



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2025, iVm mit §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 50/2025, fest, dass der ORF im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ durch die Darstellung des Preises des Gewinnspiels „Ö3 Ski-Karaoke“ in Verbindung mit zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaften

- a. am 18.11.2024 um ca. 07:15:47 Uhr,
- b. am 19.11.2024 um ca. 09:43:12 Uhr und um ca. 15:15:01 Uhr,
- c. am 20.11.2024 um ca. 06:42:38 Uhr, um ca. 11:18:33 Uhr und um ca. 14:16:57 Uhr,
- d. am 21.11.2024 um ca. 07:16:34 Uhr und um ca. 16:43:16 Uhr, sowie
- e. am 22.11.2024 um ca. 07:44:52 Uhr, um ca. 09:45:10 Uhr und um ca. 12:41:31 Uhr

jeweils die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G verletzt hat, wonach Produktplatzierung enthaltende Sendungen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern dürfen.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ an vier Tagen (Montag bis Freitag) derselben Woche jeweils einmal zwischen 06:00 und 09:00 Uhr und jeweils einmal zwischen 12:00 und 17:00 Uhr sowie an drei dieser Tage zudem jeweils einmal zwischen 09:00 und 12:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung zu veröffentlichen:

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

Der ORF hat am 18., 19., 20., 21. und 22.11.2024 im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ den Preis des Gewinnspiels „Ö3 Ski-Karaoke“ in einer werblichen Weise dargestellt. Damit hat dieser gegen die Bestimmung des ORF-Gesetzes, wonach Produktplatzierung

enthaltende Sendungen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern dürfen, verstoßen.

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

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des ORF-G zur kommerziellen Kommunikation wurden unter anderem Auswertungen der im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ vom 18.11.2024, 00:00 Uhr, bis zum 22.11.2024, 24:00 Uhr, ausgestrahlten Sendungen vorgenommen.

Aufgrund des begründeten Verdachts der Verletzung der Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G wurde von der KommAustria mit Schreiben vom 16.12.2024 ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und der ORF zur Stellungnahme aufgefordert.

Mit Schreiben vom 15.01.2025 nahm der ORF Stellung und führte im Wesentlichen aus, richtig sei, dass im beobachteten Zeitraum im Hörfunkprogramm „Ö3“ das Gewinnspiel „Das Ö3 Ski-Karaoke“ veranstaltet worden sei, wobei die Urlaubsregion Schladming Dachstein den Gewinnspielpreis zur Verfügung gestellt habe. Richtig sei weiters, dass der Kooperationspartner in den genannten Einspielern als Zurverfügungsteller genannt werde. Die inkriminierten Inhalte seien als Produktplatzierung zu qualifizieren, die die Grenze zur Werblichkeit nicht überschreite. So werde an keiner Stelle zum Kauf aufgefordert oder seien sonstige zur Absatzförderung geeignete Formulierungen enthalten. Ebenso wenig erfolge bei der Beschreibung des Preises eine zu starke Herausstellung.

Bei der gewählten Darstellung in den Einspielern handle es sich ausschließlich um eine neutrale Aufzählung von Fakten, die über den Umfang des jeweiligen Preises informiere. Um zu gewährleisten, dass in der Livesituation on-air keine überschießenden Formulierungen passieren, seien die Preisbeschreibungen vorab getextet und vorproduziert worden. Dabei seien die Fakten mit verbindenden Worten ergänzt worden. Man gehe davon aus, dass es das ORF-G nicht verbiete, in vollständigen und verständlichen Sätzen zu kommunizieren. Ganz bewusst seien auf Grund sonstiger werberechtlicher Bestimmungen neutrale Sprecher für die Präsentation herangezogen worden. Die KommAustria irre, wenn sie in der grundsätzlichen Ausstrahlung eines Einspielers einen Werbespot erkennen will. Die vorproduzierten Einspieler seien durchgehend und deutlich wahrnehmbar mit der für dieses Gewinnspiel typischen Ziehharmonika-Musik und weiteren passenden Soundeffekten unterlegt. Gemeinsam mit der jeweiligen konkreten Einbettung durch die Moderation sei gewährleistet, dass ein durchschnittliches, aufmerksames Publikum an dieser Stelle keinesfalls den Eindruck eines klassischen Werbespots gewinnen könne. Es liege daher keine Werbung, sondern Produktplatzierung im Sinne von § 16 ORF-G vor, wobei die Grenzen zulässiger Produktplatzierung nicht überschritten und die Sendestunden gesetzeskonform gekennzeichnet seien.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zum Gewinnspiel „Ö3 Ski-Karaoke“

Im Zeitraum von 18.11.2024, 00:00 Uhr, bis zum 22.11.2024, 24:00 Uhr, werden mehrere Ausgaben des Gewinnspiels „Ö3 Ski-Karaoke“ ausgestrahlt. Als Preis zu gewinnen ist dabei ein Skiurlaub für vier Personen mit Unterkunft für sieben Tage und Skipässen für sechs Tage.

Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Gewinnspiel ist eine Online-Anmeldung auf der Website von „Ö3“ unter Bekanntgabe eines Musikstücks. Wird eine Teilnehmerin oder ein Teilnehmer in der Folge angerufen, muss sie bzw. er dieses Musikstück am Telefon vorsingen.

Der Ablauf der Ausspielung des Gewinns läuft dabei nach folgendem Schema ab: Am Beginn der jeweiligen Sendestunde wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. In der Folge wird während dieser Sendestunde einmalig das Gewinnspiel von den Sendungsmoderatorinnen bzw. -moderatoren anmoderiert und nach der Einspielung der mit Ziehharmonika-Musik unterlegten Signation „*Das Ö3-Ski Karaoke. Juhu! Sing für deinen Urlaub*“ eine Teilnehmerin bzw. ein Teilnehmer angerufen. Wenn diese bzw. dieser das angegebene Musikstück tatsächlich vorsingt, gratulieren die Moderatorinnen bzw. Moderatoren zum Gewinn.

Darauf folgt die Darstellung des Gewinnspielpreises durch Einspielungen, die von eigenen Sprecherinnen bzw. Sprechern gesprochen werden. Während diesen Einspielungen sowie kurz davor und kurz danach ist zudem ein spezielles Musikbett zu hören, das aus Ziehharmonika-Musik sowie während der Einspielungen den gesprochenen Text unterstreichenden Geräuschen wie etwa dem Einschenken einer Flüssigkeit oder dem Muhen einer Kuh besteht. Die Einspielungen dauern jeweils ca. 25 Sekunden.

Am Ende der jeweiligen Sendestunde wird wiederum ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt.

Der Gewinnspielpreis wird von der Urlaubsregion Schladming-Dachstein zur Verfügung gestellt.

2.2. Gewinnspiel „Ö3 Ski Karaoke“ am 18.11.2024

Am 18.11.2024 wird um ca. 07:06:38 Uhr ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Wecker“.

Um ca. 07:14:11 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels wird um ca. 07:15:10 Uhr ein Gewinnspielteilnehmer angerufen. Nachdem dieser das Spiel gewonnen hat, erklärt die Moderatorin um ca. 07:15:45 Uhr „*Patrick, du weißt, was das jetzt heißt.*“ Unmittelbar darauf folgt um ca. 07:15:47 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „*Eine Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein gehören dir. Das ‚Thalers Mariandl‘ inmitten von Schladming-Rohrmoos ist direkt am Einstieg zur Vier-Berge-Skischaukel.*“

Sprecherin: „Und ... Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé sind auch mit dabei. Und wenn ihr nicht nur alpin unterwegs sein möchtet, könnt ihr auch mal in Ramsau am Dachstein Langlaufen gehen.“

Unmittelbar darauf ist um ca. 07:16:10 Uhr wieder der angerufene Gewinner zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 07:58:27 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2.3. Gewinnspiel „Ö3 Ski Karaoke“ am 19.11.2024

1. Am 19.11.2024 wird um ca. 09:06:11 Uhr ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musikvormittag“.

Um ca. 09:42:10 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels wird um ca. 09:42:47 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, folgt unmittelbar darauf um ca. 09:43:12 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „Du hast gewonnen. Eine Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein. Das Vier-Sterne-Hotel ‚Pichlmayrgut‘ ist direkt gegenüber dem Hausberg Reiteralp. Entspannen könnt ihr in der hauseigenen Saunalandchaft.“

Sprecherin: „Und klar: Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé gibt’s auch. Fürs Skifahren oder Boarden, zum Beispiel im Superpark Planai.“

Unmittelbar anschließend um ca. 09:43:35 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 09:57:34 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2. Um ca. 15:02:36 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musiknachmittag“.

