Sendung handle es sich um eine Live-Übertragung der heiligen Messe der „Missio“ (Päpstliche Missions-Werke). Die Inhalte kämen dabei direkt aus der „Missio“-Kapelle und während der gesamten Sendung sei im unteren Bildbereich eingeblendet, dass es sich hierbei um eine Live-Übertragung handle. Die Live-Übertragung sei nicht vom Verein K.I.T. Kirche ist toll unterbrochen worden und die inkriminierten Sendungsteile seien nicht vom Verein K.I.T. Kirche ist toll geschaltet worden.

In der Beilage wurde eine Stellungnahme von A übermittelt, welcher die Live-Übertragung in der verfahrensgegenständlichen Sendung leitete. Dieser brachte im Wesentlichen vor, er müsse gestehen, dass er in dieser Übertragung – im Unterschied zu anderen Sendungen – tatsächlich sehr viel und sehr konkret darüber gesprochen habe, was die Päpstlichen Missionswerke in Österreich anbieten. „Missio Österreich“ sei eine kirchliche Körperschaft öffentlichen Rechts, genieße Rechtspersönlichkeit im kirchlichen und staatlichen Bereich und sei aufgrund der Gemeinnützigkeit steuerrechtlich begünstigt. Zur Übertragung der Messen seit Ausbruch der Pandemie bestehe keine Pflicht, sie sei ein missionarisches und seelsorgerisches Angebot. Die „Missio“ profitiere allerdings nicht von der Übertragung durch den Verein K.I.T. Kirche ist toll. Er verwehre sich jedenfalls gegen die Einstufung der Übertragung der Messen als Telemarketing.

Bei jeder Messe in jeder Pfarre der Welt gäbe es am Ende vor dem Schluss-Segen „Verkündigungen“, wo der Pfarrer die Kollekten ankündige, Termine und Veranstaltungen bekanntgebe, Spendenaufrufe tätige, das neue Kirchenblatt anpreise und so weiter. Die „Missio“-Kirche sei ein humanitäres Hilfswerk und sei unter anderem verpflichtet, durch Spenden den

Ärmsten der Armen zu helfen. Dieses Profil werde in den Verkündigungen abgebildet und seit November 2021 würden hierfür auch Bilder verwendet werden. Die Vorstellung der neuesten Ausgaben des „allewelt“-Magazins sei ebenso Bestandteil der Verkündigungen wie auch die Information über die Weltkirche und der Hinweis auf „sakramentalistische“ Artikel (Weihwasserfläschchen, Weihrauch, Kreuz, Erzengel Michael etc.), die verkauft würden. Der Erlös der Verkäufe diene dem Spendensammeln. Der Großteil der missionarischen Verkündigung sei aber ein Einblick in die Tätigkeit von „Missio“. Es sei nicht klug gewesen, dass Shop-Produkte mit Preisen gezeigt worden seien, das werde in Zukunft nicht mehr erfolgen. Der Erlös der Produkte gehe aber 1:1 in Hilfsprojekte.

Der Verein K.I.T. Kirche ist toll habe keinen Einfluss auf den Inhalt der Messe. Die Übernahme der Messe erfolge auf Initiative von Josef Gratzner, dem Obmann des Vereins K.I.T. Kirche ist toll. Es gäbe keine finanziellen oder sonstigen Zuwendungen. Es gehe um die missionarische Ausstrahlung.

## **2. Sachverhalt**

### **2.1. Zum Mediendiensteanbieter**

Der Verein K.I.T. Kirche ist toll ist ein zu ZVR 1938981077 eingetragener Verein mit Sitz in Bad Ischl. Er ist Anbieter des Kabelfernsehprogramms „KIT Kirche ist toll“.

### **2.2. Zur gegenständlichen Sendung**

Zu Beginn des Beobachtungszeitraums um ca. 12:00 Uhr wird eine Live-Übertragung eines katholischen Gottesdienstes von „missio – Päpstliche Missionswerke Österreich“ ausgestrahlt. Dabei wird – nach einer Einleitungssequenz – die Messe aus einer Kirche in Wien übertragen. Die Kamera ist dabei fast ausschließlich auf den Priester gerichtet.

*Abbildung 1: anonymisiert*

Nach dem Schlussgebet verweist A in den Ankündigungen um ca. 12:42 Uhr zunächst auf einen Folder von „missio“ zur Testamentserstellung. Unmittelbar anschließend beginnt er mit den „missionarischen Verkündigungen“. In diesen werden – nach Ausführungen zum Jubiläumsjahr 2022 (100 Jahre „missio“) – unterlegt mit Bildern verschiedene Projekte vorgestellt, an denen „missio“ beteiligt ist bzw. in denen „missio“ Hilfe leistet.

