



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen der ihr nach § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 90/2024, iVm §§ 24, 25 Abs. 1 und Abs. 3 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 83/2023, obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Hörfunkveranstalter fest, dass die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG (FN 239217s) in dem von ihr im Versorgungsgebiet „Kärnten“ veranstalteten Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ am 23.07.2024 im Rahmen der Sendung „Am Nachmittag mit Miriam Klinger“
  - a. die Bestimmung des § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie von ca. 16:11:47 bis ca. 16:12:52 Uhr Schleichwerbung für die „Villacher Kirchtagstorte“ und das „Parkcafé Villach“ ausgestrahlt hat, und
  - b. die Bestimmung des § 19 Abs. 3 PrR-G dadurch verletzt hat, dass sie um ca. 16:34:35 Uhr Werbung für „perfect-Pool[s] von Udo Maurer“ ausgestrahlt hat, ohne diese von dem vorgehenden redaktionellen Programm eindeutig zu trennen.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 26 Abs. 2 PrR-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft des Bescheides im Rahmen des im Versorgungsgebiet „Kärnten“ ausgestrahlten Hörfunkprogramms „Antenne Kärnten“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 16:00 und 18:00 Uhr in folgender Form verlesen zu lassen:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht Folgendes festgestellt:*

*Die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG hat am 23.07.2024 in ihrem Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ im Rahmen der Sendung „Am Nachmittag mit Miriam Klinger“ in einem Beitrag über den Villacher Kirchtag Schleichwerbung ausgestrahlt. Zudem hat sie während dieser Sendung einen Werbespot ausgestrahlt, ohne diesen eindeutig von dem vorhergehenden redaktionellen Programm zu trennen. Dadurch hat sie gegen das Verbot von Schleichwerbung sowie das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Programmteilen nach dem Privatradiogesetz verstoßen.“*



3. Der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG wird weiters gemäß § 22 Abs. 1 PrR-G aufgetragen, der KommAustria binnen weiterer zwei Wochen einen Nachweis der erfolgten Veröffentlichung gemäß Spruchpunkt 2. in Form der Übermittlung von Aufzeichnungen zu erbringen.

## **II. Begründung**

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

Im Zuge der gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Hörfunkveranstalter wurden unter anderem Aufzeichnungen des am 23.07.2024 von 16:00 bis 18:00 Uhr ausgestrahlten Hörfunkprogramms „Antenne Kärnten“ der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG ausgewertet.

Aufgrund des begründeten Verdachts von Verletzungen der Bestimmungen der § 19 Abs. 3 und Abs. 4 lit. b PrR-G wurde mit Schreiben vom 01.08.2024 ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt.

Mit Schreiben vom 26.08.2024 nahm die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG Stellung und führte zur vorgehaltenen Verletzung von § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G im Wesentlichen aus, dass sie bedauere, die Zurverfügungstellung der „Villacher Kirchtagstorte“ durch das „Parkcafé Villach“ nicht mit einer entsprechenden An- bzw. Absage als gesponsert gekennzeichnet zu haben. Zur vorgehaltenen Verletzung von § 19 Abs. 3 PrR-G führte sie weiters im Wesentlichen aus, dass die akustische Werbetrennung produktionstechnisch zu leise gesetzt worden sei, da durch das Soundprocessing der Audioinhalt verstärkt worden und der Werbetrenner schlecht hörbar gewesen sei. Aufgrund der zwischenzeitig getroffenen Vorkehrungen werde in beiden Punkten die Einstellung des gegenständlichen Verfahrens beantragt.

### **2. Sachverhalt**

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

#### **2.1. Zur Hörfunkveranstalterin**

Die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG ist eine zu FN 239217s im Firmenbuch eingetragene Gesellschaft mit Sitz in Klagenfurt.

Sie ist aufgrund des Bescheids der KommAustria vom 18.12.2017, KOA 1.120/17-015, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk im Versorgungsgebiet „Kärnten“.