Um ca. 15:13:17 Uhr fährt der Moderator der Sendung nach dem Musikstück „Alright“ fort: „Das wird nicht nur alright, das wird mega, die Sonne wird scheinen, der Schnee wird glitzern und du mit deinen drei besten Freunden, oder der Familie, ganz wie ... wie auch immer, ihr macht’s Skiurlaub, auf unsere Kosten.“

Es folgt um ca. 15:13:24 Uhr die Signation des Gewinnspiels und eine weitere Anmoderation. Um ca. 15:14:18 Uhr wird eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, folgt unmittelbar darauf um ca. 15:15:01 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: *„Glückwunsch zu einer Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein. Habt viel Spaß in ‚Thalers Mariandl‘. Yoga-Raum, Massage und Saunalandschaft warten dort auf euch.“*

Sprecherin: *„Plus: Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé. Und vielleicht gönnt ihr euch mal eine entspannte Pferdeschlittenrunde durch die verschneite Ramsau.“*

Unmittelbar anschließend um ca. 15:15:22 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 15:54:29 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2.4. Gewinnspiel „Ö3 Ski Karaoke“ am 20.11.2024

1. Am 20.11.2024 wird um ca. 06:05:39 Uhr ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Wecker“.

Um ca. 06:41:03 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 06:42:01 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, erklärt die Moderatorin um ca. 06:42:35 Uhr *„Wirklich, wirklich, wirklich. Und hör mal kurz zu, das ist dein Gewinn“*. Um ca. 06:42:38 Uhr folgt ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: *„Gewonnen, und zwar: Eine Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein. Für euch vier geht’s ins Vier-Sterne-Hotel ‚Pichlmayrgut‘. Dem Hoteldorf gegenüber der Reiteralm, mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft.“*

Während dieses letzten Satzteils ist das Einschenken einer Flüssigkeit und das Muhen einer Kuh zu hören.

Sprecherin: *„Das Ganze inklusive Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé. Gemeinsam mit einer anderen Skigruppe sitzt ihr vielleicht schon bald in der neuen Kaiblinggrat-Achtersesselbahn am Weg auf die Piste.“*

Unmittelbar anschließend um ca. 06:43:06 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören. Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 06:56:57 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2. Um ca. 11:03:20 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musikvormittag“.

Um ca. 11:17:01 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 11:17:51 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, erklärt die

Moderatorin um ca. 11:18:31 Uhr „Dann hör dir mal an, was du gewinnst“. Um ca. 11:18:33 Uhr folgt ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „*Gratulation zu einer Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein. Ski-In, Ski-Out, direkter Blick auf die Schladminger Tauern und noch viel mehr Goodies gibt's für euch in eurem Hotel ‚Thalers Mariandl‘.*“

Sprecherin: „*Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé habt ihr auch fix in der Tasche. Auch für Kids ist was dabei, zum Beispiel das Winter-Kinderland auf der Planai.*“

Unmittelbar anschließend um ca. 11:18:56 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 11:57:11 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

3. Um ca. 14:02:52 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musiknachmittag“.

Um ca. 14:16:03 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 14:16:30 Uhr ein Gewinnspielteilnehmer angerufen. Nachdem dieser das Spiel gewonnen hat, erklärt die Moderatorin um ca. 14:16:52 Uhr „*Ich sag: Willkommen beim Ö3-Ski-Karaoke, Georg. Und das ist Dein Preis, hör mal kurz zu*“. Um ca. 14:16:57 Uhr folgt ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler:

Sprecher: „*Gratulation zu einer Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein. Ihr wohnt im Vier-Sterne-Hotel ‚Das bleibt – Alpine Suites‘ inklusive privater Zirbensauna auf eurer Loggia.*“

Sprecherin: „*Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé sind auch inkludiert. 123 Pistenkilometer innerhalb der Vier-Berge-Ski-Schaukel inklusive der drei Kilometer lange Nachtpiste der Hochwurzen warten schon auf euch.*“

Unmittelbar anschließend um ca. 14:17:24 Uhr ist wieder der angerufene Gewinner zu hören. Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 14:56:13 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2.5. Gewinnspiel „Ö3 Ski Karaoke“ am 21.11.2024