Ab ca. 12:45:26 Uhr wird dabei über eine Reportage in der Zeitschrift „allewelt“ berichtet.

*A führt dazu aus: „Ich hab´ mir schon sehr viel drauf eingebildet, bis dann unser Christoph Lehermeier in Istanbul war voriges Jahr und er ist gleich mit dem Patriarchen mit dem Schiff herumgefahren und so weiter und so fort. Und hat in der ‚allewelt‘ eine ganz tolle Reportage dann gebracht über die Situation der Christen in der Türkei, die dramatisch ist, liebe Schwestern und Brüder, ja. Und deshalb auch Werbung an dieser Stelle, wirklich Werbung für die ‚allewelt‘, ihr lest in der ‚allewelt‘, die man sich wirklich leisten kann, die 15 Euro im Jahr, ihr lest dort Sachen, die ihr sonst nirgends lest. Bitte vergessen wir nicht auf Haiti (...).“*

Zu diesen Ausführungen werden im Split-Screen Bilder von der „allewelt“-Reportage (siehe Abbildung 2) und zum „allewelt“-Abo (siehe Abbildung 3) eingeblendet.

*Abbildung 2: anonymisiert*

In der Folge werden ab ca. 12:45:55 Uhr diverse Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken und weitere Ankündigungen gemacht.

*Abbildung 3: anonymisiert*

Nach einer Einladung zur Burgund-Wallfahrt führt A um 12:47:03 Uhr aus: *„Und für den Shop mach' ich ausdrücklich Werbung. Ich hab' jetzt gerade neue Produkte bekommen, eben, die wir im Shop haben. Wir haben, ich weiß nicht, 500 bis 600 Artikel da drinnen. Einige stell' ich immer vor.“*

Zu diesen Ausführungen ist im Split-Screen ein Bild mit Produkten aus dem „missio“-Shop zu sehen (siehe Abbildung 4).

*Abbildung 4: anonymisiert*

Um ca. 12:47:16 Uhr führt er aus: *„Nächstes Bild eben, der Shop ist missionarisch, z.B. da gibt's ein biblisches Spiel, wo du den Auszug aus Ägypten jetzt eben spielst, ja, das Volk Israel. Ein originelles Spiel für Kinder glaub ich ab neun Jahren. Also, kann man miteinander Bibel kennenlernen.“*

Zu diesen Ausführungen ist folgendes Bild eingeblendet:

*Abbildung 5: anonymisiert*

A fährt fort: *„Oder eben die tollen Bücher, die wir haben. Die Sophie hat gesagt, das Jugendgebetbuch ‚Oremus – Jugendbrevier‘ ist eines der besten Jugendbücher, die es gibt. Jugendgebete für Jugendliche. (...) Oder über unsere ‚Unsere Liebe Frau von Kibeho‘, die Erscheinungen von Ruanda, der Gottesmutter Maria. So, jetzt kommt noch ein Bild.“*

Zu diesen Ausführungen ist folgendes Bild eingeblendet:

*Abbildung 6: anonymisiert*

Weiters führt A aus: *„Ja, das ist die Weihwasserflasche. Wir haben Weihrauch, verschiedene Weihrauch und so weiter. Bitte einfach anrufen beim Shop, ja, und wir helfen da gerne oder wir schicken den Folder zu, den Oster-Folder vom Shop und so weiter.“*

Zu diesen Ausführungen ist folgendes Bild eingeblendet:

*Abbildung 7: anonymisiert*

Um ca. 12:48:07 Uhr setzt A fort: *„Jetzt zeig ich euch dieses Bild, ich hab' mich heute so geärgert, dass ich das vorbereitet habe (...).“* In der Folge wird ein Bild des französischen Staatspräsidenten Emmanuel Macron eingeblendet und werden dessen politischen Vorhaben dargestellt (Abtreibung und Atomkraft). Nach der Kritik an dessen Aussagen wird der Gottesdienst mit dem Schlussegen fortgesetzt.

Der Gottesdienst endet um ca. 12:53 Uhr mit dem Auszug.

Unmittelbar anschließend wird ab ca. 12:53:04 Uhr ein Spot für ein „Valentins Herz“ ausgestrahlt.