## 2.2. Zur Sendung

1. Am 23.07.2024 wird in dem von der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG im Versorgungsgebiet „Kärnten“ veranstalteten Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ ab 16:00 Uhr die Sendung „Am Nachmittag mit Miriam Klinger“ ausgestrahlt.

2. Um ca. 16:11:47 Uhr führt Miriam Klinger, die Moderatorin der Sendung, nach einem Musikstück aus:

*„Kirchtag voraus. Am Sonntag geht's los in Villach und neben der großen Party ist vor allem das Essen bei dieser Riesen-Brauchtums-Veranstaltung ein Riesen-Highlight. Von Kirchtags-Suppe über Langos und dazu noch ein frisch gezapftes Bierchen ist alles sehr, sehr deftig. Aber heuer gibt's zum ersten Mal auch eine eigene ‚Villacher Kirchtagstorte‘. Alex aus der Antenne-Kärnten-Redaktion, du hast sie vorab für uns schon mal gekostet.“*

Der angesprochene Alex fährt fort: *„Ja, die ganze Redaktion. Also, danke nochmal an dieser Stelle an das ‚Parkcafé Villach‘ für die Kostprobe. Die ist ja dem Kärntner Reindling nachempfunden. Also, es schmeckt auch sehr zimtig und so. Es sind Kirschen drinnen. Auch Marzipan. Also, da auch in Anlehnung an die ‚Villacher Torte‘. Und ja, sie schmeckt. Mehr muss man, glaub‘ ich, gar nicht sagen.“*

Miriam Klinger schließt an mit: *„Ja, wir reden dann noch ein Wörtchen, warum ich davon kein Stücke gekriegt habe, du und die ganze Redaktion. Das freut mich auf jeden Fall. Gibt's aber für jeden, für mich auch noch, zum Kosten jetzt in der Kirchtagszeit im ‚Parkcafé‘ in Villach.“*

Der Beitrag endet um ca. 16:12:42 Uhr. Es folgt ein Programmhinweis.

Die „Villacher Kirchtagstorte“ wurde der Redaktion vom „Parkcafé Villach“ zur Verfügung gestellt.

3. Ab ca. 16:34:35 Uhr werden nach Einspielung der Signation „Die Antenne-Kärnten-Freizeit-Tipps“ verschiedene Veranstaltungshinweise ausgestrahlt. Auf diese folgt erneut die Signation „Die Antenne-Kärnten-Freizeit-Tipps“. Unmittelbar anschließend folgt im fortlaufenden Musikbett der Signation um ca. 16:35:24 Uhr der Hinweis: „Genießen Sie Ihre Freizeit mit einem perfect-Pool von Udo Maurer. [www.perfectpools.at](http://www.perfectpools.at)“. Daran schließt um ca. 16:35:31 Uhr ein akustisches Trennmittel („Ping“) an, auf das Musik folgt.

Bei „perfect-Pool“ handelt es sich um eine Marke für badefertige Poolanlagen.

## 3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Hörfunkveranstalterin ergeben sich aus dem offenen Firmenbuch sowie aus dem angeführten Bescheid der KommAustria und den diesem zugrunde liegenden Akten.

Die Feststellungen zum Sendungsablauf am 23.07.2024 im Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ gründen sich auf die amtsweigig erstellte Aufzeichnung des Programms. Diese wurde von der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG auch nicht bestritten.



Die Feststellung zur Zurverfügungstellung der „Villacher Kirchtagstorte“ durch das „Parkcafé Villach“ ergibt sich aus dem glaubwürdigen Vorbringen der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG in ihrer Stellungnahme vom 26.08.2024.

Die Feststellung zu „perfect-Pool“ gründen sich auf eine amtswegige Einsichtnahme in die Website des Unternehmens unter <https://www.perfectpools.at/>.

## 4. Rechtliche Beurteilung

### 4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Hörfunkveranstalter.

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

Gegenständlich hat die Auswertung der Aufzeichnungen der am 23.07.2024 von 16:00 bis 18:00 Uhr im Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG ausgestrahlten Sendungen den begründeten Verdacht der Verletzung der Bestimmungen des § 19 Abs. 3 und Abs. 4 lit. b PrR-G ergeben, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 24, 25 PrR-G einzuleiten und der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben war.