1. Am 21.11.2024 wird um ca. 07:08:32 Uhr ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Wecker“.

Um ca. 07:14:44 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 07:16:00 Uhr ein Gewinnspielteilnehmer angerufen. Nachdem dieser das Spiel gewonnen hat, folgt um ca. 07:16:34 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „Eine Woche Ski-Urlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein gehört dir bzw. euch, euch vier. Das Vier-Sterne-Hotel ‚Das bleibt – Alpine Suites‘ richtet schon eure Zimmer her. Eine private Zirbensauna auf der Loggia und ein eigener Concierge-Service warten schon.“

Sprecherin: „Obendrauf gibt es Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé. Und wem das nicht reicht, der kann am Huttachersee mit Blick auf den Grimming auch eine Runde Eislaufen gehen.“

Unmittelbar anschließend um ca. 07:17:04 Uhr ist wieder der angerufene Gewinner zu hören. Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 07:56:34 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2. Um ca. 16:03:20 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musiknachmittag“.

Um ca. 16:41:41 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 16:42:44 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, folgt um ca. 16:43:16 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „Ja, es stimmt. Eine Woche Ski-Urlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein ist hiermit gebucht. Und von der hoteleigenen Sauna im ‚Thalers Mariandl‘ habt ihr direkten Blick in die Berge. Family & Friends aller Generationen welcome.“

Sprecherin: „Was packen wir dazu? Sechs-Tages-Skipässe für Ski Amadé. Ab in die Vier-Berge-Skischaukel. Und wer's luftig mag, schaut mal auf den Skywalk des Dachsteingletschers.“

Unmittelbar anschließend um ca. 16:43:42 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 16:55:06 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

2.6. Gewinnspiel „Ö3 Ski Karaoke“ am 22.11.2024

1. Am 22.11.2024 wird um ca. 07:07:10 Uhr ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Wecker“.

Um ca. 07:44:00 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 07:44:23 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, folgt um ca. 07:44:52 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecherin: „Congrats zu einer Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein.“ Sprecher: „Wo wohnt ihr?“ Sprecherin: „In ‚Thalers Mariandl‘“ Sprecher: „Was gibt's dort?“ Sprecherin: „Ski-In, Ski-Out. Direkt an der Piste. Yoga, Massage, Sauna.“

Sprecher: „Wo genau ist das?“ Sprecherin: „In Schladming-Rohrmoos, nahe der Planai, wo auch das Night-Race stattfindet.“ Sprecher: „Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé bedeuten...?“ Sprecherin: „Jede Menge Pistenspaßinklusive.“ Sprecher: „Danach könnt ihr relaxen beim Winterwandern am Fuße des Grimmings.“

Unmittelbar anschließend um ca. 07:45:21 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 07:59:58 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbespot.

2. Um ca. 09:06:38 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Musikvormittag“.

Um ca. 09:43:49 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 09:44:42 Uhr eine Gewinnspielteilnehmerin angerufen. Nachdem diese das Spiel gewonnen hat, erklärt die Moderatorin um ca. 09:45:09 Uhr „Du hast super großartig mitgesungen, das heißt, dieser Preis geht an Dich“. Um ca. 09:45:10 Uhr folgt ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „Ja, richtig gehört. Eine Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein wartet auf euch. Das Vier-Sterne-Hotel ‚Das bleibt – Alpine Suites‘ bietet euch unter anderem eine private Zirbensauna direkt auf eurer Loggia.“

Sprecherin: „Und dazu gibt es Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé. Wie wär’s dort mal mit einem Besuch der ‚Treppe ins Nichts‘? Der Blick auf das gesamte Bergpanorama lohnt sich.“

Unmittelbar anschließend um ca. 09:45:38 Uhr ist wieder die angerufene Gewinnerin zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 09:56:02 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

3. Um ca. 12:08:14 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt die Sendung „Ö3 Countdown ins Wochenende“.

Um ca. 12:40:35 Uhr wird das „Ö3 Ski-Karaoke“ anmoderiert und nach Einspielung der Signation des Gewinnspiels und weiterer Moderation wird um ca. 12:40:53 Uhr ein Gewinnspielteilnehmer angerufen. Nachdem dieser das Spiel gewonnen hat, folgt um ca. 12:41:31 Uhr ein mit Ziehharmonika-Musik unterlegter Einspieler.