Abbildung 8: „missio“-Valentinsherzen

Eine Sprecherin führt dazu aus: „*Sie suchen nach einem besonderen Geschenk für den Valentinstag? Einem Geschenk, mit dem Sie mehrfach Gutes tun? Mit dem Kauf unseres „missio“-Herzens unterstützen Sie die Ärmsten der Armen in Afrika, Asien und Lateinamerika. Und Sie machen Ihren Liebsten eine Freude mit den köstlichen, fair und umweltfreundlich produzierten Schokopralinen und Schokotalern. Außerdem gibt es noch eine persönliche Überraschung in jeder Packung. Ein wunderbares Geschenk, von Herz zu Herz.*“

Unmittelbar anschließend wird um ca. 12:53:35 Uhr folgender Beitrag gezeigt bzw. von einem Sprecher gesprochen: „*„allewelt“ – das Magazin von „missio“ Österreich. Packende Reportagen, berührende Zeugnisse und starke Persönlichkeiten aus Afrika, Asien und Lateinamerika. Das „missio“-Magazin „allewelt“ bringt die Weltkirche direkt in Ihr Wohnzimmer. Lesen Sie sechs Mal jährlich spannende Geschichten aus der ganzen Welt und lassen Sie sich von der lebendigen Weltkirche begeistern. „allewelt“ – das „missio“-Magazin.*“



Abbildung 9: Beitrag „allewelt“

Der Beitrag über „allewelt“ endet um ca. 12:54:02 Uhr. Unmittelbar anschließend informiert A über den YouTube-Kanal von „missio“ und gibt Anleitungen, wie man diesen abonnieren kann.

Werbetreffer wurden weder im Rahmen der Übertragung der Messe noch danach ausgestrahlt.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zum Verein K.I.T. Kirche ist toll sowie zu dessen Eigenschaft als Anbieter eines Kabelfernsehprogramms ergeben sich aus den Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Ablauf der am 27.01.2022 von 12:00 bis 14:00 Uhr im Programm „KIT Kirche ist toll“ ausgestrahlten Inhalte gründen sich auf die vorgelegten Aufzeichnungen.

### **4. Rechtliche Beurteilung**

#### **4.1. Zuständigkeit der Behörde**

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 35 Abs. 1, § 36 Abs. 1 und 2, §§ 37 und 38 sowie 42 bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung der Aufgabe nach Z 7 hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung der am 27.01.2022 von 12:00 bis 14:00 Uhr ausgestrahlten Inhalte war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm § 62 AMD-G einzuleiten und dem Verein K.I.T. Kirche ist toll Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

## **4.2. Verletzung von Bestimmungen des AMD-G**

### **4.2.1. Rechtsgrundlagen**

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

#### *„Begriffsbestimmungen*

*§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist*

*[...]*

*2. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, 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 einer Idee*

*dienen. Diese Bilder sind einer Sendung oder im Fall der lit. a auch einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;*

*[...]*

*30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;*

*[...]*

*33. Teleshopping: Sendungen direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt;*

*[...]*

40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);

[...].“

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

#### **„Erkennbarkeit und Trennung**

**§ 43.** (1) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.

(2) Fernsehwerbung und Teleshopping müssen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.

[...].“

§ 44 AMD-G lautet auszugsweise:

#### **„Unterbrechung von Sendungen**

**§ 44.** (1) Fernsehwerbung und Teleshopping sind grundsätzlich in Blöcken zwischen einzelnen Fernsehsendungen auszustrahlen. Einzeln gesendete Werbespots und Teleshopping-Spots müssen, außer bei der Übertragung von Sportveranstaltungen, die Ausnahme bilden.

[...]

(4) Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden. Teleshopping während einer Kindersendung ist untersagt.“

#### **4.2.2. Verletzung des Trennungsgebots gemäß von § 43 Abs. 2 AMD-G**

1. Bei den beiden von ca. 12:53:04 bis ca. 12:53:35 Uhr ausgestrahlten Spots für das „Valentinsherz“ sowie für die Zeitschrift „allewelt“ (siehe Abbildungen 8 und 9) handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

2. Werbung im Sinne dieser Bestimmung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern.



Werbung ist demnach durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit.

Dabei ist für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ maßgeblich, „ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird“ (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, „bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist“ (vgl. Verwaltungsgerichtshof [VwGH] 14.11.2007, 2005/04/0167). Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten qualitativ-wertende Aussagen, werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen, das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften oder direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle.