Nach § 24 PrR-G obliegt die Rechtsaufsicht über die Hörfunkveranstalter im Sinne dieses Bundesgesetzes der Regulierungsbehörde. Nach § 31 Abs. 2 PrR-G werden die Aufgaben der Regulierungsbehörde von der KommAustria wahrgenommen.

Nach § 25 Abs. 1 PrR-G entscheidet die Regulierungsbehörde über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen oder auf Grund von Beschwerden. Nach § 25 Abs. 3 PrR-G besteht die Entscheidung der Regulierungsbehörde in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.

### 4.2. Anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 19 PrR-G lautet auszugsweise:

#### „Werbung, Sponsoring

**§ 19. (1) Werbung (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von gesponserten Sendungen) darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.**



[...]

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

(4) a) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.

b) Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Hörfunkveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

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

b) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.
2. Sie sind als gesponserte Sendung durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmanfang oder am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage).
3. Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen.

[...]."

### **4.3. Verletzung des Verbots von Schleichwerbung (§ 19 Abs. 4 lit. b PrR-G)**

1. Bei dem von ca. 16:11:47 bis ca. 16:12:52 Uhr ausgestrahlten Beitrag über die „Villacher Kirchtagstorte“ des „Parkcafé Villach“ handelt es sich um Schleichwerbung, deren Ausstrahlung nach § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G unzulässig ist. Damit hat die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG durch die Ausstrahlung dieses Beitrags gegen diese Bestimmung verstößen.

2. Schleichwerbung im Sinne des § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G ist die Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Hörfunkveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.



Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH) setzt Schleichwerbung die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen und die Eignung zur Irreführung über diesen Zweck, voraus (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0245; 29.02.2008, 2005/04/0275; zur Heranziehung der zum ORF-G und AMD-G ergangenen Rechtsprechung für die Auslegung von § 19 PrR-G grundlegend VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173). Für das Vorliegen der Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, ist dabei insbesondere auf die Gestaltung des Beitrags abzustellen (vgl. VwGH 30.06.2011, 2011/03/0140; 30.10.2013, 2011/03/0156). Entgeltlichkeit kann hierfür ein Indiz sein, ist jedoch nicht zwingend erforderlich (vgl. EuGH 09.06.2011, C-52/10; siehe auch § 1a Z 7 letzter Satz ORF-G und § 2 Z 29 letzter Satz AMD-G).

Für die Qualifikation einer Äußerung als werblich gestaltet ist nach der Rechtsprechung maßgeblich, ob eine Äußerung mit dem Ziel, den Absatz von Produkten und die Inanspruchnahme von Dienstleistungen zu fördern, gesendet wird (vgl. VfSlg. 17.006/2003) und, daraus abgeleitet, ob die konkrete Darstellung geeignet ist, bislang uninformede oder unentschlossene Zuseherinnen und Zuseher für den Erwerb oder die Inanspruchnahme zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0167; 18.09.2013, 2012/03/0162). Bei der Beurteilung sind alle Aspekte der Sendung bzw. des Sendungsteils zu berücksichtigen (EuGH 18.10.2007, C-195/06).

Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten qualitativ-wertende Aussagen, werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen, das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften oder direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze [2018]<sup>4</sup>, 16 und 456 [zu § 1a Z 8 ORF-G und § 2 Z 40 AMD-G]).

In Abgrenzung zur Werbung ist bei der Schleichwerbung erforderlich, dass der Werbezweck nicht offengelegt wird, es also zu einer Irreführung über diesen kommt (vgl. VwGH 18.09.2013, 2011/03/0156; 30.04.2021, Ra 2019/03/0087, mwN; *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 14f [zu § 1a Z 7 ORF-G]). Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Irreführung über den Werbezweck gegeben ist, ist auf den Erwartungshorizont einer durchschnittlich aufmerksamen und informierten Hörerin und eines durchschnittlich aufmerksamen und informierten Hörers abzustellen (vgl. VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275).

