



2024-0.720.418-5-A

Bescheid

I. Spruch

1. Die KommAustria stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendiensteanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBI. I Nr. 32/2001 idF BGBI. I Nr. 50/2025, in Verbindung mit den §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) BGBI. I Nr. 84/2001 idF BGBI. I Nr. 135/2023, fest, dass die oe24.TV GmbH am 29.09.2024 im Fernsehprogramm „oe24 TV“ im Rahmen der von 13:00 bis 14:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen
 - a. durch die Einbeziehung einer Telefonanlage mit dem Logo von „hostprofis“
 1. in die ab ca. 13:00:10 Uhr und
 2. in die ab ca. 13:35:07 Uhr ausgestrahlte Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ sowie
 3. in die ab ca. 13:23:47 Uhr und
 4. in die ab ca. 13:53:50 Uhr ausgestrahlte Sendung „EXTRA: Die Service Show“ gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G verstoßen hat, wonach Produktplatzierung in einer Sendung zur politischen Information bzw. einer Nachrichtensendung nicht gestattet ist;
 - b. durch die Auftritte von Nikolaus Fellner in
 1. Teleshopping für die Produkte von „oe24 Solar“ von ca. 13:26:32 bis ca. 13:27:25 Uhr,
 2. Teleshopping für die Produkte von „oe24 energy“ von ca. 13:27:25 bis ca. 13:28:33 Uhr,
 3. Werbung für „Interwetten“ von ca. 13:28:33 bis 13:28:44 Uhr sowie von ca. 13:29:00 bis ca. 13:30:40 Uhr und
 4. Werbung für „Interwetten“ von ca. 13:56:02 bis ca. 13:57:25 Uhr gegen die Bestimmung des § 32 Abs. 1 AMD-G verstoßen hat, wonach in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation weder im Bild noch im Ton Personen auftreten dürfen, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen;



- c. durch die Einblendung eines Werbespots für das „Auhof Center“ im Split-Screen
1. von ca. 13:25:12 bis ca. 13:25:24 Uhr in der von 13:23:47 bis 13:30:40 Uhr ausgestrahlten Sendung „EXTRA: Die Service Show“ und
 2. von ca. 13:55:02 bis ca. 13:55:14 Uhr in der von ca. 13:53:50 bis ca. 13:57:39 Uhr ausgestrahlten Sendung „EXTRA: Die Service Show“
- gegen die Bestimmung des § 44 Abs. 1 iVm Abs. 2 und 3 AMD-G verstoßen hat, wonach Nachrichtensendungen mit einem programmierten Zeitraum von weniger als 30 Minuten nicht für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden dürfen;
- d. durch die Ausstrahlung von Werbespots und Teleshopping-Spots im Ausmaß von ca. 13 Minuten und 58 Sekunden in der Sendestunde von 13:00 bis 14:00 Uhr gegen die Bestimmung des § 45 Abs. 1 AMD-G verstoßen hat, wonach innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, die Dauer von Werbespots und Teleshoppings-Spots von insgesamt 12 Minuten nicht überschritten werden darf.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der oe24.TV GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „oe24 TV“ an einem Sonntag zwischen 13:00 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 Mediendiensteanbieter Folgendes festgestellt:

Die oe24.TV GmbH hat am 29.09.2024 in ihrem Fernsehprogramm „oe24 TV“ in der Zeit von 13:00 bis 14:00 Uhr in den Sendungen „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ und „EXTRA: Die Service Show“ durch die Einbeziehung einer Telefonanlage mit dem Logo des Herstellers gegen das Verbot von Produktplatzierung in Sendungen zur politischen Information bzw. Nachrichtensendungen verstoßen. Weiters hat sie durch mehrfache Auftritte von Nikolaus Fellner in Werbe- und Teleshopping-Spots gegen das Werbeverbot für Personen, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen moderieren, verstoßen. Zudem hat sie in diesem Zeitraum zweimal Nachrichtensendungen durch die Einblendung von Split-Screen-Werbung unterbrochen und die höchstzulässige Werbedauer um 1 Minute und 58 Sekunden überschritten. Damit hat sie gegen die entsprechenden Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz verstoßen.“

3. Der oe24.TV GmbH 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

1. Aufgrund der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden 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 Mediendiensteanbieter hat diese unter anderem Aufzeichnungen der am 29.09.2024 von 13:00 bis 14:00 Uhr im Fernsehprogramm „oe24 TV“ der oe24.TV GmbH ausgestrahlten Sendungen ausgewertet.
2. Aufgrund der Ergebnisse dieser Auswertung hat die KommAustria mit Schreiben vom 25.10.2024 wegen des Verdachts der Verletzung der Bestimmungen der §§ 32 Abs. 1, 38 Abs. 1, 44 Abs. 3 und 45 Abs. 1 AMD-G ein Rechtsverletzungsverfahren eingeleitet und der oe24.TV GmbH die Gelegenheit eingeräumt, dazu Stellung zu nehmen.
3. Mit Schreiben vom 03.12.2024 nahm die oe24.TV GmbH nach Fristverlängerung Stellung und führte im Wesentlichen aus:

Zutreffend sei, dass die oe24.TV GmbH am 29.09.2024 von 13:00 bis 14:00 Uhr im Fernsehprogramm „oe24.TV“ die Sendungen „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ und „EXTRA: Die Service Show“ ausgestrahlt habe.

Zum Vorhalt der Produktplatzierung in einer Sendung zur politischen Information und einer Nachrichtensendung durch die „hostprofis“-Telefonanlage in den Sendungen „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ und „EXTRA: Die Service-Show“ sei festzuhalten, dass bei der ins Treffen geführten Telefonanlage entgegen der Auffassung der Behörde richtigerweise von einer geringfügigen Produktionshilfe auszugehen sei. Die Telefonanlage werde weder in die Sendung einbezogen noch werde darauf Bezug genommen. Somit liege eine (bloße) geringfügige Produktionshilfe im Sinne des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G vor.

Soweit die KommAustria weiters die Platzierung der „hostprofis“-Telefonanlage in der Sendung „EXTRA: Die Service-Show“ vorhalte, sei darauf hinzuweisen, dass diesbezüglich weder eine Nachrichtensendung noch eine Sendung zur politischen Information vorliege. Selbst wenn man jedoch davon ausgehe, dass es sich tatsächlich um eine Produktplatzierung handle, so wäre diese zulässig. Nach § 38 Abs. 1 AMD-G sei Produktplatzierung grundsätzlich gestattet. Davon ausgenommen seien Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts sowie Kindersendungen. Die Frage, ob eine Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information oder eine sonstige Sendung vorliege, sei wesentlich. Die Vorschriften des AMD-G betreffend audiovisuelle kommerzielle Kommunikation seien für Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information wesentlich strenger als für sonstige Sendungen, schließlich zielen z.B. die Bestimmungen der §§ 32 Abs. 1, 37 Abs. 4, 38 Abs. 1 und 44 Abs. 3 AMD-G ausdrücklich auf Nachrichtensendungen (bzw. Sendungen zur politischen Information) ab. Die konkrete Ausgestaltung der inkriminierten Sendungen sei daher zu berücksichtigen.

Von Nachrichtensendungen (bzw. Sendungen zur politischen Information) seien „politische“ Nachrichten und Informationssendungen umfasst. Kennzeichnend für diese sei ihre Relevanz für



die öffentliche Meinungsbildung. Nicht umfasst seien etwa Sendungen zu Wetter, Verkehr, Sport und Society. Diesen Themen widme sich aber die Sendung „EXTRA: Die Service-Show“. Es liege insofern eine (bloße) geringfügige Produktionshilfe im Sinne des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G vor. Eine Verletzung von § 38 Abs. 1 AMD-G scheide aus.

Zur weiters vorgeworfenen Verletzung des „Moderatorenwerbeverbotes“ im Sinne des § 32 Abs. 1 AMD-G führte die oe24.TV GmbH aus, dass es in der kommerziellen Kommunikation ein „Auftrittsverbot“ für Nachrichtensprecher und Moderatoren von Sendungen zum politischen Zeitgeschehen „im Bild und im Ton“ gebe (§ 32 Abs. 1 AMD-G). Dies betreffe Moderatoren von politischen Nachrichten und Informationssendungen, nicht aber z.B. die Moderatoren von Wetter-, Verkehr-, Sport- und Society-Sendungen. Hiervon erfasst seien Werbespots, Sponsorhinweise, Produktplatzierung und auch Ausstatterhinweise auf der Moderatorenbekleidung.

Nach der Rechtsprechung der Höchstgerichte sei der Begriff der Werbung durch zwei Tatbestandsmerkmale gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit. Für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ sei maßgeblich, „ob die Äußerung mit dem Ziel ... zu fördern, gesendet wird“ (vgl. VfSlg 17.006/2003) und, ob die konkrete Darstellung geeignet sei, „bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist“. Diese Kriterien, die für das Vorliegen einer Werbung erforderlich seien, seien im vorliegenden Fall nicht erfüllt, sodass daran der vorgeworfene Verstoß gegen § 32 Abs. 1 AMD-G scheitere.