Die Entgeltlichkeit bestimmt sich nach einem objektiven Maßstab. Maßgeblich ist damit nicht, ob ein Fernsehveranstalter tatsächlich ein Entgelt für die Ausstrahlung von werblichen Aussagen erhalten hat, sondern, ob die Ausstrahlung derartiger Aussagen üblicherweise gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgt.

3. Die gegenständlichen Spots für das „Valentinsherz“ sowie für die Zeitschrift „allewelt“ sind aufgrund der zahlreichen qualitativ-wertenden Aussagen der Sprecher als werblich gestaltet zu qualifizieren.

Für den um ca. 12:53:04 Uhr ausgestrahlten Spot für das „Valentinsherz“ ergibt sich das insbesondere aus den Formulierungen „*Sie suchen nach einem besonderen Geschenk für den Valentinstag? (...) Sie machen Ihren Liebsten eine Freude mit den köstlichen, fair und umweltfreundlich produzierten Schokoprälinen und Schokotalern. Außerdem gibt es noch eine persönliche Überraschung in jeder Packung. Ein wunderbares Geschenk, von Herz zu Herz.*“ Darüber hinaus wird die Bezugsquelle dieses entgeltlich zu erwerbenden Produkts gezeigt („*Bestellen unter: [www.missio.at/valentin](http://www.missio.at/valentin)*“).

Für den um ca. 12:53:35 Uhr ausgestrahlten Spot für die Zeitschrift „allewelt“ ergibt sich die werbliche Gestaltung insbesondere aus dem Hinweis auf „*packende Reportagen, berührende Zeugnisse und starke Persönlichkeiten aus Afrika, Asien und Lateinamerika*“ sowie aus der unmittelbar an die Zuseher gerichteten Aufforderung „*Lesen Sie sechs Mal jährlich spannende Geschichten aus der ganzen Welt und lassen Sie sich von der lebendigen Weltkirche begeistern.*“

Die Ausstrahlung derartiger Spots durch Fernsehveranstalter erfolgt üblicherweise gegen Entgelt. Damit ist nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab auch das Erfordernis der Entgeltlichkeit der Ausstrahlung erfüllt. Zudem werden beide Produkte gegen Entgelt angeboten. Damit ist auch die nach § 2 Z 40 AMD-G grundsätzlich erforderliche doppelte Entgeltlichkeit gegeben (vgl. dazu *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 16 [zu § 1a Z 8 ORF-G]).

4. Als Werbung sind die beiden gegenständlichen Spots gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G eindeutig von den sonstigen Programmteilen zu trennen.

Nach der Rechtsprechung stellt das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot einen „Eckpfeiler“ des Werberechts dar. Sobald eine Äußerung den Tatbestand der Werbung (§ 2 Z 40 AMD-G) erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig zu trennen. (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 585) Als Trennmittel geeignet sind

unterschiedliche Formen von akustischen oder visuellen Einspielungen. Erforderlich ist sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung eine eindeutige optische oder akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuhörer (bzw. Zuseher) der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (vgl. BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck des § 43 AMD-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

Im gegenständlichen Fall werden weder am Anfang des Werbeblocks um ca. 12:53:04 Uhr noch an dessen Ende um ca. 12:54:02 Uhr eindeutige trennende Elemente ausgestrahlt, die diese Werbung von dem vorhergehenden bzw. nachfolgenden redaktionellen Programm trennen.

5. Es war daher festzustellen, dass durch den dargestellten Sachverhalt die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt wurde (Spruchpunkt 1.1.).

#### **4.2.3. Verletzung des Verbots der Unterbrechung von Gottesdiensten durch Werbung gemäß § 44 Abs. 4 AMD-G**

1. Bei den um ca. 12:45:26 Uhr und um ca. 12:47:03 Uhr ausgestrahlten Beiträgen über die Zeitschrift „allewelt“ sowie den „Missio“-Shop handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

2. Für die Tatbestandselemente von Werbung siehe oben Punkt 4.2.2. Werbung ist demnach durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit.