Sprecher: „Kein Witz, eine Woche Skiurlaub für vier in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein gehören dir. Im Vier-Sterne-Hotel ‚Pichlmayrgut‘ könnt ihr bei einem mehrgängigen Wahlmenü mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft so richtig schlemmen.“

Sprecherin: „Und Sechs-Tages-Skipässe für Ski-Amadé gibt's natürlich auch. Ab in die Vier-Berge-Ski-Schaukel. Hauser-Kaibling, Planai, Reiteralp oder Hochwurzen. It's up to you.“

Unmittelbar anschließend um ca. 12:41:57 Uhr ist wieder der angerufene Gewinner zu hören.

Weder vor noch nach der Einspielung sind Trennmittel gesetzt.

Um ca. 12:56:10 Uhr wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt. Es folgt ein akustisches Trennmittel („Pling“) und ein Werbeblock.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den von 18.11.2024 bis 22.11.2024 im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ des ORF ausgestrahlten Inhalten ergeben sich aus der Einsichtnahme in die amtswegig hergestellten Aufzeichnungen der ausgestrahlten Sendungen.

Die Feststellungen zum Ablauf des Gewinnspiels „Ö3 Ski-Karaoke“ ergeben sich ebenfalls aus der Einsichtnahme in diese Aufzeichnungen.

Die Feststellung, dass der Gewinnspielpreis von der Urlaubsregion Schladming-Dachstein zur Verfügung gestellt wurde, ergibt sich aus dem Vorbringen des ORF in seiner Stellungnahme vom 15.01.2025.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

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

Gegenständlich hat die Auswertung der Aufzeichnungen der von 18.11.2024 bis 22.11.2024 im bundesweiten Hörfunkprogramm „Ö3“ ausgestrahlten Sendungen den begründeten Verdacht der Verletzung der Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G ergeben, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35 bis 37 ORF-G einzuleiten und dem ORF Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben war.

Die Entscheidung der KommAustria besteht gemäß § 37 Abs. 1 ORF-G in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.

4.2. Anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

[...]

5. „Sendung“

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

[...]

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

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

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

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

[...]

8. „Fernseh- oder Hörfunkwerbung (Werbung)“

a) 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 oder

b) jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gesendet wird;

[...]

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

[...].“

§ 14 ORF-G lautet auszugsweise:

„Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten

§ 14. (1) Werbung muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Sie ist durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.

[...].“

§ 16 ORF-G lautet auszugsweise:

„Produktplatzierung

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

[...]

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

[...]

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

[...]

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 im Falle von Unterbrechungen gemäß § 15 bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.

[...].“

4.3. Verletzung des „Werbeverbots“ bei Produktplatzierungen (§ 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G)

1. Bei den im Sachverhalt beschriebenen elf Darstellungen der Preise des Gewinnspiels „Ö3 Ski-Karaoke“ (in der Folge: Preisdarstellungen) handelt es sich um Produktplatzierungen. Da diese jeweils mit zusätzlichen werblichen Botschaften verbunden sind, handelt es sich dabei um eine nach § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G unzulässige Einbeziehung.

2. Nach § 1a Z 10 ORF-G ist Produktplatzierung jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen.

2.1. Bei der Produktplatzierung werden demnach der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert, wobei es um deren werbewirksame Platzierung in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt erst dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Konsumenten das dargestellte Produkt oder die dargestellte Dienstleistung als Marke bekannt ist (vgl. Verwaltungsgerichtshof [VwGH] 26.07.2007, VwSlg 17.247 A/2007).

Auch der Produktplatzierung als einer Form der kommerziellen Kommunikation ist die Absicht der Absatzförderung 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 oder darauf Bezug genommen wird, so dass diese – wie das ORF-G in Übereinstimmung mit Art. 1 Abs. 1 lit. m AVMD-RL formuliert – *„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“*. Der Unterschied zwischen Werbung und Produktplatzierung liegt demnach in der Art der Präsentation des Produktes im Medium, hinsichtlich dessen in jedem Fall eine Absatzförderung beabsichtigt ist. Bei der Produktplatzierung findet – im Rahmen von Fernsehsendungen – eine bloße Zurschaustellung des Produktes durch Einbeziehung oder Bezugnahme darauf in der Sendung statt (VwGH 13.03.2024, Ra 2022/03/0300, mwN). Dementsprechend hat sich die Produktplatzierung bei Hörfunksendungen auf relativ neutral gehaltene akustische Bezugnahmen und Hinweise auf das betreffende Produkt zu beschränken, während im Rahmen von Werbung diese „Neutralität“ der Darstellung nicht mehr gegeben ist (VwGH 18.09.2013, 2012/03/0162).