Zum vorgeworfenen Verstoß gegen das „Unterbrechungsverbot“ gemäß § 44 Abs. 3 AMD-G gab die oe24.TV GmbH an, dass eine Verletzung dieser Bestimmung schon deshalb ausscheide, weil es sich bei der Sendung „EXTRA: Die Service Show“ um keine Nachrichtensendung handle. Bei den inkriminierten Einblendungen handle es sich um zulässige Einzelpots und um sogenanntes „Split-Screen-Advertising“. Dieses sei grundsätzlich zulässig, wenn auch Unterbrecherwerbung erlaubt sei und wenn es gemäß § 43 AMD-G als Werbung zu erkennen sei.

Unterbrecherwerbung sei im Rahmen der inkriminierten Sendung zulässig, es lägen keine gesetzlichen Verbote – wie dies etwa bei der Übertragung von Gottesdiensten der Fall ist (vgl. § 44 Abs. 4 AMD-G) – vor. An der Erkennbarkeit der einzelnen Werbungen und der Unterscheidbarkeit vom redaktionellen Inhalt sei bereits aufgrund der räumlichen Trennung und aufgrund der optischen Erscheinung der Inserts und der damit einhergehenden Trennung vom redaktionellen Inhalt nicht zu zweifeln. Im Zuge eines ersten Umsetzungsschrittes der AVMD-RL sei eine Neufassung der Bestimmungen zur Unterbrecherwerbung erfolgt. Demnach sei zwar weiterhin das Gebot maßgeblich, dass Werbung (ebenso wie Teleshopping) grundsätzlich zwischen zwei aufeinanderfolgenden Sendungen auszustrahlen sei. Es seien aber Ausnahmen zulässig. Bei den inkriminierten Einblendungen handle es sich um solche zulässigen Ausnahmen. Demnach liege keine Verletzung von § 44 Abs. 3 AMD-G vor.

Betreffend die seitens der KommAustria inkriminierte Überschreitung der zulässigen Werbedauer führte die oe24.TV GmbH schließlich aus, dass grundsätzlich pro Stunde maximal zwölf Minuten Werbung gesendet werden dürfe. Nicht in diese Zeit einzuberechnen seien Dauerwerbesendungen (über 12 Minuten), Teleshopping-Fenster (über 15 Minuten), ideelle Werbung, Programmhinweise auf eigene Sendungen des Fernsehveranstalters und Sendungen und Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe, Hinweise auf Begleitmaterialien, Beiträge im Dienste der Öffentlichkeit, kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken sowie neutrale Einzelbilder.



Werbespots auf „oe24.TV“ würden in der Regel in Blöcken ausgestrahlt. Bei den im Rahmen des „Split-Screen-Advertisings“ ausgestrahlten Spots handle es sich um Ausnahmen. Werbungen, die in Form von „Split-Screen-Advertising“ eingeblendet werden, seien vollumfänglich in die Gesamtwerbedauer einzuberechnen. So sei die maximal zulässige Werbedauer auch am 29.09.2024 von 13:00 Uhr bis 14:00 Uhr klar unterschritten worden. Es sei nicht nachvollziehbar, wie die Behörde im konkreten Fall zu einer Überschreitung komme. Es liege daher keine Verletzung von § 45 Abs. 1 AMD-G vor.

Der Sachverhalt sei insofern strittig. Beispielsweise gehe aus der Auswertung der Behörde nicht hervor, wie die Behörde zu der vorläufigen Auffassung gelange, die im TV-Studio stehende Telefonanlage werde jeweils in die Sendung einbezogen bzw. es werde darauf Bezug genommen. Weiters sei strittig, wie die Behörde die Werbedauer berechnet habe.

Die oe24.TV GmbH stellte daher abschließend den Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung und bot als Beweis ihrer Ausführungen die Einvernahme des Geschäftsführers der oe24.TV GmbH an.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Mediendiensteanbieterin

Die oe24.TV GmbH ist eine zu FN 437125g eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und Sitz in Wien. Sie ist unter anderem aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 24.08.2016, KOA 2.135/16-005, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über ASTRA 19,2° Ost, Transponder 1.005, Frequenz 11.273 MHz, ausgestrahlten Fernsehprogramms „oe24 TV“ und verbreitet dieses digital terrestrisch weiter.

2.2. Zu den gegenständlichen Sendungen

2.2.1. Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“

Am Sonntag, 29.09.2024, wird im Fernsehprogramm „oe24 TV“ nach einem Werbespot ab ca. 13:00:10 Uhr eine Wahl-Sondersendung zu der am selben Tag abgehaltenen Nationalratswahl 2024 ausgestrahlt („Nationalratswahl 2024: Der Countdown“). Dabei wird während der Einspielung der Sendungssignation im linken oberen Bildbereich ein Hinweis auf in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Einspielung Sendungssignatur „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ mit Hinweis auf Produktplatzierung

Während der Sendung ist im unteren Bildbereich durchgehend eine Einblendung zu sehen, die neben dem Namen der Sendung („Nationalratswahl 2024: Der Countdown“), der Bezeichnung des Senders („oe24 TV“) und der aktuellen Uhrzeit auch in schwarzer Schrift auf gelbem Hintergrund einen Newsticker enthält. Zudem ist im linken oberen Bildbereich durchgehend der Hinweis „Live“ in weißer Schrift auf rotem Hintergrund eingeblendet (siehe Abbildung 2).



Abbildung 2: Einblendung mit Newsticker und „hostprofis“-Telefonanlage am Studiotisch in der Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“

Die Sendung beinhaltet aktuelle Prognosen und Umfragen sowie Reportagen und Interviews zur Nationalratswahl. Die im Studio anwesenden Personen – neben dem Moderator Nikolaus Fellner



und seiner Co-Moderatorin sind dies vor der Werbeunterbrechung um ca. 13:17:48 Uhr der Meinungsforscher Werner Beutelmeyer und die Politik-Chefredakteurin von oe24, Isabelle Daniel – diskutieren und analysieren dabei die eingeblendeten Grafiken bzw. nehmen zu den jüngsten Entwicklungen Stellung.

In der Mitte des Studiotisches ist bei jeder Total-Einstellung eine Telefonanlage zu sehen, auf deren zu den Zuseherinnen und Zusehern gerichteten Display der Schriftzug „hostprofis“ auf gelbem Hintergrund erkennbar ist (siehe wiederum Abbildung 2).

Von ca. 13:17:48 bis ca. 13:20:05 Uhr wird die Sendung durch einen entsprechend getrennten Werbeblock unterbrochen. Als letzter Spot wird dabei um ca. 13:19:50 Uhr ein Werbespot für „Interwetten“ ausgestrahlt. Bei der Fortsetzung der Sendung nach diesem Spot um ca. 13:20:05 Uhr wird derselbe Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung wie zu Beginn der Sendung eingeblendet (siehe wiederum Abbildung 1).

Um ca. 13:23:46 Uhr endet die Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ nach den Worten von Nikolaus Fellner: „...aber davor haben wir natürlich noch andere aktuelle Nachrichten“ und der Ergänzung durch seine Co-Moderatorin: „Genau, und dazu schauen wir zu unserem ‚Extra‘-Magazin“.

2.2.2. Sendung „EXTRA: Die Service Show“

Um ca. 13:23:47 Uhr beginnt die Sendung „Extra: Die Service Show“ mit der Einspielung der Sendungssignation („Extra: Die Service Show. Immer up-to-date. Bei Society. Sport. Business. Und dem Wetter. Extra – auf oe24 TV“).



Abbildung 3: Sendung „Extra“ mit „hostprofis“-Telefonanlage

Das Setting dieser Sendung unterscheidet sich von jenem der vorhergehenden Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ darin, dass im Hintergrund nunmehr der Sendungsname „Extra: Die Service Show“ statt „Nationalratswahl 2024“ eingeblendet ist. Ansonsten wird die

Sendung von denselben beiden Moderatoren wie die vorhergehende moderiert; ebenso befindet sich am Studiotisch weiterhin die Telefonanlage von „hostprofis“ (siehe Abbildung 3).

