

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt gemäß §§ 24 und 25 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2010, iVm § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 111/2010, fest, dass die **Arabella Privatrado GmbH** (FN 278207d beim LG Salzburg), vertreten durch die Dr. Michael Krüger Rechtsanwalt GmbH, Seilergasse 4/15, 1010 Wien, als Hörfunkveranstalterin im Versorgungsgebiet „**Stadt Salzburg 102,5 MHz**“ am 20.10.2010 die Bestimmung gemäß § 19 Abs. 3 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie
 - a. um ca. 10:21 Uhr und um ca. 10:51 Uhr ein akustisches Trennsignal zwischen Eigenwerbung und dem Beginn eines Werbeblocks gesendet hat, sowie
 - b. um ca. 10:25 Uhr das Ende eines Werbeblocks nicht eindeutig durch ein akustisches Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 26 Abs. 2 PrR-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Arabella Privatrado GmbH auf, die Spruchpunkte 1. a. und b. binnen zehn Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Arabella Privatrado GmbH ausgestrahlten Programms „Arabella Salzburg 102,5 MHz“ an einem Werktag zwischen 10:00 und 12:00 Uhr durch einen Programmansager in folgender Form verlesen zu lassen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht festgestellt:

Die Arabella Privatrado GmbH hat § 19 Abs. 3 Privatradiogesetz dadurch verletzt, dass sie am 20.10.2010 um ca. 10:21 Uhr und um 10:25 Uhr sowie um ca. 10:51 Uhr Werbung nicht eindeutig durch akustische Mittel von anderen Programmteilen getrennt hat.“

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

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 12.11.2010 übermittelte die KommAustria der Arabella Privatrado GmbH das Ergebnis einer Auswertung der am 20.10.2010 im Zeitraum von 10:00 bis 12:00 Uhr im Versorgungsgebiet „Stadt Salzburg 102,5 MHz“ gesendeten Hörfunksendung „Mehr Musik bei der Arbeit“ und räumte der Arabella Privatrado GmbH die Möglichkeit zur Stellungnahme zu den darin vermuteten Rechtsverletzungen binnen zwei Wochen ein.

Mit Schreiben vom 28.11.2010 nahm die Arabella Privatrado GmbH zu den seitens der KommAustria vermuteten Verstößen gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes Stellung. Hierbei räumte sie ein, dass am Tag der Sendebeobachtung um ca. 10:25 Uhr nach dem Ende eines Werbeblocks ein akustisches Trennsignal aus einem technischen Versehen unterblieben ist, trat aber allen anderen vermuteten Rechtsverletzungen entgegen.

Mit Schreiben vom 23.12.2010 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Verstößen gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes durch die Arabella Privatrado GmbH ein und informierte diese darin über eine auf deren Stellungnahme vom 28.11.2010 zurückgehende geänderte Beurteilung einzelner vorgehaltener Verstöße gegen die Werbebestimmungen des Privatradiogesetzes. Zugleich wurde der Arabella Privatrado GmbH neuerlich Gelegenheit zur Stellungnahme binnen drei Wochen eingeräumt.

Mit Schreiben vom 13.01.2011 nahm die Arabella Privatrado GmbH zur Einleitung eines Rechtsverletzungsverfahrens Stellung.

2. Entscheidungsrelevanter Sachverhalt

Die Arabella Privatrado GmbH ist eine zu FN 278207d beim Landesgericht Salzburg eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Salzburg. Die Arabella Privatrado GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 11.01.2006, KOA 1.414/05-001, bestätigt mit Bescheid des Bundeskommunikationssenates (BKS) vom 23.06.2006, GZ 611.096/0001-BKS/2006, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk im Versorgungsgebiet „Stadt Salzburg 102,5 MHz“.