3. Der von ca. 16:11:47 bis ca. 16:12:42 Uhr ausgestrahlte Beitrag beginnt mit einem allgemeinen Überblick über das kulinarische Angebot beim Villacher Kirchtag („Am Sonntag geht's los in Villach und neben der großen Party ist vor allem das Essen bei dieser Riesen-Brauchtums-Veranstaltung ein Riesen-Highlight. Von Kirchtags-Suppe über Langos und dazu noch ein frisch gezapftes Bierchen ist alles sehr, sehr deftig.“) um dann mit der dieses Jahr neu kreierten „Villacher Kirchtagstorte“ fortzusetzen („Aber heuer gibt's zum ersten Mal auch eine eigene Villacher Kirchtagstorte“). Die Torte wird in der Folge beschrieben („Also es schmeckt auch sehr zimtig Es sind Kirschen drinnen. Auch Marzipan. [...]“).

Der Beitrag geht dabei allerdings über eine neutrale Beschreibung hinaus, indem er die Torte eindeutig positiv bewertet und damit hervorhebt („Und ja, sie schmeckt. Mehr muss man, glaub' ich, gar nicht sagen.“). Zudem wird mehrfach auf die Bezugsquelle, das „Parkcafé Villach“ hingewiesen („Also, danke nochmal an dieser Stelle an das ‚Parkcafé Villach‘ für die Kostprobe. [...] Gibt's aber für jeden, für mich auch noch, zum Kosten jetzt in der Kirchtagszeit im ‚Parkcafé‘ in Villach. [...]“). Hinzu kommt, dass die Torte positiv gegenüber dem übrigen Kulinarik-Angebot am



Kirchtag abgegrenzt wird („*alles sehr, sehr deftig. Aber heuer gibt's zum ersten Mal auch eine eigene Villacher Kirchtagstorte*“).

Damit ist dieser Beitrag geeignet, die bislang uninformede oder unentschlossene Hörerin und den bislang uninformeden und unentschlossenen Hörer zu einem Besuch im „Parkcafé Villach“ und zum Konsum der offensichtlich nur dort erhältlichen neuen „Villacher Kirchtagstorte“ zu gewinnen. Aus dieser Gestaltung kann daher auf die Absicht geschlossen werden, mit dem gegenständlichen – im Übrigen auf der Zurverfügungstellung einer Torte durch das „Parkcafé Villach“ beruhenden – Beitrag einen Werbezweck zu erreichen. Damit kann nach der dargestellten Rechtsprechung dahingestellt bleiben, ob die Bewerbung des „Parkcafé Villach“ und der „Villacher Kirchtagstorte“ entgeltlich erfolgt ist.

Die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, ist auch für die durchschnittlich aufmerksame und interessierte Hörerin und den durchschnittlich aufmerksamen und interessierten Hörer nicht als solche erkennbar.

Zwar darf diese bzw. dieser in einem Beitrag über den Villacher Kirchtag auch die Information zum dortigen kulinarischen Angebot erwarten, einschließlich gerade Neuerungen in diesem. Nicht rechnen hingegen muss sie bzw. er, dass im Rahmen eines solchen Beitrags ein bestimmtes Produkt besonders hervorgehoben wird, und zwar sowohl durch die Auswahl als auch durch dessen Darstellung. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass der gegenständliche Beitrag als breit angelegter Beitrag über das kulinarische Angebot am Villacher Kirchtag beginnt, um dann mit dem spezifischen Hinweis auf ein bestimmtes Produkt bzw. ein einziges Unternehmen zu enden („*Gibt's aber für jeden, für mich auch noch, zum Kosten jetzt in der Kirchagszeit im ,Parkcafé' in Villach.*“). Zudem ist der Beitrag redaktionell in Form eines Interviews zwischen der Moderatorin der Sendung und einem Redakteur des Hörfunkveranstalters gestaltet und damit in einer journalistischen Stilform, in der zwar durchaus saloppe oder launige Aussagen, nicht aber werbliche Botschaften zu erwarten sind.