Die Moderatorin leitet die Sendung ein mit: „*Ja, und da schauen wir, was sich auf der Welt sonst noch so tut bei unseren „Online Top 3“*“. Die nachfolgenden, mit Bildern und Videos untermalten Schlagzeilen berichten über einen spektakulären Autounfall („*Regionalzug crasht Auto senkrecht in Brücke*“), einem „*„Oktoberfest-Skandal um Song von DJ Ötzi*“ und die Warnung des Irans vor einem großen Nahost-Krieg wegen der Tötung des Hisbollah-Generalsekretärs Nasrallah (siehe Abbildung 4). Dabei führt die Moderatorin aus: „*Und der Iran warnt vor dem großen Nahost-Krieg nach der Ermordung von Hassan Nasrallah durch einen Raketenangriff der Israelis, das wurde ja gestern bestätigt. Droht jetzt eine neue Eskalation? Der Iran hält sich alle Optionen offen, wie man betont. Das war's von den Online Top 3, wir schauen noch zum Wetter.*“



Abbildung 4: Sendung „Extra“, Bericht Top 3 Online Meldungen

Unmittelbar anschließend um ca. 13:25:11 Uhr folgt der Wetterbericht. Während dieses Berichts wird um ca. 13:25:12 Uhr für ca. zwölf Sekunden im unteren Bildbereich Werbung für das „Auhof Center“ eingeblendet (siehe Abbildung 5). Der Wetterbericht endet um ca. 13:26:14 Uhr.



Abbildung 5: Wetterbericht mit Split-Screen-Werbung für „Auhof Center“

In der Folge stellt Nikolaus Fellner als Moderator – nach einem Aufruf zum Wählen – ab 13:26:32 Uhr mehrere „Angebote“ mit folgenden Worten vor: „... Und, wir haben noch was Spannendes für Sie, wir haben ein ganz, ganz, tolles Solarangebot von ‚oe24 Solar‘ und auch das schauen wir uns gleich an, davor, genau, das sieht folgendermaßen aus: Sie bekommen eine wirklich supermoderne Solaranlage auf Ihr Dach und das Ganze für unglaubliche 199 Euro nur im Monat. Also, das sollten Sie unbedingt machen. Sie zahlen 199 Euro im Monat, Montage ist dabei, Lieferung ist dabei, sofortige Inbetriebnahme. Sie müssen nur unter der Hotline 02267/340791 anrufen, werden dort bestens beraten und wir erledigen den Rest für Sie, oder Sie gehen auf www.oe24solar.at. Also, das ist unser tolles Solarangebot.“

Währenddessen werden Details dieses Angebots (siehe Abbildungen 6 und 7) sowie die Nummer der Hotline (siehe Abbildung 8) eingeblendet.

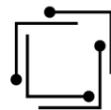


Abbildung 6: Einblendung „oe24 Solar“



Abbildung 7: Einblendung „oe24 Solar“



02267 / 34 07 91



Abbildung 8: Einblendung „oe24 Solar“ Hotline

Unmittelbar anschließend um ca. 13:27:25 Uhr fährt Nikolaus Fellner fort: „Und ganz neu ist auch „oe24 Energy“, die neue Energiegemeinschaft von „oe24“. Das ist überhaupt der Hit, da können Sie Strom zum absoluten Top-Preis beziehen, und zwar für 11,88 Ct/KWH. Das ist fast die Hälfte von dem, was Sie bei einem normalen Stromanbieter zahlen. Jeder kann mitmachen, wurscht, ob Sie eine Solaranlage haben oder nicht oder ob Sie in der Stadt in einer Wohnung wohnen. Auch da, einfach die Hotline anrufen, das ist in dem Fall 050 110 133. Wir erledigen dann alles für Sie, Sie können Strom zum absoluten Bestpreis beziehen und wenn Sie eine Solaranlage haben, dann können Sie Ihren Strom sogar einspeisen und bares Geld verdienen, ganz coole Sache. Ist eine Genossenschaft, Sie zahlen einmalig 99 Euro, um bei der Genossenschaft dabei zu sein und wenn es Ihnen keinen Spaß mehr macht, dann können Sie jederzeit ohne Bindung und ohne Risiko aussteigen und kriegen die 99 Euro dazu. Also, coole Sache. Auf oe24energy.at können Sie sich alle Informationen holen oder noch besser, Sie rufen bei der Hotline an. 050 110 133.“

Währenddessen werden Details dieses Angebots sowie die Nummer der Hotline eingeblendet (siehe Abbildung 9).



Abbildung 9: Einblendung „oe24 energy“

Unmittelbar anschließend um ca. 13:28:33 Uhr fährt Nikolaus Fellner fort: „Und jetzt haben wir noch die aktuellen Wettquoten für Sie, denn Sie können auf die Wahl auch wetten und zwar bei ‚Interwetten‘, und da haben wir jetzt die Quoten.“ Es folgt unmittelbar anschließend um ca. 13:28:44 Uhr ein Werbespot für „Interwetten“ (siehe Abbildung 10). Dieser ist derselbe wie der bereits um ca. 13:19:50 Uhr am Ende des Werbeblocks ausgestrahlte Spot (siehe oben Punkt 2.2.1). Während dieses Spots ist Nikolaus Fellner nicht zu sehen und zu hören.



Abbildung 10: Werbung „Interwetten“

Unmittelbar anschließend an diesen Werbespot ergänzt Nikolaus Fellner ab ca. 13:29:00 Uhr: „Ja, dann schauen wir uns die aktuellen Quoten von ‚Interwetten‘ an. Wenn Sie Geld verdienen wollen mit der Wahl, dann sollten Sie jetzt gut aufpassen. So schaut's aus.“



Im Anschluss daran stellt er die Wettquoten („Top-Quoten zur Wahl 2024“) vor, welche mit einer speziellen „Interwetten“-Grafik eingeblendet werden.



Abbildung 11: Einblendung Wettquoten „Interwetten“

Nikolaus Fellner führt aus: „Die FPÖ kommt auf eine Quote von 1.50, das hat sich leicht verschlechtert, muss man sagen in den letzten Stunden, also auch die Quotenmacher von ‚Interwetten‘ sind mittlerweile der Meinung, es wird enger. Das heißt bei 100 Euro Einsatz bekämen Sie 150 Euro. Die ÖVP bei einer Quote von 2.50. Bei 100 Euro Einsatz wären das 250 Euro. Die SPÖ nach wie vor bei 40, da könnten Sie richtig abcashen, wenn Sie auf einen Wahlsieg der SPÖ tippen. Da würden Sie für 100 Euro Einsatz 4000 Euro bekommen. Wie sieht es mit den Koalitionen aus?“

Nikolaus Fellner stellt in der Folge auch die in den folgenden Einblendungen dargestellten Wettquoten vor. Die Quotentafeln enthalten dabei im linken oberen Bildbereich den schwarzen Schriftzug „Werbung“, dieser ist allerdings beinahe durchgehend durch die Einblendung „Live“ überdeckt und damit nur für wenige, jeweils unter einer Sekunde dauernde Zeitspannen erkennbar, wenn der „Live“-Schriftzug sich ein- und ausrollt bzw. die Textanordnung auf der Tafel stärker zentriert ist (siehe Abbildungen 12 und 13).



LIVE
interwetten

TOP-QUOTEN ZUR WAHL 2024

Welche Parteien bilden die nächste Bundesregierung?

FPÖ/ÖVP	2.20	ÖVP/SPÖ	4.50
ÖVP/SPÖ/NEOS	3.00	ÖVP/SPÖ/NEOS/GRÜNE	35.00
ÖVP/SPÖ/GRÜNE	7.00	FPÖ/SPÖ	50.00

Quotenänderungen vorbehalten.
18+ | MGA | Verantwortungsbewusst wetten. interwetten.com **JETZT WETTEN**

oe24.TV
13:29 UHR

NEWSTICKER Ich Tötung von Hisbollah-Chef: Israel warnt den Iran +++ Aufräumar

Abbildung 12: Einblendung Wettquoten „Interwetten“

LIVE
interwetten

TOP-QUOTEN ZUR WAHL 2024

Wieviel Prozent erreicht die jeweilige Partei?

FPÖ	Über 27%	1.75	Unter 27%	1.95
ÖVP	Über 25,50%	1.85	Unter 25,50%	1.85

Quotenänderungen vorbehalten.
interwetten.com **JETZT WETTEN**

oe24.TV
13:30 UHR

NEWSTICKER er Bayern 1:1 +++ ManCity gibt wieder Punkte ab - Liverpool springt :

Abbildung 13: Einblendung Wettquoten „Interwetten“ mit Werbekennzeichnung links oben

Nikolaus Fellner beendet die Sendung um ca. 13:30:40 Uhr mit den Worten: „Das die aktuellen Quoten, wir machen eine ganz kurze Werbung und dann sind wir gleich wieder zurück und dann sind Leo Lugner und Veronika Bohrn Mena bei uns zu Gast. Das wird ein hitziges Duell.“

Um ca. 13:30:51 Uhr folgt ein Werbetrenner sowie ein Werbeblock. Darin enthalten ist von ca. 13:32:07 bis ca. 13:32:37 Uhr ein Spendenaufruf zu wohltätigen Zwecken („Unicef“). Zudem enthält dieser Werbeblock um ca. 13:33:18 Uhr einen Spot für „hostprofis“, in dem unter anderem die Marke „hostprofis“ erkennbar ist (siehe Abbildung 14). Als letzter Spot wird um ca. 13:34:51 Uhr



derselbe Werbespot für „Interwetten“ wie um ca. 13:19:50 Uhr ausgestrahlt. Der Werbeblock endet um ca. 13:35:06 Uhr.