Am 20.10.2010 strahlte die Arabella Privatrado GmbH im beobachteten Zeitraum von 10:00 bis 12:00 Uhr folgende Sendung aus:

Sendung „Mehr Musik bei der Arbeit“ zwischen 10:00 und 11:00 Uhr

Um kurz vor 10:20 Uhr war nach dem Ausklingen eines Musiktitels folgender Jingle in einem Musikbett zu hören: *„Radio Arabella, wir spielen die beste Musik aller Zeiten, den ganzen Tag. Gleich geht's weiter.“* Daraufhin ertönte um ca. 10:20 Uhr ein Trennsignal bzw. ein Pling, auf den ein weiterer Jingle für Radio Arabella sowie ein Hinweis für Arabella Webradios folgte: *„Die beste Musik aller Zeiten – Radio Arabella in Wals auf 102,5! Radio Arabella im Internet - www.arabella.at - alle Informationen rund um Radio Arabella und Webradios für jede Stimmung und jeden Geschmack, hören Sie zum Beispiel Arabella Classic Rock.“* Hierauf wurden einige kurze Sequenzen verschiedener Rocktitel gespielt. Während der letzte dieser Beispieltitel ausklang, ertönte nochmals die Wortfolge *„Arabella Classic Rock – nur im Internet auf www.arabella.at.“* Unmittelbar darauf ertönte um ca. 10:21 Uhr neuerlich ein Trennsignal bzw. ein Pling, gefolgt von einem Werbeblock. Der Werbeblock endet um ca. 10:25 Uhr mit einem Spot für Spar. Unmittelbar nach Ende des

letzten Spots erklang der nächste Musiktitel; ein akustisches Trennsignal bzw. ein Pling war zwischen dem letzten Werbespot und dem Musiktitel allerdings nicht zu hören.

Ein ähnlich gelagerter Sachverhalt wurde gegen Ende derselben Sendestunde wahrgenommen:

Nach Ende eines Musiktitels ertönte um etwa 10:50 Uhr der Jingle *„die beste Musik aller Zeiten bei der Arbeit gibt's gleich wieder – Radio Arabella, bleiben Sie dran.“* Daraufhin ertönte um kurz nach 10:50 Uhr ein akustisches Trennsignal bzw. ein Pling und es folgte ein Hinweis auf Radio Arabella im Internet: *„Radio Arabella im Internet - www.arabella.at - alle Informationen rund um Radio Arabella und Webradios für jede Stimmung und jeden Geschmack, hören Sie zum Beispiel Arabella Party.“* Hierauf wurden einige kurze Sequenzen verschiedener Partyhits gesendet. Während der letzte dieser Beispieltitel ausklang, ertönte nochmals die Wortfolge *„Arabella Party – nur im Internet auf www.arabella.at.“* Unmittelbar darauf ertönte um ca. 10:51 Uhr neuerlich ein Trennsignal bzw. ein Pling, gefolgt von einem Werbeblock. Nach Ende eines Werbespots für Aspirin C ertönte um ca. 10:55 Uhr ein akustisches Trennsignal bzw. Pling, gefolgt von einem weiteren Jingle für Radio Arabella und dem nächsten Musiktitel.

Vorbringen der Arabella Privatrado GmbH

Der ursprünglichen Qualifikation der Hinweise auf die Arabella Webradios als redaktionelle Beiträge hielt die Arabella Privatrado GmbH im Wesentlichen entgegen, dass die Absatzförderungsabsicht gegen Entgelt weiter zu interpretieren sei, als dies dem vorläufigen Rechtsverständnis der KommAustria entspreche. Jeder Aufruf eines bestimmten Portals oder jede Entnahme einer Gratiszeitung erhöhe dessen/deren Werbewert. Je höher die Reichweiten eines Mediums, desto höher die Werbetarife. Auf dem Portal der Arabella-Gruppe fände sich auch Online-Werbung (Bannerwerbung udgl.). Mittelbar diene daher die Bewerbung des Portals der Erhöhung von Werbeeinnahmen des Portalbetreibers, der Firma Radio Arabella GmbH., einem von der Arabella Privatrado GmbH formal unterschiedlichen Unternehmen. Je öfter das beworbene Portal aufgerufen werde, desto höher seien die Werbeeinnahmen der Radio Arabella GmbH aus der Online-Werbung. Ein redaktioneller Programmhinweis liege daher nicht vor, vielmehr Eigenwerbung oder kommerzielle Werbung, wenn man den Inhaber des Portals als ein vom Hörfunkveranstalter verschiedenes Unternehmen begreife. Entgeltlichkeit liege vor, weil sich die Arabella Privatrado GmbH einen Aufwand dadurch erspare, dass ihre Muttergesellschaft Radio Arabella GmbH das Portal auf eigene Kosten betreibe.