Damit ist der gegenständliche Beitrag auch geeignet, die durchschnittlich aufmerksame und interessierte Hörerin und den durchschnittlich aufmerksamen und interessierten Hörer über den Werbezweck irrezuführen.

Es sind daher alle Tatbestandsmerkmale von Schleichwerbung nach § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G erfüllt.

4. Soweit die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG in ihrer Stellungnahme vom 26.08.2024 dagegen zunächst vorbringt, dass es sich um einen gesponserten Beitrag handle, der irrtümlicherweise nicht als solcher gekennzeichnet worden sei, ist festzuhalten, dass dieser Beitrag nach der vorzunehmenden Gesamtbetrachtung (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, 456 [zu § 2 Z 40 AMD-G]), wie dargestellt, werblich gestaltet ist. Damit handelt es sich bei diesem nicht, wie bei Sponsoring üblich, um einen redaktionellen Beitrag, zu dessen Finanzierung der Sponsor einen Beitrag geleistet hat, sondern um (Schleich-)Werbung. Im Übrigen wäre dessen Ausstrahlung auch bei Annahme einer redaktionellen Gestaltung unzulässig, und zwar nach dem Werbeverbot in gesponserten Sendungen (§ 19 Abs. 5 lit. b Z 3 PrR-G).

Soweit die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG darüber hinaus unter Hinweis auf zwischenzeitig erfolgte interne Nachschulungen zur Sensibilisierung eine Einstellung des Verfahrens beantragt, ist festzuhalten, dass für die Feststellung einer Rechtsverletzung im



Verfahren nach § 25 PrR-G maßgeblicher Zeitpunkt der Tatzeitpunkt ist, weshalb ein erst nach der Tat gesetztes Verhalten grundsätzlich nicht zu berücksichtigen ist. Dasselbe gilt, da für dieses Verfahren nur die Erfüllung des objektiven Tatbestandes maßgeblich ist, für subjektive Elemente wie die Schuldeinsicht.

5. Bei dem gegenständlichen Beitrag über die „Villacher Kirchtagstorte“ des „Parkcafé Villach“ von ca. 16:11:47 bis ca. 16:12:52 Uhr handelt es sich damit um Schleichwerbung, durch deren Ausstrahlung die Bestimmung des § 19 Abs. 4 lit. b PrR-G, wonach Schleichwerbung unzulässig ist, verletzt wurde (Spruchpunkt 1.a.).

#### **4.4. Verletzung des Trennungsgebots (§ 19 Abs. 3 PrR-G)**

1. Bei dem um ca. 16:35:24 Uhr ausgestrahlten Hinweis: „*Genießen Sie Ihre Freizeit mit einem perfect-Pool von Udo Maurer. www.perfectpools.at*“ handelt es sich um Werbung im Sinne des § 19 Abs. 1 PrR-G. Dieser ist daher nach § 19 Abs. 3 PrR-G an seinem Beginn und Ende eindeutig von den anderen Programmteilen zu trennen. Da gegenständlich an Beginn dieses Werbespots keine derartige Trennung erfolgt ist, wurde gegen diese Bestimmung verstoßen.

2. Zu den Tatbestandsmerkmalen von Werbung im Sinne des § 19 Abs. 1 PrR-G siehe oben Punkt 4.3.

Bei dem Hinweis „*Genießen Sie Ihre Freizeit mit einem perfect-Pool von Udo Maurer. www.perfectpools.at*“ ergibt sich die werbliche Gestaltung aus der Formulierung „*Genießen Sie Ihre Freizeit*“, die zum einen nahelegt, dass man mit den gegenständlichen Pools die Freizeit genießen kann, und zum anderen auch unmittelbar dazu auffordert. Hinzu kommt, dass auch mit dem Markennamen „perfect-Pool“ eine qualitativ-wertende Hervorhebung erfolgt, nämlich, dass diese Pools eben „perfekt“ seien. Damit handelt es sich bei diesem Hinweis um Werbung im Sinne des § 19 Abs. 1 PrR-G für die Produkte und Dienstleistungen von „perfect-Pool“ und „Udo Maurer“.