Die Grenzen von Produktplatzierung und Werbung können allerdings im Einzelfall verschwimmen, etwa, wenn die Bewerbung eines Produkts in eine Handlung gekleidet wird, gleichzeitig aber das alleinige oder zumindest vorrangige Ziel der Bewerbung verfolgt wird. Auch in solchen Fällen wird daher von Werbung auszugehen sein. Mag demnach die Absicht der Absatzförderung sowohl der Werbung als auch der Produktplatzierung immanent sein, so liegt ein Unterschied zwischen diesen beiden Formen der kommerziellen Kommunikation darin, dass mit der Werbung das alleinige oder zumindest vorrangige Ziel der Absatzförderung verfolgt wird, während dies bei Produktplatzierung nicht der Fall ist. Dort ist die Absatzförderung ein (wenn auch beabsichtigter Nebeneffekt) des Einbaus des Produktes in eine gezeigte Handlung (VwGH 13.03.2024, Ra 2022/03/0300 mwN).

Wendet man diese Grundsätze auf die gegenständlichen Preisdarstellungen an, so ist festzuhalten, dass diese offensichtlich nicht nur den Zweck haben, den Hörerinnen und Hörern des gegenständlichen Hörfunkprogramms den Preis und damit die von der Preisdarstellung umfassten Leistungen der Urlaubsregion Schladming-Dachstein vorzustellen, sondern auch, die Hörerinnen und Hörer zur Teilnahme am im Hörfunkprogramm veranstalteten Gewinnspiel und damit zum Konsum des Hörfunkprogramm selbst zu veranlassen. Damit erfüllen diese eine Doppelfunktion, nämlich einerseits, die Hörerinnen und Hörer an das gegenständliche Hörfunkprogramm, in dem das Gewinnspiel stattfindet, zu binden, und andererseits, diesen die Leistungen der Urlaubsregion Schladming-Dachstein näher zu bringen. Gegenständlich ist daher die Absatzförderung der Dienstleistungen der Urlaubsregion Schladming-Dachstein nicht das alleinige oder vorrangige Ziel der Preisdarstellungen, aber jedenfalls ein – der Produktplatzierung im Sinne der dargestellten Rechtsprechung immanenter – Nebeneffekt derselben.

Entgegen der von der KommAustria im Einleitungsschreiben vom 16.12.2024 vertretenen Rechtsansicht handelt es sich damit gegenständlich, wie vom ORF in seiner Stellungnahme vom 15.01.2025 ausgeführt, bei den gegenständlichen Preisdarstellungen um Produktplatzierung im Sinne des § 1a Z 10 ORF-G. Die Einbeziehung in die Handlung der Sendung erfolgt dabei durch die Nennung der Urlaubsregion Schladming-Dachstein im Rahmen der im Sachverhalt angeführten Preisdarstellungen.

2.2. Weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit, dass also irgendjemand irgendwann an irgendjemanden irgendein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung geleistet hat. Für die Beurteilung des Merkmals der Entgeltlichkeit bei einer Produktplatzierung im Sinne des ORF-G ist grundsätzlich von einem üblichen Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173; 28.02.2014, 2012/03/0019).

Gegenständlich ist davon auszugehen, dass ein Hörfunkveranstalter eine derartige Einbeziehung üblicherweise nur gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vornimmt. Damit ist nach dem objektiven Maßstab auch das Erfordernis der Entgeltlichkeit der Ausstrahlung gegeben.

3. Nach § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G dürfen Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

Das Erfordernis einer „unmittelbaren Kaufaufforderung“ erfordert dabei nach der Rechtsprechung des VwGH nicht unbedingt eine ausdrücklich ausgesprochene Aufforderung zum Erwerb des platzierten Produkts. Im Unterschied zu einem mittelbaren Kaufanreiz, der schon aus dem Einbau des einem Auftraggeber zuordenbaren Produkts in die Handlung einer Sendung resultieren kann, liegt eine unmittelbare Kaufaufforderung vielmehr auch dann vor, wenn das Produkt nicht bloß in der Sendung vorkommt, sondern auch noch speziell verkaufsfördernd präsentiert wird. Während also die bloße Einbeziehung von Produkten, Dienstleistungen oder Marken oder die bloße Bezugnahme darauf keine unmittelbare Aufforderung zu Kauf, Miete bzw. Pacht im Sinne des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G darstellt, ist eine Einbeziehung und Bezugnahme dann unzulässig, wenn sie mit einer zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaft verbunden wird. Dies können insbesondere direkte oder indirekte Ermunterungen zum Kauf, Werbeclaims, Preis- und Verfügbarkeitsinformationen, explizite oder implizite Hinweise auf positive Eigenschaften oder

Vorzüge, mit dem Produkt verbundene Slogans und explizite oder implizite Befürwortungen sein (vgl. VwGH 13.03.2024, Ra 2022/03/0300 mwN).