3. Beweiswürdigung

Der festgestellte Sachverhalt ergibt sich aus der von der KommAustria erstellten Aufzeichnung der am 20.10.2010 in der Zeit von 10:00 bis 12:00 Uhr im Versorgungsgebiet „Stadt Salzburg 102,5 MHz“ ausgestrahlten Sendung „Mehr Musik bei der Arbeit“, dem weiteren Vorbringen der Arabella Privatrado GmbH sowie aus dem zitierten Bescheid des BKS und dem offenen Firmenbuch.

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 Hörfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern Auswertungen von Sendungen, die

Werbung beinhalten, durchzuführen. Vermutet die KommAustria Verletzungen der Werbebestimmungen, so hat sie die Ergebnisse ihrer Auswertungen dem betroffenen Rundfunkveranstalter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG hat die KommAustria unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme bei begründetem Verdacht einer Verletzung der Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G diese von Amts wegen weiter zu verfolgen. Im vorliegenden Fall konnte die Stellungnahme der Arabella Privatradio GmbH die Bedenken der KommAustria hinsichtlich der im beobachteten Zeitraum vermuteten Werbeverstöße zunächst nicht ausräumen bzw. führte zu einer teilweise anderen Bewertung des wahrgenommenen Sachverhaltes, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 19 Abs. 3 PrR-G iVm §§ 24 und 25 PrR-G einzuleiten war, wobei der Arabella Privatradio GmbH hierzu neuerlich Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt wurde.

4.2. Zu Spruchpunkt 1.a.

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

§ 19 PrR-G lautet:

(1) Werbesendungen (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen) dürfen 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 Patronanzsendungen.

...

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

Da dem PrR-G keine gesonderte Definition des Begriffs Werbung bzw. der kommerziellen Kommunikation zu entnehmen ist, sind im Sinne der Einheitlichkeit der Rechtsordnung die Begriffsbestimmungen der in engem sachlichen und zeitlichen Zusammenhang mit dem PrR-G im Nationalrat beschlossenen Regelungen des ORF-G einerseits und des AMD-G andererseits heranzuziehen (in diesem Sinne schon zur bisherigen Rechtslage: BKS 23.6.2005, GZ 611.001/0008-BKS/2005; 26.3.2007, GZ 611.001/0013-BKS/2006).

Somit kann in diesem Zusammenhang auf die Definitionen im ORF-G zurückgegriffen werden, welches in § 1a Z 6 und Z 8 lit. a) ORF-G auch den Hörfunk mit umfasst. Unter kommerzieller (Fernseh- oder Hörfunk-)Werbung ist gemäß § 1a Z 8 lit. a) ORF-G jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufes zu verstehen, die gegen Entgelt oder ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verbindlichkeiten, gegen Entgelt zu fördern. Insofern hat sich die Begriffsdefinition im Verhältnis zu der davor in Geltung stehenden Regelung gemäß § 13 Abs. 1 ORF-G nicht geändert, weshalb hinsichtlich der Qualifikation einer Äußerung als Werbung weiterhin auf die diesbezügliche Judikatur des Bundeskommunikationssenates (BKS) und des Verwaltungsgerichtshofes (VwGH) verwiesen werden kann.

Für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung ist demnach entscheidend, ob die gegen Entgelt oder eine Gegenleistung bzw. für ein eigenes Produkt des Rundfunkveranstalters gesendete Äußerung bzw. Darstellung insgesamt geeignet ist, das bislang uninformierte oder unentschlossene Publikum für den Erwerb dieses Produkts zu gewinnen, sodass auch

auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern, geschlossen werden kann (VwGH 12.12.2007, ZI. 2005/04/0244 zu § 13 Abs 1 ORF-G; VwGH 14.11.2007, ZI. 2005/04/0167). Bei der Beurteilung sind alle Aspekte der Sendung bzw. des Sendungsteils zu berücksichtigen (EuGH 18.10.2007, C-195/06). Dieser Grundsatz ist so zu verstehen, dass eine Darstellung, die geeignet ist, eine Absatzförderung entgeltlicher Produkte, Dienstleistungen, Rechte und Verbindlichkeiten herbeizuführen, als Werbung anzusehen ist (vgl. BKS 09.03.2009, GZ 611.001/0007-BKS/2008).