3. Ab ca. 12:45:26 Uhr berichtet A – im Rahmen der dargestellten und mit einer PowerPoint-Präsentation hinterlegten „missionarischen Verkündigungen“ – über eine Reportage in der Zeitschrift „allewelt“ (siehe Abbildung 2). Er preist die Zeitschrift mit qualitativ-wertenden Aussagen an und erläutert auch zugleich deren Entgeltlichkeit: *„(...) Und hat in der ‚allewelt‘ eine ganz tolle Reportage dann gebracht über die Situation der Christen in der Türkei, die dramatisch ist, liebe Schwestern und Brüder, ja. Und deshalb auch Werbung an dieser Stelle, wirklich Werbung für die ‚allewelt‘, ihr lest in der ‚allewelt‘, die man sich wirklich leisten kann, die 15 Euro im Jahr, ihr lest dort Sachen, die ihr sonst nirgends lest.“* Auch im Rahmen der dazu eingeblendeten Folie wird für die Inanspruchnahme des Abos geworben: *„Bitte abonniert unser Magazin ‚allewelt‘ – sehr günstig: 6 x im Jahr, pro Jahr nur 15 Euro, inkl. Versand.“* (siehe Abbildung 3).

Ab 12:47:03 Uhr wirbt A für den eigenen Shop: *„Und für den Shop mach‘ ich ausdrücklich Werbung. Ich hab‘ jetzt gerade neue Produkte bekommen, eben, die wir im Shop haben. Wir haben, ich weiß nicht, 500 bis 600 Artikel da drinnen. Einige stell ich immer vor.“* Dazu wird auch ein Überblick über die im Shop erhältlichen Produkte eingeblendet (siehe Abbildung 4).

Für die KommAustria besteht kein Zweifel an der werblichen Einordnung dieser beiden Spots. Dafür spricht nicht zuletzt auch, dass A selbst beide Male darauf hinweist, dass er nun Werbung mache. Damit ist auch die Erkennbarkeit als Werbung im Sinne des § 43 Abs. 1 AMD-G gegeben. Dies gilt auch für die Entgeltlichkeit der Ausstrahlung, da nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab derartige Aussagen von Fernsehveranstaltern üblicherweise nur gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung ausgestrahlt werden. Hinzu kommt weiters, dass die Zeitschrift „allewelt“ gegen Entgelt angeboten wird und der „Missio“-Shop auch der Erzielung von Einnahmen – selbst, wenn

diese dann für missionarische Zwecke verwendet werden – dient. Damit ist auch die geforderte doppelte Entgeltlichkeit gegeben. Die beiden gegenständlichen Spots sind daher als Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G zu qualifizieren.

4. Gemäß § 44 Abs. 4 AMD-G darf die Übertragung von Gottesdiensten nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

Unzweifelhaft liegt bei der verfahrensgegenständlichen Messe ein Gottesdienst im Sinne des § 44 Abs. 4 AMD-G vor, weswegen das Unterbrechungsverbot zum Tragen kommt. Die gegenständliche Werbung hätte somit nicht ausgestrahlt werden dürfen, weswegen die Bestimmung des § 44 Abs. 4 AMD-G verletzt wurde.

Soweit dagegen in der Stellungnahme vom 10.03.2022 vorgebracht wird, dass zur Übertragung der Messen seitens des Fernsehveranstalters keine Pflicht bestehe und dass es keine finanziellen oder sonstigen Zuwendungen gäbe, ist zu entgegnen, dass dies gegenständlich nicht von Bedeutung ist, werden doch durch die Übertragung der Messe deren Inhalte Bestandteil der Fernsehsendung des Vereins K.I.T. Kirche ist toll. Sie sind daher dem Verein K.I.T. Kirche ist toll zuzurechnen und haben den Anforderungen des AMD-G zu genügen.

5. Es war daher festzustellen, dass durch den dargestellten Sachverhalt die Bestimmung des § 44 Abs. 4 AMD-G verletzt wurde (Spruchpunkt 1.2.a.).

#### **4.2.4. Verletzung des Verbots der Unterbrechung von Gottesdiensten durch Teleshopping gemäß § 44 Abs. 4 AMD-G**

1. Bei den von ca. 12:47:16 Uhr bis ca. 12:48:07 Uhr ausgestrahlten Beiträgen (siehe Abbildungen 5 bis 7) handelt es sich um Teleshopping im Sinne des § 2 Z 33 AMD-G.