Abbildung 14: Werbespot für „hostprofis“ um ca. 13:33:30 Uhr

2.2.3. Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“

Unmittelbar anschließend beginnt um ca. 13:35:07 Uhr die Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“. Zu Beginn dieser Sendung wird derselbe Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung wie um ca. 13:00:10 Uhr ausgestrahlt (siehe Abbildung 1).

Die Moderatorin der Sendung beginnt mit: „Ja, willkommen, weiter geht's beim unserem Countdown zum Ergebnis der Nationalratswahl ...“. In der Folge werden Live-Reportagen von verschiedenen Wahllokalen bzw. Parteizentralen und Interviews mit verschiedenen Politikern ausgestrahlt. Zudem diskutieren im Studio die Gäste Leo Lugner von der Freiheitlichen Partei Österreich und Veronika Bohrn Mena; bei dieser Diskussion stehen die Erwartungshaltungen und persönlichen Prognosen der Gäste zur aktuellen Nationalratswahl im Mittelpunkt.

In dieser Sendung sind dieselben Einblendungen mit Sender- und Sendungsnamen, Uhrzeit und Liveticker wie in der vorhergehenden Ausgabe zu sehen (siehe Abbildung 2); weiters ist ebenfalls die Telefonanlage von „hostprofis“ mit dem zu den Zuseherinnen und Zusehern gerichteten Display auf dem Studiotisch zu erkennen (siehe Abbildung 15).



Abbildung 15: Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ um ca. 13:40 Uhr mit „hostprofis“-Telefonanlage im Split-Screen links

Der Moderator Nikolaus Fellner schließt um ca. 13:53:44 Uhr die Sendung folgendermaßen: „Vielen Dank auf jeden Fall für dieses spannende Duell und jetzt haben wir wie immer am Ende der halben Stunden für Sie ‚Extra‘ mit aktuellen Nachrichten.“

2.2.4. Sendung „EXTRA: Die Service Show“

Um ca. 13:53:50 Uhr beginnt die Sendung „Extra: Die Service Show“ mit der Einspielung der Sendungssignation. Diese sowie das Setup im Studio und die Einblendungen im unteren Bildbereich sind gleich wie bei der ab ca. 13:23:47 Uhr ausgestrahlten Ausgabe dieser Sendung (siehe Abbildung 3).

Die Moderatorin führt aus: „Ja, und da schauen wir auf was tut sich auf ‚oe24.at‘. Da berichten wir ja von allem, was auf der Welt so passiert“. Schlagzeilenartig wird erneut über die „Top 3“ berichtet. Themen sind ein spektakulärer Autounfall („Regionalzug crasht Auto senkrecht in Brücke“), ein Attentat („Syrer zündet Häuser an und rast in Geschäfte“) und ein Kurzbericht, wonach der Iran vor einem großen Nahost-Krieg warne. Dabei führt die Moderatorin aus: „Und der Iran warnt vor dem großen Nahost-Krieg. Nach dem Tod des Hisbollah-Führers Hassan Nasrallah hält sich der Iran jetzt alle Optionen offen. Wir schauen noch zu den Wetteraussichten.“

Unmittelbar anschließend um ca. 13:54:58 Uhr folgt der Wetterbericht. Während dieses Berichts wird um ca. 13:55:02 Uhr für ca. zwölf Sekunden im unteren Bildbereich Werbung für das „Auhof Center“ eingeblendet (vgl. dazu Abbildung 5). Der Wetterbericht endet um ca. 13:56:01 Uhr.

Der Moderator Nikolaus Fellner führt anschließend ab 13:56:02 Uhr aus: „Ja, und dann haben wir zum Schluss noch die Wettquoten von ‚Interwetten‘ für Sie, wenn Sie auf diesen Wahltag wetten wollen. Und zwar sieht das folgendermaßen aus.“ Unmittelbar anschließend präsentiert er die aktuellen Wettquoten. Dabei werden dieselben Quotentafeln wie bereits in der um ca. 13:23:47



Uhr ausgestrahlten Ausgabe dieser Sendung eingeblendet (vgl. Abbildung 11 bis 13). Diese Präsentation endet um ca. 13:57:25 Uhr.

Es folgt nach einer Abmoderation ab ca. 13:57:39 Uhr ein mit akustischen und optischen Mitteln getrennter Werbeblock, welcher bis zum Ende der Sendestunde um 14:00 Uhr andauert. Darin enthalten ist von ca. 13:59:21 bis ca. 13:59:51 Uhr ein Spendenaufruf zu wohltätigen Zwecken („Unicef“) sowie um ca. 13:59:52 Uhr erneut ein Werbespot für „hostprofis“ (siehe Abbildung 14).

2.2.5. Werbezeit

Während des Beobachtungszeitraums von 13:00 bis 14:00 Uhr wird von ca. 13:00:00 bis ca. 13:00:10 (Werbespot), von ca. 13:17:48 bis 13:20:05 Uhr (Werbeblock), von ca. 13:25:12 bis ca. 13:25:24 Uhr (Einblendung „Auhof Center“), von ca. 13:26:32 bis ca. 13:28:33 Uhr (Teleshopping), von ca. 13:28:33 bis ca. 13:30:40 Uhr (Werbung „Interwetten“), von ca. 13:30:51 bis ca. 13:35:06 Uhr (Werbeblock, wobei darin von ca. 13:32:07 bis ca. 13:32:37 Uhr ein Spendenaufruf zu wohltätigen Zwecken enthalten ist [„Unicef“]), von ca. 13:55:02 bis 13:55:14 Uhr (Einblendung „Auhof Center“), von ca. 13:56:02 bis 13:57:25 Uhr (Werbung „Interwetten“) und von ca. 13:57:39 bis 14:00:00 Uhr (Werbeblock, wobei darin von ca. 13:59:21 Uhr bis ca. 13:59:51 Uhr ein Spendenaufruf zu wohltätigen Zwecken enthalten ist [„Unicef“]) Werbung und Teleshopping ausgestrahlt.

Damit wird in dieser Sendestunde Werbung und Teleshopping mit einer Dauer von ca. 13 Minuten und 58 Sekunden ausgestrahlt.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur oe24.TV GmbH und zu deren Eigenschaft als Mediendiensteanbieterin ergeben sich aus dem angeführten Bescheid der KommAustria sowie aus deren Akten.

Die Feststellungen zum Ablauf der am 29.09.2024 von 13:00 bis 14:00 Uhr im Programm „oe24 TV“ ausgestrahlten Inhalte gründen sich auf die amtswegig erstellten Aufzeichnungen des Programms. Dies gilt insbesondere für die Inhalte der Sendung „Extra: Die Service Show“ sowie für die Werbezeiten. Da sich diese unmittelbar aus den Aufzeichnungen – die von der oe24.TV GmbH nicht bestritten wurden – ergeben, konnte diesbezüglich von einer Beweisaufnahme durch Einvernahme des Geschäftsführers der oe24.TV GmbH, Nikolaus Fellner, abgesehen werden (siehe auch unten Punkt 4.4.). Zur strittigen rechtlichen Qualifikation des Sachverhalts siehe unten Punkt 4.2.2. ff.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

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 Mediendiensteanbieter. Zur Erfüllung der Aufgabe nach Z 7 hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendiensteanbieter 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 29.09.2024 von 13:00 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 der oe24.TV GmbH Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

Gemäß § 62 Abs. 1 AMD-G besteht die Entscheidung der Regulierungsbehörde in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Die Aufgaben der Regulierungsbehörde werden gemäß § 66 Abs. 1 AMD-G von der KommAustria wahrgenommen.

4.2. Verletzung von Bestimmungen des AMD-G

4.2.1. Rechtsgrundlagen

§ 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 135/2023 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;

[...]

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

[...]

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 Sendeplans 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);

[...].“

§ 32 AMD-G lautet auszugsweise:

„Präsentation und Einflussnahme“

§ 32. (1) In der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation dürfen weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.

[...].“

§ 38 AMD-G lautet auszugweise:

„Produktplatzierung“

§ 38. (1) Produktplatzierung ist mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts sowie Kindersendungen unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen gestattet.

[...].“

§ 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.

(3) Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug „Dauerwerbesendung“ zu kennzeichnen.“

§ 44 AMD-G lautet auszugsweise:

„Unterbrechung von Sendungen“

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

(2) Unter den in den Abs. 3 und 4 genannten Einschränkungen können Fernsehwerbung und Teleshopping auch in die laufenden Sendungen eingespielt werden, sofern sie den Zusammenhang der Sendungen nicht beeinträchtigen, wobei die natürlichen Sendungsunterbrechungen und die Art und Dauer der Sendung zu berücksichtigen sind. Gegen die Rechte von Rechteinhabern darf dabei nicht verstößen werden.