Das Tatbestandsmerkmal der Entgeltlichkeit der erwähnten Produkte oder Dienstleistungen etc. ist insbesondere auch im Hinblick auf mögliche Umgehungsstrukturen zu beurteilen. Bei der Nennung von Unternehmen, die bekanntermaßen im Wirtschaftsleben tätig sind, bzw. bei Nennung von Produkten oder Dienstleistungen, die nach dem Verkehrsgebrauch zum entgeltlichen Erwerb bestimmt sind, kann vor dem Hintergrund der angeführten Rechtsprechung ohne Weiteres davon ausgegangen werden, dass der Absatz entgeltlicher Produkte, Dienstleistungen, Rechte und Verbindlichkeiten gefördert werden soll (vgl. BKS 09.03.2009, GZ 611.001/0007-BKS/2008).

Der Begriff der Eigenwerbung setzt zusätzlich zu werblich gestalteten Äußerungen das Ziel der Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen des Rundfunkveranstalters selbst gegen Entgelt voraus (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze² [2008] 62f).

Es ist der Arabella Privatrado GmbH darin zuzustimmen, dass die Entgeltlichkeit des beworbenen Produktes bzw. der beworbenen Dienstleistung nicht schon dann auszuschließen ist, wenn diese vom jeweiligen Nutzer unentgeltlich in Anspruch genommen werden können. Sofern nämlich durch die unentgeltliche Inanspruchnahme des Produktes bzw. der Dienstleistung deren jeweiliger Werbewert erhöht wird, können hierdurch vom Anbieter des Produktes bzw. der Dienstleistung mittelbar (mehr) Werbeeinnahmen lukriert werden. Bezogen auf den konkreten Fall ist somit davon auszugehen, dass die als Portalbetreiber agierende Radio Arabella GmbH., welche auch Alleineigentümerin der Arabella Privatrado GmbH ist, durch die Bewerbung der von ihr auf der Website „www.arabella.at“ bereitgestellten Webradios im Hörfunkprogramm „Arabella Salzburg 102,5 MHz“ mittelbar Werbeeinnahmen (über Bannerwerbung auf dem Webportal) lukriert. Schließlich wird durch die Inanspruchnahme der Webradios auch das Arabella-Hörfunkprogramm gefördert und dadurch dessen Werbewert erhöht.

Vor diesem Hintergrund ist das Vorliegen von (Eigen-)Werbung zu bejahen, da mit den gegenständlichen Einspielungen sowohl das eigene Hörfunkprogramm als auch das Angebot auf der von der Muttergesellschaft bereitgestellten Website gefördert wird, und durch die damit bewirkte Einnahme von Werbeerlösen eine (zumindest mittelbare) Entgeltlichkeit der beworbenen Produkte gegeben ist.

Hieraus resultiert jedoch auch, dass zwischen den als (Eigen-) Werbung zu qualifizierenden Hinweisen auf die Webradios und den nachfolgenden klassischen Werbespots kein Trennsignal hätte gesendet werden dürfen. Somit erweisen sich die um ca. 10:21 Uhr sowie um ca. 10:51 Uhr gesendeten Trennsignale als rechtswidrig.

Nach ständiger Judikatur des Bundeskommunikationssenates ist der „*primäre Schutzzweck des Trennungsgebotes, den Konsumenten in die Lage zu versetzen, den eigentlichen Zweck der Ausstrahlung zu kennen und die im Rahmen der Werbung wiedergegebenen Informationen mit entsprechender „Vorsicht“ wahrzunehmen, so er dies überhaupt wünscht*“ (vgl. BKS 24.09.2007, 611.001/0002-BKS/2007). Mit anderen Worten sollen also Verwechslungen des redaktionellen Programms mit Werbung hintan gehalten werden (BKS 26.03.2007, 611.001/0013-BKS/2006; BKS 24.09.2007, 611.001/0002-BKS/2007; BKS 20.10.2008, 611.009/0012-BKS/2008 zum ORF-G).