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

Der um ca. 16:35:24 Uhr ausgestrahlte Werbespot für „perfect-Pool“ und „Udo Maurer“ folgt unmittelbar auf einen redaktionellen Programmteil, nämlich Veranstaltungshinweise. Diese beginnen und enden mit derselben Signation („*Die Antenne-Kärnten-Freizeit-Tipps*“). Da die Veranstaltungshinweise redaktionell gestaltet sind, folgt auf die Signation am Beginn dieser Hinweise redaktioneller Inhalt. Damit ist bei Verwendung derselben Signation auch am Ende der Veranstaltungshinweise für die durchschnittlich aufmerksame und interessierte Hörerin und den durchschnittlich aufmerksamen und interessierten Hörer nicht zweifelsfrei erkennbar, dass nach dieser Werbung folgt. Mangels Eindeutigkeit der Signation „*Die Antenne-Kärnten-Freizeit-Tipps*“ kommt diese damit als Trennmittel im Sinne des § 19 Abs. 3 PrR-G nicht in Betracht.

Auch andere Trennmittel fehlen. Dies gesteht die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG auch ein, wenn sie in ihrer Stellungnahme vom 26.08.2024 vorbringt, dass die akustische



Werbetrennung produktionstechnisch zu leise gesetzt worden sei, setzt doch eine eindeutige Trennung – hier nicht zuletzt auch wegen des bis zum Werbespot fortlaufenden Musikbetts der Signation „*Die Antenne-Kärnten-Freizeit-Tipps*“ – eine eindeutige akustische Wahrnehmbarkeit für die durchschnittlich aufmerksame und interessierte Hörerin und den durchschnittlich aufmerksamen und interessierten Hörer voraus (vgl. BKS 04.04.2006, 611.009-0005-BKS/2006).

4. Soweit die Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG darüber hinaus unter Hinweis auf eine zwischenzeitig erfolgte Neuproduktion eine Einstellung des Verfahrens beantragt, ist, wie bereits zu Punkt 4.3., festzuhalten, dass für die Feststellung einer Rechtsverletzung im Verfahren nach § 25 PrR-G maßgeblicher Zeitpunkt der Tatzeitpunkt ist, weshalb ein erst nach der Tat gesetztes Verhalten grundsätzlich nicht zu berücksichtigen ist. Dasselbe gilt, da für dieses Verfahren nur die Erfüllung des objektiven Tatbestandes maßgeblich ist, auch hier für subjektive Elemente wie die Schuldeinsicht.

5. Durch die Ausstrahlung des Werbespots für „perfect-Pools“ und „Udo Maurer“ um ca. 16:35:24 Uhr unmittelbar anschließend an redaktionell gestaltete Veranstaltungshinweise wurde damit die Bestimmung des § 19 Abs. 3 PrR-G, wonach Werbung eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen ist, verletzt (Spruchpunkt 1.b.).

#### **4.5. Zur Veröffentlichung der Entscheidung und zur Vorlage von Aufzeichnungen**

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

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Antenne Kärnten Regionalradio GmbH & Co KG auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung in dem im Versorgungsgebiet „Kärnten“ ausgestrahlten Hörfunkprogramm „Antenne Kärnten“ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 16:00 und 18:00 Uhr durch Verlesung zu veröffentlichen. Die Wahl der Sendezzeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitraum erfolgte.

Die Vorlage der Aufzeichnungen (Spruchpunkt 3.) dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 22 Abs. 1 PrR-G (zum vergleichbaren § 36 Abs. 4 ORF-G vgl. VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

### III. Rechtsmittelbelehrung

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

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.120/25-001“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabekontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 27. Juni 2025

Kommunikationsbehörde Austria

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