(3) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen, Kinospelfilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt.

[...].“

§ 45 AMD-G lautet auszugsweise:

„Werbe- und Teleshoppingdauer“

§ 45. (1) Die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots – das sind Erscheinungsformen audiovisueller kommerzieller Kommunikation gemäß § 2 Z 40 erster Satz und § 2 Z 33 mit einer Dauer von bis zu zwölf Minuten – darf innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, insgesamt 20 vH nicht überschreiten.

(2) Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen ist die Dauer von

1. Hinweisen eines Fernsehveranstalters auf
 - a) eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, und
 - b) Sendungen und audiovisuelle Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe;
2. Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit;
3. kostenlosen Spendenaufrufen zu wohltätigen Zwecken;



4. ungestalteten An- und Absagen von gesponserten Sendungen;
5. Produktplatzierungen;
6. neutralen Einzelbildern zwischen redaktionellem Inhalt und Fernseh- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen derartigen Spots;
7. Sendezeiten für ideelle Werbung.

(3) Ein Teleshopping-Fenster muss mindestens 15 Minuten ohne Unterbrechung dauern. Es muss optisch und akustisch klar als solches gekennzeichnet sein. [...]."

4.2.2. Verletzung von § 38 Abs. 1 AMD-G (Produktplatzierung in einer Sendung zur politischen Information und einer Nachrichtensendung)

1. Bei den am 29.09.2024 ab ca. 13:00:10 Uhr und ab ca. 13:35:07 Uhr ausgestrahlten Sendungen „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ handelt es sich um Sendungen zur politischen Information, bei den am selben Tag ab ca. 13:23:47 Uhr und ab ca. 13:53:50 Uhr ausgestrahlten Sendungen „EXTRA: Die Service Show“ um Nachrichtensendungen, die jeweils Produktplatzierung in Form einer Telefonanlage von „hostprofis“ enthalten. Damit wird durch die Ausstrahlung dieser vier Sendungen gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G, wonach Produktplatzierung in Nachrichtensendungen nicht gestattet ist, verstößen.
2. Nach § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G ist Produktplatzierung jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen.

Bei der Produktplatzierung werden also der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert, wobei es um deren werbewirksame Platzierung (Zurschaustellung) in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt (erst) dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines Fernsehprogramms das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des § 1a Z 10 ORF-G Verwaltungsgerichtshof [VwGH] 08.10.2010, 2006/04/0089; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist Entgeltlichkeit, also, dass irgendjemand irgendwann an irgendjemanden irgendein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung geleistet hat. Auf die Höhe des Entgelts kommt es für die Qualifikation als Produktplatzierung hingegen nicht an. Vor dem Hintergrund der Rechtsprechung des VwGH ist davon auszugehen, dass das Vorliegen der Entgeltlichkeit gemäß § 2 Z 27 AMD-G an einem objektiven Maßstab zu messen ist. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer entsprechenden Marke ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114).

3. Als Produktplatzierung nach § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G ist in den gegenständlichen Sendungen die Telefonanlage mit dem auf dem Display erkennbaren Logo von „hostprofis“ anzusehen. Diese Anlage wird durch ihre Platzierung auf dem Studiotisch in die Handlung der gegenständlichen Sendungen einbezogen; auf diese Weise wird mittelbar der Absatz dieses Produktes bzw. der von



„hostprofis“ in Zusammenhang mit diesem angebotenen Dienstleistungen gefördert (vgl. VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; 11.10.2007, 2005/04/0294; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab ist zudem auch von einer Entgeltlichkeit dieser Einbeziehung in die Handlung der gegenständlichen Sendungen auszugehen, da eine solche Darstellung durch eine kommerziell tätige Fernsehveranstalterin wie die oe24.TV GmbH üblicherweise nur gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgt.

4. Soweit die Mediendiensteanbieterin dagegen in ihrer Stellungnahme vom 03.12.2024 vorbringt, dass es sich beim Telefon um eine bloß geringfügige Produktionshilfe im Sinne des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G handle, kann dem nicht gefolgt werden. Voraussetzung für das Vorliegen einer solchen Produktionshilfe ist zunächst, dass diese konkret für die Sendungsabwicklung benötigt wird (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze [2018]⁴, 447).

Gegenständlich ist nicht ersichtlich, dass die Telefonanlage für die technische Abwicklung, nämlich für die Zuspielung des Tons im Falle einer Zuschaltung von Interviewpartnern, verwendet werden soll und damit für die Sendungsabwicklung konkret benötigt wird. Doch selbst wenn dies der Fall sein sollte, ist hierfür weder deren durchgehende Platzierung mitten auf dem Studiotisch noch die Einblendung des Logos „hostprofis“ auf dem Display noch dessen Ausrichtung nach vorne und damit direkt zu den Zuseherinnen und Zusehern erforderlich. Damit ist jedenfalls die gegenständliche Art und Weise der Darstellung nicht für die Sendungsabwicklung konkret erforderlich. Hinzu kommt, dass nicht davon auszugehen ist, dass eine derartige Platzierung durch eine kommerziell tätige Fernsehveranstalterin – wie nach § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G als weitere Voraussetzung erforderlich – kostenlos erfolgt (vgl. dazu VwGH 09.10.2024, Ra 2023/03/0208 [zu § 16 ORF-G]).

Dieses Vorbringen der Mediendiensteanbieterin steht im Übrigen auch mit deren weiteren Vorbringen, wonach keine Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G vorliege, da die Telefonanlage weder in die Sendung einbezogen noch darauf Bezug genommen werde, in Widerspruch: Würde diese zur konkreten Sendungsabwicklung verwendet, dann würde diese jedenfalls in die Sendung einbezogen bzw. in dieser darauf Bezug genommen, da sie eben für die Abwicklung verwendet wird. Allgemeiner formuliert: Die Erfüllung des Ausnahmetatbestands des § 2 Z 27 Satz 2 AMD-G (arg: „*Nicht als Produktplatzierung gilt ...*“) setzt das Vorliegen von Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G voraus und damit eine Einbeziehung bzw. Bezugnahme nach dieser Bestimmung.

Ungeachtet davon ist zu diesem Vorbringen festzuhalten, dass nach § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G für das Vorliegen einer Produktplatzierung erforderlich ist, „*ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung [...] erscheinen.*“ Dieses Erscheinen innerhalb der Sendung erfolgt gegenständlich bereits durch die Platzierung der Telefonanlage mit dem Logo „hostprofis“ am Display auf dem Studiotisch. Ein weiteres Erfordernis – etwa in dem Sinne, dass das Produkt in der Sendung tatsächlich benutzt oder erwähnt werden muss – ist weder dem Wortlaut („*erscheinen*“) dieser Bestimmung noch der Rechtsprechung zu dieser zu entnehmen. Wäre dem so, dürfte beispielsweise die Einbeziehung von Logos auf Logowänden in Interventionssituationen entgegen der Rechtsprechung des VwGH keine Produktplatzierung darstellen (siehe dazu VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019).



Bei dem diesbezüglichen Vorbringen der oe24 TV GmbH handelt es sich damit um eine Rechtsfrage. Ausgehend von der dargestellten Auslegung des Tatbestandes des § 2 Z 27 Satz 1 AMD-G ist es daher nicht erforderlich, Feststellungen über die Art und Weise der tatsächlichen Einbeziehung der Telefonanlage, die über die Feststellung, dass diese Anlage in den gegenständlichen Sendungen in einer Weise, in der für das Publikum das Logo des Unternehmens („hostprofis“) erkennbar war (siehe dazu die Abbildungen 2 und 3), hinausgehen, zu treffen. Daher war insoweit von einer der Beweisaufnahme dazu dienenden mündlichen Verhandlung abzusehen (siehe dazu auch oben Punkt 3 und unten Punkt 4.4.).

Im Übrigen beinhalten zumindest die beiden gegenständlichen Ausgaben der Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ zu ihrem Beginn um ca. 13:00:10 und um ca. 13:35:07 Uhr als auch bei der Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung um ca. 13:20:05 Uhr Hinweise auf die in diesen enthaltene Produktplatzierung (siehe Abbildung 1: „*Unterstützt durch Produktplatzierung*“). Andere Produktplatzierung als die gegenständliche Telefonanlage jedoch ist in diesen Sendungen nicht erkennbar; dass eine solche vorliege, hat die oe24 TV GmbH auch nicht vorgebracht.

5. Gemäß § 38 Abs. 1 AMD-G ist Produktplatzierung in Fernsehsendungen grundsätzlich zulässig, sofern die Sendung nicht unter eine der ausdrücklich aufgezählten Ausnahmen fällt. Zu diesen Ausnahmen zählen unter anderem Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information.