Ein durchschnittlich aufmerksamer Zuschauer hätte allerdings aufgrund der nach Ende der Jingles und der Hinweise auf die Arabella Webradios um ca. 10:21 Uhr sowie um kurz nach 10:51 Uhr ertönenden Trennsignale bzw. Plings annehmen dürfen, dass daraufhin redaktionelles Programm folgt, was jedoch nicht der Fall war; vielmehr folgte ein klassischer Werbeblock. Auch ein an der falschen Stelle gesetztes Trennsignal ist somit geeignet, den mit dem Trennungsgebot intendierten Schutzzweck zu unterlaufen.

Es war somit die Verletzung des Trennungsgrundsatzes gemäß § 19 Abs. 3 PrR-G festzustellen, da die Arabella Privatrado GmbH in diesem Zusammenhang keine weiteren Trennsignale im Anschluss an die Hinweise auf die Arabella Webradios und vor Beginn der darauffolgenden Werbeblocks um ca. 10:21 Uhr und um ca. 10:51 Uhr hätte senden dürfen (vgl. Spruchpunkt 1.a.)

4.3. Zu Spruchpunkt 1.b.

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

§ 19 PrR-G lautet:

(1) Werbesendungen (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen) dürfen 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 Patronanzsendungen.

...

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

Unmittelbar nach Ende des letzten Spots des zuvor ausgestrahlten Werbeblocks erklingt um ca. 10:25 Uhr der nächste Musiktitel, ohne dass ein akustisches Trennsignal bzw. ein Pling zwischen dem letzten Werbespot und dem Musiktitel gesendet wurde.

Wie der Bundeskommunikationssenat bereits mehrfach erkannt hat, soll der Zuhörer durch das akustische Trennzeichen am Beginn und am Ende einer Werbeeinschaltung auch in die Lage versetzt werden, Werbung nicht aufmerksam verfolgen zu müssen, wenn er dies nicht wünscht. § 19 Abs. 3 PrR-G erfordert daher sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung eine akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der folgenden Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuhörer der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird. Bei Fehlen eines Trennzeichens am Ende des Werbeblocks wäre der Hörer gezwungen, zumindest oberflächlich den Werbeblock zu verfolgen, um die Fortsetzung der ihn interessierenden Sendung nicht zu versäumen (BKS 26.03.2007, 611.001/0001-BKS/2006; BKS 10.12.2007, 611.001/0012-BKS/2007; VwGH 07.09.2009, 2008/04/0013; BKS 28.09.2009, 611.070/0002-BKS/2009).

In diesem Zusammenhang räumte die Arabella Privatrado GmbH im Rahmen ihrer Stellungnahme vom 28.11.2010 ein, aus einem technischen Versehen ein akustisches Trennsignal unterlassen zu haben und trat insoweit dem seitens der KommAustria vermuteten Werbeverstoß nicht entgegen.

4.4. Zu Spruchpunkt 2.

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 26 PrR-G und die zur gleichlautenden Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G ergangene Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofes (vgl. VfSlg. 12.497/1990) und des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. VwGH 15.09.2004, Zl. 2003/04/0045; vgl. auch BKS 24.09.2007, 611.001/0009-BKS/2007). Die Verpflichtung zur Erbringung eines Nachweises über die Veröffentlichung stützt sich auf § 22 Abs. 1 PrR-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, Zl. 2006/04/0204).

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Arabella Privatrado GmbH auf, die Spruchpunkte 1.a. und 1.b. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen zehn Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides im Rahmen des von der Arabella Privatrado GmbH ausgestrahlten Programms an einem Werktag zwischen 10:00 und 12:00 Uhr durch einen Programmansager verlesen zu lassen. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellten Rechtsverletzungen in diesem Zeitrahmen erfolgten, sodass es schon aus diesem Grunde geboten erscheint, die Entscheidung der KommAustria zu eben dieser Zeit zu veröffentlichen. Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

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

Wien, am 5. April 2011

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Ogris
(Vorsitzender)

Zustellverfügung:

Arabella Privatrado GmbH, z.Hd. Dr. Michael Krüger Rechtsanwalt GmbH, Seilergasse 4/15, 1010 Wien, per **RSb**