§ 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G normiert damit ein „Werbeverbot“ für Sendungen, die Produktplatzierung enthalten (so *Kassai/Kogler*, Produktplatzierung: Der Trojaner des Kommerzes, K&R 2008, 8).

Bei den im Sachverhalt angeführten Einspielungen ist das Vorliegen von zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaften bereits aus der strukturellen Konstruktion der Preisdarstellungen angelegt. So beschreiben diese nicht nur die beiden zu gewinnenden Leistungen – einen Sieben-Tage-Aufenthalt in bestimmten 4-Sterne-Hotels sowie Sechstages-Skipässe für vier Personen –, sondern enthalten für beide Leistungen weiterführende Ausführungen. Jedenfalls aber enthalten diese Ausführungen explizite Hinweise auf positive Eigenschaften oder Vorzüge, und zwar:

der Urlaubsregion Schladming-Dachstein („wenn ihr nicht nur alpin unterwegs sein möchtet, könnt ihr auch mal in Ramsau am Dachstein Langlaufen gehen“, „Fürs Skifahren oder Boarden, zum Beispiel im Superpark Planai.“, „Und vielleicht gönnt ihr euch mal entspannte Pferdeschlittenrunde durch die verschneite Ramsau“, „vielleicht schon bald in der neuen Kaiblinggrat-Achtersesselbahn am Weg auf die Piste“, „Auch für Kids ist was dabei, zum Beispiel das Winter-Kinderland auf der Planai.“, „123 Pistenkilometer innerhalb der Vier-Berge-Ski-Schaukel inklusive der drei Kilometer lange Nachtpiste der Hochwurzen warten schon auf euch.“, „Und wem das nicht reicht, der kann am Huttachersee mit Blick auf den Grimming auch eine Runde Eislaufen gehen“, „Ab in die Vier-Berge-Skischaukel. Und wer’s luftig mag, schaut mal auf den Skywalk des Dachsteingletschers“, „nahe der Planai, wo auch das Night-Race stattfindet“, „Jede Menge Pistenspaß inklusive. [...] Danach könnt ihr relaxen beim Winterwandern am Fuße des Grimblings“, „Wie wär’s dort mal mit einem Besuch der ‚Treppe ins Nichts‘? Der Blick auf das gesamte Bergpanorama lohnt sich“)

sowie der in dieser Urlaubsregion gelegenen Hotels:

„Thalers Mariandl“ („direkt am Einstieg zur Vier-Berge-Skischaukel“, „Habt viel Spaß in ‚Thalers Mariandl‘ Yoga-Raum, Massage und Saunalandschaft warten auf Euch“, „Ski-In, Ski-Out, direkter Blick auf die Schladminger Tauern und noch viel mehr Goodies gibt’s für euch in ‚Thalers Mariandl‘“, „Und von der hoteleigenen Sauna im ‚Thalers Mariandl‘ habt ihr direkten Blick in die Berge. Family & Friends aller Generationen welcome“, „Ski-In, Ski-Out, direkt an der Piste. Yoga, Massage, Sauna“),

„Pichlmayrgut“ („direkt gegenüber dem Hausberg Reiteralm. Entspannen könnt ihr in der hauseigenen Saunalandschaft“, ins Vier-Sterne Hotel ‚Pichlmayrgut‘. Dem Hoteldorf gegenüber der Reiteralm, mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft“, „ Im Vier-Sterne-Hotel ‚Pichlmayrgut‘ könnt ihr bei einem mehrgängigen Wahlmenü mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft so richtig schlemmen“) und

„Das bleibt – Alpine Suites“ („im Vier-Sterne-Hotel ‚Das bleibt-Alpine Suites‘ inklusive privater Zirbensauna auf eurer Loggia“, „Das Vier-Sterne-Hotel ‚Das bleibt – Alpine Suites‘ richtet schon eure Zimmer her. Eine private Zirbensauna auf der Loggia und ein eigener Concierge-Service warten schon.“, Das Vier-Sterne-Hotel Das bleibt – Alpine Suites‘ bietet euch unter anderem eine private Zirbensauna direkt auf eurer Loggia.“).