5.1. Von Nachrichtensendungen bzw. Sendungen zur politischen Information sind „politische“ Nachrichten und Informationssendungen umfasst. Kennzeichnend für diese ist ihre Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung. Bei der Qualifikation einer solchen Sendung gilt der Grundsatz der Gesamtbetrachtung, sodass jede Sendung, die – wenn auch nur zu einem geringen Anteil (z.B. nur einzelne Beiträge) – politische Nachrichten bzw. politische Informationen enthält, als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information angesehen wird (vgl. VwGH 17.04.2024, Ra 2023/03/0181; siehe ebenfalls Bundeskommunikationssenat [BKS] 23.06.2005, 611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275).

Der BKS versteht unter Nachrichtensendungen die nachrichtenmäßig aufbereitete Berichterstattung über (tages-)aktuelle Ereignisse in für die öffentliche Meinungsbildung sensiblen Themenbereichen wie insbesondere Politik (vgl. BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005). Kennzeichnend für diese ist ihre Relevanz für die öffentliche Meinungsbildung. Daher besteht bei diesen Sendungen ein besonderes Schutzbedürfnis dahingehend, von vornherein jeden wie immer gearteten Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung in sensiblen Feldern wie insbesondere über politische Themen, aber auch nur jeden Anschein eines solchen Einflusses durch werbetreibende Dritte auszuschließen (vgl. wiederum VwGH 17.04.2024, Ra 2023/03/0181; BKS 14.10.2005, 611.933/0001-BKS/2005; vgl. ferner BKS 23.06.2005, 611.001/0005-BKS/2005).

Bei Nachrichtensendungen handelt es sich um Sendungen, bei denen üblicherweise mehrmals täglich zu gleich bleibenden Zeiten von einem Nachrichtensprecher bzw. Moderator vorgetragene aktuelle Nachrichten und Kurzberichte verbreitet werden. Für diese Sendungen ist eine direkte, kompakte und möglichst objektive Mitteilung über ein Ereignis, das für die Öffentlichkeit wichtig und interessant ist, charakteristisch. Es geht damit um nachrichtenmäßig aufbereitete Berichterstattung über (tages-)aktuelle Ereignisse in für die öffentliche Meinungsbildung sensiblen Themenbereichen wie insbesondere, aber nicht ausschließlich, Politik (vgl. dazu BKS 23.06.2005,



611.001/0011-BKS/2005, bestätigt durch VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275; BKS 23.05.2005, 611.009/0015-BKS/2005; KommAustria 18.01.2005, KOA 1.130/04-015).

Nach der Rechtsprechung ist aufgrund der Anführung des Begriffes der „Sendungen zur politischen Information“ neben den „Nachrichtensendungen“ in § 37 Abs. 4 AMD-G davon auszugehen, dass mit diesem Begriff nicht „klassische“ Nachrichtensendungen, sondern sonstige Sendungen gemeint sind, die ebenso wie Nachrichten der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen. Eine Sendung zur politischen Information liegt demnach nicht nur dann vor, wenn breiter Raum zur Darlegung von politischen Sichtweisen geboten wird, sondern auch, wenn es zu einer Auseinandersetzung mit politischen Vorkommnissen kommt (vgl. wiederum VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275). Diese Auslegung ist auch § 38 Abs. 1 AMD-G zugrunde zu legen (vgl. wiederum VwGH 17.04.2024, Ra 2023/03/0181).

5.2. Die beiden im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Sendungen „*Nationalratswahl 2024: Der Countdown*“ sind vor dem Hintergrund dieser Rechtsprechung als Sendungen zur politischen Information im Sinne des § 38 Abs. 1 AMD-G zu qualifizieren. Dies ergibt sich insbesondere aus der Wahl des Themas, welches ausnahmslos die am Ausstrahlungstag stattfindende Nationalratswahl zum Inhalt hat. In beiden Sendungen werden jeweils Berichte und Interviews von Politikern wiedergegeben, Prognosen zur Wahl mit Studiogästen diskutiert sowie Einschätzungen zur künftigen Regierungsbildung erhoben. Damit weisen die Sendungen unzweifelhaft einen politischen Charakter auf. Die Interviews, Analysen und Diskussionen bieten damit eine vertiefte Berichterstattung über die Nationalratswahl 2024.

5.3. Bei den beiden im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Sendungen „*EXTRA: Die Service Show*“ handelt es sich vor dem Hintergrund der dargestellten Rechtsprechung hingegen um Nachrichtensendungen. Dies ergibt sich daraus, dass in diesen Sendungen gerankte tagesaktuelle Themen („Top 3“) in kurzen Berichten präsentiert werden, deren Bestandteil auch tagesaktuelle politische Inhalte sind (so der Kurzbericht, wonach der Iran vor einem großen Nahost-Krieg warne). Damit weisen die Sendungen einen politischen Charakter auf und dienen aufgrund der Themenwahl der öffentlichen Meinungsbildung, auch wenn sich die weiteren Inhalte der Sendungen im Wesentlichen auf Wetter und Werbung bzw. Teleshopping beschränken. Es handelt sich damit um Sendungen, die zwar nicht ausschließlich, aber zumindest auch, der politischen Information dienen und in diesem Sinne einen politischen Charakter aufweisen (vgl. VwGH 17.04.2024, 2023/03/0181). Im Unterschied zu den beiden verfahrensgegenständlichen Sendungen „*Nationalratswahl 2024: Der Countdown*“ werden dabei die Themen nachrichtenmäßig kurz – teilweise sogar schlagzeilenartig – abgehandelt; eine vertiefte Auseinandersetzung findet nicht statt. Vielmehr wird ein tagesaktueller Kurzüberblick über die Themen Chronik, Politik und Wetter geboten.

Bei dieser gebotenen inhaltlichen Betrachtung der konkreten Sendungen ändert die Bezeichnung der beiden Sendungen als „*Service Show*“ im Titel und Sendungsintro nichts. Zudem führt der Moderator in Zusammenhang mit diesen selbst aus: „...aber davor haben wir natürlich noch andere aktuelle Nachrichten“ bzw. „...und jetzt haben wir wie immer am Ende der halben Stunden für Sie ‚Extra‘ mit aktuellen Nachrichten.“ Damit bezeichnet er diese Sendungen nicht nur ausdrücklich als Nachrichten, sondern weist auch darauf hin, dass diese Sendungen regelmäßig jede halbe Stunde ausgestrahlt werden, was im Beobachtungszeitraum mit einer Abweichung von ein paar Minuten auch zutrifft.



Soweit die oe24.TV GmbH dagegen in ihrer Stellungnahme vom 03.12.2024 vorbringt, dass sich die Sendung „EXTRA: Die Service Show“ (ausschließlich) den Themen „Wetter, Verkehr, Sport und Society“ widme, kann dem für die beiden gegenständlichen Sendungen aufgrund der festgestellten Inhalte (siehe oben Punkt 2.2.2 und 2.2.4) nicht gefolgt werden. Zwar enthalten beide Sendungen neben Wetterinformationen auch Nachrichten zu (sehr weit verstanden) Verkehrsthemen („Regionalzug crasht Auto senkrecht in Brücke“) und die ab ca. 13:23:47 Uhr ausgestrahlte Sendung auch zu dem Society-Thema „Oktoberfest-Skandal um Song von DJ Ötzi“. Ebenso enthalten aber beide auch die außenpolitische Nachricht „Iran warnt vor großem Nahost-Krieg“ und die um ca. 13:53:50 Uhr ausgestrahlte Sendung enthält zudem die Nachricht „Syrer zündet Häuser an und rast in Geschäfte“. Dass es sich hierbei um die „Online Top 3“ Nachrichten handelt mag dabei die Auswahl erklären – und unterstreicht die für Nachrichten typische Tagesaktualität –, daran, dass es sich dabei auch um politische Inhalte handelt, ändert dies aber nichts.

6. Durch die Platzierung der Telefonanlage mit dem Logo von „hostprofis“ in den beiden im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Sendungen „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“ sowie in den beiden Sendungen „EXTRA: Die Service Show“ wird damit jeweils gegen die Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G, wonach Sendungen zur politischen Information und Nachrichtensendungen keine Produktplatzierung enthalten dürfen, verstößen. Es waren daher Verletzungen des § 38 Abs. 1 AMD-G durch den dargestellten Sachverhalt festzustellen (Spruchpunkt 1.a.1 bis 4).

4.2.3. Verletzung von § 32 Abs. 1 AMD-G („Moderatorenwerbeverbot“)

1. Da Nikolaus Fellner regelmäßig – wie auch im Beobachtungszeitraum – im Fernsehprogramm „oe24 TV“ als Moderator von Sendungen zur politischen Information auftritt, verstößen die in den beiden Sendungen „EXTRA: Die Service Show“ ausgestrahlten werblich gestalteten Ausführungen zu „oe24 Solar“, „oe24 energy“ und „Interwetten“ gegen das „Moderatorenwerbeverbot“ nach § 32 Abs. 1 AMD-G.