Ab ca. 12:47:16 Uhr werden von A einzelne Produkte (Kinderspiel, Jugendgebetbuch, Buch über Marienerscheinungen in Ruanda, Fläschchen mit Weihwasser, Weihrauch) angesprochen bzw. beschrieben, die im beworbenen Shop entgeltlich zu erwerben sind. Die Preise für die einzelnen Produkte werden dabei auf den eingblendeten Bildern angeführt. Zusätzlich findet sich auf einem dieser Bilder folgender Text: „*Unser Missio-Shop ist ‚missionarisch‘ und dient der Mission. Missio-Shop: 0043-1-513 7722 [www.missio.at/shop](http://www.missio.at/shop)“; auf allen anderen Bildern ist zumindest die Telefonnummer des Shops eingblendet.*

2. Bei diesen Darstellungen handelt es sich um Teleshopping. Für dieses ist charakteristisch, dass die Möglichkeit besteht, die allenfalls geweckte Kaufabsicht unmittelbar – also noch während des Spots – zu verwirklichen. Durch die bildliche Darstellung der Produkte und deren Beschreibung durch A sowie die Angabe der Preise verfügen die Zuseher über die notwendigen und entscheidungswesentlichen Informationen, um einen Kaufentschluss zu tätigen. Zudem wird zu allen Produkten die Telefonnummer der Bestellhotline eingblendet, weshalb dieser Kaufentschluss auch unmittelbar verwirklicht werden kann (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 19 [zu § 1a Z 9 ORF-G]; VwGH 08.09.2011, 2011/03/0028, mwN, insbesondere zur Rechtsprechung des EuGH; siehe auch BKS 13.12.2012, 611.009/0010-BKS/2012). Damit handelt es sich bei den von ca. 12:47:16 Uhr bis ca. 12:48:07 Uhr ausgestrahlten Beiträgen um Teleshopping im Sinne des § 2 Z 33 AMD-G.

3. Gemäß § 44 Abs. 4 AMD-G darf die Übertragung von Gottesdiensten – wie bereits in Zusammenhang mit Werbung (siehe oben Punkt 4.2.3) ausgeführt – nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

Wie ebenfalls bereits ausgeführt, liegt bei der verfahrensgegenständlichen Messe ein Gottesdienst im Sinne des § 44 Abs. 4 AMD-G vor, weswegen das Unterbrechungsverbot zum Tragen kommt. Das gegenständliche Teleshopping hätte somit nicht ausgestrahlt werden dürfen, weswegen die Bestimmung des § 44 Abs. 4 AMD-G verletzt wurde.

4. Es war daher festzustellen, dass durch den dargestellten Sachverhalt die Bestimmung des § 44 Abs. 4 AMD-G verletzt wurde (Spruchpunkt 1.2.b.).

### **4.3. Zu der aufgetragenen Veröffentlichung (Spruchpunkte 2. und 3.)**

Gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Mediendienstanbieter auftragen, wann, in welcher Form und in welchem Programm oder Mediendienst diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Eine Veröffentlichung nach Abs. 3 leg. cit ist jedenfalls bei der Feststellung einer Rechtsverletzung durch den Mediendienstanbieter als Medium erforderlich. Dies betrifft vor allem Fälle gesetzwidriger Programminhalte.

Der VfGH hat das Interesse der Öffentlichkeit, über Rechtsverletzungen eines Rundfunkveranstalters informiert zu werden, unterschiedslos auch im privaten Rundfunk angenommen, zumal die Veröffentlichung jedenfalls auch dem Informationsbedürfnis der Marktteilnehmer dient (vgl. VfGH 14.11.2007, 2005/04/0180). In der Regel wird die angemessene Unterrichtung der Öffentlichkeit über eine verurteilende Entscheidung der Behörde stets erforderlich sein. Nur in jenem verhältnismäßig schmalen Bereich, in dem die Entscheidung für die Öffentlichkeit ohne jedes Interesse ist, kann eine Veröffentlichung unterbleiben.

Hinsichtlich des Zeitpunktes der Veröffentlichung ist davon auszugehen, dass die Veröffentlichung als öffentlicher „contrarius actus“ zu einem vergleichbaren Zeitpunkt aufzutragen ist, um „tunlichst den gleichen Veröffentlichungswert“ zu erzielen. Nicht zwingend (aber naheliegend) ist daher eine Veröffentlichung, welche durch die Wahl der Sendezeit oder die Abrufbarkeit im Programmkatalog ein vergleichbares Publikum erreicht. Dabei sind auch mehrfache Veröffentlichungen denkbar (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 617 f).

Es war daher die Veröffentlichung im gleichen audiovisuellen Mediendienst, in der die Rechtsverletzung stattgefunden hat, anzuordnen, gegenständlich also im Kabelfernsehprogramm „KIT Kirche ist toll“ (Spruchpunkt 2. und 3.)

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (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 1.965/22-027“, 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 27. Jänner 2023

**Kommunikationsbehörde Austria**

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