Hinzu kommt, dass im Beobachtungszeitraum elf verschiedene Einspielungen mit einer Dauer von jeweils ca. 25 Sekunden ausgestrahlt werden und damit das Leistungsangebot der Urlaubsregion Schladming-Dachstein einschließlich der in dieser belegenen Hotels nicht nur in der einzelnen Einspielung, sondern auch über den Zeitraum einer Woche hinweg mit den verschiedensten Aspekten und damit umfassend und erkennbar auf verschiedene Zielgruppen (etwa: „*Family & Friends aller Generationen*“; „*Auch für Kids ist was dabei, zum Beispiel das Winter-Kinderland*“ oder „*Fürs Skifahren oder Boarden, zum Beispiel im Superpark Planai*“, „*eine Runde Eislaufen gehen*“, „*[...] schaut mal auf den Skywalk des Dachsteingletschers*“) abstellend dargestellt wird. Auch dadurch wird die Grenze zur Werblichkeit im Sinne des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G überschritten (vgl. VwGH 18.09.2013, 2012/03/0162).

4. Soweit der ORF dagegen in seiner Stellungnahme vom 15.01.2025 im Wesentlichen vorbringt, die Preisdarstellungen überschritten die Grenze zur Werblichkeit nicht, da an keiner Stelle zum Kauf aufgefordert werde oder sonstige zur Absatzförderung geeignete Formulierungen enthalten seien und ebenso wenig bei der Beschreibung des Preises eine zu starke Herausstellung erfolge, sowie, dass es sich bei der gewählten Darstellung in den Einspielern ausschließlich um eine neutrale Aufzählung von Fakten, die über den Umfang des jeweiligen Preises informiere, handle, kann dem nicht beigetreten werden.

Selbst wenn man nämlich die Beifügungen nicht schon deshalb für werblich hält, weil sie nicht für die Darstellung des Preises – wie ausgeführt, neutral formuliert, ein Sieben-Tages-Aufenthalt in einem bestimmten 4-Sterne-Hotel sowie Sechstages-Skipässe für vier Personen in der Urlaubsregion Schladming-Dachstein – notwendig sind (so VwGH 01.10.2008, 2005/04/0053 zur Rechtslage vor Inkrafttreten des BGBl. I Nr. 50/2010), oder weil durch die Vielzahl an unterschiedlichen im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Preisdarstellungen die Leistungen äußerst umfassend dargestellt werden, sind sie jedenfalls in der konkreten Gestaltung nicht neutral gehalten, sondern streichen, wie dargestellt, besondere Vorzüge der Urlaubsregion Schladming-Dachstein (etwa: „*Jede Menge Pistenspaß inklusive*“) bzw. der Hotels (etwa: „*Ski-In, Ski-Out, direkter Blick auf die Schladminger Tauern und noch viel mehr Goodies gibt's für euch*“, „*bei einem mehrgängigen Wahlmenü mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft so richtig schlemmen*“ oder „*eine private Zirbensauna direkt auf eurer Loggia*“) heraus. Damit sind die Produktplatzierung darstellenden Nennungen der Urlaubsregion Schladming-Dachstein als Preisstifterin, wie nach der Rechtsprechung ausreichend (vgl. wiederum VwGH 13.03.2024, Ra 2022/03/0300), mit einer zusätzlichen Aufforderungs- oder Befürwortungsbotschaft verbunden.

5. Durch die im Sachverhalt angeführten elf Ausstrahlungen der Preisdarstellungen wird daher jeweils die Bestimmung des § 16 Abs. 5 Z 2 ORF-G, wonach Produktplatzierung enthaltende Sendungen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern dürfen, verletzt (Spruchpunkt 1).

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

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

Mit den Veröffentlichungen einer Kurzfassung der Entscheidung zu vergleichbaren Sendezeiten soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden (Spruchpunkt 2).

Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnungen stützt sich auf § 36 Abs. 4 ORF-G (vgl. dazu VWGH 23.05.2007, 2006/04/0204) (Spruchpunkt 3).

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 50,- an das Finanzamt Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ 2024-0.814.005-3-A“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 18.11.2025

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz
(Mitglied)