2. Bei den im Rahmen der beiden im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Ausgaben der Sendung „EXTRA: Die Service Show“ ausgestrahlten Darstellungen der Angebote von „oe24 Solar“, „oe24 energy“ und „Interwetten“ (siehe Abbildungen 6 bis 9 und 11 bis 13) handelt es sich aus den folgenden Gründen nicht um redaktionelle Beiträge, sondern um kommerzielle Kommunikation im Sinne des § 2 Z 2 AMD-G:

2.1. Bei der Darstellung des Angebots von „Interwetten“ um ca. 13:28:33 Uhr (Anmoderation) bzw. 13:29:00 sowie um ca. 13:56:02 Uhr handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G.

Nach der Rechtsprechung ist Werbung durch zwei Tatbestandselemente gekennzeichnet: die werbliche Gestaltung (Ziel der Absatzförderung) und die Entgeltlichkeit, wobei für die Qualifikation als „werblich gestaltet“ maßgeblich ist, „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. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0167).

Gegenständlich spricht für das Vorliegen einer Absatzförderungsabsicht im Sinne der dargestellten Rechtsprechung bereits die einleitende unmittelbare Aufforderung des Moderators um ca. 13:29:00 Uhr: „Ja, dann schauen wir uns die aktuellen Quoten von Interwetten an. Wenn Sie Geld verdienen wollen mit der Wahl, dann sollten Sie jetzt gut aufpassen. So schauts aus.“ Hinzu kommt die angebotsartige Wiedergabe und großflächige Einblendung der Wettquoten einschließlich der



auf diesen Tableaus enthaltenen qualitativ-wertenden Hervorhebung „TOP-Quoten“, der unmittelbaren Aufforderung zur Inanspruchnahme der Dienstleistung „Jetzt wetten“ und der Angabe einer Teilnahmemöglichkeit unter „interwetten.com“ (siehe Abbildung 11 bis 13). Dabei ist der um ca. 13:28:33 Uhr anmoderierte und um ca. 13:29:00 Uhr nach Einspielung eines Werbespots für „Interwetten“ fortgesetzte Werbespot als Einheit anzusehen (arg: „...und da haben wir jetzt die Quoten“. [Einspielung Spot] „Ja, dann schauen wir uns die aktuellen Quoten von ‚Interwetten‘ an“).

Auch die Fernsehveranstalterin selbst dürfte vom Vorliegen von Werbung ausgehen, kennzeichnet sie die eingeblendeten Tableaus mit den Wettquoten doch im linken oberen Bildbereich mit dem – freilich weitgehend durch die Einblendung „Live“ überdeckten – Schriftzug „Werbung“ (siehe Abbildung 13).

Die KommAustria geht weiters davon aus, dass eine derartige Einblendung und Bewerbung der Gewinnmöglichkeiten von einer kommerziell tätigen Fernsehveranstalterin wie der oe24.TV GmbH üblicherweise nur gegen Entgelt ausgestrahlt wird. Damit ist nach dem anzuwendenden objektiven Maßstab neben der Absicht der Absatzförderung auch die für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G erforderliche Entgeltlichkeit der Ausstrahlung gegeben.

2.2. Bei den von ca. 13:26:32 bis 13:28:33 Uhr ausgestrahlten Darstellungen der Angebote von „oe24 Solar“ und „oe24 energy“ (siehe Abbildung 6 bis 9) handelt es sich nach Auffassung der KommAustria um Teleshopping im Sinne des § 2 Z 33 AMD-G.

Für Teleshopping ist charakteristisch, dass die Möglichkeit besteht, die allenfalls geweckte Kaufabsicht unmittelbar – also noch während des Spots – zu verwirklichen. Dies erfordert zum einen, dass die Zuseherinnen und Zuseher über die notwendigen und entscheidungswesentlichen Informationen, um einen Kaufentschluss zu tätigen, verfügen, und zum anderen, dass dieser Kaufentschluss auch unmittelbar verwirklicht werden kann (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 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).

Gegenständlich werden um ca. 13:26:32 Uhr vom Moderator der Sendung, Nikolaus Fellner, die Produkte „oe24 Solar“ und „oe24 energy“ vorgestellt bzw. beschrieben, welche entgeltlich zu erwerben sind. Die Preise für die einzelnen Produkte werden dabei auf den eingeblendeten Bildern angeführt (siehe Abbildung 9) und vom Moderator zusätzlich angepriesen:

„... Und, wir haben noch was Spannendes für Sie, wir haben ein ganz ganz tolles Solarangebot von oe24 Solar und auch das schauen wir uns gleich an (...) Sie bekommen eine wirklich supermoderne Solaranlage auf Ihr Dach und das Ganze für unglaubliche 199 Euro nur im Monat. Also, das sollten Sie unbedingt machen. Sie zahlen 199 Euro im Monat, Montage ist dabei, Lieferung ist dabei, sofortige Inbetriebnahme. Sie müssen nur unter der Hotline 02267/340791 anrufen, werden dort bestens beraten und wir erledigen den Rest für Sie, oder Sie gehen auf www.oe24solar.at. Also das ist unser tolles Solarangebot.“ bzw. „Und ganz neu ist auch ‚oe24 Energy‘, die neue Energiegemeinschaft von ‚oe24‘. Das ist überhaupt der Hit, da können Sie Strom zum absoluten Top Preis beziehen, und zwar für 11,88 Ct/KWH. Das ist fast die Hälfte von dem, was Sie bei einem normalen Stromanbieter zahlen. Jeder kann mitmachen, wurscht, ob Sie eine Solaranlage haben oder nicht oder ob Sie in der Stadt in einer Wohnung wohnen. Auch da, einfach die Hotline anrufen, das ist in dem Fall 050 110 133. Wir erledigen dann alles für Sie können Strom zum absoluten Bestpreis beziehen und wenn Sie eine Solaranlage haben, dann können Sie Ihren Strom sogar



einspeisen und bares Geld verdienen, ganz coole Sache (...) Auf oe24energy.at können Sie sich alle Informationen holen oder noch besser, Sie rufen bei der Hotline an. 050 110 133.“

Zusätzlich sind während der gesamten Ausführungen des Moderators die Telefonnummern für den direkten Bezug der Produkte eingeblendet (siehe Abbildung 8 und 9).

Durch die bildliche Darstellung der Produkte und deren Beschreibung durch den Moderator Nikolaus Fellner 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 eingeblendet, weshalb dieser Kaufentschluss auch unmittelbar verwirklicht werden kann. Damit handelt es sich bei den von ca. 13:26:32 bis 13:28:33 Uhr ausgestrahlten Beiträgen um Teleshopping im Sinne des § 2 Z 33 AMD-G.

2.3. Die oe24.TV GmbH bestreitet in ihrer Stellungnahme das Vorliegen von Werbung, führt allerdings inhaltlich in keiner Weise aus, inwiefern die Kriterien nicht vorliegen würden. Es reicht daher dazu auf die vorherstehenden Ausführungen, die das Vorliegen von Werbung (2.1) bzw. Teleshopping (2.2.) begründen, zu verweisen.

3. Nach § 32 Abs. 1 AMD-G dürfen in der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen. Dieses „Auftrittsverbot“ geht auf Art. 13 Z 4 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen, BGBl. III Nr. 164/1998, zurück. Ziel dieser Regelung, die es Personen, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen präsentieren, untersagt, in Werbung, Sponsorhinweisen oder als Produktplatzierende aufzutreten, ist die Verhinderung eines vom Gesetzgeber verpönten Imagetransfers von regelmäßig eine hohe Glaubwürdigkeit repräsentierenden Moderatoren von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information hin zum Gegenstand der kommerziellen Kommunikation (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 557 zum AMD-G sowie 157 zu § 13 Abs. 2 ORF-G).

Gegenständlich tritt Nikolaus Fellner, der Moderator der vorhergehenden und der nachfolgenden Sendung „Nationalratswahl 2024: Der Countdown“, beides Sendungen zur politischen Information, als auch der gegenständlichen Sendung „EXTRA: Die Service Show“, einer Nachrichtensendung, auch in der angeführten Werbung für „Interwetten“ sowie dem angeführten Teleshopping für die Produkte von „oe24 Solar“ und „oe24 energy“ auf. Damit handelt es sich bei diesen – insgesamt vier, drei in der ersten Ausgabe der Sendung „EXTRA: Die Service Show“ („oe24 Solar“, „oe24 energy“ und „Interwetten“), einer in der zweiten („Interwetten“) – Auftritten von Nikolaus Fellner um Auftritte im Bild und Ton einer Person, die regelmäßig Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellt, in kommerzieller Kommunikation.

4. Es waren daher Verletzungen der Bestimmung des § 32 Abs. 1 AMD-G durch diese Auftritte festzustellen (Spruchpunkt 1.b.1 bis 4).

4.2.4. Verletzung von § 44 Abs. 1 iVm Abs. 2 und 3 AMD-G (Unterbrechungsverbot)

1. Durch die Unterbrechung der beiden ab ca. 13:23:47 Uhr und ab ca. 13:53:50 Uhr ausgestrahlten Nachrichtensendungen „EXTRA: Die Service Show“ mit Split-Screen-Werbung wird gegen die



Bestimmung des § 44 Abs. 1 iVm Abs. 2 und 3 AMD-G verstößen, wonach Nachrichtensendungen erst ab einer Mindestdauer von 30 Minuten unterbrochen werden dürfen.

2. Bei den beiden angeführten Sendungen „*EXTRA: Die Service Show*“ handelt es sich, wie sich insbesondere aus der Verwendung einer eigenen Signation, eines eigenen Titels und eines eigenen Studiohintergrunds, aus der besonderen redaktionellen – nämlich: nachrichtenmäßigen – Aufmachung sowie der Begrüßung und Verabschiedung durch die Moderatoren ergibt, um jeweils eigene Sendungen im Sinne des § 2 Z 30 AMD-G.

3. Zu den Voraussetzungen und zur Einstufung dieser Sendungen aufgrund ihrer Inhalte und Aufmachung als Nachrichtensendungen siehe oben Punkt 4.2.2.

4. Nach § 44 Abs. 3 AMD-G darf die Übertragung von Nachrichtensendungen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden. Dies bedeutet in Zusammenschau mit § 44 Abs. 1 und 2 AMD-G, dass Nachrichtensendungen unter 30 Minuten nicht unterbrochen werden dürfen (vgl. KommAustria, 22.05.2014, KOA 1.965/14-011). Dieses Unterbrechungsverbot ist auch auf Split-Screen-Werbung anwendbar (siehe *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 172 [zu § 14 ORF-G] und 592f [zu § 44 AMD-G], mwN).

Gegenständlich wird die von 13:23:47 bis 13:30:40 Uhr ausgestrahlte und damit weniger als 30 Minuten dauernde Sendung „*EXTRA: Die Service Show*“ um ca. 13:25:12 Uhr durch die Einblendung eines Werbespots für das „Auhof Center“ im Split-Screen unterbrochen und die von ca. 13:53:50 bis ca. 13:57:39 Uhr ausgestrahlte und damit weniger als 30 Minuten dauernde Sendung „*EXTRA: Die Service Show*“ in selber Weise um ca. 13:55:02 Uhr. Damit wird durch die Ausstrahlung dieser Werbespots beide Male gegen das Verbot, Nachrichtensendungen, die unter 30 Minuten dauern, nicht durch Werbung zu unterbrechen, verstößen.

Die Einwände der oe24 TV GmbH dagegen basieren im Wesentlichen darauf, dass es sich bei den gegenständlichen Sendungen um keine Nachrichtensendungen handelt. Da es sich aber, wie ausgeführt, dabei um ein derartige Sendungen handelt (siehe erneut oben Punkt 4.2.2.), gehen diese Einwände in die Leere.

5. Es waren daher Verletzungen der Bestimmung des § 44 Abs. 3 AMD-G durch den dargestellten Sachverhalt festzustellen (Spruchpunkt 1.c.1 und 2).

4.2.5. Verletzung von § 45 Abs. 1 AMD-G (Werbedauer)

1. In der Sendestunde von 13:00 Uhr bis 14:00 Uhr wird durch die Ausstrahlung von Werbung und Teleshopping im Ausmaß von ca. 13 Minuten und 58 Sekunden die zulässige Werbedauer im Einstundenzeitraum nach § 45 Abs. 1 AMD-G überschritten und damit diese Bestimmung verletzt.

2. § 45 Abs. 1 AMD-G sieht eine Maximaldauer für Werbe- und Teleshoppingspots von zwölf Minuten innerhalb eines Einstundenzeitraumes vor. Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind nach Abs. 2 *leg. cit.* unter anderem die Dauer von kostenlosen Spendenaufrufen zu wohltätigen Zwecken und Sendezeiten für ideelle Werbung.

Während des Zeitraums von 13:00 bis 14:00 Uhr wird, wie sich aus den in Punkt 2.2.5. festgestellten Werbe- und Teleshoppingzeiten ergibt, diese Maximaldauer – unter Herausrechnung der als



kostenlose Spendenaufrufe im Sinne von § 45 Abs. 2 Z 3 AMD-G einzustufenden Spots für „Unicef“ – um ca. 1 Minute und 58 Sekunden überschritten.

Da die im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Teleshopping-Spots kürzer als 12 Minuten sind, sind diese in die Maximaldauer einzuberechnen (vgl. § 45 Abs. 1 AMD-G). Für Split-Screen-Werbung ist keine Ausnahme oder Sonderregel vorgesehen; diese ist für die Zwecke von § 45 Abs. 1 AMD-G daher gleich wie auf andere Weise entsprechend § 43 Abs. 2 AMD-G getrennte Spots zu behandeln.

3. Die oe24.TV GmbH bestreitet zwar in ihrer Stellungnahme vom 03.12.2024 die gegenständliche Überschreitung der zulässigen Werbedauer, führt allerdings in keiner Weise aus, inwiefern die von der KommAustria getroffenen Sachverhaltsfeststellungen unrichtig seien.

4. Durch die Ausstrahlung von Werbung und Teleshopping mit einer Dauer von 13 Minuten und 58 Sekunden im Einstundenzeitraum von 13:00 bis 14:00 Uhr wird somit die Bestimmung des § 45 Abs. 1 AMD-G verletzt, weswegen eine entsprechende Verletzung festzustellen war (Spruchpunkt 1.d.).

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

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G. Nach dieser Bestimmung kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Mediendiensteanbieter auftragen, wann und in welcher Form diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Die Bestimmung räumt der Behörde in der Frage der Veröffentlichung ihrer Entscheidungen Ermessen ein. Bei der Ausübung dieses Ermessens sind die in der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofes zu § 29 Abs. 4 Rundfunkgesetz [§ 37 Abs. 4 ORF-G] entwickelten Gesichtspunkte (vgl. VfSlg. 12.497/1990) zu beachten (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180, zum im Wesentlichen gleichlautenden § 26 Abs. 2 PR-G, mwN).

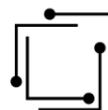
Aus dem genannten Erkenntnis VfSlg. 12.497/1990 ergibt sich, dass bei der Ausübung dieses Ermessens zu beachten ist, dass eine begangene Rechtsverletzung durch einen „contrarius actus“ des Mediendienstanbieters nach Möglichkeit wieder ausgeglichen werden muss. In der Regel wird die angemessene Unterrichtung 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.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der oe24.TV GmbH auf, diese binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung gemäß Spruchpunkt 2. vorzunehmen.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G.

4.4. Zum Unterbleiben einer mündlichen Verhandlung vor der KommAustria

Die oe24.TV GmbH beantragte in ihrer Stellungnahme die Durchführung einer mündlichen Verhandlung.



Gemäß § 39 Abs. 2 AVG hat die Behörde, soweit die Verwaltungsvorschriften hierüber keine Anordnungen enthalten, von Amts wegen vorzugehen und den Gang des Ermittlungsverfahrens zu bestimmen. Sie kann insbesondere von Amts wegen oder auf Antrag eine mündliche Verhandlung durchführen und mehrere Verwaltungssachen zur gemeinsamen Verhandlung und Entscheidung verbinden oder sie wieder trennen. Die Behörde hat sich bei allen diesen Verfahrensanordnungen von Rücksichten auf möglichste Zweckmäßigkeit, Raschheit, Einfachheit und Kostenersparnis leiten zu lassen.

Die Entscheidung über die Durchführung einer mündlichen Verhandlung gemäß § 40 ff AVG liegt im Ermessen der Behörde (vgl. VwGH 08.09.2004, 2003/04/0091; 23.05.2014, 2013/04/0105). Im gegenständlichen amtswegigen Administrativverfahren ergibt sich aus der Aktenlage, insbesondere den Aufzeichnungen des gegenständlichen Fernsehprogramms, dass die mündliche Erörterung der Rechtssache eine weitere Klärung nicht erwarten lässt. Einem Entfall der Verhandlung stehen zudem keine zwingenden Rechtsvorschriften – insbesondere auch nicht, wie von der oe24 TV GmbH vorgebracht, Art. 6 Abs. 1 der Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten – entgegen.

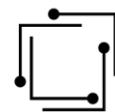
Die KommAustria konnte daher gemäß § 39 Abs. 2 AVG von einer mündlichen Verhandlung absehen.

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 2024-0.720.418-5-A“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabekontonummer 109999102, die Abgabenumart „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 26.09.2025

Kommunikationsbehörde Austria

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